



Visual optimization of Kutai Kartanegara MSME products in the marketplace as a support for digital marketing

Mohammad Kiswanto¹, Surahman¹✉, Prapdopo¹, Sarlivia¹, Putri Maghfirah Vidhiyanty², Muhammad Noor¹

¹Politeknik Negeri Samarinda, Kota Samarinda, Indonesia

²Universitas Mulawarman Samarinda, Kota Samarinda, Indonesia

✉ surahman@polnes.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.9027>

Abstract

This MSME product marketing digitization assistance program is carried out in the Sebulu sub-district and Kotabangun sub-district, Kutai Kartanegara Regency. The purpose of this community service is to facilitate MSME actors to be able to produce superior regional products by utilizing digitization for product marketing through the marketplace. This program is carried out with the method of mentoring, counseling and direct practice. At the end of the program, MSME actors have been able to produce good product visuals so they can optimize digital marketing through the marketplace to attract potential buyers

Keywords: *Product visuals; MSME products; Digital marketing; Marketplace*

Optimalisasi visual produk UMKM Kutai Kartanegara di marketplace sebagai pendukung pemasaran digital

Abstrak

Program pendampingan digitalisasi pemasaran produk UMKM ini dilaksanakan di Kecamatan Sebulu dan Kecamatan Kotabangun, Kabupaten Kutai Kartanegara. Tujuan kegiatan ini adalah agar para pelaku UMKM dapat menghasilkan produk daerah unggulan dengan memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran produk melalui *marketplace*. Kegiatan ini dilakukan dengan metode pendampingan, penyuluhan dan praktik langsung. Pada akhir kegiatan, para pelaku UMKM telah mampu menghasilkan visual produk yang baik sehingga dapat mengoptimalkan pemasaran digital melalui *marketplace* guna menarik minat calon pembeli.

Kata Kunci: Visual produk; Produk UMKM; Pemasaran digital; *Marketplace*

1. Pendahuluan

Kutai Kartanegara (Kukar) adalah kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia. Seperti halnya di Indonesia pada umumnya, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting. UMKM di Kukar didominasi oleh sektor perdagangan, jasa dan produksi. Produk yang dihasilkan oleh UMKM di Kukar antara lain makanan dan minuman, kerajinan tangan, pakaian dan barang-barang elektronik. Beberapa UMKM di Kukar juga menghasilkan produk-produk dari sumber daya alam seperti kayu, rotan, limbah, batu bara dan minyak. Untuk membantu pengembangan UMKM, pemerintah setempat telah memberikan bantuan berupa pelatihan dan modal. Selain itu, pemerintah juga

memberikan akses untuk pemasaran produk UMKM melalui pameran dan promosi di berbagai acara. Selain itu, UMKM di Kukar juga dapat memanfaatkan *platform online* untuk memasarkan produknya di seluruh Indonesia dan bahkan ke luar negeri. Hal ini dilakukan untuk membantu UMKM berkembang dan meningkatkan kontribusi dalam perekonomian nasional.

Pertumbuhan teknologi yang cepat telah menghasilkan banyak penemuan, termasuk yang mengubah cara manusia berinteraksi satu sama lain. Jaringan internet yang semakin luas dan sederhana meningkatkan pertukaran informasi digital (Faruk et al., 2021). Menurut penelitian We Are Social, pada Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia akan meningkat menjadi 212,9 juta. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah memiliki akses internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 adalah 3,85% lebih banyak dari tahun sebelumnya. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan akan mencapai 205 juta. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 7 jam 42 menit setiap harinya untuk mengakses internet. Selain itu, ponsel digunakan oleh 98,3% pengguna internet di Indonesia (Rizaty, 2023). Hal ini menyiratkan bahwa kebanyakan orang menghabiskan banyak waktu untuk berselancar di dunia maya, baik untuk bekerja maupun untuk bersenang-senang. Hal ini secara tidak langsung mengurangi keefektifan media pemasaran tradisional seperti koran, majalah, radio, dan poster dalam menjangkau calon pembeli. Hal ini pada akhirnya memunculkan tren pemasaran digital (Dien et al., 2022).

Atas upaya pengembangan UMKM tersebut, Dinas Koperasi dan UKM Kukar mengadakan sebuah kegiatan pendampingan digitalisasi pemasaran produk UMKM kepada para pelaku UMKM untuk mampu bersaing dan mendapatkan jangkauan yang lebih jauh dalam membentangkan produk-produknya tidak hanya di dalam daerah namun juga dapat mencapai level nasional dengan tentunya menampilkan produk-produk unggulan asal daerah tersebut. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada dua kecamatan di Kutai Kartanegara, yang bertujuan untuk memberikan dampak langsung secara nyata dengan adanya digitalisasi pemasaran melalui *marketplace* ataupun sosial media. Adapun kegiatan pendampingan digitalisasi ini meliputi pengembangan ide atau gagasan dalam pengoptimalan produk, pelatihan visualisasi produk secara digital dengan *smartphone* dan pelatihan membuka toko di *marketplace* dan sosial media secara menyeluruh.

2. Metode

Lokasi kegiatan pendampingan digitalisasi berada di Kecamatan Sebulu dan Kecamatan Kotabangun, Kabupaten Kutai Kartanegara. Adapun metode pelaksanaan kegiatan dimulai dari survei lapangan, pendataan UMKM, pendampingan membuat produk, pelatihan pemilihan kemasan, pendampingan pembuatan surat izin usaha dan terakhir pendampingan dan pelatihan pemanfaatan *marketplace* dan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan dilaksanakan selama bulan Maret 2023.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada 09 Maret 2023 di Kecamatan Sebulu pada tanggal 16 Maret 2023 di Kecamatan Kotabangun. Kegiatan pendampingan hanya

berlangsung 1 hari, sedangkan kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 1 minggu. Kegiatan pendampingan dilaksanakan di Kantor Camat pada masing-masing kecamatan yang diikuti oleh total 40 pelaku UMKM. Masing-masing peserta memiliki beragam produk hasil olahan sendiri, sebagian besar produk adalah olahan pangan tradisional, namun terdapat pula beberapa produk kreatif seperti cobek dari limbah kayu ulin, tas sulam, senjata tradisional (Mandau) dan sebagainya.

