



IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL PASCA PANDEMI BAGI WANITA PELAKU UMKM DI PACITAN

Ignatius Roni Setyawan¹, Indra Listyarti²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: ign.s@fe.untar.ac.id
rkudus07@gmail.com

*(Corresponding author)

² Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya
Email: indra.listyarti@perbanas.ac.id

ABSTRACT

Gusti Ayu Ngurah Megawati (Mrs. Mega) is the female owner of the Temon Palm Sugar UMKM, Tenggar Hamlet, Temon Village, Arjosari District, Pacitan. This great woman started a business making temon palm sugar in 2020. When in 2020, Mrs. Mega and her husband went home to Pacitan, it turned out that the Covid pandemic hit. As a result, they couldn't return to Kalimantan. The difficult and uncertain economic situation made this husband and wife take the initiative to make natural products from the local area. One of the agricultural products produced and which has been an occupation for generations is a product from palm trees, commonly known as palm sugar. According to her extraordinary perseverance, this palm sugar business has developed extraordinary. Based on discussions with Mrs. Mega, an agreement was achieved to an online interactive webinar on 12 November 2023 involving the PKM team and Mrs. Mega as speakers as well as PLUT KUKM Pacitan together with women MSME actors in Pacitan as an audience. An important result of the PKM activity on November 12 2023 was the commitment between the PKM team and Mrs. Mega who acted as a speaker with an audience of women MSME actors who were coached to immediately implement digital marketing to support future business development. One form of commitment achieved is the determination of women MSME actors to further update their business profiles digitally, both blogs and websites, and they will be more serious about using social media and market places appropriately.

Keywords: Digital Marketing, Palm Sugar, Women MSMEs in Pacitan,

ABSTRAK

Gusti Ayu Ngurah Megawati (ibu Mega) merupakan sosok wanita pemilik dari UMKM Gula Aren Temon, Dusun Tenggar, Desa Temon, Kecamatan Arjosari, Pacitan. Sosok wanita hebat ini memulai usaha pembuatan gula aren temon tahun 2020.. Ketika tahun 2020 bu Mega dan suami mudik ke Pacitan, ternyata pandemi covid melanda Akibatnya mereka tidak bisa kembali ke Kalimantan. Keadaan ekonomi yang sulit dan tidak menentu membuat pasangan suami istri ini berinisiatif untuk membuat produk alamiah daerah setempat Salah satu hasil pertanian yang dihasilkan dan sudah merupakan pekerjaan turun-temurun adalah produk dari pohon aren yang biasa dikenal dengan gula aren. Berkat ketekunan luar biasa dari ibu Mega maka usaha gula aren ini berkembang luar biasa, sehingga hal inilah yang mendorong dilakukannya PKM ini. Berdasarkan dua kali diskusi dengan ibu Mega pada tanggal 23 Agustus 2023 dan 29 September 2023 maka diperoleh kesepakatan PKM dalam bentuk webinar interaktif secara daring tanggal 12 November 2023 melibatkan tim PKM dan bu Mega sebagai pihak pembicara serta pihak PLUT KUKM Pacitan bersama wanita pelaku UMKM di Pacitan sebagai audiens. Hasil penting kegiatan PKM tanggal 12 November 2023 adalah komitmen antara tim PKM dan bu Mega yang bertindak sebagai pembicara dengan para audiens wanita pelaku UMKM yang dibina untuk segera menerapkan pemasaran digital untuk mendukung perkembangan bisnis ke depan. Salah satu bentuk komitmen yang dicapai adalah tekad wanita pelaku UMKM untuk lebih memperbaharui profil bisnis mereka secara digital baik blog dan website serta mereka akan lebih serius lagi dalam menggunakan media sosial dan marketplace secara tepat guna.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Gula Aren, Wanita Pelaku UMKM di Pacitan

1. PENDAHULUAN

Pohon aren merupakan pohon yang banyak ditanam oleh penduduk di daerah Arjosari. Tetapi potensi ini kurang dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat di sana. Meskipun pembuatan produk gula aren sudah merupakan tradisi turun temurun di masyarakat setempat, tetapi mereka mengolahnya masih menggunakan cara tradisional. Produksi gula aren yang

