



## **Sosialisasi Peranan Digital Marketing, labeling UMKM Di Desa Permanu**

**Ismawati**

*Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Ismawati

**E-mail:** [ismawati@gmail.com](mailto:ismawati@gmail.com)

### **Abstrak**

*Dalam dunia bisnis, pemasaran atau marketing memainkan peran yang sangat penting karena dengan mengetahui strategi pemasaran, produk akan dikenal oleh masyarakat secara luas. Banyak pelaku UMKM atau Home Industry yang masih belum mengerti akan pentingnya strategi pemasaran. Kebanyakan pelaku UMKM atau Home Industry yang baru biasanya memaknai pemasaran sebagai jualan atau promosi saja. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah observasi pada UMKM yang sudah ada dan yang mungkin sudah tidak lanjut, pembuatan konten serta banner digital untuk promosi produk UMKM di media sosial dan membantu memberikan dan memberi pemahaman akan fasilitas pemasaran seperti label/logo, packaging, serta platform pemasaran online.*

**Kata kunci** – UMKM, Pemasaran, Digital

### **Abstract**

*In the business world, marketing or marketing plays a very important role because by knowing marketing strategies, products will be recognized by the public at large. Many MSME or Home Industry players still do not understand the importance of marketing strategies. Most new MSME or Home Industry actors usually interpret marketing as selling or promotion only. Forms of activities that have been carried out The form of activities carried out is observation of existing MSMEs and those that may not continue, making digital content and banners for the promotion of MSME products on social media and helping to provide and provide understanding of marketing facilities such as labels/logos, packaging, and online marketing platforms.*

**Keywords** - MSMEs, Marketing, Digital

## **PENDAHULUAN**

Desa Permanu merupakan desa yang terletak diujung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang, dengan kondisi alam yang begitu asrih lengkap dengan pepohonan yang saling adu sapa di setiap malam (Bernardino, 2019). Kanan dan kiri jalan penuh dengan rerumputan yang akan mengawal perjalananmu di desa, lebih jauh lagi mata memandang terlihat kegagahan Gunung Katu yang semakin melengkapi keindahan desa. Serta, Dusun Blau merupakan bagian dalam Desa Permanu sendiri yang berjarak 16 kilometer dari Kota Malang dan 6.5 kilometer dari Kepanjen. Dalam Desa Permanu Kabupaten Malang terdapat jumlah penduduk sekitar 5.141 jiwa, yang terdiri dari 2530 laki – laki dan 2.511 perempuan, serta 1.384 kartu keluarga yang terdaftar. Dari banyaknya penduduk, Desa Permanu memiliki luas lahan sekitar 462.516 hektar yang sudah terdaftar secara online. Desa Permanu memiliki potensi wisata cagar budaya yaitu budaya dan adat Jawa yang masih kental.

Batas wilayah dari Desa Permanu antara lain; sebelah utara Desa Jatisari kecamatan Pakisaji, sebelah selatan Desa Karangpandan kecamatan Ngajum, sebelah timur Desa Babadan kecamatan Pakisaji, dan sebelah barat Desa Kesamben kecamatan Ngajum. Topeng Lowok yang menjadi ikon dari desa Permanu. Topeng ini merupakan hasil kreatifitas warga Dusun Lowok, sebab dinamakan topeng lowok karena memang kreasi dari warga Dusun Lowok sendiri. Topeng lowok sudah mulai dikenal di Kabupaten Malang, bahkan pernah dipamerkan di pameran se-Kabupaten dengan membawa nama Kecamatan Pakisaji. Topeng Lowok dikembangkan oleh paguyuban warga dusun Lowok yang bernama “Ngesti Pandawa”. Masyarakat Dusun Blau memiliki komitmen yang kuat untuk melestarikan adat istiadat dan budaya yang mereka miliki, hal ini dibuktikan dengan adanya pelaksanaan ritual di tempat yang dikeramatkan oleh masyarakat sekitar atau yang lebih dikenal dengan sebutan "Punden" yang merupakan makam dari leluhur. Selain Punden, dusun Blau juga kental akan adat dan budaya Jawa dengan dibuktikannya kerap mengadakan paguyuban rampak (jaranan) yang bernama “Mangun Joyo Putro”. Sedangkan dari segi perekonomian pada wilayah Dusun Blau terdapat sejumlah bentuk usaha seperti usaha keripik, wisata, dan peternakan yang dapat untuk terus dikembangkan yang diharapkan dapat berdampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sekitar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian, pelaku UMKM merupakan pemercepat dalam pengembangan ekonomi masyarakat (Hendrawan, Kuswantoro, & Sucahyawati, 2019) (Undari & Lubis, 2021). Kehidupan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain di anggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja sekitar (Nuari, 2017). Sejalan dengan pertumbuhan bisnis usaha dalam skala mikro, kecil, dan menengah, kemajuan teknologi juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini internet merupakan fasilitas kemajuan teknologi yang dapat digunakan masyarakat dalam melakukan upaya untuk pemasaran produk UMKM secara online yang juga dikenal dengan istilah digital marketing seperti market place dan ecommerce. Sehingga untuk dapat bersaing dan mendapatkan market pelaku UMKM harus bisa lebih bersaing dan terbuka untuk mengikuti perkembangan teknologi agar dapat mengembangkan usahanya secara luas.

