



PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SYRUP JAHE MERAH DANGAU DATUK DI KOTA BENGKULU

Jusuf Wahyudi ^{*1}, Yanto Efendi², Yesi Indian Ariska³, Nirta Vera Yustanti⁴, Azuwandri⁵
^{1,2,3,4}Universitas Dehasen, Bengkulu, Indonesia
⁵STIA Bengkulu, Indonesia

Email: jusuf.wahyudi@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [93 Desember 2022]
 Revised [30 Desember 2022]
 Accepted [01 Januari 2023]

This is an open access article
 under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Perkembangan teknologi beriringan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, berdampak pada pergeseran pemasaran yang dilakukan dari yang konvensional ke digital marketing. Dangau Datuk yang merupakan salah satu UMKM yang salah satu produk yang dihasilkan adalah Syrup Jahe Merah, selama ini produk ini pemasarannya masih terbatas dan masih menggunakan cara-cara konvensional seperti titip jual, permasalahan lain yang dihadapi adalah masih kurangnya pengetahuan tentang digital marketing dan teknik branding dan banyak nya pesaing dengan produk sejenis. Oleh sebab itu pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, pendampingan terhadap kendala dan kekurangan yang ada sehingga bisa diperbaiki kedepannya, mulai dari teknik marketing dengan digital marketing maupun design branding. Setelah pengabdian ini dilakukan dilihat dari hasil evaluasi terhadap peserta pada UMKM Dangau Datuk sudah memahai tentang digital marketing, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran sehingga diharapkan jangkauan pasar yang lebih luas.

ABSTRACT

Technological developments along with advances in science have had an impact on marketing shifts from conventional to digital marketing. Dangau Datuk, which is one of the SMEs, one of the products produced is Red Ginger Syrup. So far, this product has limited marketing and still uses conventional methods such as selling points. Another problem faced is the lack of knowledge about digital marketing and branding techniques. and many competitors with similar products. Therefore this service aims to provide understanding, assistance with existing constraints and deficiencies so that they can be corrected in the future, starting from marketing techniques with digital marketing and branding designs. After this dedication was carried out, it was seen from the results of the evaluation of the participants at the Dangau Datuk UKM who already understood digital marketing, utilizing social media for marketing so that a wider market reach was expected.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Pada kehidupan saat ini kemajuan dalam hal teknologi tidak dapat dihindari, hal ini dikarenakan kemajuan teknologi berjalan beriringan dengan kemajuannya ilmu pengetahuan. kemajuan teknologi juga menimbulkan inovasi yang dapat memberikan banyak sekali manfaat yang



JURNAL SEMARAK MENGABDI

positif, selain itu juga inovasi memberikan banyak kemudahan dan cara baru dalam hal melakukan dan memperlancar kegiatan manusia.

Pada masa pandemic covid-19 yang melanda Negara Indonesia dari awal tahun 2020 sampai dengan saat ini, salah satu kekuatan yang menopang perekonomian Indonesia dan menjadikan kekuatan ekonomi daerah yakni keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bahkan pada saat perusahaan besar mengalami kebangkrutan, UMKM dapat dengan berjalan dan mengembangkan serta memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan media internet akibat adanya kemajuan teknologi. Internet pada saat pandemic Covid-19 sangat memberikan manfaat yang luar biasa bagi pelaku UMKM karena dengan bantuan media internet pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan tidak perlu melakukan transaksi secara langsung. Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk mengangkat nilai dari konsumen sebagai imbalan (Kotler dan Armstrong 2018). Media yang sering sekali dipakai oleh pelaku UMKM yakni Digital Marketing. Digital marketing menurut American Marketing Association (AMA) merupakan aktifitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen dan pihak yang mempunyai kepentingan lainnya dalam (Kannan & Hongshuang 2016). Digital marketing membantu pelaku usaha dalam mencapai metode pemasaran online dengan jangkauan pasar yang lebih luas dan dapat menjangkau calon konsumen di semua daerah, tidak hanya terpaku pada satu tempat saja selayaknya pemasaran konvensional. Banyak manfaat yang didapatkan dengan penerapan digital marketing, misalnya saja pelaku usaha dapat langsung berkomunikasi dengan calon pembeli/ konsumen kapanpun (tidak ada batas waktu), dapat memberikan informasi secara menyeluruh, memberikan pengetahuan yang lebih luas kepada calon konsumen dan dapat membandingkan satu produk terhadap produk yang lain, serta banyak lagi keuntungan lainnya. Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet (Wardhana, 2015).