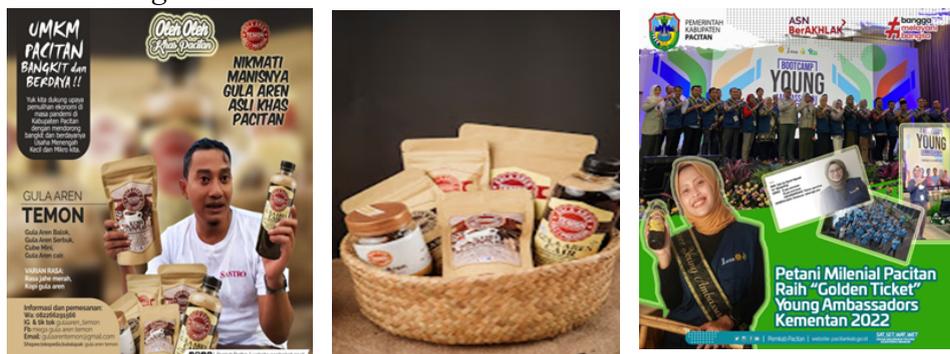
dilakukan oleh penduduk Temon yang diolah secara tradisional tersebut masih berupa bentuk kepingan dengan bentuk yang tidak beragam, karena biasanya hanya dicetak di batok/ tempurung kelapa dan hasil produksinya kebanyakan dibeli oleh tengkulak. Melihat potensi ini maka Bu Mega melakukan inovasi terhadap produk gula aren yang telah ada. Beliau membuat gula aren semut. Awalnya dengan melakukan uji coba secara otodidak yaitu belajar dari media sosial seperti Youtube.

Proses awal yang mereka lakukan adalah dengan menggunakan produk gula aren yang berupa kepingan-kepingan dari hasil olahan petani gula aren setempat. Kemudian mereka melakukan uji coba 1 sampai 5 kali. Sehingga pada akhirnya mereka mampu untuk membuat produk gula aren semut, yang sesuai dan cocok untuk dipasarkan ke konsumen. Produk gula aren yang diproduksi oleh Bu Megawati dan suami ini dikemas secara bagus dan diberi nama “Gula Aren Temon”. Kemudian mereka mulai menjualnya secara online maupun offline. Dan ternyata tanggapan dari pasar sangat positif. Sehingga membuat mereka semakin semangat untuk melakukan inovasi terhadap produk gula aren.

Keunggulan produk gula aren ini dibandingkan dengan produk gula di pasaran adalah dalam hal proses pembuatannya. Proses produksi Gula Aren Temon lebih alami dibandingkan dengan gula tebu atau kelapa. Meskipun harga gula aren lebih mahal dibanding gula tebu atau gula kelapa, tetapi secara manfaat kesehatan, gula aren lebih sehat karena proses pengolahannya alami. Produk gula aren ini tidak menambahkan pemanis atau gula putih lainnya, tetapi manisnya keluar dari getah aren itu sendiri. Seiring dengan berjalannya waktu, Mega bersama suaminya pun kemudian mengajak para petani gula aren untuk terus bersinergi dalam mengembangkan salah satu produk varian dari gula aren tersebut dalam bentuk gula aren semut. Mereka kemudian membentuk sebuah paguyuban para petani gula aren di Arjosari. Pembuatan paguyuban petani gula aren ini untuk memudahkan komunikasi, edukasi kepada para petani mengenai pembudidayaan pohon aren, supaya pohon aren tetap produktif, subur dan menghasilkan “deresan” yang bermutu bagus. Sampai saat ini sudah ada 140 orang yang berprofesi sebagai petani dan penderes gula aren yang bersinergi dengan CV Gula Aren Temon untuk mengembangkan UMKM gula aren semut tersebut seperti yang terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1.

