

## IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA USAHA KERIPIK SINGKONG MBAH SUPARNI DESA PANCA BAKTI – TEGINENENG

Rieka Ramadhaniyah\*, Reva Meiliana, Nolita Yeni Siregar,  
Dian Mustika, Retno Dwi Handayani

IIB Darmajaya - Lampung

Correspondent Author Email\*: [ramadhaniyah@darmajaya.ac.id](mailto:ramadhaniyah@darmajaya.ac.id)

### *Abstract*

*Mbah Suparmi's independent business making chips is located in Panca Bakti village, Tegineneng. Online promotional and sales activities are one of the activities to increase income. Marketing strategy through social media. Mbah Suparmi's independent business is encouraged to use Facebook and Instagram to support her business. One of the service teams is in improving digital marketing implementation. The aim of this service activity is to increase the competitiveness of independent businesses through increasing the implementation of digital marketing. In this problem, the method used by the service team is conducting training on digital marketing. The results of the service activities are increased marketing activities for Mbah Suparmi's independent business in accessing social media as well as the integration of social media with marketplace accounts. This shows that there is an increase in digital marketing mastery, which is expected to expand market reach so that it can encourage increased product sales.*

**Keywords:** MSME's, Social media, Digital marketing

### **Abstrak**

Usaha mandiri mbah suparmi membuat keripik berlokasi didesa Panca Bakti, Tegineneng. Kegiatan promosi dan penjualan melalui online merupakan salah satu kegiatan untuk meningkatkan pendapatan. Strategi pemasaran melalui social media. Usaha mandiri mbah suparmi dianjurkan menggunakan Facebook dan Instagram untuk mendukung bisnisnya.

Tim Pengabdian salah satunya ada di peningkatan implementasi digital marketing. Tujuan kegiatan pengabdian ini ialah meningkatkan daya saing usaha mandiri melalui peningkatan implementasi digital marketing. Dalam permasalahan ini metode yang dilakukan oleh tim pengabdian melakukan pelatihan tentang digital marketing. Hasil kegiatan pengabdian adalah meningkatnya aktivitas pemasaran bagi usaha mandiri mbah suparmi dalam mengakses media sosial maupun adanya integrasi media sosial dengan akun marketplace. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan penguasaan digital marketing diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar sehingga dapat mendorong peningkatan penjualan produk.

**Keywords:** UMKM, Pemasaran digital, Media sosial

## PENDAHULUAN

UMKM (usaha mikro kecil menengah) merupakan istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM pada masa modern seperti sekarang ini harus lebih ditingkatkan lagi dalam pengembangan agar UMKM tersebut semakin besar. Peningkatan UMKM bisa dari berbagai aspek seperti inovasi kemasan, pemasaran, SDM, dan dari aspek teknologi. Digitalisasi mampu memfasilitasi UMKM untuk meningkatkan pemasaran serta pengenalan produk kepada masyarakat.

Melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat membantu dan mendampingi UMKM untuk meningkatkan dan mengembangkan perekonomian. Bidang Ekonomi yang kami ambil yaitu salah satunya Usaha Mandiri Keripik Mbah Suparni yang berada di Dusun Purwosari Desa Panca Bakti, Usaha Mandiri ini bergerak dibidang industri makanan yang menyediakan produk kripik Singkong. Produk ini merupakan produk makanan ringan yang dimana pembuatannya tidak menggunakan pengawet dan dijamin aman untuk di konsumsi oleh anak-anak. Yang mana bahan dasar singkong tersebut didapat dari hasil tani Desa Panca Bakti.

Usaha mandiri ini berdiri sejak awal bulan juli 2021 di mana usaha tersebut merupakan usaha yang dibuat oleh ibu Suparni dan di bantu oleh cucunya. Dalam merintis usaha tersebut, terdapat beberapa masalah seperti tidak adanya logo produk yang masih biasa atau kurang menarik, penjualan produk yang hanya dipasarkan melalui warung-warung sekitar Desa Panca Bakti saja sehingga pendapatan yang di dapatkan masih kurang, kurangnya kualitas sumber daya manusia terkait tentang apa itu teknologi berbasis digital seperti bagaimana cara penggunaan serta pemasaran produk menggunakan sosial media dan *E-commerce* sebagai salah satu prantara sebuah usaha untuk memasarkan produknya ke masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas.

Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha olahan keripik singkong ini yaitu mengenai permasalahan cara menjual dan segmen pasar yang dituju juga menjadi alasan kenapa olahan keripik singkong masih belum dapat bersaing secara baik dalam pasar yang tersedia. Di era sekarang ini, para pelaku usaha hendaknya bisa memanfaatkan media

digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh usaha tersebut (Naimah et al., 2020).

Mengelola pemasaran secara digital dapat berfokus pada beberapa hal seperti beriklan di internet, membuat konten dan foto produk. Menurut Sari dan Rani dalam Prakoso et al., (2022) bahwa *Whatsapp*, *Instagram* dan *marketplace* memiliki traffic kunjungan yang sangat tinggi. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan baik dalam pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk agar pengembangan usaha mandiri lebih optimal. Dalam kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Usaha mandiri tersebut agar dapat memanfaatkan media yang ada sebagai perantara dalam pemasarannya.

## METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan dengan melakukan survey untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku bisnis pada usaha mandiri mbah Suparmi tentang digital marketing. Pada usaha tersebut ternyata masih memiliki kendala dalam pemasarannya karena kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing sebagai sarana pemasaran. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan kunjungan ke lokasi usaha yang berada di Desa Panca Bakti, Tegineneng, Lampung.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada usaha mbah Suparmi bulan Juli - Agustus 2023. Usaha mandiri keripik singking mbah Suparmi ini merupakan *home industry* yang memproduksi keripik singkong dengan rasa hanya original. Hasil wawancara untuk mengetahui kendala dan kesulitan yang dialami serta memaparkan rencana pemasaran digital yang akan diimplementasikan.

