LOYALITAS
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume IV Nomor 2 November 2021
ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing pada UMKM Industri Olahan Hasil Laut di Kelurahan Sukolilo Baru, Kenjeran Surabaya

Margaretha Ardhanari[1], Gratianus Edwi Nugrohadi[2], Monica Ajeng Erwita[3]
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
[1]margaretha@ukwms.ac.id, [2]edwi-nugrohadi@ukwms.ac.id,
[3]ajengerwita@ukwms.ac.id

ABSTRACT: *Crackers made out of Seafood are a typical product produced by SMEs in the Kenjeran area of Surabaya. This product is a product that is always sought after by local residents and tourists, when visiting Surabaya, as well as tourist destinations in the Kenjeran area. But since the pandemic, the sales of these SMEs have decreased, due to the social restrictions imposed by the government. In order to reactivate the opportunities and capabilities of the SMEs in the marine product processing industry after the COVID-19 pandemic, a new breakthrough is needed regarding marketing efforts that can increase sales. It is because of this SMEs still use the conventional method, which is just waiting for costumers to come and buy, while the products sold have a limited shelf life. Based on the problems faced by this SMEs, the community service team designed training and assistance using a service learning strategy that aims to: (a) Provide an understanding of the need to change the perspective on using technology to market products; (b) Introducing various social media and market places that can be used to market products; (c) Provide orientation on free promotional media to the creation of product accounts on promotional media; (d) Making product photos with cellphone cameras for media content; (e) Writing and uploading short content on photo images on social media. The result of community service is the ability and skills of the small-medium enterprises in marketing products digitally, namely through social media and market places.*

Keyword: *Digital marketing, Kenjeran, unique products*

Pendahuluan

Kelurahan Sukolilo Baru merupakan kelurahan yang memiliki luas terbesar di Kecamatan Bulak, yaitu 2,967 Km^2 dengan jumlah penduduk 11.222 jiwa. Mayoritas penduduk memiliki mata pencaharian sebagai nelayan dan pengolah hasil laut. Hal ini didukung oleh kondisi geografis

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

wilayah yang berbatasan dengan laut. Data dari kelurahan menyebutkan bahwa terdapat 1.019 orang bekerja sebagai buruh dan 1.505 bekerja sebagai wiraswasta kecil-kecilan, pengolahan kerupuk hasil laut. Sebagai sentra pengolahan hasil laut, di Kelurahan Sukolilo Baru terdapat 19 toko UMKM yang memasarkan produk kerupuk olahan hasil laut. [1]

Sentra ini terletak diantara dua destinasi pariwisata yang ada di Surabaya yaitu Kenjeran Park dan Pantai Ria Kenjeran. Produk ini merupakan produk khas dan merupakan oleh-oleh yang banyak diminati, baik warga local maupun wisatawan yang berkunjung ke Surabaya. Pusat oleh-oleh Surabaya, selalu menjadikan produk ini sebagai produk andalan untuk dijual.

Sejak pandemi Covid-19 dimana diterapkan *sosial distancing*, Kenjeran Park dan Pantai Ria Kenjeran ditutup untuk wisatawan, tujuannya adalah untuk menekan penyebaran virus Corona. Hal tersebut berdampak pada penurunan produksi dan penjualan produk kerupuk hasil olahan laut, karena tidak adanya pemasok bahan baku serta tidak adanya pengunjung pariwisata Kenjeran, yang merupakan konsumen potensial oleh-oleh tersebut.

Melihat kondisi ini, tim abdimas melakukan studi pendahuluan, dimana tujuannya untuk memetakan permasalahan yang dihadapi mitra sasaran. Hasil studi pendahuluan memberikan simpulan bahwa penurunan penjualan ini disebabkan karena mitra hanya menjual menggunakan format toko atau menunggu konsumen untuk dating membeli. Sedangkan pada masa pandemi, tidak memungkinkan konsumen untuk datang langsung ke sentra kerupuk olahan hasil laut ini. Disisi lain, produk yang dihasilkan UMKM ini memiliki daya tahan yang tidak lama (mudah rusak). Kerugian dari mitra menjadi berlipat karena lahan usaha yang digunakan merupakan

[1] BPS, Kecamatan Bulak Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Surabaya, 2020.