Perkembangan Bisnis CV Gula Aren Temon

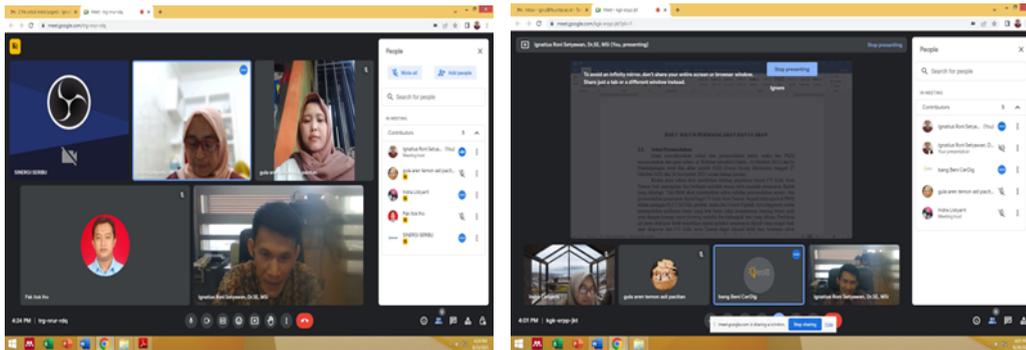


Selama berdiri sejak 3 tahun yang lalu, CV Gula Aren Temon telah memproduksi berbagai macam jenis produk, yaitu berbentuk serbuk yang dikenal dengan gula aren semut, berbentuk cube mini, dan gula aren cair. Varian rasanya beragam, dari yang varian rasa jahe merah, kopi gula aren dan *snack brownies chips* gula aren temon. Penjualan yang dilakukan oleh CV Gula Aren Temon ini dilakukan secara offline dan online. Dengan harapan memperluas pangsa pasar,

meningkatkan omzet penjualan. Tetapi dengan semakin meningkatnya persaingan produk yang semakin masif, CV Gula Aren Temon juga menghadapi beberapa kendala, terutama berkaitan dengan link pemasaran. Mereka masih belum menemukan sistem pemasaran *online* atau *offline* yang cocok dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produk Gula Aren. Link pemasaran ini nantinya diharapkan akan menembus pasar ekspor lebih luas lagi, Hal ini terungkap saat diskusi tim PKM dan pihak mitra yaitu CV Gula Aren Temon yang diadakan pada tanggal 23 Agustus 2023 dan 29 September 2023 seperti yang terlihat pada Gambar 2.

Gambar 2.

Diskusi Tim PKM dan Mitra: CV Gula Aren Temon



CV Gula Aren Temon, merupakan pelaku UMKM yang mengolah hasil sumber daya lokal dari Kabupaten Pacitan, yaitu gula aren. UMKM ini mempunyai keunggulan berupa smart farming, dimana Gula Aren Temon melakukan kemitraan dengan petani-petani lokal dan mendidik mereka supaya membudidayakan pohon aren yang berkualitas, sehingga akan menghasilkan hasil aren yang bagus. CV Gula Aren Temon mengambil aren yang dihasilkan oleh para petani, dan mengolahnya menjadi beberapa jenis olahan gula aren yang berkualitas. CV Gula Aren Temon sudah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya dan melakukan penjualan secara online.

Ada hal penting yang sudah dilakukan CV Gula Aren Temon ini, yakni menggunakan kartu nama dengan scan barcode terhubung dengan media sosial yang mereka miliki, menggunakan *personal branding* dan *product branding*. Media sosial yang mereka miliki belum menampilkan gambaran singkat mengenai edukasi tentang produk gula aren kepada konsumen.. Oleh karena itu tim PKM menawarkan solusi paket program pemasaran digital yang standar dalam bentuk update untuk website terpadu guna meningkatkan cakupan link pasar dan informasi pameran dalam dan luar negeri yang dibutuhkan mitra. Selain website maka bentuk pemasaran digital lainnya berupa pengemasan video edukasi berupa drama pendek tentang petani yang memanen aren, proses produksinya serta khasiatnya bagi kesehatan. Dengan begitu Gula Aren Temon berpeluang memperluas pasar luar negeri yang begitu peduli Kesehatan. Hal ini disebabkan jenis gula tebu yang selama ini dipakai oleh masyarakat memiliki kadar sakarin tinggi dan kurang baik bagi penderita penyakit diabetes, sehingga gula aren akan lebih menjadi prioritas (Gridhealth, 21 Juni 2023).

