

Transformasi Marketing Minuman Lokal Berbasis Digital pada Usaha Produksi Moke

Yorianus Rivarno Kopong Kian

1Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Nipa

*Corresponding author, e-mail: kopongkian05@gmail.com

Akarinus Bading

² Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Nipa

e-mail: akarinus@gmail.com

Agustinus Saperinus Kwure

³ Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Nipa

e-mail: motorbekas98@gmail.com

Simon Gradiano Celma Dala Sega

⁴ Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Nipa

e-mail: gradianosimon145@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk melakukan pendampingan kepada pelaku usaha UMKM minuman lokal pada usaha produksi moke dalam hal penerapan strategi marketing berbasis digital dengan metode yang digunakan dalam PKM ini adalah e-learning dan packaging training berupa platform (Facebook Marketplace) sebagai sarana pemasaran dan inovasi kemasan, diharapkan mampu meningkatkan penjualan minuman lokal yang masih sangat awam digunakan oleh pelaku usaha dalam mencapai peningkatan produksi penjualan dalam bentuk pelatihan penerapan strategi marketing berbasis digital dan telah dilaksanakan dengan peserta kegiatan adalah bapak silverster sola sebagai pelaku usaha produksi moke di desa Watugong, Dusun Brai . Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah interpretasi strategi marketing berbasis digital pada usaha produksi moke mampu memberikan dampak positif bagi usaha minuman local.

Kata Kunci: *Digital marketing, Minuman lokal, Moke*

Abstract

This Community Service Activity (PKM) aims to assist local MSME beverage business actors in the moke production business in terms of implementing digital-based marketing strategies with the methods used in this PKM being e-learning and packaging training in the form of a platform (Facebook Marketplace) as marketing facilities and packaging innovation are expected to be able to increase sales of local drinks which are still very commonly used by business actors in achieving increased sales production in the form of training in implementing digital-based marketing strategies and have been implemented with the activity participant being Mr Silverster Sola as a moke production business actor in the village Watugong, Brai Hamlet. The results obtained from this activity are the interpretation of digital-based marketing strategies in moke production businesses that can have a positive impact on local beverage businesses.

Keywords: *Digital marketing, Local drinks, Moke*

How to Cite: Kian, Yorianus Rivarno Kopong et. al. 2023. Transformasi Marketing Minuman Lokal Berbasis Digital pada Usaha Produksi Moke. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. Vol. 2 (4): pp. 454-461, doi: <https://doi.org/10.56855/income.v2i4.827>



This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Pendahuluan

Analisis Situasi

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional. Sehingga sebagai mahasiswa melalui lembaga universitas nusa NIPA sebagai wadah pengembangan kemampuan intelektual dengan menerapkan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di harapkan mampu menjadi tolak ukur dalam menjadikan mahasiswa yang siap melewati tantangan perubahan zaman serta menjadi pelopor perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. hal ini pun berkaitan dengan kepedulian setiap lembaga atau institusi yang bergerak di bidang Pendidikan khususnya PendidikanTinggi dengan mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi .

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat Trend pemasaran saat ini masih terus berkembang, seiring semakin canggihnya teknologi dan juga dunia internet. Perkembangan digital marketing di Indonesia pun semakin berkembang cepat. Orang-orang mulai beralih dari yang tadinya memanfaatkan marketing secara konvensional, hingga akhirnya melebarkan sayapnya ke dunia digital. Walaupun bukan hal yang baru lagi , namun dunia digital marketing ini terus bertumbuh dan berkembang. Akan ada banyak hal yang harus dipelajari para marketer untuk bisa memenuhi tujuan mereka, yaitu membuat orang mengenal merk dan juga meningkatkan penjualan. Maraknya digital marketing sudah menjadi salah satu bagian bisnis di Indonesia

Saat ini banyak digunakan media sosial dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia modern, salah satunya dengan memanfaatkan media sebagai alat berpromosi . Pemanfaatan teknologi di internet telah dimanfaatkan olehbanyak kalangan di masyarakat, termasuk pelaku usaha UMKM lokal. Namun,kurangnya pemahaman dan edukasi bagi pelaku UMKM menjadikan penggunaan internet tidak sesuai untuk penunjang usaha guna meningkatkan keuntungan pelaku UMKM.hal ini berpengaruh besar bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil danMenengah (UMKM) dalam menangkap peluang dengan sangat baik untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Alat promosi yang membuat mereka dapat mengenalkan produk dan jasa ke berbagai tempat di seluruh Indonesia bahkan ke Internasional. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya.Yang cukup pesat khususnya di wilayah maumere kabupaten Sikka provinsi NTT salah satunya minuman-minuman local sebagai ciri khas yang di jadikan usaha pada sebagian besar warga masyarakat.