Desa Permanu merupakan desa yang sebagian warganya bermata pencaharian sebagai petani, namun tak dipungkiri banyak warga yang bermata pencaharian sebagai wirausaha. Ada

beberapa Home Industry yang ada di desa permanu, diantaranya yaitu keripik nasi, keripik bawang, pembuatan kaligrafi, sari kedelai, jamu tradisional dan lain-lain.

Dalam dunia bisnis, pemasaran atau marketing memainkan peran yang sangat penting karena dengan mengetahui strategi pemasaran, produk akan dikenal oleh masyarakat secara luas. Banyak pelaku UMKM atau Home Industry yang masih belum mengerti akan pentingnya strategi pemasaran. Kebanyakan pelaku UMKM atau Home Industry yang baru biasanya memaknai pemasaran sebagai jualan atau promosi saja. Padahal pemasaran cakupannya bisa lebih luas, bukan hanya sekedar jualan dan promosi saja. Ketika strategi pemasaran yang diterapkan baik, maka masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli produk dan hal tersebut dapat meningkatkan omzet penjualan. Untuk itu penulis melakukan Kegiatan Sosialisasi mengenai labeling Produk dan Digital Marketing agar para pelaku usaha lebih mengetahui terkait hal tersebut sehingga dapat langsung diterapkan.

## **METODE**

Metode kegiatan yang dilakukan pada kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dengan Perizinan dan koordinasi ke kantor desa, Survey lokasi kegiatan, Pelaksanaan program Sosialisasi strategi penentuan harga dan pengembangan marketing dalam memunculkan inovasi baru pada produk sawi pakcoy dan dokumentasi serta Evaluasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan tingkat penjualan dan pemasaran produk UMKM yang membutuhkan media sosial sebagai platform pemasaran, meningkatkan sadar akan era digitalisasi kepada pemilik UMKM dikawasan Desa Permanu tentunya daerah Dusun Blau dan meningkatkan taraf ekonomi warga Dusun Blau melalui UMKM yang akan dijalankan kembali. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah observasi pada UMKM yang sudah ada dan yang mungkin sudah tidak lanjut, pembuatan konten serta banner digital untuk promosi produk UMKM di media sosial dan membantu memberikan dan memberi pemahaman akan fasilitas pemasaran seperti label/logo, packaging, serta platform pemasaran online.



**Gambar 1.**

Kegiatan Diskusi dengan pemilik home industri

## **KESIMPULAN**

Dalam dunia bisnis, pemasaran atau marketing memainkan peran yang sangat penting karena dengan mengetahui strategi pemasaran, produk akan dikenal oleh masyarakat secara luas. Banyak pelaku UMKM atau Home Industry yang masih belum mengerti akan pentingnya strategi pemasaran. Kebanyakan pelaku UMKM atau Home Industry yang baru biasanya memaknai pemasaran sebagai jualan atau promosi saja. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah observasi pada UMKM yang sudah ada dan yang mungkin sudah tidak lanjut, pembuatan konten serta banner digital untuk promosi produk UMKM di media sosial dan membantu memberikan dan memberi pemahaman akan fasilitas pemasaran seperti label/logo, packaging, serta platform pemasaran online.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bernardino, A. (2019). Penataan Sentra Kerajinan Topeng Malang sebagai Destinasi Wisata Di Dusun Kedungmonggo, Desa Karangpandan, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang. ITN Malang.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2(1).
- Nuari, A. R. (2017). Pentingnya Usaha Kecil Menengah (Ukm) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. In *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu* (Vol. 12).
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38.