Materi pendampingan berisi tentang bagaimana kiat-kiat dalam mendapatkan gambar dengan beberapa teknik dan sudut menggunakan media *smartphone* dan *photobox* mini studio, yang kemudian akan dilanjut dengan menggunakan aplikasi *online marketplace* dan juga sosial media *marketplace* yang tersaji pada [Gambar 1](#). Materi yang disampaikan berupa bagaimana *step-by-step* membuat toko *online*, mengatur identitas toko, menambahkan produk, menulis deskripsi sesuai produk, memilih kategori yang tepat sesuai produk, memasukkan beberapa variasi produk (apabila terdapat variasi dalam produk tersebut) dan bagaimana kiat-kiat dalam melayani pembeli, selain itu terdapat pula materi bagaimana berjualan melalui aplikasi sosial media Facebook yang dapat menjangkau pasar lokal (kurang lebih dalam radius 80 km dari titik lokasi pengguna), yang dimana dapat memilih nama produk yang unik, deskripsi yang lengkap dan jelas, lokasi penjual yang tepat dan juga harga yang kompetitif.



Gambar 1. Kegiatan pelatihan pemasaran digital

Sesi praktikal dilakukan seluruh peserta yang didampingi oleh tim. Peserta diberikan materi singkat tentang kiat cara mengambil foto dengan menggunakan *smartphone*, kemudian satu persatu peserta mencoba mengambil foto produk masing-masing seperti pada [Gambar 2](#). Setelah itu, peserta akan diberikan materi singkat tentang hal-hal penting pada aplikasi *marketplace* yang setelahnya masing-masing peserta akan mencoba didampingi oleh tim dan juga beberapa materi dan video panduan yang diputar. Berikutnya, tim akan memaparkan materi singkat tentang sosial media *marketplace* yang diikuti dengan praktik *step-by-step* mengikuti panduan yang ada. Peserta juga diberi beberapa pegangan dan nomor telepon tim agar peserta dapat dengan mudah menghubungi apabila terdapat kendala pada saat mencoba.

Hasil dari program pendampingan ini adalah banyaknya potensi-potensi bibit UMKM dan potensi produk-produk unggulan dari masing-masing kecamatan, selain itu munculnya kemauan pelaku UMKM dalam berwirausaha dan antusiasme dalam membuat ataupun mengembangkan produk, peningkatan kreativitas dalam mengemas produk dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, adanya fasilitasi gratis untuk pembuatan surat izin usaha oleh dinas UMKM Kabupaten Kutai Kartanegara, mampu menciptakan visual digital produk yang berkelas dengan hanya berbekal

smartphone dan terakhir meningkatnya daya jual produk yang digunakan pada toko-toko *online* pada aplikasi *marketplace*. Berdasarkan seluruh penjelasan di atas, hal-hal yang mendukung keberhasilan kegiatan pendampingan ini adalah minat serta antusiasme dari peserta dari rangkaian awal kegiatan hingga akhir. Peserta yang hadir tidak segan-segan untuk bertanya, mencoba dan memanggil tim apabila terdapat hambatan dalam mencoba. Dukungan penuh dari pihak panitia (Dinas UMKM Kabupaten Kutai Kartanegara) juga turut memberikan semangat yang lebih kepada tim dan juga peserta, serta tidak lupa juga kekompakan tim pemateri yang dengan antusias mendampingi peserta.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan visual digital produk

Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei lapangan dan evaluasi langsung oleh tim, hal utama yang menjadi faktor penghambat adalah keterbatasan jaringan internet yang dapat digunakan oleh peserta. Lokasi pendampingan yang cukup jauh dari kota menjadikan jaringan internet cukup terbatas dan sulit untuk dijangkau. Bukan hanya jaringan internet, *smartphone* yang digunakan oleh peserta pun terdapat beberapa kendala, dari lokasi untuk mengakses lokasi di maps yang cukup sulit ditentukan, hingga terbatasnya kapasitas penyimpanan sehingga tidak bisa memasang aplikasi. Namun, faktor penghambat ini tidak serta merta menjadikan sebuah halangan besar bagi tim, dengan memberikan nomor telepon dan beberapa materi yang dapat membantu peserta dari jarak jauh dan di luar jadwal pendampingan. Hal ini tentunya akan menjadikan peserta dapat menyerap dengan baik materi yang disampaikan selama waktu pendampingan dan mampu meningkatkan produktivitas peserta.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari kegiatan pendampingan ini, dapat disimpulkan bahwa pendampingan peningkatan grafis produk dengan memanfaatkan *marketplace* sebagai media pemasaran produk UMKM di Kutai Kartanegara telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak yang diharapkan. Luaran dari kegiatan ini juga sesuai dengan tujuan, yaitu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pengambilan visual produk menggunakan *smartphone*, serta pemahaman mengenai *digital marketing* dan kemampuan menggunakan aplikasi *marketplace online*, yang dapat mengoptimalkan pemasaran produk para pelaku UMKM.

Daftar Pustaka

- Dien, H. E., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Zuraida, V., & Ririd, A. R. T. H. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan Aplikasi Online Marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 436-443. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6030>
- Faruk, M., Rahman, M., & Hasan, S. (2021). How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on scopus database. *Heliyon*, 7(12), e08603. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08603>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
-



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