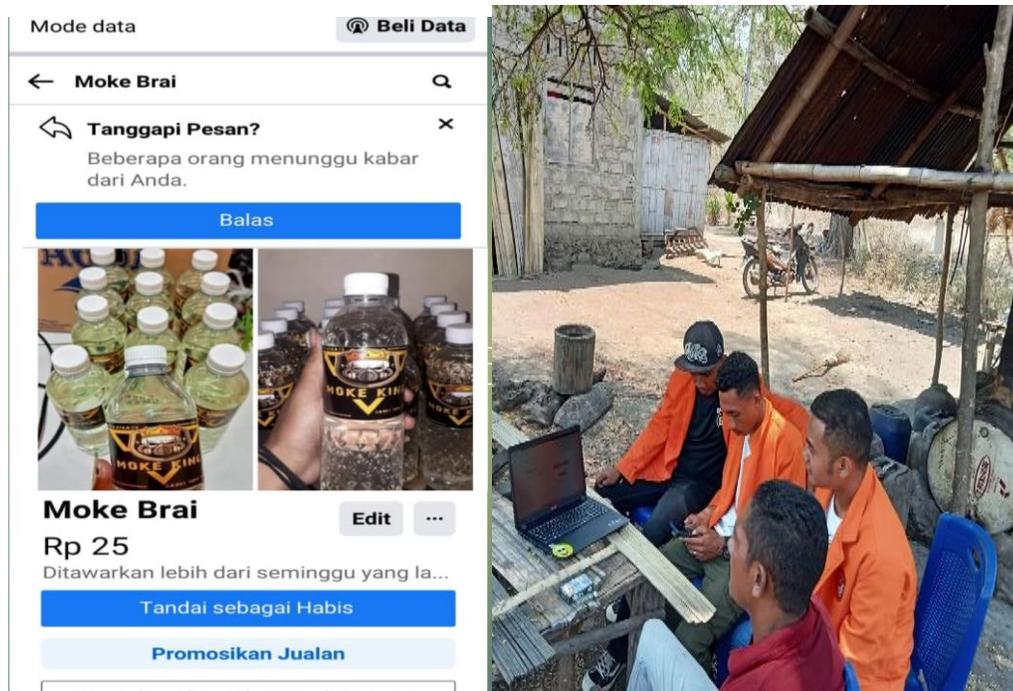
Namun usaha yang dijalankan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan itu Pemanfaatan strategi pemasaran serta teknologi masih sangat massif digunakan bagi para pelaku usaha, yang masih memasarkan produk dengan cara memasarkannya secara langsung ke pasar-pasar tradisional. Oleh sebab itu pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan bentuk pelatihan kepada pemilik usaha minuman tradisional tepatnya di desa watugong kecamatan alok timur, kabupaten sikka dengan tujuan penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi digital pada usaha produksi moke sebagai usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran dalam kalangan pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi keuangan, SDM (Sumber Daya Manusia), maupun teknologi.

Solusi dan Target

Berdasarkan Permasalahan analisis situasi sebelumnya, maka solusi dan target yang sesuai dengan permasalahan tersebut sebagai berikut:

- 1) Melakukan pendampingan pembuatan media sosial melalui akun facebook (*Marketplace*)

Pelaku UMKM dapat mengembangkan pasarnya melalui situs penjualan online (*Facebook Marketplace*) yang juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan internet. Perluasan pasar bagi UMKM sangat terbuka mengingat daya jangkau sangat luas karena dapat dijangkau oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja selama konsumen terkoneksi ke internet. Pelaku UMKM dapat memilih memasarkan produknya melalui salah satu atau memilih semua kegiatan dalam memasarkan produk.



Gambar 1. Proses pendampingan pembuatan akun *facebook (Marketplace)*

Pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan jejaring media sosial dalam pemasaran produknya. Jejaring media sosial saat ini tidak lagi hanya sebagai alat bertukar informasi antar teman atau keluarga saja, tetapi telah banyak digunakan untuk program pemasaran berbagai macam produk, baik dari industri besar maupun UMKM. Jejaring media sosial yang paling banyak digunakan untuk media pemasaran adalah facebook, dan media sosial lainnya.

