

OPTIMALISASI WARUNG SAYUR BERBASIS DIGITAL MARKETING

Fitria Rahmadayanti¹⁾, Asminah²⁾, Onne Akbar Nur Icshan³⁾

^{1,2)}Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Pagar Alam

³⁾Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Institut Teknologi Pagar Alam
ria.ria.rr71@gmail.com

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan nilai jual produk seperti sayur sayuran, buah buahan dan kebutuhan pokok lainnya menggunakan metode digital marketing. Permasalahan yang di hadapi UMKM Warung Sayur saat ini adalah penjualan yang secara langsung membuat mereka kewalahan dari pembelian barang sampai ke distribusi dan ruang lingkup pemasaran yang begitu sempit. Belum adanya inovasi untuk membuat produk sayur, buah dan daging menjadi tahan lama dan masih segar. Solusi yang dapat dijadikan alternatif adalah 1) membuat packing produk (Sayur sayuran, buah buahan dan aneka daging) agar terlihat lebih menarik dan produk tahan lama 2) untuk meningkatkan hasil penjualan dengan memanfaatkan digitalisasi marketing, pendampingan dan pelatihan pembuatan akun media sosial implementasi digital marketing bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan omset penjualan.

Keywords: Sayur Sayuran, Sehat, UMKM, Digital Marketing.

Abstrak

The aim of this research is to increase the selling value of products such as vegetables, fruit and other basic necessities using digital marketing methods. The problem that Warung Sayur MSMEs are currently facing is that sales are directly overwhelming them, from purchasing goods to distribution and a very narrow marketing scope. There is no innovation to make vegetable, fruit and meat products long-lasting and fresh. Solutions that can be used as alternatives are 1) making product packaging (vegetables, fruit and various meats) so that they look more attractive and the product lasts longer 2) to increase sales results by utilizing digital marketing, assistance and training in creating social media accounts, implementing digital marketing for MSME owners to increase sales turnover.

Keywords: Vegetables. Healthy. MSMEs. Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Era sekarang ini, hendaknya para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media digital sebagai salah satu kegiatan pemasaran produk sehingga konsumen lebih banyak mengenal produk yang dihasilkan(1). UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi

secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang(2).

Warung sayur adalah salah satu UMKM yang menjual sayuran, buah dan aneka daging. Sayuran adalah bahan pangan yang berasal dari tumbuhan sedangkan buah adalah tumbuhan yang perkembangannya dari bakal buah(ovarium). Pada umumnya Sayur dan buah banyak mengandung serat

yang dapat membantu melancarkan pencernaan dan mencegah gangguan pencernaan(3).

UMKM Warung Sayur terletak pada desa pagar kaya kecamatan sukamerindu kab lahat. Lokasi ini tidak jauh dari kota pagar alam. Daerah pegunungan dan perbukitan menjadikan daerah ini salah satu kota menyuplai Aneka sayuran dan Buah. UMKM Warung Sayur dengan pemilik ibu andriani berdiri pada tahun 2006, dimana dikelola sendiri oleh ibu andriani dan keluarga tanpa bantuan pegawai luar.

Kendala UMKM Warung Sayur sistem pemasaran masih secara konvensional, yaitu berjualan di warung dan berkeliling ke desa-desa yang kurang efektif boros waktu, tenaga dan BBM. Serta belum adanya packing dari semua produk aneka sayuran, buah dan daging untuk membuat produk aneka sayuran, buah dan daging menjadi tahan lama dan fresh . hal ini dapat meningkatkan nilai jual dan menjadikan produk menjadi berkualitas. Pemasaran (penjualan) yang baik adalah pemasaran yang efisien dan efektif serta menguntungkan secara ekonomi. Salah satunya melalui Digital marketing merupakan media pemasaran yang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran tradisional beralih ke pemasaran modern(4)(5)

Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Luaran yang ditargetkan dalam rencana kegiatan pengabdian pada Masyarakat (PkM) ini adalah :

- 1) Membuat packing produk (Sayur sayuran, buah buahan dan aneka daging) agar terlihat lebih menarik dan produk tahan lama

- 2) Untuk meningkatkan hasil penjualan dengan memanfaatkan digitalisasi marketing, pendampingan dan pelatihan pembuatan akun media sosial implementasi digital marketing bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan omset penjualan.

Target Luaran kegiatan PkM ini adalah

- 1) Packing Produk,
- 2) Meningkatnya pengetahuan mitra

METODE PELAKSANAAN

Sasaran kegiatan

Sasaran kegiatan dalam kegiatan ini adalah Pendampingan ke UMKM warung sayur.

Lokasi kegiatan

Rumah atau Warung milik Warga di desa pagar kaya kecamatan Sukamerindu kabupaten lahat, Sumatera Selatan.

