

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM RENGGINANG TERAS DENGAN SERTIFIKASI P-IRT DAN PENDEKATAN RAMAH LINGKUNGAN (*ECO-FRIENDLY*)

Durrotun Nafisah*, Nuansa Bayu Segara, Niswatin

Program Studi Pendidikan IPS, Universitas Negeri Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*Email: durrotunnafisah@unesa.ac.id

Naskah diterima: 18-01-2025, disetujui: 11-02-2025, diterbitkan: 13-05-2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v8i2.9004>

Abstrak - Fokus pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan dan pemasaran rengginang terasi, dengan berbagai aktivitas mulai dari pengelolaan produksi, manajemen keuangan, hingga strategi pemasaran produk. Mitra pengabdian adalah UMKM Rengginang Terasi berada di Dsn. Bogor, RT 003, RW 002, Desa Glodog, Kec. Palang, Kab. Tuban, Jawa Timur. UMKM Rengginang Terasi merupakan salah satu UMKM yang mempunyai produk unik untuk dikembangkan yakni rengginang yang berbahan dasar terasi, hal tersebut dikarenakan di wilayah Kabupaten Tuban merupakan salah satu tempat produksi terasi udang terbesar di Indonesia. Metode pengabdian Advokasi, yaitu kegiatan yang berupa pendampingan terhadap kelompok sasaran, terdiri dari persiapan, pembekalan dan analisis hasil. Pengembangan produk UMKM yang berkualitas dan berdaya saing tinggi pada pengabdian ini meliputi pendaftaran sertifikasi P-IRT, memperbarui kemasan eco-friendly, membantu proses produksi, dan memperluas jaringan pemasaran. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional UMKM. Terjadi peningkatan penjualan menyentuh angka 39 % hal tersebut didapatkan dari berbagai sosial media yaitu Shopee, TikTok, Instagram, dan whatsapp.

Kata kunci: UMKM, strategi pemasaran, kewirausahaan

LATAR BELAKANG

Definisi Usaha Kecil Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 mengenai UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yakni usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan sehubungan dengan usaha ekonomi produktif yang kriterianya ditentukan dalam undang-undang (Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, 2023). Jadi untuk memulai suatu bisnis perlu fokus pada kriteria, karena hal tersebut berkaitan dengan proses pengurusan izin usaha dan penetapan besaran dan penetapan besaran pajak yang akan diberikan kepada pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM merupakan suatu badan usaha mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok yang beroperasi pada seluruh aspek perekonomian. Menurut Direktorat jenderal pembinaan dan pengembangan usaha kecil menengah, UMKM

merupakan unit usaha yang total karyawannya tidak melebihi 200 orang dan memiliki aset tidak lebih dari 10 miliar (Salim, 2023).

UMKM Rengginang Terasi berada di Dsn. Bogor, RT 003, RW 002, Desa Glodog, Kec. Palang, Kab. Tuban, Jawa Timur. UMKM Rengginang Terasi merupakan salah satu UMKM yang mempunyai produk unik untuk dikembangkan yakni rengginang yang berbahan dasar terasi, hal tersebut dikarenakan di wilayah Kabupaten Tuban merupakan salah satu tempat produksi terasi udang terbesar di Indonesia. Kabupaten Tuban merupakan daerah pesisir terdapat berbagai macam makanan olahan hasil laut salah satunya terasi udang, masyarakat memanfaatkan terasi selain sebagai sambal juga sebagai bahan dasar membuat rengginang. Produk rengginang terasi ini memberikan cita rasa tradisional yang khas. Akan tetapi terdapat beberapa tantangan utama yang dihadapi

UMKM dalam mengembangkan produk dan memperluas pasar.

Penguatan UMKM di tengah kehidupan globalisasi dan persaingan yang ketat memaksa UMKM untuk menjawab tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas bidang pemasaran (Salim, 2023). Mengingat UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan nilai jual UMKM itu sendiri, terutama agar dapat bersaing dengan produk luar negeri yang semakin membanjiri industri dan manufaktur Indonesia (Supandi, A. , & Johan, 2022). Masalah lain yang dihadapi UMKM yang juga menjadi kelemahan adalah minimnya akses informasi, sehingga menjadi kendala dalam pemasaran produknya. Karena keterbatasan akses informasi pasar, orientasi pasar tidak tinggi dan daya saing global lemah.

