

Transformasi Digital Marketing Industri Manco Kabupaten Madiun

Heny Sidanti^{1*}, Erma Wulan Sari², Ahmad Nur Aziz³, Hari Purwanto⁴,
Dea Seven Angella⁵, Nasta'in Illa Noor⁶

¹⁻⁶ Universitas PGRI Madiun

^{1*} heny.sidanti@unipma.ac.id; ² ermawulansari@unipma.ac.id; ³ ahmadnuraziz@unipma.ac.id;

⁴ hari.purwanto@unipma.ac.id;

Abstrak

Sejak adanya wabah virus Covid-19 banyak home industri manco ini merasa kesulitan dalam hal pemasaran, maka dibutuhkan teknologi dalam sebuah transformasi digital. Hal ini dikarenakan sebagian besar dari pengusaha manco ini masih melakukan pemasaran secara tradisional. Tujuan dari program kemitraan kepada masyarakat ini adalah memberdayakan usaha industri rumah tangga mitra dengan memberikan inovasi teknologi untuk pengembangan dan strategi pemasaran dengan berbasis teknologi dan informasi dalam bentuk *e-commerce*. Solusi dari permasalahan tersebut dibagi menjadi dua, yaitu pertama adalah perlu adanya penerapan teknologi berupa aplikasi *e-commerce* melalui marketplace dan media sosial. Kedua yaitu perlu adanya strategi packaging yang baik dan menarik sehingga dapat menambah nilai jual produk agar mampu bersaing dalam pemasaran secara *e-commerce*.

Kata Kunci: *transformasi digital, Manco, e-commerce, marketplace*

Pendahuluan

Desa Tambakmas merupakan desa yang terletak paling selatan dan sebelah barat yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Magetan. Mayoritas penduduk dari Desa Tambakmas bermata pencaharian sebagai petani di mana hasil dari pertanian sebagian besar adalah beras ketan. Dengan melimpahnya hasil panen berupa beras ketan menjadi potensi daerah untuk dikembangkan guna meningkatkan nilai tambah secara ekonomi. Salah satu cara yang dapat dilakukan guna meningkatkan nilai tambah yaitu dengan mengolah produk olahan beras ketan tersebut agar dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu yang lebih lama dan lebih menarik serta variatif. Olahan produk yang terbuat dari bahan beras ketan yang terus dikembangkan pada saat ini adalah home industri manco.

Manco merupakan makanan khas tradisional dari Desa Tambakmas Kebonsari Madiun. Makanan ini sudah ada sejak tahun 1960-an. Bahan utama dari pembuatan kue manco adalah beras ketan, gula jawa dan tepung beras. Rata-rata penduduk desa tambakmas yang membuat kue manco ini adalah para ibu-ibu dengan usia yang masih produktif. Salah satu pemilik home industri Kue Manco ini adalah Ibu Winarsih yang beralamat di Dusun Grogol RT 12, RW 01, Ds. Tambakmas, Kec. Kebonsari, Kab. Madiun.

Ibu Winarsih ini selalu memprioritaskan rasa dan kualitas kue Manco. Sehingga kue manco yang diproduksi ini banyak diminati oleh para konsumen.



Gambar 1. Proses pembuatan kue Manco

Sejak adanya wabah virus Covid 19 banyak home industri manco ini merasa kesulitan dalam hal pemasaran. Hal ini dikarenakan sebagian besar dari pengusaha manco ini masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan melakukan penjualan di pasar atau dititipkan di toko-toko terdekat. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan kepada masyarakat agar dapat mengatasi masalah yang terjadi dengan melakukan transformasi pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara tradisional/offline diubah menjadi online dengan memanfaatkan platform digital.

