

E-marketing development for brown sugar cane product

Nur Laely✉, Bothy Dewandaru, Sudjiono, Lisrohmatin, Arnella I Nowhaf Tiko

Universitas Kadiri, Kediri, Indonesia

✉ nurlaely@unik-kediri.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6495>

Abstract

The Covid-19 pandemic has significantly impacted the economy, particularly MSMEs. The Production of Brown Sugar Cane, Ds. Mangunrejo Ngadiluwih, is one of the MSMEs that is impacted since they still utilize old marketing techniques and are less innovative. This program intends to encourage MSMEs engaged in the production of brown sugar cane to become knowledgeable and skilled in e-marketing so they can compete effectively and make the most money possible during the pandemic. Training is the method employed in this activity. The outcomes of this program include expanding MSME players' knowledge of and skills in using digital technologies to boost marketing productivity and expand the marketing reach.

Keywords: *Digital marketing; Covid-19; Brown sugar SMEs*

Pengembangan e-marketing pada produk gula merah tebu

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa pada sektor perekonomian, khususnya bagi UMKM. Salah satu UMKM yang terdampak adalah Produksi Gula Merah Tebu Ds. Mangunrejo Ngadiluwih karena masih menerapkan model pemasaran tradisional dan kurang inovatif. Kegiatan ini bertujuan untuk memacu UMKM produksi gula merah tebu agar memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai e-marketing sehingga dapat bertahan dan bersaing serta memperoleh keuntungan yang maksimal di masa pandemi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu pelatihan. Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini yaitu meningkatnya pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.

Kata Kunci: Marketing digital; Covid-19; UMKM gula merah

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa terhadap berbagai sektor, khususnya sektor perekonomian, dimana keberadaan UMKM yang perannya memberikan sumbangsih yang cukup besar terhadap laju perekonomian tidak lepas terdampak dari wabah, berbagai gejala inilah yang mengharuskan UMKM untuk terus melakukan inovasi agar dapat terus dapat bertahan dalam gejala perekonomian yang tidak menentu di masa pandemi ini (Awali, 2020).

E-marketing atau pemasaran elektronik mengacu pada penerapan prinsip-prinsip pemasaran dan teknik melalui media elektronik dan lebih khusus internet (Lila, 2016). *E-marketing* adalah proses pemasaran merek menggunakan internet, mencakup unsur-unsur pemasaran baik pemasaran respons langsung dan tidak langsung dan

menggunakan berbagai teknologi untuk membantu menghubungkan bisnis untuk pelanggan mereka (Nugraha, 2018). Berkembangnya UMKM dapat memacu laju perekonomian di tengah lesunya dunia usaha yang terjadi saat ini akibat pandemi (Aisyah, 2020). Pemanfaatan konsep pemasaran melalui penggunaan teknologi digital diharapkan UMKM mampu berkembang dan menjadi pusat kekuatan ekonomi sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian negara, memerlukan model manajemen usaha (Arisandi, 2021).

UMKM Produksi Gula Merah Tebu Ds. Mangunrejo Ngadiluwih merupakan kelompok industri produksi gula merah tebu yang berada di Desa Mangunrejo Ngadiluwih. Berdasarkan informasi yang didapatkan rendahnya pengetahuan pemasaran, sistem pemasaran yang digunakan masih tradisional dan kurang inovatif membuat UMKM tersebut mengalami kesulitan dalam menghadapi gejolak perekonomian yang tidak menentu agar dapat bertahan.

Tujuan pengabdian ini adalah memacu UMKM produksi gula merah tebu di Desa Mangunrejo Ngadiluwih agar memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas mengenai *E-marketing* dalam kegiatan pemasaran mereka sehingga UMKM Produksi Gula Merah Tebu di Desa Mangunrejo Ngadiluwih dapat bertahan dan bersaing serta memperoleh keuntungan yang maksimal di masa pandemi.

2. Metode

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November sampai awal Desember 2021 di UMKM Produksi Gula Merah Tebu di Desa Mangunrejo Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Kegiatan ini diawali dengan rapat koordinasi tim pengabmas, persamaan persepsi dengan mitra, mengurus surat ijin dan pembagian tugas. Wawancara tentang pengetahuan UMKM mengenai pengoptimalan penggunaan *e-marketing* sebagai media pemasaran sebelum dan sesudah pembinaan dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan pelaku UMKM. Kegiatan selanjutnya yaitu penyampaian materi *E-Marketing*; diskusi dan pelatihan pembuatan produk yang lebih higienis; dan pendampingan pemasaran produk menggunakan *E-Marketing*.

3. Hasil dan Pembahasan

Peserta pelatihan sejumlah pelaku UMKM Produksi Gula Merah Tebu yang mayoritas berasal dari Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini yaitu kegiatan pendampingan kepada UMKM Produksi Gula Merah Tebu sebagai pemberdayaan manajemen administrasi organisasi. Selain itu kegiatan penjelasan kepada UMKM Produksi Gula Merah Tebu menggunakan *E-Marketing* sebagai media pemasaran dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas pemasaran produk serta pemanfaatan teknologi digital. Penggunaan *E-Marketing* dapat membantu UMKM Produksi Gula Merah Tebu dalam memasarkan/mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas, selain masyarakat di lingkungan UMKM Produksi Gula Merah Tebu beroperasi, yaitu dengan memanfaatkan media sosial yang ada (*WhatsApp, Line, BB, Facebook, Shopee, Gojek, Grab, dll*). [Gambar 1](#) menunjukkan foto kegiatan penyampaian materi tentang *E-Marketing* pada UMKM Produksi Gula Merah Tebu.

Gambar 2 menunjukkan foto produk yang akan digunakan dalam memasarkan produk, seperti diupload dalam media sosial maupun sebagai iklan yang dipasarkan secara *online* untuk menarik pelanggan. Hasil wawancara setelah kegiatan pengabdian dan monitoring diketahui bahwa jangkauan pemasaran dan penjualan produk gula merah tebu mengalami peningkatan.



Gambar 1. Penyampaian materi tentang *e-Marketing*



Gambar 2. Foto produk gula merah

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk pelatihan penggunaan *e-marketing* dalam meningkatkan perekonomian UMKM Produksi Gula Merah Tebu dimasa pandemi Covid-19. Manfaat yang diperoleh dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Desa Mangunrejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri ini adalah pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM Produksi Gula Merah Tebu tentang manajemen administrasi organisasi dan cara memasarkan produk menggunakan *e-marketing*. Kegiatan Pengabdian ini sangat bermanfaat bagi UMKM Produksi Gula Merah Tebu karena dapat meningkatkan perekonomian UMKM Produksi Gula Merah Tebu.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih banyak kepada civitas akademika, LP3M Universitas Kadiri dan seluruh pihak-pihak terkait atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menulis dan mempublikasikan penelitian ini untuk perhatian Anda. Terima kasih.

Daftar Pustaka

- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Arisandi, N. D. (2021). *Teknologi Digital Sosial guna Meningkatkan Strategi Marketing di Era Pandemi Covid-19*. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7401>
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan e-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Lila, B. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25.
- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 3(2), 63–68.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