2) Memberikan pelatihan pengembangan inovasi kemasan dan nama brand produk minuman lokal (moke).

Pelatihan kepada UMKM di desa watugong Pelatihan adalah kegiatan yang memberikan wawasan serta ilmu kepada yang dituju, dan berharap dengan setelah dilakukannya pelatihan mampu mempraktekkan dalam kegiatan usaha para pelaku UMKM yang ada di desa watugong. Pelatihan yang dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan bahwa pentingnya membangun identitas brand atau usaha yang dilakukan oleh pemilik UMKM. Kemudian melakukan branding mulai dari logo, kemasan produk, label kemasan yang digunakan untuk produk yang dijual.

Pengembang label kemasan, di Desa watugong. pelaku UMKM masih ada yang menggunakan kemasan produk yang kurang menarik masyarakat padahal produk yang dijual memiliki kualitas yang baik. Memperbarui label kemasan yang kurang memuat informasi yang jelas dan lengkap, dengan pemberian pemahaman untuk pelaku UMKM yang ada di Desa Watugong bahwa informasi yang lengkap terutama untuk produk minuman lokal.



Gambar 2. Inovasi kemasan dan brand produk

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan metode pelaksanaan berupa beberapa tahapan yaitu :

Tabel 1. Contoh keterangan tabel

No	Tahapan kegiatan	Kegiatan
1.	Perencanaan	Pembentukan kelompok dan lokasi kegiatan PkM
2.	Persiapan	Melakukan konfirmasi terhadap pelaku usaha
3	Pelaksanaan	Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku usaha terkait produk minuman lokal (moke)

Adapun uraian tahapan pelaksanaan kegiatan antaralain:

1) Tahap Perencanaan

Diawali dengan pembentukan kelompok yang terdiri dari 4 orang dan menentukan lokasi kegiatan PKM yang berlokasi di Desa Watugong ,Kecamatan Alok Timur, Kabupaten Sikka bertempat di kediaman bapak Silvester Sola. Kegiatan ini akan dilaksanakan pada Senin, 28 oktober 2023 dan Kamis 29 November 2023.

2) Tahap Persiapan

Melakukan konfirmasi dan membuat persetujuan kegiatan PKM dari pelaku usaha minuman lokal (moke) dengan melakukan survei lokasi kegiatan,dan wawancara terhadap pelaku usaha mengenai masalah yang di hadapi oleh pelaku usaha.

3) Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan pendampingan dan pengenalan lebel dan brand kepada pelaku usaha berkaitan dengan tranformasi pemasaran digital melalui akun facebook (marketplace) serta perubahan pada inovasi kemasan dan brand produk minuman lokal (moke).

Tempat dan Waktu

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM dilakukan selama dua hari yaitu hari Senin,28 Oktober 2023, dan Kamis, 08 November 2023 ,kegiatan tersebut berlokasi di Desa Watugong, Dusun Brai, RT 005/RW 002, yang bertujuan untuk pendampingan kepada pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) produksi moke.

Khalayak Sasaran

Pelaku UMKM minumam lokal usaha produksi moke yang bernama bapak Silvester Sola sebagai pemilik usaha.

Metode Pengabdian

Metode Kegiatan yang digunakan yakni diskusi dan wawancara kepada peserta kegiatan PKM. Materi yang diberikan dalam kegiatan tersebut yakni tentang pendampingan transformasi marketing berbasis digital kepada pelaku usaha minuman lokal produksi moke. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu adalah *e-learning dan packaging training* berupa platform (Facebook Marketplace) sebagai sarana pemasaran serta pengembangan inovasi kemasan dan brand produk

minuman lokal. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan pelaku usaha produksi moke yaitu bapak Silvester Sola, dengan peserta kegiatan beliau sendiri. Langkah-langkah, adalah: 1. Tim pengusul pengabdian mengadakan observasi ke Desa Watugong Kecamatan Alok Timur 2. Pendampingan kepada pelaku usaha produksi moke dan mensurvei lokasi kegiatan PKM.

Indikator Keberhasilan

Adapun yang menjadi indikator utama dalam kegiatan ini adalah pendampingan transformasi marketing berbasis digital pada usaha minuman lokal (moke) dan pengembangan inovasi kemasan berupa label serta brand. Tujuan dari kegiatan ini adalah mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha bahwa pemasaran menggunakan media sosial dengan platform fecaebook (marketplace) dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha secara financial.