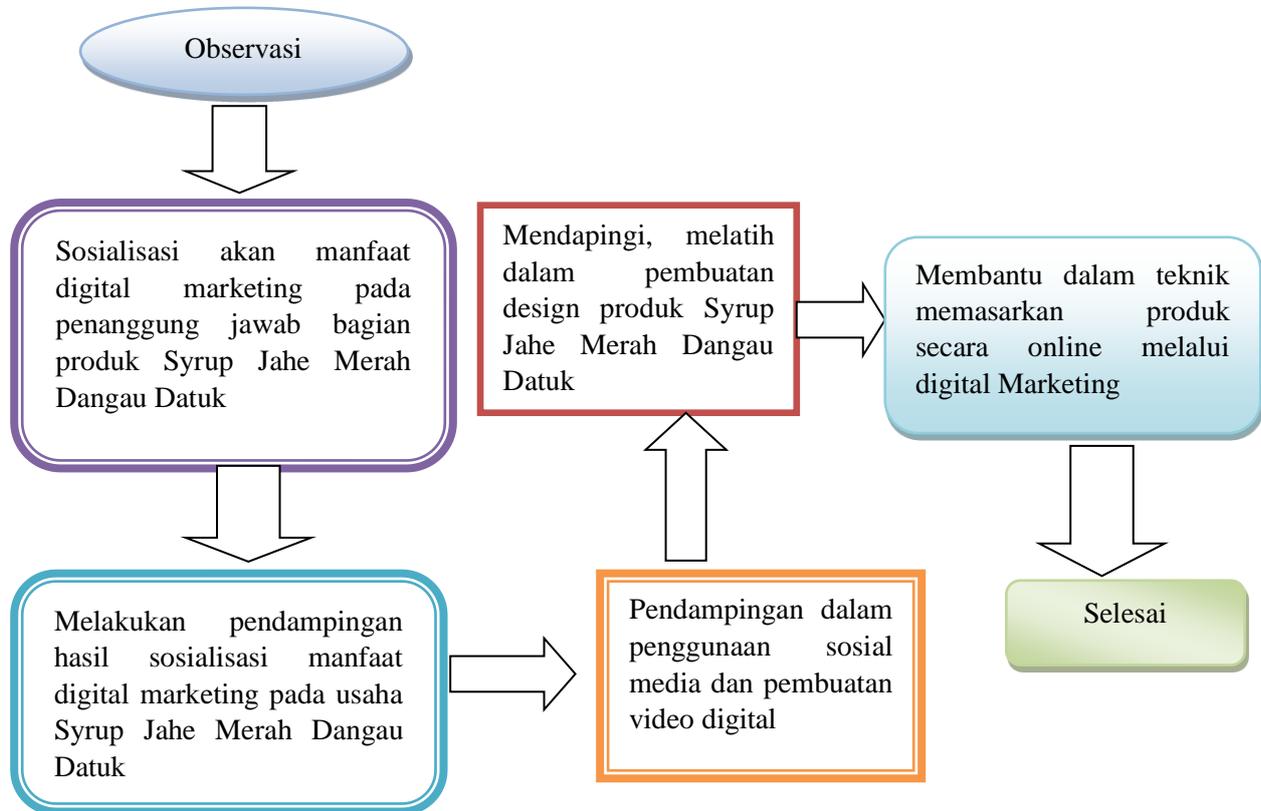
Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini, kelompok yang terdiri dari Dosen Universitas Dehasen Bengkulu dan dosen STIA Bengkulu akan berfokus pada satu UMKM yang berada di Kota Bengkulu yang saat ini belum memanfaatkan teknologi internet yakni media Digital Marketing dalam memasarkan produknya yakni sirup Jahe Merah Dangau Datuk. Dengan peluang pemasaran yang lebih luas, haruslah diimbangi dengan keterampilan dari pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi internet tersebut, karena kemajuan teknologi jika tidak dapat dioperasikan dengan baik dapat memberikan kerugian bagi pelaku usaha, dan sebaliknya jika pelaku usaha dapat memanfaatkan media teknologi internet maka dapat memberikan kemajuan dalam usahanya.

