

Pelatihan Pembuatan *E-Booklet Product* Pada UMKM Jamu Ngesti Rempah Semarang

Maria Augustine Graciafernandy¹⁾, Elisabeth Rotua Simamora²⁾, Eko Usriyono³⁾

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Indonesia

Alamat: Jl. Soekarno-Hatta Tlogosari, Semarang 50196

Email :gracefernandy@gmail.com

Kilas Artikel

Volume 3 Nomor 2

Agustus 2023

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 31-08-2023

Revised: 31-08-2023

Accepted: 31-08-2023

Published: 31-08-2023

Kata Kunci:

UMKM, Pemasaran digital, *E-booklet*, Promosi

Keywords:

MSME, Digital Marketing, *E-booklet*, Promotion.

Korespondensi:

(Maria Augustine Graciafernandy)
(gracefernandy@gmail.com)

Abstrak

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang memperkuat struktur ekonomi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Digitalisasi menjadi agenda penting untuk UMKM karena digitalisasi sendiri dapat membantu para UMKM untuk bertahan di tengah persaingan banyaknya barang-barang impor yang masuk ke Indonesia dengan harga murah. Dalam upaya mengembangkan pemasaran produk, maka diperlukan penguasaan penggunaan *digital marketing* sehingga dapat menumbuhkan/meningkatkan semangat dan inspirasi dalam menjalankan bisnis berbasis *online*, dan meningkatkan keterampilan dalam penggunaan teknologi khususnya dalam pemasaran *online*. Kegiatan pra survei telah dilaksanakan pada UMKM Ngesti Rempah Semarang. Pelaksanaan PKM ini akan dilakukan dengan metode pelatihan pembuatan *e-booklet*. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan PKM adalah memberikan pendampingan bagi Mitra UMKM dalam hal pemanfaatan teknologi digital untuk melakukan pemasaran produk dan meningkatkan penjualan

Abstract

Entrepreneurship is one of the factors that strengthens the economic structure of a country. Economic growth in Indonesia is influenced by various factors, one of which is the involvement of MSMEs. Digitalization is an important agenda for MSMEs because digitization itself can help MSMEs to survive amidst the competition for many imported goods entering Indonesia. cheap. In an effort to develop product marketing, it is necessary to master the use of digital marketing so that it can grow/increase enthusiasm and inspiration in running an online-based business, and improve skills in using technology, especially in online marketing. Pre-survey activities have been carried out at the UMKM Ngesti Rempah Semarang. The implementation of this PKM is to conduct training for making e-booklets to promote the products. The goal of this PKM is to provide assistance to MSME Partners in terms of utilizing digital technology to carry out product marketing and increase sales.

1. PENDAHULUAN

Kegiatan pra survei telah dilaksanakan pada UMKM Ngesti Rempah Semarang. UMKM Ngesti Rempah adalah salah satu UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah yang berlokasi di Kampung Ngesti Mulyo RT05 RW03, Mlatibaru, Semarang Timur. UMKM ini berdiri sejak tahun 2020, saat pandemic Covid 19 dengan memperkerjakan tenaga kerja yang berasal dari



lingkungan di sekitar lokasi. Proses produksi dari awal hingga pengemasan dilakukan di rumah tinggal pemilik. Bahan baku berupa bahan kering dan bahan basah. Bahan basah akan dikeringkan menggunakan peralatan sederhana seperti oven dan penjemuran. Bahan baku berupa rempah-rempah ini akan ditimbang dan dikemas sesuai dengan produk yang dijual. Secara keseluruhan UMKM Ngesti Rempah memproduksi 21 jenis jamu rempah kering yang siap seduh seperti yang ditampilkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Produk UMKM Ngesti Rempah Semarang

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian, diketahui bahwa UMKM Ngesti Rempah Semarang ini masih terdapat beberapa masalah yang perlu dicari upaya penyelesaiannya. Berikut beberapa permasalahan yang Tim Pengabdian temukan:

1. Keterbatasan pengetahuan akan pemasaran digital sehingga pemasaran hanya dilakukan dalam kota Semarang. Belum mengkolaborasi media promosi konvensional dengan media digital. Strategi pemasaran telah dilakukan oleh UMKM Ngesti Rempah adalah dengan menerapkan sistem titip jual pada restoran, hotel dan toko oleh-oleh di Semarang, penjualan secara langsung melalui pameran-pameran di dalam kota dan promosi *mouth to mouth*.
2. Mitra belum katalog produk. Pemilik kewalahan menjawab pesan dari calon pembeli yang seringkali menanyakan komposisi, khasiat, aturan minum dan lain-lain yang berkaitan dengan produk tersebut
3. Keterbatasan memanfaatkan secara maksimal media promosi *online* untuk memasarkan produknya, masih mengandalkan *mouth to mouth* atau *Whatsapp* secara sederhana.