Metode yang digunakan :

Metode yang akan diimplementasi dalam kegiatan ini adalah :

- a) **Metode sosialisasi** dengan UMKM warung sayur. Perancangan teknologi mengenai packing sayur buah dan daging, Dalam hal ini UMKM Warung sayur yang menjual sayuran, buah dan daging yang kurang maksimal dalam packing menjadikan produk tidak tahan lama dan tidak segar. Sehingga perlu rancangan alat atau teknologi yang dapat mengemas produk (sayur,

buah dan daging) agar lebih tahan lama dan memberikan produk yang berkualitas untuk nilai jual yang tinggi.

- b) Perancangan *digital marketing*, Pada UMKM warung sayur ketika memasarkan produknya masih menggunakan cara konvensional, yaitu menawarkan secara langsung dengan berkeliling ke desa-desa yang kurang efektif boros waktu, tenaga dan BBM, maka perlu dirancang suatu media dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memudahkan proses pemasaran tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan dari kegiatan ini dapat diperoleh adalah sebagai berikut

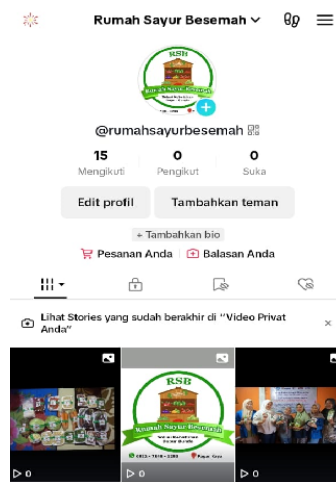
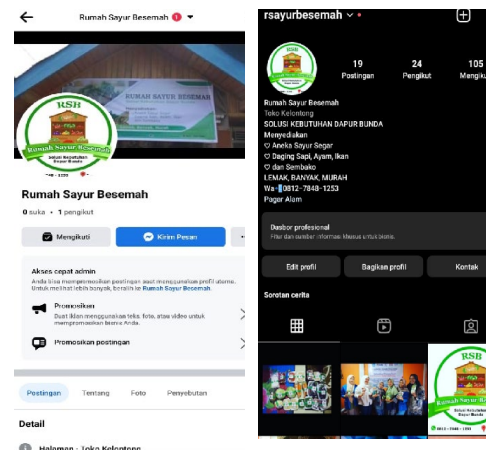
- a) UMKM warung sayur di bimbing bagaimana menggunakan alat dengan baik dan benar agar dapat beroperasi sesuai dengan yang diharapkan, sehingga produk yang di pasarkan memiliki kualitas yang baik. Dan juga dibimbing bagaimana teknik pengemasan yang baik, dengan menggunakan kemasan yang menarik. Setelah itu disusun di showcase pendingin agar produk sayur buah dan daging tahan lama dan tetap segar.



Gambar 1. Packing sayuran dan ikan

- b) Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam

pemasaran produk UMKM, dengan menggunakan media sosial facebook, instgram dan tiktok. Bagaimana mengelola media sosial dengan baik, membuat akun khusus usaha, mendampingi bagaimana cara yang efektif dalam memasarkan produk melalui media social, bagaimana cara bertransaksi sampai menghasilkan uang dari media sosial dengan akun yang sudah dibuat.



Gambar 2. Sosial media Rumah Sayur Besemah

- c) Pelatihan dan pendampingan penyusunan dan perencanaan produksi dan pemasaran yang efektif dan efisien. Indikator capaiannya terwujudnya rencana yang terstruktur untuk mengoptimalkan produksi dan pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan UMKM yaitu warung sayur yang mana dalam hal ini menjadi Rumah Sayur Besemah. Dalam kegiatan ini dapat meningkatkan nilai jual produk seperti sayur sayuran, buah buahan dan kebutuhan pokok lainnya menggunakan metode digital marketing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih diucapkan kepada Kementerian Kebudayaan dan Riset dan Teknologi sudah membiayai pengabdian ini serta Institut Teknologi Pagar Alam sudah mendukung dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- NAIMAH RJ, WARDHANA MW, HARYANTOR, PEBRIANTO A. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *J IMPACT Implement Action*. 2020;2(2):39.
- Yuli Rahmini Suci. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UU No 20 Tahun 2008. 2008;(1):1–31.
- Lathifuddin M, Nurhayati A, Patriasih R. Pengetahuan “Buah Dan Sayur” Sebagai Hasil Penyuluhan Gizi Pada Siswa SD Yang Mengalami Obesitas Di Kota Bandung. *Media Pendidikan, Gizi, dan Kuliner* [Internet]. 2018;7(1):45–54. Tersedia pada: <https://ejournal.upi.edu/index.php/Boga/article/view/11596>
- Ratna Gumilang R. Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition J Ilm Manaj*. 2019;10(1):9–14.

Utami RAA, Marzuko A. Stabilisasi Tanah Lempung Menggunakan Bahan Tambah Pasir Dan Kapur Terhadap Nilai Cbr. *Pros Kolok JTS UII*. 2021;7(3):103–12.