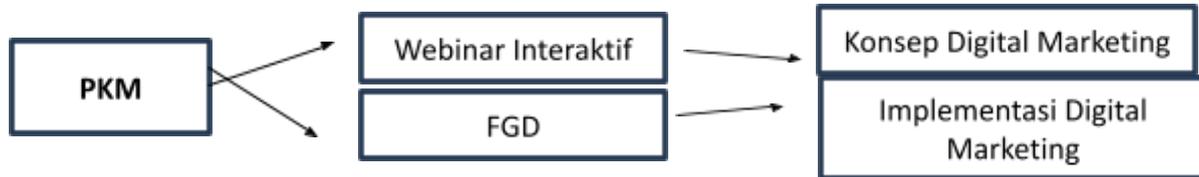
2. METODE PELAKSANAAN PKM

Guna merealisasikan solusi atas permasalahan mitra CV Gula Aren Temon (Ibu Mega), maka tim PKM merencanakan dua jenis solusi yakni: a) Webinar interaktif (sudah berlangsung pada Minggu, 12 November 2023 jam 8.00-10.00 WIB) dan b) Pendampingan melalui FGD (*Focus Group Discussion*) sudah berlangsung tanggal 12 November 2023 jam 10.00-12.00 WIB secara

daring (zoom). Kedua jenis solusi ini merupakan benchmark dari Heryani (2016), Muthumaresswari, & Sumayaa (2019, Aprianti, et.al. (2020), Risepti & Niasari (2022), Setyawan & Listyarti 92023), Oktaga, et.al. (2023), Susanto, et.al. (2020) dan Sudirjo, et.al. (2023).

Gambar 3.

Skema Solusi Pelaksanaan PKM untuk CV Gula Aren Temon



Kedua jenis solusi pada Gambar 3. membahas tentang perjalanan bisnis CV Gula Aren Temon baik pencapaian dan berbagai masalah umum serta masalah pemasaran digital yang dihadapi. Tim PKM akan memberikan solusi terhadap permasalahan umum dan permasalahan pemasaran digital bagi CV Gula Aren Temon. Sejauh ini beberapa kali PKM dalam naungan PLUT KUMK Pacitan maka Ibu I Gusti Ngurah Ayu Megawati sudah menunjukkan performa bisnis yang luar biasa yakni kemampuan menjalankan bisnis gula aren dengan konsep smart farming melalui dua kelompok tani yang dibina. Hal ini bertujuan menjaga kualitas produk gula aren temon yang dihasilkannya.

Performa ini perlu diekspos lebih mendalam dalam aplikasi pemasaran digital yang sangat baik agar exposure dari CV Gula Aren Temon dapat dikenal lebih luas terutama calon pelanggan dari luar negeri, tidak hanya Kanada dan Turki yang dapat diraih. Aplikasi pemasaran digital yang dimaksud adalah penataan kembali etalase semua jenis gula aren baik padat dan cair dalam satu website terpadu agar CV Gula Aren Temon dapat lebih meningkatkan jangkauan calon pembeli dan calon mitra eksternal yang ingin mengadakan berbagai kerjasama bisnis. Sejauh observasi tim PKM yang sudah lakukan, maka CV Gula Aren Temon telah memiliki website di <https://www.gulaarentemon.com/>