UMKM yang memiliki potensi besar namun seringkali menghadapi tantangan dalam pengelolaan pemasaran adalah usaha kerajinan makanan tradisional, seperti rengginang. Rengginang Teras, sebuah usaha UMKM yang menghasilkan produk rengginang, merupakan salah satu contoh bisnis yang membutuhkan pendekatan pemasaran yang lebih efektif untuk dapat berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Digital marketing, sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi, menawarkan solusi strategis untuk menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan penjualan, serta memperkenalkan produk lokal ke tingkat yang lebih tinggi (Sulistiyawati, E. S., & Widayani, 2020; Asrah, et al., 2024). Tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan, UMKM juga dituntut untuk mengadopsi prinsip ramah lingkungan dalam setiap aspek operasionalnya. Oleh karena itu, mengintegrasikan konsep eco-friendly

dalam produksi dan pemasaran menjadi penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya menarik bagi konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan.

Dalam proses observasi terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk UMKM Rengginang Terasi, yaitu sertifikasi P-IRT, marketplace, akun sosial media pada produk, dan kemasan yang tidak ramah lingkungan ecofriendly. Observasi terhadap kelayakan alat dan bahan menjadi prioritas untuk memastikan standar produksi terpenuhi. UMKM Rengginang Terasi menggunakan peralatan tradisional yang memadai, namun ada beberapa alat yang memerlukan pemeliharaan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, bahan baku seperti beras ketan, bumbu terasi, dan minyak goreng juga diperiksa kualitasnya guna menjaga hasil akhir yang optimal. Selama kegiatan observasi mengamati permasalahan yang terjadi pada UMKM Rengginang Terasi seperti yang disebutkan pada tantangan di atas bahwa UMKM belum mempunyai sertifikasi P-IRT, marketplace, akun sosial media pada produk, dan kemasan yang tidak ramah lingkungan ecofriendly. Tantangan yang dihadapi UMKM untuk mengembangkan produk dan memperluas pemasaran (Amelia, M. N. , P. Y. E., 2019).

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran berbasis digital marketing pada UMKM Rengginang Teras, serta mengkaji pentingnya sertifikasi P-IRT dan penerapan pendekatan ramah lingkungan (eco-friendly) dalam meningkatkan daya saing produk. Dengan pendekatan ini, diharapkan Rengginang Teras tidak hanya dapat meningkatkan pemasaran dan penjualannya, tetapi juga memperkuat posisi brand sebagai produk yang berkualitas dan peduli terhadap kelestarian lingkungan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat ini adalah Advokasi, yaitu kegiatan yang berupa pendampingan terhadap kelompok sasaran. terdiri dari persiapan, pelaksanaan dan hasil. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pendampingan dalam mengelola dan mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi rengginang terasi yang dimulai dari pembekalan, penerjunan, observasi dan perencanaan program.

1. Observasi

Observasi merupakan langkah awal yang penting dalam memahami kondisi yang sebenarnya dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM “Mekar” Rengginang Terasi Tuban. Kegiatan ini dilakukan secara langsung untuk menganalisis berbagai aspek operasional, mulai dari lingkungan sekitar UMKM, kualitas produk, hingga proses produksi. Dengan observasi yang komprehensif, diharapkan solusi yang dihasilkan dapat tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan mitra UMKM. Observasi ini mencakup analisis lokasi usaha dan aksesibilitasnya. Lokasi UMKM menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi distribusi produk kepada konsumen. UMKM “Mekar” Rengginang Terasi Tuban terletak di wilayah strategis, namun masih memerlukan peningkatan aksesibilitas terutama dalam sistem pengiriman produk yang lebih cepat dan efisien. Selain itu, lingkungan sekitar diperhatikan untuk memastikan bahwa operasional UMKM tidak terhambat oleh masalah eksternal seperti pasokan bahan baku atau gangguan infrastruktur.