Persoalan khusus yang dihadapi oleh mitra, diantaranya: 1) Belum adanya strategi pemasaran produk yang berbasis teknologi sehingga minimnya transaksi penjualan dikarenakan kurangnya promosi di media sosial, sehingga sulit bagi produk kue manco berkompetitif dengan produk sejenisnya di Marketplace yang ada di kota-kota lainnya. 2) Kurangnya jumlah SDM yang andal dan terlatih, sehingga perlu menyiapkan tenaga SDM kreatif yang terlatih dan memiliki skill tinggi. 3) Jumlah produksi yang masih sedikit karena kurangnya pesanan pelanggan dan jumlah pekerja yang membantu dalam memproduksi Kue Manco ini. 4) Belum adanya aplikasi untuk laporan pemasaran dalam mengkalkulasi keuntungan produk ini yang tidak terintegrasi sehingga mobilitas proses produksi dan kontroling menjadi tidak efektif. 5) Kurangnya kesadaran perlindungan hak intelektual pada Mitra sehingga sangat rawan jika desain produknya diduplikasi dan diproduksi secara bebas oleh UKM lainnya. 6) Perlu peningkatan tata kelola produksi.



Gambar 2. Produk kue manco dalam kemasan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka solusi yang dapat diberikan kepada pemilik home industri kue manco adalah memberikan pelatihan terkait pemasaran dengan e commerce atau pemasaran secara online. Transformasi Digital disini adalah perubahan yang berhubungan dengan penerapan teknologi digital dalam semua aspek kehidupan masyarakat. Pelatihan dapat diberikan dengan cara memberikan pelatihan pada pembuatan username media social seperti instagram, dan facebook. Selain itu pemilik industri juga diberikan pelatihan terkait pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi e commerce seperti shopee, tokopedia dan lazada.

Menurut Turban et al. (2015) Perdagangan elektronik (electronic commerce, disingkat EC, atau e-commerce mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Sedangkan menurut Permana et al (2021) E-commerce mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas.

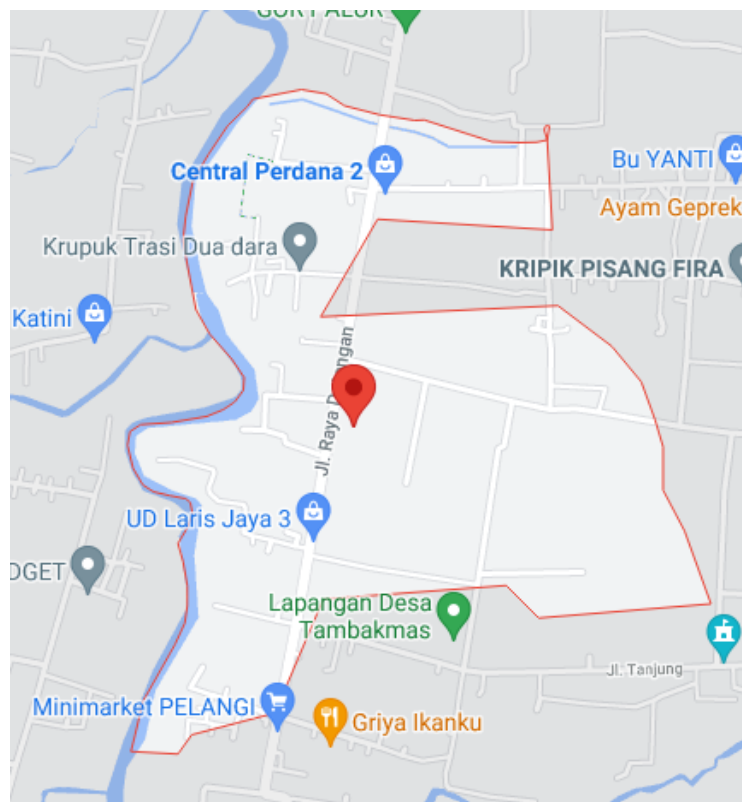
Pemasaran Produk secara online memiliki banyak keuntungan. Keuntungan pemasaran online salah satunya yakni bisa mendapatkan akses tanpa batas dalam memasarkan produk. Kehadiran platform online seperti website dan media sosial mampu menghapus sekat-sekat geografis. Pemasaran produk manco secara online ini dapat didukung dengan adanya packaging produk yang aman dan menarik. Karena dengan packaging yang aman dan menarik makan akan menambah nilai jual dari produk sehingga kue manco dapat bersaing dipasar online.

Metode Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di salah satu Pemilik home industri Kue Manco Ibu Winarsih yang beralamat di Dusun Grogol RT 12, RW 01, Ds. Tambakmas Kec. Kebonsari Kab. Madiun.