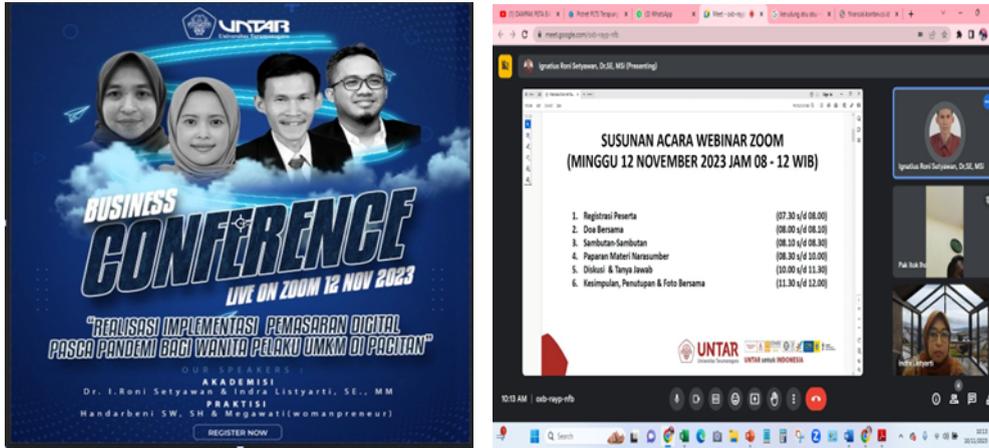
Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini memiliki tiga bagian besar yakni sebelum kegiatan, saat kegiatan dan pasca kegiatan. Pada tahap sebelum kegiatan, tim PKM melakukan pertemuan dan diskusi intensif dengan pihak mitra yaitu CV Gula Aren Temon (Ibu Mega) dan pihak pelaksana lapangan yakni Ibu Indra Listyarti (UHW Perbanas, Surabaya), Bapak Handarbeni Setio Wicaksono (Founder DEA) dan Bapak Smitha Catur Sudyantara (PLUT KUKM, Pacitan) untuk mematangkan seluruh elemen kegiatan dari materi sesi webinar interaktif dan FGD, pembagian tugas dan peran, promosi agenda PKM dan penyiapan infrastruktur seperti zoom, virtual backdrop dan tentu saja tidak melupakan rundown acara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan PKM dilakukan pertemuan akhir pada tanggal 10 November 2023 dengan memakai google meet seperti terlihat pada gambar 4. Fokus persiapan akhir adalah pembuatan rundown agenda dan flyer yang final, pembagian peran masing-masing tim PKM dan identifikasi potensi dinamika diskusi dari audiens wanita pelaku UMKM. Para audiens wanita pelaku UMKM berjumlah sebanyak 20-25 orang dikumpulkan pihak PLUT KUKM Pacitan.

Gambar 4.

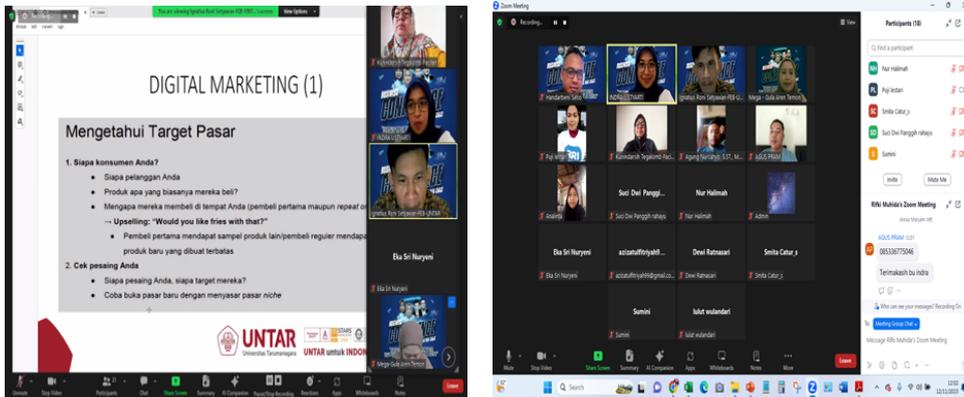
Persiapan Akhir Tim PKM dan Mitra: CV Gula Aren Temon



Kegiatan PKM dilakukan dengan memakai zoom. Para peserta melakukan registrasi pada google form dan kemudian mendapatkan tautan zoom di atas. Kegiatan dimulai dengan narasi moderator dari Ibu Indra Listyarti yang mengungkap profil kemajuan wanita UMKM di Pacitan dan secara khusus profil Ibu Mega (CV Gula Aren Temon yang survival pasca pandemi dan bahkan sudah mampu menembus pasar internasional Pada bagian berikutnya Bapak Ign. Roni Setyawan (UNTAR) memaparkan tiga hal penting bagi wanita UMKM agar go digital marketing yakni: a) Memahami 6 langkah dalam analisis target pelanggan, b) Memiliki media sosial yang lebih bersifat bisnis bukan pribadi. c} mengintegrasikan media sosial dan market place yang sangat ramai traffic pengunjunnya.