2. Pelaksanaan Program

Program pengabdian masyarakat ini memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam operasional bisnis dan bekerja sama dengan mitra UMKM. Tugas pengabdian masyarakat yakni mengembangkan produk

UMKM yang berkualitas dan berdaya saing tinggi meliputi pendaftaran sertifikasi P-IRT, memperbarui kemasan eco-friendly, membantu proses produksi, dan memperluas jaringan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan UMKM sebagai mitra kerja sama juga menjadi bagian penting dari penerjunan. Proses ini melibatkan analisis potensi UMKM yang ada di wilayah sekitar lokasi. Kriteria pemilihan UMKM meliputi potensi bisnis, komitmen pemilik usaha, dan kebutuhan spesifik. Setelah UMKM terpilih, langkah berikutnya adalah menjalin komunikasi awal dengan pemilik usaha untuk membangun hubungan kerja sama yang harmonis.

1. Pendaftaran Sertifikasi P-IRT

- a. Pendaftaran P-IRT pada aplikasi OSS terdapat beberapa tahapan sebagai berikut: Melakukan pendaftaran sertifikasi P-IRT pada UMKM Rengginang “Mekar” dengan menyiapkan dokumen penting berisi KTP pemilik usaha, rincian produk pangan, dan foto lokasi usaha. dokumen tersebutlah yang akan diperiksa sebagai syarat dalam pengajuan NIB (Nomor Induk Berusaha). Setelah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan mulai dari nama UMKM, dll, Pengajuan konfirmasi terkait produk yang ingin diajukan.
- b. Menunggu validasi pendaftaran P-IRT UMKM Rengginang “Mekar”
- c. Hasil pendaftaran P-IRT muncul, setelah melakukan pengajuan P-IRT otomatis akan tertera pada word excel. adanya nomor P-IRT pada label kemasan sebagai tanda bahwa produk tersebut telah aman, terjamin kebersihannya dan bebas bahan berbahaya.

2. Pendampingan dalam proses produksi

Kegiatan pengabdian masyarakat membantu pemilik usaha selama proses produksi rengginang yang meliputi:

- a. Membantu pemilik usaha dalam proses pencetakan rengginang agar memiliki ukuran yang sama dan seragam, hal tersebut dilakukan setelah melewati masa pengukusan pada beras ketan
- b. Membantu dalam penjemuran rengginang selama 2 hari agar rengginang kering sempurna
- c. Membantu saat proses penggorengan dan pengemasan produk
3. Memperbarui packaging produk dengan kemasan eco-friendly.

Pengabdian masyarakat ini mengembangkan umkm melalui strategi eco-friendly meliputi:

- a. Melakukan riset terkait kemasan kertas biodegradable yang aman pada makanan karena akan dipergunakan pada produk camilan
- b. Membuat logo brand dan pencantuman nomor P-IRT sebagai tanda bahwa produk Rengginang terasi “Mekar” telah legal, aman, dan memenuhi standar Kesehatan
- c. Packaging produk rengginang dengan kemasan standing pouch kertas berklip guna melindungi produk dari kelembaban dan hama

4. Memperluas Jaringan Pemasaran

Pengabdian masyarakat membuat beberapa langkah awal dalam memperluas jaringan pemasaran produk yakni sebagai berikut:

- a. Membuat akun marketplace (shopee) guna mempermudah konsumen dalam transaksi pembelian melalui online
- b. Membuat akun sosmed yakni TikTok dan Instagram sebagai bahan promosi produk
- c. Mengupload produk pada marketplace sekaligus pembelian pertama customer

5 Analisis Hasil Pelaksanaan Program

a. Pendaftaran sertifikasi P-IRT

P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) adalah izin edar yang diberikan kepada industri pangan yang beroperasi pada rumah tangga