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

lahan sewa, yang harus tetap dibayarkan setiap bulan. Oleh karena itu, dibutuhkan terobosan baru agar usaha mitra ini dapat terus berjalan.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan menggunakan strategi *service learning* yang melibatkan mahasiswa dalam proses pelatihan dan pendampingan. Tujuan dari penggunaan strategi *service learning* agar mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan terlibat secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada 15 UMKM olahan hasil laut adalah sebagai berikut :

1. Studi Pendahuluan

   Tim Abdimas melakukan survey pendahuluan pada mitra, hal ini dilakukan untuk mengetahui kesediaan mitra untuk bekerjasama dengan tim abdimas. Selain itu dilakukan juga perijinan pada pemangku wilayah terkait kegiatan abdimas yang akan dilaksanakan.
2. Analisis kebutuhan

   Tim Abdimas bersama mahasiswa melakukan pendalaman permasalahan mitra serta menetapkan solusi bersama yang akan dilakukan. Selanjutnya dipetakan perangkat komunikasi dan sumber daya yang dimiliki oleh mitra, sebagai dasar pemilihan solusi pada masing-masing mitra. Tahap akhir adalah menetapkan solusi pada masing-masing mitra berdasarkan sumber daya yang dimiliki.
3. Pelaksanaan
   a. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Tahap pertama adalah kegiatan *mind shifting*, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang perlunya mengubah cara pandang pada penggunaan teknologi untuk memasarkan produk.

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

b. Mitra dikenalkan pada berbagai media sosial dan *market place* yang dapat digunakan untuk memasarkan produk
c. Orientasi tentang media promosi yang tidak berbayar sampai pada pembuatan akun produk pada media promosi.
d. Pelatihan foto produk dengan kamera *handphone* untuk konten media.
e. Pelatihan penulisan konten singkat pada gambar foto pada media sosial. Pelatihan ini diadakan untuk meningkatkan kemampuan menulis kreatif mitra.
f. Pelatihan untuk mengunggah konten materi promosi pada media sosial.

4. Evaluasi

   Evaluasi program pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat. Keberhasilan program ditujukkan dengan adanya peningkatan keterampilan mitra dalam mengelola penjualan melalui media sosial dan *market place*.

5. Pelaporan

   Pelaporan dilakukan melalui seminar hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dihadiri oleh civitas akademika dan juga pemangku wilayah kegiatan pengabdian pada masyarakat. Selain itu juga pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan secara tertulis.

Hasil dan Diskusi

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan koordinasi dengan pemangku wilayah kelurahan Sukolilo Baru, menghasilkan kesepakatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat secara berkesinambungan, sehingga

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

dibutuhkan paying hukum untuk pelaksanaan kegiatan tersebut yaitu berupa draft MOU.

2. Hasil penyuluhan pada semua mitra, dapat disimpulkan bahwa semuanya tertarik dan berminat untuk melakukan pemasaran melalui media digital mengingat saat ini (sejak pandemi covid 19) sudah terjadi perubahan perilaku konsumen. Konsumen produk olahan hasil laut yang mayoritas memiliki loyalitas tinggi, tidak lagi berminat membeli secara langsung di toko Mitra. Oleh karena itu, Mitra dikenalkan pada berbagai media sosial dan *market place* yang dapat digunakan untuk memasarkan produk

3. Pelatihan digital marketing pada media promosi yang tidak berbayar sampai pada pembuatan akun produk pada media promosi.

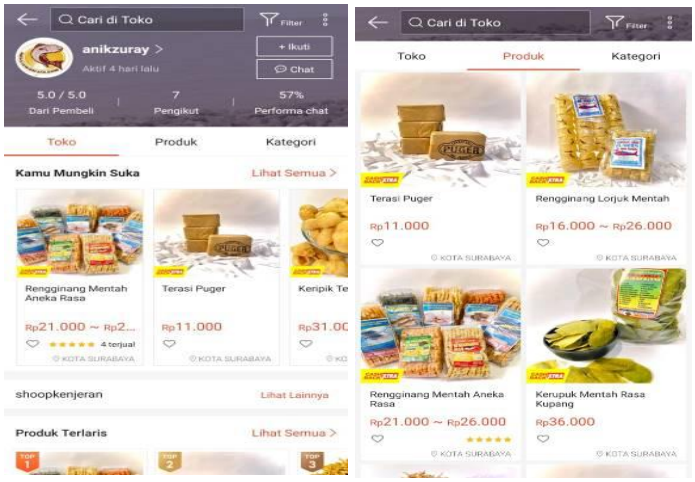
   Kegiatan pertama adalah pelatihan orientasi media promosi tidak berbayar dilakukan oleh mahasiswa di tempat masing-masing UMKM, hal ini dilakukan untuk mengurangi kerumunan dan juga untuk efektifitas pelaksanaan pelatihan. Mengingat kemampuan menyerap materi pelatihan dan waktu yang dimiliki masing-masing UMKM berbeda.