Berdasarkan hasil observasi dan uraian di atas, maka solusi yang dirasa perlu bersama untuk dilaksanakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini yakni memberikan pelatihan dalam memanfaatkan digital marketing, dengan harapan dapat mengkoordinir pesanan calon konsumen, memberikan wawasan terkait design branding yang nantinya diharapkan dapat menambah kreatifitas dalam hal promosi. Adapun target dan luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yakni pelaku UMKM Sirup Jahe Dangau Datuk mendapatkan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan dalam hal pemanfaatan media internet yang nantinya dapat digunakan sebagai media iklan dan penambahan kemajuan usaha dengan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

II. METODE

Berdasarkan pada kebutuhan dan kemajuan usaha UMKM Sirup Jahe Merah Dangau Datuk di Kota Bengkulu, maka kami tim pengabdian kepada masyarakat akan melakukan beberapa langkah atau metode untuk menyelesaikan masalah dengan tahapan sebagai berikut: Inception Fase, langkah ini dilakukan dengan menganalisis keadaan awal atau observasi lapangan. Selanjutnya melakukan Focus Groups Discussion (FGD) kepada UMKM Sirup Jahe Dangau Datuk, hal ini dilakukan guna mengumpulkan informasi lebih lengkap yang diharapkan dapat memberikan solusi atas permasalahan

yang terjadi di UMKM Syrup Jahe Merah Dangau Datuk Kota Bengkulu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahap Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat UMKM Syrup Dangau Datuk

III HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di UMKM Syrup Jahe Merah Dangau Datuk di Kota Bengkulu yang berlangsung dari tanggal 23 Oktober 2022. Adapun proses pertama pemilihan materi/tema ini dikarenakan permasalahan yang dialami oleh UMKM Syrup Dangau Datuk yang berangkat dari hasil wawancara yang dilakukan secara lebih mendalam dengan pemilik dan penanggung jawab usaha. Berikut ini adalah pemilihan utama permasalahan yang harus diselesaikan.

Tabel 1. Permasalahan yang harus diselesaikan

Permasalahan	Alasan dalam pemilihan permasalahan
Teknik penjualan produk usaha Syrup Jahe Dangau Datuk masih menggunakan teknik konvensional (teknik berjualan dari mulut-kemulut), dan menggandalkan titip jual	Diharapkan dengan pemanfaatan teknologi informasi dan pemanfaat digital marketing maka usaha Syrup Jahe Dangau Datuk dapat menjangkau pasar lebih luas dan mengenalkan produk kepada konsumen baru di luar daerah.



JURNAL SEMARAK MENGABDI

Banyaknya pesaing dengan produk sama yang ada di Kota Bengkulu	Perlu adanya kreatifitas dan inovasi dalam mengemas dan memasarkan produk Syrup Jahe Dangau Datuk
Masih rendahnya pengetahuan dari pemilik dan penanggung jawab usaha Syrup Jahe Dangau Datuk mengenai branding dan teknik marketing.	Diharapkan dengan bertambahnya pengetahuan branding dan teknik marketing, maka akan menambah kepercayaan diri pada pemilik dan calon konsumen yang baru.

Dengan diketahuinya masalah utama, tim pengabdian kepada masyarakat akan melakukan dan melaksanakan program pendampingan terhadap kendala dan kekurangan yang harus diperbaiki, memberikan masukan mengenai design branding dan sosialisasi teknik marketing yang lebih modern yaitu berupa digital marketing.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut: pemilik, penanggung jawab dan anggota yang menaungi unit usaha pembuatan Syrup Jahe Merah Dagau Datuk ini mampu untuk: 1. mengerti dan memahami dalam menjalankan pemasaran produknya melalui digital marketing, 2. Memberikan pemahaman dan pengetahuan arti penting digital marketing yang bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan diharapkan menambah pendapatan UMKM Dangau Datuk khususnya dari penjualan produk Syrup Jahe Merah.

Adapun hal-hal yang didapatkan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

1. Pengurus, penanggung jawab dan anggota yang bertanggung jawab pada unit usaha pembuatan sirup Jahe Merah sangat antusias dan menyambut baik kegiatan pengabdian yang dilakukan.
2. Pengabdian ini memeberikan tambahan wawasan tentang digital marketing dan design branding.
3. Memberikan dampak positif peningkatan penjualan dalam waktu yang akan datang setelah pengabdian ini dilakukan.

Sebelum dilakukan sosialisai tim pengabdian Masyarakat telah melakukan pretest dalam bentuk wawancara kepada para pengurus, penanggung jawab dan anggota yang bertanggung jawab terhadap produksi Syrup Jahe merah, maka diperoleh data bahwa:

Tabel 2. Hasil Pre test sebelum Kegiatan Pengabdian dilakukan

No.	Pertanyaan	Jawaban	Persentase
1.	Apa saja media sosial yang sudah saudara miliki	Facebook Instagram	60 % 40%
2.	Apa saudara memahami pemasaran melalui digital marketing?	Ya Tidak	30% 70%
3.	Apakah memasarkan produk secara online sudah bisa dilakukan?	Ya Tidak	25% 75%
4.	Apakah selama ini telah melakukan pemasaran produk memanfaatkan sosial media?	Ya Tidak	25% 75%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa bahwa anggota yang mengikuti sosialisai sudah memiliki media sosial facebook sebanyak 60% dan intagram sebanyak 40%, disini dapat dilihat sebenarnya mereka cukup familiar dengan media sosial, baru 30% yang memahami pemasaran melalui digital marketing, belum optimalnya dalam memasarkan produknya secara online yang baru 25%, mereka baru akan memulai untuk melakukan pemasaran produknya dengan digital marketing salah satu yang sudah dilakukan adalah mulai untuk memasarkan melalui media sosial.