dengan peralatan yang masih manual. izin edar sangat penting bagi setiap usaha tidak peduli besar ataupun kecil. Adanya izin edar memastikan bahwa produk yang dipasarkan sudah memenuhi standar dan syarat yang ditetapkan oleh pemerintah, tanpa izin edar usaha tersebut tidak dapat beroperasi secara legal. untuk mendapatkan izin edar pemilik usaha perlu mendapatkan sertifikasi P IRT dengan mendaftarkan produknya kepada dinas kesehatan melalui aplikasi OSS (Online Single Submission). OSS merupakan suatu aplikasi dari pemerintah dalam upaya meningkatkan pelayanan publik dan memudahkan dalam proses pengurusan dan perizinan bagi pelaku usaha. Selain itu juga adanya aplikasi OSS juga membantu pemerintah dalam memantau dan mengendalikan kegiatan usaha yang dijalankan oleh para UMKM dengan cara yang lebih efisien. Pendaftaran P-IRT melalui aplikasi OSS diawali dengan menyiapkan dokumen penting berisi KTP pemilik usaha, rincian produk pangan, dan foto lokasi usaha, selanjutnya masuk pada aplikasi OSS pada perizinan berusaha, dan permohonan baru, kemudian pilih kategori pangan dan lengkapi data diri yang meliputi nama UMKM, kemasan yang digunakan, dll, setelah pengisian data lengkap tunggu hasil verifikasi dari dinas kesehatan dan sertifikat NIB akan otomatis keluar. Jika sudah disetujui oleh Dinas kesehatan sertifikasi P IRT akan muncul dalam bentuk word excel. Nomor P-IRT dikeluarkan oleh Dinas kesehatan sebagai tanda bahwa produk tersebut telah memenuhi standar keamanan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pengabdian masyarakat ini berkolaborasi dengan UMKM terkait pendaftaran nomor P-IRT sebagai ijin atas legalitas usaha serta bukti bahwa produk tersebut aman dikonsumsi, pelaku usaha diwajibkan mengikuti prosedur produksi yang higienis mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga sampai tahap

pengemasan. Selain itu adanya nomor P-IRT pada kemasan dapat memperluas jangkauan pemasaran yang lebih luas. P IRT merupakan syarat agar produk dapat masuk pada jaringan dengan distribusi besar, penjualanya tidak hanya di pasar lokal namun juga supermarket ataupun pada platform digital, membuat konsumen menjadi yakin dengan keamanan produk tersebut karena telah melewati pemeriksaan resmi dari Dinas kesehatan.

b. Membantu Proses Produksi

Rengginang merupakan camilan tradisional yang masih digemari oleh masyarakat hingga saat ini. Rengginang terbuat dari bahan beras ketan, terasi, bawang putih, garam dan penyedap. Rengginang terasi tercipta karena pada lokasi produksi rengginang yang merupakan salah satu daerah dengan penghasil terasi terbesar di Jawa timur, lokasi tersebut juga dekat dengan kawasan pantai utara jawa. Sehingga pelaku UMKM Rengginang “Mekar” memanfaatkan terasi dengan berbagai macam olahan salah satunya cemilan rengginang. Rengginang terbuat dari beras ketan yang tidak dihancurkan sehingga setiap butir beras ketan terlihat seperti kerupuk yang renyah, rengginang memiliki rasa yang dominan gurih. Terdapat beberapa tahapan dalam memproduksi rengginang mulai dari pengukusan, pencetakan, penjemuran hingga penggorengan. pada proses pengukusan sebelumnya beras ketan dicuci bersih dan direndam air pada seluruh permukaan selama beberapa jam agar tekstur beras ketan menjadi lunak, kemudian beras ketan dikukus hingga setengah matang dan dicampur dengan bumbu seperti terasi, garam, penyedap, dan bawang putih. setelah semuanya tercampur ketan dikukus kembali hingga matang dan dilakukan proses pencetakan rengginang, cetakan rengginang biasanya berbentuk bulat pipih. Tahap selanjutnya adalah proses penjemuran, penjemuran dilakukan selama 2 hari untuk memperoleh hasil yang

maksimal agar rengginang tidak dalam kondisi yang lembab. Rengginang yang kering sempurna memberikan tekstur yang renyah. Setelah dilakukan proses penjemuran tahap terakhir dalam proses pembuatan rengginang sebelum dapat dikonsumsi adalah proses penggorengan. Rengginang yang sudah berada dalam keadaan kering sempurna dimasukan ke dalam wajan dengan minyak yang panas dan cukup banyak sampai seluruh permukaan rengginang terendam agar tidak ada beras ketan yang mentah, lakukan teknik menggoreng dengan cara sira-siram bagian rengginang dengan minyak agar dapat mekar sempurna.

c. Mengupgrade packaging produk dengan kemasan eco-friendly.