   Kegiatan kedua adalah pelatihan digital marketing ini terdiri dari dua pelatihan. Pada pelatihan pertama, tim pengabdian pada masyarakat mengenalkan penggunaan media sosial sebagai sarana memasarkan produk, yaitu fungsi *whatsapp* bisnis dan Instagram untuk memasarkan produk serta mengajarkan cara membuat *whatsapp* bisnis dan juga Instagram.

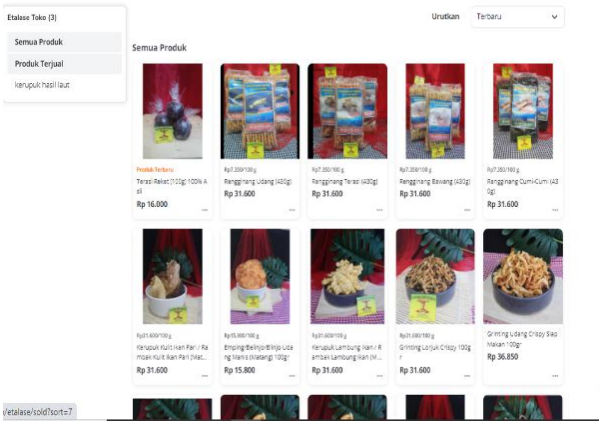
   Pelatihan kedua adalah mengenalkan *marketplace* untuk memasarkan produk. Pada pelatihan kali ini tim pengabdian pada masyarakat mengenalkan *Shopee* dan Tokopedia, yaitu tentang cara membuka toko online di *marketplace Shopee* dan Tokopedia. Ternyata masih banyak dari mitra yang tidak mengetahui tentang aplikasi *Shopee* maupun Tokopedia, oleh karena itu tim memberikan modul tentang penggunaan aplikasi

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

whatsapp bisnis, Instagram, Tokopedia dan *Shopee*. Isi modul tersebut adalah tutorial tentang cara menginstal aplikasi, cara membuat akun dan juga cara berjualan dengan menggunakan aplikasi *whatsapp* bisnis, Instagram, Tokopedia dan *Shopee*. Tim pengabdian pada masyarakat juga mengajarkan cara mengunggah konten penjualan di *whatsapp* bisnis, Instagram, Tokopedia dan *Shopee*, serta bagaimana cara melakukan transaksi penjualan di media sosial dan *marketplace* tersebut.



Gambar 3.1 Contoh Toko Online Di Shopee (Sumber: Dokumentasi, 2021)



Gambar 3.2 Contoh Toko Online di Tokopedia (Sumber: Dokumentasi, 2021)

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)



Gambar 4.3 Contoh Whatsapp Bisnis UMKM
(Sumber: Dokumentasi, 2021)



Gambar 3.4 Contoh Akun Instagram UMKM
(Sumber: Dokumentasi, 2021)

4. Pelatihan foto produk dengan kamera *handphone* untuk konten media.

   Setelah memberikan pelatihan digital marketing, tim pengabdian pada masyarakat memberikan pelatihan tentang pengambilan foto produk siap jual untuk dipasarkan pada toko online dengan menggunakan kamera *handphone*. Hal ini penting untuk memvisualisasi produk secara baik dan

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

jelas. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk menampilkan produk secara menarik sehingga akan mempengaruhi konsumen potensial untuk membeli. Jika produk yang ditampilkan memiliki estetika maka akan membantu promosi penjualan.

Penggunaan kamera handphone sebagai sarana pemotretan adalah untuk mempermudah UMKM memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya. Pada gambar 5 berikut ini adalah perbedaan foto sebelum dan sesudah diberi pelatihan.