*Whatsapp*, *Instagram* dan *marketplace* dipilih sebagai perangkat untuk melakukan digital marketing yang akan dioptimalkan penggunaannya sebagai pengimplementasian pemasaran digital. Jenis pelatihan adalah pemberian sosialisasi mengenai bagaimana cara memasarkan usaha melalui salah satu platform digital marketing yaitu Marketplace Shopee, pemanfaatan social media WhatsApp, Instagram dan Facebook

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama melakukan proses pemberian materi terkait dengan digital marketing dan pelatihan penggunaan aplikasi social media dalam pemasaran. Pada

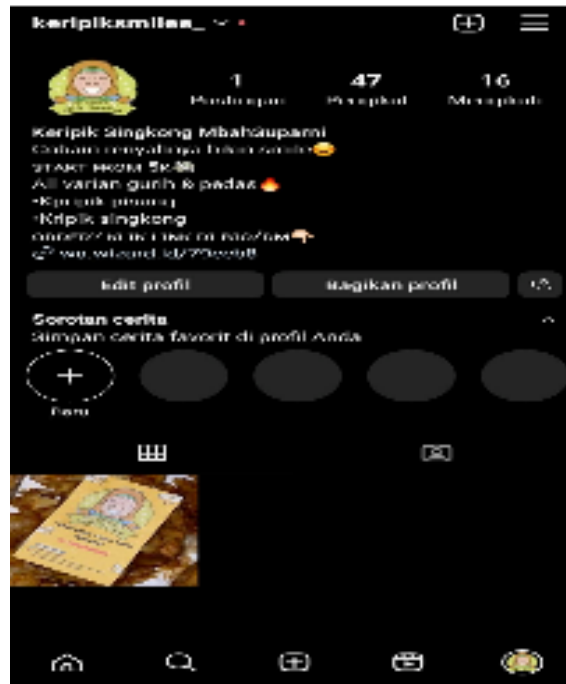
kegiatan pelatihan ini dianggap sangat bagus, memberikan wawasan dan tambahan ilmu, memberikan manfaat, dan memberikan inspirasi. Pelaku usaha mandiri diharapkan akan melakukan pengembangan usaha ini dilakukan secara berkelanjutan.



**Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Usaha Mandiri "Keripik Mbah Suparni.**

Dalam kegiatan ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) telah membuat akun Instagram untuk Usaha Mandiri "Keripik Mbah Suparni." Pembuatan akun media sosial Instagram ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Dengan adanya Instagram ini, harapannya adalah pasar Usaha Mandiri Keripik Mbah Suparni dapat menjadi lebih luas dan produk ini menjadi lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Selain itu, akses untuk pembelian oleh konsumen juga menjadi lebih mudah.

Di bawah ini adalah tampilan dari Akun Instagram Keripik Mbah Suparni. Pembuatan akun Instagram ini melibatkan pemilihan username yang menarik dan penambahan tagline "Cobain Renyahnya Bikin Smile" untuk menarik perhatian dalam pemasaran produk Keripik Mbah Suparni. Selain itu, tim PkM juga memasukkan tautan WhatsApp yang akan memudahkan konsumen untuk menghubungi pemilik usaha, selain melalui *Direct Message* Instagram



Gambar 1. tampilan dari Akun Instagram Keripik Mbah Suparni

## SIMPULAN

Telah dilaksanakannya kegiatan digital marketing dan meningkatkan pemasaran melalui media sosial secara optimal sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan pemasaran pada Usaha Mandiri Keripik Mbah Suparni karena memang Usaha Mandiri ini masih tergolong pendatang baru dan memang sangat diperlukan suatu strategi agar banyak masyarakat yang mengetahui Usaha Mandiri ini. Kegiatan ini membawa dampak pada Usaha Mandiri Keripik Mbah Suparni, terutama untuk meningkatkan penjualan yang telah di posting melalui media sosial Instagram juga sebagai sarana promosi agar memperluas jangkauan lebih luas untuk membantu dalam peningkatan penjualan dan juga target pemasaran.

Dampak dari kegiatan ini bagi pihak Usaha Mandiri salah satunya Tim PkM dapat mengajarkan digital marketing melalui pembuatan dan penggunaan platform media sosial instagram kepada Usaha Mandiri dan meningkatkan pemasaran secara online. Setelah dibuatkan akun Instagram Usaha Mandiri menjadi lebih dikenal banyak orang, lalu memperluas target pasar diluar dari Desa Panca Bakti yang awalnya hanya dijual *door to door* atau dari warung dan hanya warga setempat yang membelinya.

Saran yang bertujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan Usaha Mandiri Keripik Mbah Suparni di Desa Panca Bakti Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran, antara lain:

1. Menambahkan karyawan ketika permintaan dari pasar tidak bisa di atasi Sendiri.
2. Menambahkan karyawan paruh waktu untuk mengelola media sosial usahanya.
3. Perlunya menjalin hubungan relasi bisnis agar tidak kesulitan dalam proses produksi dan distribusi agar usaha dapat terjamin kedepannya.
4. Perlunya Usaha Mandiri agar dapat lebih kreatif dalam mencoba terobosan-terobosan terbaru dalam berinovasi seperti rasa atau bahan baku lain, agar konsumen dapat terus memiliki keterarikan dengan pada produk tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact: Implementation And Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/Impact.V2i2.844>
- Prakosa, A., Marwa, A., Titisari, D. A., & Astuti, V. D. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Keripik Ruky Ngudi Rejeki. *Jurnal Nauli*, 2(1), 17–23. <https://doi.org/10.1234/Jurnal>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, 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>