Kemasan pangan merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan karena kemasan dapat melindungi produk dalam keadaan baik hingga layak konsumsi. Sebagian besar masyarakat lebih banyak menggunakan kemasan plastik, hal tersebut karena plastik memiliki kekuatan yang cukup baik, tahan air, harga murah dan ringan. Akan tetapi plastik memberikan permasalahan yang cukup serius, permasalahan paling utama yakni limbah plastik tidak dapat terurai secara hayati diperlukan waktu bertahun-tahun untuk membuat plastik dapat terurai dengan tanah. Jika hal tersebut terus terabaikan plastik akan menumpuk dan mengganggu ekosistem lingkungan. Pengabdian masyarakat ini membuat suatu inovasi baru pada kemasan makanan. Kemasan tersebut berbahan dasar kertas yang dapat terurai. Keunggulan kemasan kertas yakni mudah didapatkan, dapat terurai, dan dapat didaur ulang. dalam mengubah kemasan plastik menjadi kemasan kertas diawali dengan riset mengenai kemasan eco-friendly yang berfokus pada penggunaan kertas biodegradable yang mudah terurai, kemasan tersebut juga dirancang dengan penambahan klip pada bagian atas kemasan untuk memudahkan dalam

penggunaan dan penyegelan. Setelah menemukan kemasan yang pas untuk produk untuk selanjutnya dilakukan pembuatan logo pada bagian depan kemasan produk. pada bagian depan terdapat stiker dengan logo brand rengginang dengan penambahan nomor P-IRT di bagian sisi bawah. pencantuman nomor P-IRT pada label kemasan dapat mengembangkan UMKM rengginang mekar dan dapat bersaing secara lebih profesional dengan produk lain di pasaran. Label pada produk rengginang mekar dalam bentuk stiker yang ditempelkan pada bagian kemasan. kemasan produk menggunakan standing pouch berklip yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas produk, selain itu kemasan dengan klip dapat melindungi produk dari debu, kotoran, dan kelembapan. kemasan klip di desain untuk memungkinkan pengguna membuka dan menutup kemasan dengan mudah, sehingga cocok untuk produk yang digunakan secara bertahap.

3.3.4 Memperluas Jaringan Pemasaran

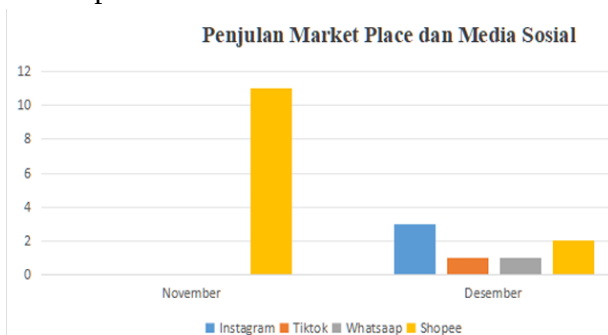
Perkembangan teknologi, globalisasi dan perubahan perilaku konsumen menuntut para pelaku usaha untuk terus memperluas jaringan pemasaran. Memperluas jaringan pemasaran merupakan strategi penting bagi suatu industri dalam meningkatkan pangsa pasar, menarik pelanggan baru, dan memperkuat posisi merek. pemasaran yang efektif tidak hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional akan tetapi juga memanfaatkan teknologi dan digitalisasi. hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta memperkuat brand awareness. Strategi dalam memperluas jaringan pemasaran diawali dengan membuat akun marketplace dan sosial media. keduanya saling melengkapi dalam hal pemasaran, marketplace sebagai penjualan produk sedangkan instagram dan tiktok sebagai promosi produk sehingga sama-sama dapat berinteraksi dengan pelanggan melalui jejaring sosial. Pembuatan akun

marketplace merupakan langkah strategis dalam memasarkan produk melalui digital, proses dilakukan melalui pengisian data diri seperti nama, alamat email dan nomor telepon. setelah dapat masuk pada akun shopee mulai mengupload produk yang menarik dengan deskripsi yang jelas pada bagian toko, langkah tersebut dapat memperluas akses pasar karena shopee memiliki jutaan pengguna aktif serta penjual juga dapat menjangkau pasar lokal dan internasional. Akun marketplace pemasaran produk juga dapat melalui akun sosial media dengan mengunggah produk dan konten-konten menarik sebagai bahan promosi, serta mencantumkan link pada bio yang berisi kontak person untuk melakukan pemesanan. pelanggan juga dapat bertanya lebih luas terkait keunggulan produk. melalui konten-konten menarik serta deskripsi yang jelas membuat customer merasa yakin dalam melakukan pembelian produk. customer membeli produk tidak hanya karena kualitas yang baik namun juga mendukung usaha mikro lokal.