Berdasarkan analisis situasi yang telah didapatkan, maka Tim PKM Universitas Semarang akan memberikan beberapa solusi yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan mitra. Pelatihan *digital marketing* diharapkan dapat digunakan untuk membuka usaha guna membangun jiwa wirausaha untuk memperoleh konsumen, mempromosikan produk, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan, dengan adanya pelatihan pembuatan konten digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen dengan penggunaan media sosial, terutama *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*. (Wijoyo, dkk., 2020). Dalam upaya mengembangkan pemasaran produk, maka diperlukan penguasaan penggunaan *digital marketing* sehingga dapat menumbuhkan/meningkatkan semangat dan inspirasi dalam menjalankan bisnis berbasis *online*, dan meningkatkan keterampilan dalam penggunaan teknologi khususnya dalam pemasaran *online* (Nur, dkk., 2022).

Melihat dari permasalahan diatas, maka Tim Pengabdian tergerak untuk mengadakan kegiatan pelatihan pembuatan *e-booklet product* serta pelatihan cara membuat iklan digital



melalui aplikasi Canva. Tim Pengabdian berharap dengan adanya kegiatan PKM ini dapat membantu mitra untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi berkaitan dengan strategi promosi pada UMKM Ngesti Rempah Semarang dan UMKM lainnya yang berada di wilayah Kampung Ngestimulyo.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM ini telah dilakukan pada tanggal 30 Mei 2023 dengan melibatkan pemilik UMKM Ngestri Rempah Semarang dan beberapa UMKM yang berada di kampung Ngestimulyo sebagai mitra. Tim Pengabdian dosen USM telah memberikan pelatihan tentang cara menggunakan aplikasi canva dalam membuat iklan-iklan *digital* dan tahapan membuat katalog produk (*e-booklet*) melalui aplikasi yang dapat diunduh pada gawai mitra. Tahapan evaluasi terhadap program PKM ini dilakukan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program berlangsung.

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan metode wawancara kepada mitra pada akhir kegiatan. Tim Pengabdian akan meminta mitra untuk mengirimkan contoh iklan *digital* yang telah dibuat oleh mitra untuk kemudian dievaluasi. Input dan koreksi akan diberikan kepada mitra untuk perbaikan jika dirasa ada yang belum sesuai.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang demikian pesat, mau tidak mau harus diikuti karena konsumen saat ini menginginkan kecepatan dalam pelayanan, harga yang murah dan produk yang memiliki keunggulan. Dalam hal ini perlu adanya strategi pemasaran baik secara konvensional maupun *online* (Mariam, 2022). Untuk menambah wawasan mitra akan strategi pemasaran *online* atau *digital*, maka TIM PKM dosen FE USM mengadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi-aplikasi desain *digital*.

Kegiatan PKM ini tidak hanya diikuti oleh UMKM Ngestri Rempah namun juga telah diikuti oleh 7 orang pemilik UMKM yang berada di sekitar Kampung Ngestimulyo dan berlangsung selama 3 jam. Temuan dari kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa pada dasarnya para pelaku UMKM tertarik untuk melakukan pemasaran *digital* dan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan pemasarannya. Namun, kendala yang dihadapi adalah masih kurangnya pemahaman tentang teknologi informasi, kurangnya pemahaman bagaimana membuat *caption* dan *hashtag* yang tepat sehingga dapat dengan mudah ditemukan oleh calon pembeli. Kegiatan PKM ini diawali dengan pemberian pemahaman tentang konsep pemasaran *digital* dan dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan iklan *digital* dan *e-booklet* menggunakan aplikasi Canva. Keberhasilan kegiatan PKM ini dapat dilihat dari antusiasme para mitra yang terlibat dalam kegiatan. Selama kegiatan para mitra aktif bertanya dan meminta bantuan untuk mengunduh aplikasi Canva dan bertanya bagaimana cara penggunaannya.



Gambar 2. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Canva dan Foto Bersama



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

4. KESIMPULAN

Dari hasil evaluasi yang didapatkan selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM dengan judul “Pelatihan Pembuatan *E-Booklet Product* Pada UMKM Jamu Ngesti Rempah Semarang” telah memberikan manfaat yang positif kepada mitra. Kegiatan ini dirasa telah mampu memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM bahwa pemasaran online melalui media sosial itu mudah, murah dan dapat dilakukan kapan saja melalui *smartphone*. Melihat dari antusiasme mitra dalam kegiatan PKM ini maka Tim Pengabdian merasa perlu melakukan kegiatan lanjutan tentang strategi-strategi pemasaran digital pada UMKM-UMKM ini. Harapannya UMKM akan menjadi lebih maju.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Semarang yang telah memberi bantuan dana untuk terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Terimakasih kepada Paguyuban UMKM di Kampung Ngestimulyo, Kelurahan Mlatibaru Semarang. Terimakasih pula untuk mahasiswa Jurusan Manajemen FE USM serta semua pihak yang telah terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Mariam, S., (2022). Pengenalan Strategi Marketing Dalam Pengembangan Bisnis (UMKM Binaan Jakpreneur) Di Provinsi DKI Jakarta. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), pp.1199-206.
- Nur, L. C. N., dkk. (2022). Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing Berbasis E- Modul Flipbook untuk Kelompok Wanita Tani Desa Bedahlawak. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 69-81.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Wijoyo, H., dkk. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(3), 169-175.