Setelah dilakukan sosialisai tentang digital marketing dan masukan-masukan terhadap design branding Syrup Jahe Merah ini. maka tim pengabdian melakukan lagi evaluasi kepada



JURNAL SEMARAK MENGABDI

pengurus, penanggung jawab anggota untuk melihat sejauh mana pengabdian ini memberikan dampak yang positif bagi UMKM Dagau Datuk Kota Bengkulu.

Tabel 3. Hasil Post Test setelah Pengabdian dilakukan

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase
1.	Setelah mengikuti sosialisai ini apakah saudara sudah memahami tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran produk	Ya	100%
2.	Setelah sosialisasi ini apakah sudah menambah pengetahuan saudara tentang digital marketing?	Ya	100%
3.	Setelah mengikuti sosialisai ini apakah saudara sudah paham untuk memasarkan produk secara online?	Ya	100%
4.	Setelah sosialisasi ini media sosial apa yang saudara gunakan untuk pemasaran produk	Facebook Instagram	100%

Dapat kita lihat dari hasil evaluasi yang dilakukan bahwa pengetahuan tentang pemasaran dengan digital marketing sudah mengalami peningkatan kearah yang lebih baik dengan persentase 100%, terbukanya keinginan untuk lebih mengoptimalkan pemasaran melalui digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dengan tujuan memperluas pangsa pasar yang diharapkan menambah pula jumlah penjualan produk Syrup Jahe Merah ini.

Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi



Gambar 2. Peserta serius mengikuti kegiatan



Foto 3. Melihat langsung proses pembuatan Syrup Jahe Merah



JURNAL SEMARAK MENGABDI



Gambar 4. Produk Syrup Jahe Merah yang telah jadi dan dikemas



Foto 5. Mewakili Tim Pengabdian memberikan Kenang-kenangan

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat yang terdiri dari Dosen Universitas Dehasen Bengkulu dari berbagai jurusan dan dosen STIA Bengkulu pada UMKM Syrup Jahe Dangau Datuk Kota Bengkulu:

1. Kegiatan penyuluhan/sosialisasi dilakukan dalam rangka untuk memberikan pengetahuan/edukasi manfaat digital marketing yang nantinya akan memberikan kemajuan dalam memasarkan produk dari usaha Syrup Jahe Merah Dangau Datuk.
2. Pemilik usaha, penanggung jawab dan anggota termotivasi untuk menerapkan sistem berjualan online atau teknik digital marketing dengan diharapkan akan mendatangkan konsumen baru dari luar daerah.

Saran

Saran yang diberikan dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Selanjutnya diharapkan adanya pendampingan dan bimbingan yang berkelanjutan jadi edukasi/pengetahuan ilmunya tidak sebatas waktu pengabdian saja.
2. Diharapkan pendampingan/pelatihan/sosialisasi berikutnya dengan tema pelatihan pengelolaan keuangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana karena dukungan bantuan pihak-pihak terkait:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu beserta jajarannya.
2. Pihak dari STIA Bengkulu
3. Pemilik dan Pengurus dari UMKM Dangau Datuk Kota Bengkulu
4. Penanggung Jawab dan anggotanya dari unit yang mengurus produksi Syrup Jahe Merah
5. Dan semua pihak yang telah mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). *Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda*. International Journal of Research in Marketing.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rachmad Saputra, Bela Safitri Wahyudi, Fajar Aulia Rahman, Muhammad Ammar Huseini, Harry Firmansyah, Arum Sekar Priyati, Hanifa Febriani, Nurul Fadhila Ramadhona, Putri Khairani, Rifa Shovia, & Riska JH Jundiah. (2022). PENGOLAHAN RIMPANG JAHE (*Zingiber officinale* Rosc.) SEBAGAI MINUMAN HERBAL PADA ERA NEW NORMAL DI DESA GUNUNG MULYA KABUPATEN KAMPAR. *PAKDEMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 147-152. <https://doi.org/10.58222/pakdemas.v2i1.78>
- Wardahana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV UPI, Bandung.