d. Penjualan Produk

Saat ini penjualan produk rengginang terasi semakin berkembang pesat dengan adanya pemasaran online melalui marketplace. Internet memiliki manfaat yang sangat beragam dari beberapa aspek. Salah satu kegunaan internet adalah untuk proses menjual dan membeli secara online, yang lebih dikenal dengan sebutan e-Commerce. Pada Undang Undang No. 11 tahun 2008 tertuang kebijakan pemerintah bahwa manfaat teknologi informasi dan transaksi secara elektronik dilaksanakan berdasarkan atas kehati-hatian, kepastian hukum, dan kebebasan dalam memilih bahkan menggunakan teknologi (Indonesia, 2008). Adapun tujuan dalam melaksanakan transaksi secara online salah satunya adalah untuk meningkatkan perdagangan dan perekonomian secara nasional.

Penjualan produk rengginang terasi adalah salah satu usaha yang mengandalkan cita rasa khas Indonesia, terutama bagi para konsumen yang menyukai camilan tradisional. Rengginang terasi adalah kerupuk atau cemilan berbahan dasar beras ketan yang diberi bumbu terasi, memberikan rasa gurih yang khas. Media promosi penjualan dengan menggunakan teknologi Internet yang sering digunakan yang lebih dikenal dengan sebutan e commerce. E-commerce merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk melakukan segala aktivitas kegiatan jual-beli secara online. Selain itu, e-commerce juga dapat memasarkan, mempromosikan, sedangkan untuk pembayaran pembelian dapat dilakukan melalui transfer bank, dan untuk pengiriman produk dilakukan dengan menggunakan jasa kirim seperti JNE, JNT dan lainnya. Saat ini E-commerce berkembang pesat, karena hampir semua kebutuhan dapat di jual-belikan di platform tersebut. Negara yang menggunakan E-commerce untuk kegiatan jual beli salah satunya adalah Indonesia, hal ini dapat diketahui dengan maraknya situs jual beli secara online yang mulai bermunculan, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, Shopee, Tiktok, Instagram, Whatsapp dan masih banyak lainnya. Berikut penjualan produk rengginang terasi di marketplace.

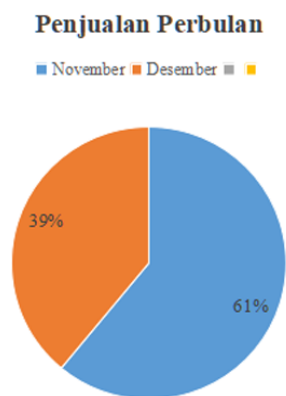


Gambar 1. Penjualan Marketplace

Pada bulan November penjualan produk rengginang telah terjual melalui marketplace shopee sebanyak 11 produk. Pembelian produk

UMKM Rengginang Terasi "Mekar" oleh seorang customer melalui marketplace Shopee dimulai dengan eksplorasi produk yang menarik perhatian. Setelah mencari dan membandingkan berbagai penjual, customer memilih Rengginang Mentah Terasi "Mekar" yang memiliki ulasan positif dan rating tinggi. Proses pemesanan dilakukan dengan menambahkan produk ke keranjang dan memilih metode pembayaran yang diinginkan, seperti transfer bank atau e-wallet, yang memudahkan transaksi. Customer merasa puas tidak hanya karena kualitas produk yang baik, tetapi juga karena mendukung usaha mikro lokal. Pembelian ini menjadi langkah awal dalam menjalin hubungan antara konsumen dan UMKM, serta meningkatkan kesadaran akan produk lokal yang berkualitas. Kegiatan ini menunjukkan betapa mudahnya berbelanja secara online sambil tetap berkontribusi pada perekonomian lokal. Pada bulan Desember penjualan produk rengginang telah terjual melalui media sosial instagram, tiktok dan whatsapp sebanyak 7 produk melalui platform media sosial instagram, tiktok dan whatsapp untuk menarik perhatian peminat customer. Customer dapat mencari akun UMKM rengginang melalui pencarian tagar terkait (#rengginang, #snacktradisional, #ecofriendly, atau promosi berbayar). Customer tertarik dengan tampilan foto dan video produk yang menarik, disertai informasi keunggulan, seperti rasa khas, sertifikasi P-IRT, dan ramah lingkungan. Customer mengisi format pemesanan yang dikirimkan melalui DM (contoh: nama, alamat, jumlah produk) Admin mengkonfirmasi ketersediaan produk, memberikan total biaya, dan nomor rekening. Setelah menerima produk, pelanggan memberikan ulasan atau testimoni melalui DM atau kolom komentar. UMKM mengunggah ulasan positif sebagai konten promosi di Instagram, tiktok dan whatsapp. Pada awalnya