Gambar 5.

Sesi Pelaksanaan Tim PKM Minggu 12 November 2023 jam 8-12 dengan zoom



Pada bagian berikut ibu Mega memaparkan kunci sukses bisnisnya dengan pemahaman sangat dalam tentang digital marketing khusus untuk gula aren dan membangun loyalitas pelanggan dengan tiga tipe: *cold, warm and hot*. Sesi terakhir Bapak Handarbeni menjelaskan tentang detail cara membuat website bisnis bagi pelaku UMKM dengan berfokus utama pada unsur pertama, hero banner artinya identitas dan keunggulan bisnis harus tergambar dengan sangat rinci, jelas dan menarik. Unsur pertama ini akan memicu efektivitas unsur berikutnya seperti SEO (*Search Engine Optimization*), *Live Chat*, *Add to Chart* sampai *Payment Gateway*.

Luaran

Selesai paparan tim PKM, berikutnya ada sesi diskusi dari audiens yang menanyakan tiga hal terkait realisasi digital marketing yaitu: 1) Cara bergabung dalam satu komunitas yang sudah

mapan, 2) Jasa profesional pembuat website 3) Perlakuan pada risiko persaingan usaha. 4) Bagaimana menangani pembeli yang hanya melakukan window shopping semata?. Pada Tabel 1 merupakan rangkuman dari diskusi tanya jawab yang telah dilakukan.

Tabel 1

Rangkuman Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens tanggal 12 November 2023

No	Pertanyaan Audiens	Jawaban TIM PKM
1	Bagaimana cara bergabung dalam komunitas pelaku UMKM yang sudah mapan praktik pemasaran digitalnya?	Dapat memanfaatkan WA bisnis dan bergabung secara formal pada paguyuban industri atau UPT teknis seperti PLUT untuk dilibatkan pada berbagai program pemberdayaan bisnis bagi pelaku UMKM
2	Adakah jasa profesional yang tidak mahal untuk pembuatan website?	Untuk membuat website bisnis kembali pada konsep kebutuhan pelaku UMKM yang dimatangkan dahulu. Jika pelaku UMKM baru masuk sistem digital, maka disarankan mencari website free seperti google-site.
3	Bagaimana cara dapat meminumkan risiko persaingan usaha?	Persaingan dapat dianggap sebagai peluang untuk menjadi lebih baik bagi pelaku UMKM dengan selalu berfokus pada inovasi dan orientasi bisnis. Inovasi dikembangkan melalui membangun keunikan dan keunggulan produk dan orientasi bisnis melalui pemetaan profil pelanggan baru dan lama setiap saat.
4	Bagaimana memperlakukan calon pembeli yang hanya windows shopping di account shopee, whatsapp? Mereka sering bertanya mengenai produk atau jasa yang kita jual, tetapi tidak melakukan pembelian.	Untuk mengatasi hal ini maka kita membuat kategori untuk calon pembeli berdasarkan kriteria, yaitu: cold, warm dan hot. Cold apabila calon pembeli sama sekali tidak melakukan pembelian, warm apabila mereka masih bertanya dan terkadang membeli, serta hot apabila calon pembeli selalu melakukan pembelian. Untuk mengatasi hal ini, maka kita sebagai penjual harus melakukan interaksi kepada para calon pembeli. Dengan menjelaskan mengenai produk kita, membalas setiap pesan yang masuk. Memberikan penjelasan mengenai kelebihan produk kita dibandingkan dengan produk penjual lain.