Gambar 3. Lokasi Kegiatan



Gambar 4. Peta Lokasi

Schedule pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di industri pembuatan kue manco adalah sebagai berikut:

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan Pendampingan Mitra												
2	Pendampingan Inovasi Produk												
3	Pelatihan Inovasi Produk												
4	Pelatihan Penguatan E-Commerce												
5	Laporan Akhir												

Gambar 5. Schedule pelaksanaan kegiatan

Tahap pertama diawali dengan kunjungan mitra dan persiapan pendampingan mitra. Tahap kedua berupa pendampingan inovasi produk, hal ini bertujuan untuk pengembangan serta inovasi agar produk menjadi lebih menarik. Tahap ketiga pelatihan inovasi produk berupa kegiatan pelatihan guna produk menjadi berbagai rasa dan juga pengemasan yang baik. Tahap keempat berupa pelatihan penguatan *e commerce*, yaitu pelatihan dalam pemasaran produk menggunakan teknologi internet berupa memasarkan produk diberbagai marketplace. Tahap kelima merupakan tahap akhir yaitu pembuatan laporan.

Hasil dan Pembahasan

Usaha kue manco ini merupakan produk UKM unggulan dan menjadi icon dari Desa Tambakmas. Kue Manco ini merupakan kue tradisonal yang banyak diminati oleh masyarakat. Mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif dan mengarah ke ekonomi produktif, maka pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan pada bidang permasalahan yang berbeda yang ditangani pada mitra.

Permasalahan terkait dengan sistem produksi masih terbatas, hanya mampu memproduksi kue Manco yang ada di desa Tambakmas Kebonsari Madiun pertahun yang dibantu oleh 5 orang karyawan. Permasalahan produksi dipengaruhi atmosfer kerja sehingga perlu dilakukan program penataan ulang dapur kerja yang kondusif. Melakukan tata kelola sistem produksi sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi agar di tahun mendatang bisa meningkatkan produksi minimal 20-25% tiap tahunnya dan capaian angka produksi tersebut tetap diimbangi dengan kualitas produk yang senantiasa terjaga. Kemudian yang tak kalah pentingnya ialah menyiapkan bahan baku utama kue Manco yang dapat di simpan sebagai persediaan. Hal ini berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan dengan cita rasa dari kue Manco itu sendiri.