dengan konsumen secara tidak sengaja melihat konten produk rengginang " Mekar" yang secara tidak sengaja muncul pada beranda TikTok dan instagram atau biasa dikenal FYP. setelah melakukan pertimbangan dan mencari pada kolom pencarian terkait produk rengginang yang lebih ekonomis, efektif dan ramah lingkungan. customer memilih rengginang terasi "mekar" karena pada kemasan produknya yang unik terbuat dari bahan non plastik serta kemasan yang dapat di buka tutup tanpa takut angin dan debu masuk ke dalam makanan setelah makanan dibuka, karena dilengkapi klip pada bagian atas kemasan. setelah customer merasa tertarik dengan produk customer dapat mengirimkan pesan secara langsung melalui dm TikTok dan instagram mengisi format pembelian produk yang telah dikirimkan admin rengginang terasi "Mekar" terhadap customer.



Gambar 2. Penjualan Perbulan

Pada diagram lingkaran diatas menunjukan bahwa persentase nilai penjualan pada bulan November lebih tinggi dibandingkan dengan bulan Desember. Pada bulan November penjualan menunjukan angka 61 % yang didapatkan dari marketplace sedangkan pada bulan Desember penjualan mengalami penurunan yakni 7 produk rengginang , Penjualan menyentuh angka 39 % hal tersebut didapatkan dari berbagai sosial media yaitu Shopee, TikTok, Instagram, dan whatsapp.

Penurunan dari penjualan rengginang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yakni faktor cuaca yang kurang mendukung. Cuaca sangat berpengaruh dalam produksi, karena dapat menghambat dalam proses penjemuran rengginang yang memerlukan sinar matahari secara optimal, sehingga pelaku usaha UMKM rengginang kesulitan dalam memproduksi dan memutuskan untuk menghentikan produksinya sementara hingga cuaca kembali normal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam menghadapi era digital, UMKM Rengginang Terasi yang berpotensi besar menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam adopsi teknologi digital dan pemasaran yang lebih luas. E-commerce, media sosial, dan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, tetapi rendahnya pemahaman di tingkat lokal seringkali menjadi hambatan. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini memfasilitasi pelatihan strategi pemasaran digital yang relevan, termasuk pengenalan tentang pentingnya sertifikasi P-IRT sebagai jaminan keamanan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan langkah ini, UMKM tidak hanya dapat memperluas pangsa pasar, tetapi juga meningkatkan citra produk mereka sebagai makanan tradisional yang berkualitas dan aman. Pentingnya pendekatan ramah lingkungan juga ditekankan dalam program ini, mengingat meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan. UMKM Rengginang Terasi didorong untuk mengadopsi bahan baku ramah lingkungan dan kemasan yang dapat didaur ulang. Hal ini tidak hanya berdampak positif pada lingkungan tetapi juga memperkuat daya tarik produk di pasar yang semakin kompetitif. Konsumen modern cenderung memilih produk yang berkualitas dan berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

Dengan demikian, kombinasi pemasaran digital dan pendekatan ramah lingkungan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, M. N. , P. Y. E., & M. I. (2019). E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF Ke-6 Tahun 2019*, 96–101.
- Asrah, B., Lubis, H. S., Tarisa, C., & Nurwani, N. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215-224.
- Salim, E. (2023). PURCHASING DECISION MODELS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION: ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND PRICES. *Journal of Science Education and Management Business*, 2(1), 8–16.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Supandi, A. , &Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 14(1), 111–123.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/Jap-Widyakarya.V1i1.832>.