Di akhir sesi seminar, sebagian peserta memberi evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Semua peserta menyatakan bahwa seminar mengenai pemasaran digital ini sangat bermanfaat bagi mereka, terutama para pelaku usaha (pelaku UMKM) pemula. Mereka terbuka wawasannya mengenai cara memasarkan produk/jasa yang dihasilkannya ke pelanggan melalui pemasaran digital, memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan mengenali cara pemasaran dan pengelolaan aplikasi digital untuk lebih meningkatkan omzet penjualan mereka.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM tanggal 12 November 2023 dengan zoom telah berjalan sukses dan lancar. Tingkat partisipasi dari audiens para wanita pelaku UMKM di Pacitan sangat tinggi dalam sesi diskusi dan sesi paparan. Selanjutnya profil ibu Mega sebagai wanita pelaku UMKM hasil binaan PLUT KUKM Pacitan dibuktikan dengan kemampuan presentasi bukan hanya pada bisnisnya gula aren melainkan juga pada penggunaan dan pendefinisian digital marketing yang relevan pada produk gula aren,. Saat paparan pembuatan website oleh Bapak Handarbeni, maka antusiasme audiens cukup tinggi dan hal ini sudah cukup memberikan bukti tekad kuat dari mereka dalam memperbaharui media sosial, marketplace, blog dan website yang sudah dimiliki agar dapat lebih bagus dan lebih menarik minat calon pelanggan baru secara digital. Para audiens



menyarankan agar kegiatan dilanjutkan dengan workshop bagaimana menangani selera pelanggan, mempertahankan loyalitas mereka serta detail kisi-kisi pembuatan website secara mudah dan cepat dapat diberikan tim PKM pada kesempatan PKM berikutnya. Untuk saran-saran para audiens, maka tim PKM akan mewadahi dalam kelas tutorial secara online.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNTAR atas dukungan pendanaan, & izin kegiatan, kemudian Ibu Mega (CV Gula Aren Temon), Bapak Handarbeni Setio Wicaksmono (Founder DEA) dan terkhusus Bapak Smitha Catur Sudyantara (pihak PLUT KUKM Pacitan) atas kontribusi materi & peserta. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada Claudia Gita Hapsari dan Novrida F. Sutimorang atas kontribusi pada penulisan artikel ini.

REFERENSI

- Aprianti, I., Hamdani & S. Ikhsan (2020), Peranan Wanita Dalam Industri Rumah Tangga Gula Aren dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Mataraman Kabupaten Banjar, *Frontier Agribisnis* Vol. 3 No.4, Desember, hal. 208-216.
- Gridhealth (2023), Gula Putih vs Gula Aren: Mana yang Lebih Baik Bagi Kesehatan?, tanggal diakses 23 Juni 2023, <https://health.grid.id/read/353817905/gula-putih-vs-gula-aren-mana-yang-lebih-baik-bagi-kesehatan?page=all>
- Heryani, H. (2016), Keutamaan Gula Aren dan Strategi Pengembangan Produk, Lambung Mangkurat University Press.
- Muthumaresswari, S & S. Sumayaa (2019), *Innovative Processing Methods of Palm sugar Production*, Lambert Academic Publishing, London, UK.
- Oktaga, A.T, I.Susanti, S.Adi, K.Nurdianto & H.Ristante (2023), Storytelling Pada Multimedia Pemasaran Digital UMKM Gula Aren Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2 No.1, Insitut Teknologi dan Bisnis Semarang, hal. 93-99.
- Rosepti, P. & C. Niasari (2022), Female Entrepreneurship in Leading Digitalization as a Marketing Strategy for Prosperous MSMEs and Women's Empowerment: A Case Study of Latifa Indonesia, *Muslim Business & Economic Review*, Vol 1. No.2, pp. 305-323.
- Setyawan, I.R & I. Listyarti (2023), Digitalizing the Business of Female Micro, Small, and Medium Enterprise Owners in Pacitan, East Java Indonesia during Covid-19 Pandemic in Book Chapter, *Current Topics on Business, Economics and Finance*, Vol. 8, Hal: 71-80. <https://stm.bookpi.org/CTBEF-V8/article/view/11329>
- Sudirjo, F., A.Y. Rukmana, H. Wandan dan M.L. Hakim (2023), Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat, *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 5. No.1, hal. 55-69.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020), Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6 (1), 42-47, <https://doi.org/10.31603/ce.4244>.