Gambar 4.5 Visualisasi Merchandise Dengan Kamera Handphone (Sumber: Dokumentasi, 2021)

5. Pelatihan penulisan konten singkat pada gambar foto dan mengunggah di media sosial.

   Pelatihan ini diadakan untuk meningkatkan kemampuan menulis kreatif mitra. Penjelasan berupa deskripsi produk akan menarik konsumen, mengingat produk yang dijual mitra merupakan produk khas yang hanya diproduksi di daerah Kenjeran, Surabaya. Pada gambar 6 dapat dilihat hasil pelatihan terkait penulisan konten pada gambar foto yang diunggah pada media sosial:

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)



Gambar 3.6 Contoh Penulisan Konten Singkat Pada Gambar Foto
(Sumber: Dokumentasi, 2021)

6. Pendampingan dan Konsultasi Perkembangan Akun Online

Kegiatan lanjutan yang dilakukan tim pengabdian pada masyarakat adalah pendampingan dan pengecekan berkala perkembangan akun online yang dimiliki UMKM. Hal ini dilakukan untuk membantu peningkatan kualitas dan kuantitas penjualan. Tujuan pendampingan ini adalah untuk tetap berkomuikasi dengan UMKM tentang akun online yang dimiliki serta mendiskusikan kendala-kendala yang muncul. Tim pengabdian pada masyarakat juga melakukan pengecekan pada iklan yang dimasukkan pada aplikasi shopee guna memastikan selalu ter-*update*. Hal ini penting dilakukan, karena *update* iklan akan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli di toko online yang dimiliki oleh UMKM di kelurahan Sukolilo Baru. Pendampingan lain yang perlu dilakukan adalah pengecekan pada foto dan deskripsi produk yang diunggah pada *marketplace Shopee* sudah jelas. Hal ini berguna untuk mengurangi ketidakpuasan konsumen dan kesalahan dalam pengiriman produk.

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

Pendampingan ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi para UMKM. Pada akhir pelatihan dan pendampingan ini dapat dilihat bahwa UMKM olahan hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru memiliki ketrampilan digital marketing yang memadai, jika dibandingkan kondisi sebelum diberi pelatihan dan pendampingan.

Simpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan oleh tim UKWMS dengan menggunakan strategi service learning melalui pelatihan dan pendampingan memberikan dampak baik terhadap usaha dari UMKM industri olahan hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru. UMKM yang semula tidak paham tentang penggunaan media sosial dan *market place*, sekarang sudah paham dan mampu memanfaatkan untuk media pemasaran. Dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diharapkan mampu meningkatkan penjualan UMKM yang sempat lesu pada masa pandemic. Dengan meningkatnya penjualan melalui digital marketing, maka tahapan selanjutnya adalah perlu untuk mempelajari pembukuan sederhana, hal ini mengingat masih belum adanya pencatatan yang baik. Sehingga diantara UMKM masih mengalami kesulitan keuangan dan sebagian bahkan terlilit hutang pada pelepas uang. Hal ini menjadi agenda tim pengabdian pada masyarakat pada periode berikutnya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. DitjenDiktiRistek atas dana bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Mansyarakat Berbasis Hasil Penelitian Dan Purwarupa PTS.

ISSN : 2621-4679 (print)
ISSN : 2621-4687 (online)

2. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas pemilihan hasil penelitian untuk diimplementasikan dalam Pengabdian Pada Masyarakat yang boleh kami jalankan pada tahun 2021
3. Pemangku wilayah Kelurahan Sukolilo Baru atas ijin dan fasilitasi untuk terlaksananya kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat pada tahun 2021
4. Para mitra kegiatan Service Learning, atas waktu dan tempat untuk kegiatan ini
5. Para mahasiswa yang mengikuti program *service learning* (gasal 2021/2022)

Daftar Referensi

Ardhanari, Margaretha, Gratianus Edwi G.Adriana Anteng A, 2018, Holistic Integrative Development Strategies of Women Micro Entrepreneurs In Coastal Surabaya*. Academy of entrepreneurship Journal*. 24, Issue 3,1528-2686-24-3-168

BPS. 2021. Surabaya Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Surabaya.

BPS. 2020. Kecamatan Bulak Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Surabaya.

Clayton. 2011. Conceptualizing Service Learning As Pedagogy. Publikasi Online.Versi Download:http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.elon.edu%2Fdocs%2Fe-web%2Facademics%2Fteaching%2FService%2520Learning%2520definition%2520and%2520concepts.pdf&ei=Nj8xVLTyHY-UuASLjYHYBg&usg=AFQjCNGVLYZmaKAx2I7CKwenBjEzp87FaQ&bvm=bv.76802529,d.c2E.1 Desember 2021.

Mardikanto T, Soebiato P. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta

Supeni, Retno Endah dan Maheni Ika Sari, 2011. Upaya Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Pengembangan Manajemen Usaha Kecil, *Proceeding Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan*, FE UNIMUS.