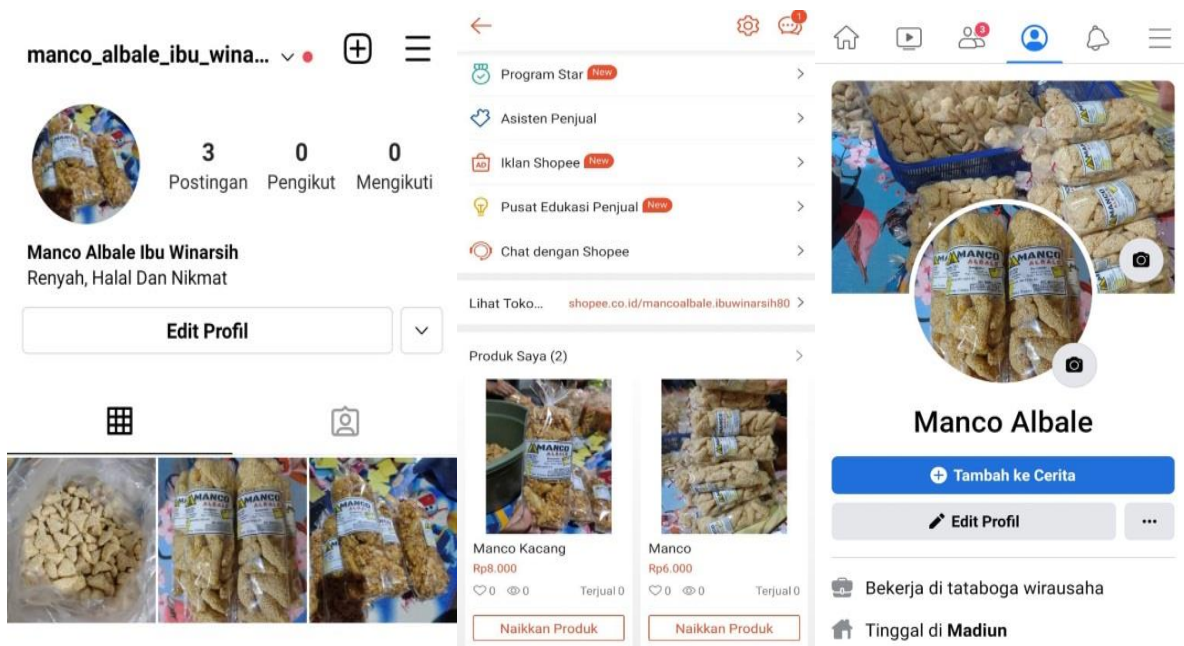
Gambar 6. Bahan baku kue manco

Sistem packaging dan pemasaran yang telah dilakukan dan berjalan selama ini masih belum mencukupi sehingga perlu dilakukan solusi untuk menyelesaikan persoalan tersebut melalui pelatihan Packaging yang menarik konsumen, tata kelola produksi, dan tata kelola pelaporan keuangan dan pajak serta pemasaran yang modern dengan melalui media sosial/ E- Commere. Pedampingan sistem manajemen keuangan, marketing, dan sistem pelaporan pajak yang perlu ditingkatkan melalui penguatan E- Commerce dengan metode layanan online sistem yang terpadu. Melalui pelatihan dan pendampingan tata kelola yang baik dan profesional maka diharapkan bisnis plan yang dirintis dan dikembangkan tetap memiliki potensi progresifitas yang baik.



Gambar 7. Packaging

Pemasaran yang ada masih mengandalkan pemasaran tradisional dan masih belum melalui jejaring media sosial dan website untuk menopang pergerakan bisnis E-Commerce. Hal ini karena sistem pemasaran masih dilakukan satu orang yakni owner sekaligus founder itu sendiri yang dibantu tiga orang untuk menempati posisi pemasaran. Solusi lain selain penguatan sistem pemasaran berbasis E-Commerce serta aktif dalam mengikuti pameran lokal, nasional, regional, maupun pada event-event pameran internasional. Meningkatkan skill SDM pada sektor produksi dan melakukan penguatan sistem tata kelola pemasaran berbasis E-Commerce melalui berbagai program pelatihan pemasaran E-Commerce. Pelatihan penguatan E-Commerce dengan melakukan program pendampingan penguatan sistem E-Commerce diberikan oleh expert IT dan manajemen pemasaran. Pelatihan pembuatan e-commerce disini menggunakan berbagai platform media social seperti facebook dan instagram, sedangkan di marketplace menggunakan platform shopee, tokopedia dan bukalapak.



Gambar 8. E-commerce

Kesimpulan

Pada masa pandemic Covid-19 seperti sekarang ini merupakan penghambat bagi semua bidang industry baik industry besar maupun UMKM. Ibu Winarsih selaku pelaku UMKM dengan industri pembuatan kue manco juga terdampak pada penurunan pendapatan usahanya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk membantu mitra guna menemukan solusi dalam permasalahan tersebut. Solusi yang diberikan adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media pemasaran guna meningkatkan hasil usaha pendapatan industry UMKM. Kegiatan pelaksanaan abdimas terbilang lancar namun juga terdapat beberapa hambatan yakni mitra masih tergolong awam dan kurangnya pengetahuan mengenai internet dan marketplace e-commerce. Jadi expert memberikan pengetahuan dengan perlahan agar dapat dipahami oleh mitra.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada: 1) Ibu Winarsih selaku mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, 2) LPPM Universitas PGRI Madiun yang telah mendukung administrasi kegiatan abdimas ini sehingga berjalan dengan lancar, 3) Lembaga Universitas PGRI Madiun yang memberikan sumbangsih serta support sehingga kegiatan berjalan dengan lancar.

Referensi

- Turban, E., et. al. (2015). *Electronic commerce a Managerial and Social Networks Perspective* 8th edition. Springer.
- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Rakhmawati, N. A. (2021). Analisis Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1).