Metode Evaluasi

Melakukan diskusi secara langsung dan berkelanjutan sesuai dengan kepentingan dan kondisi yang dibutuhkan pelaku usaha minuman lokal (moke).

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memfokuskan pada UMKM yang ada di Desa Watugong, Dusun Brai. Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu 2 hari, sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Dari permasalahan yang sudah di dapatkan setelah melakukan beberapa tahapan pengambilan data, kemudian memberikan saran serta solusi. Kemudian menyusun sebagai berikut :

1) Strategi pemasaran

Strategi Pemasaran yang diterapkan pada usaha minuman lokal, Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah bisnis, strategi pemasaran yang tepat akan mendukung kesuksesan pada suatu bisnis. Strategi pemasaran perlu dikembangkan dengan cara yang efektif dan efisien sehingga bisnis dapat mencapai target pasar yang dituju. Dengan hal itu, usaha produksi minuman lokal menerapkan strategi pemasaran sebagai berikut:

2) Strategi Penjualan

Strategi penjualan pada usaha produksi moke memusatkan pada mutu produk yang dijual sangat memperhatikan kualitas produk sehingga pelanggan yang akan membeli produk tersebut mendapatkan produk yang berkualitas. Strategi lainnya adalah pada pelayanan pelanggan, kepuasan pelanggan dalam bertransaksi sangat diutamakan sehingga akan mendapatkan umpan balik yang baik serta mendapatkan citra yang baik bagi pelanggan.

3) Strategi Promosi

Usaha produksi minman lokal melakukan promosi melalui pemasaran digital, dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook pada marketplace atau media sosial lainnya, sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memasarkan produk minuman lokal tersebut.

4) Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen Harga tergantung pada kebijakan usaha dan kualitas produk yang dijual. Usaha produksi moke menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk tersebut.

5) Inovasi kemasan

- a. Pelatihan kepada UMKM di desa watugong Pelatihan adalah kegiatan yang memberikan wawasan serta ilmu kepada yang dituju, dan berharap dengan setelah dilakukannya pelatihan mampu mempraktekkan dalam kegiatan usaha para pelaku UMKM yang ada di desa watugong. Pelatihan yang dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan bahwa pentingnya membangun identitas brand atau usaha yang dilakukan oleh pemilik UMKM. Kemudian melakukan branding mulai dari logo, kemasan produk, label kemasan yang digunakan untuk produk yang dijual.
- b. label kemasan, di Desa watugong. pelaku UMKM masih ada yang menggunakan kemasan produk yang kurang menarik masyarakat padahal produk yang dijual memiliki kualitas yang baik. Memperbarui label kemasan yang kurang memuat informasi yang jelas dan lengkap, dengan pemberian pemahaman untuk pelaku UMKM yang ada di Desa Watugong bahwa informasi yang lengkap terutama untuk produk minuman lokal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM usaha minuman lokal yang ada di Desa Watugong yang sebelum dilakukan pendampingan pengembangan strategi pemasaran dan inovasi kemasan berupa label kemasan untuk membangun identitas produk kini sudah memiliki label kemasan yang baru, packaging produk yang sudah di perbarui dan juga pengetahuan pentingnya membangun identitas brand atau produk. Tidak hanya memberikan kualitas produk yang dijual terbaik, namun melupakan unsur yang kecil dan penting untuk membangun citra yang baik bagi usaha yang dijalankan. Ketika suatu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sudah memiliki citra yang baik serta mendapatkan perhatian dari masyarakat serta konsumen, akan lebih mudah untuk mendapatkan pasar yang lebih luas dan bisa meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM minuman lokal yang ada di Desa watugong.

Referensi

- Angraini, L. M., Larsari, V. N., Muhammad, I., & Kania, N. (2023). Generalizations and analogical reasoning of junior high school viewed from Bruner's learning theory. *Infinity Journal*, 12(2), 291-306.
- Darwanto, Dwidjono Hadi. 2013. "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas)." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 20 (2): 24200.
- Hidayati, T. M., Salsabilla, Y., Maretha, A. S., Abroriy, S., & Wahyudi, K. E. (2022). Alternatif Perbaikan Gizi Keluarga Melalui Pemanfaatan Limbah Bonggol Jagung Sebagai Media Tanam Jamur Janggél. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 1(2), 170-177.
- Inayati, & Wahyuni. 2017. "Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian." 2017. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1433>
- Indriyani, Siwi. 2017. "peran manajemen pemasaran inovasi kemasan berbasis digital. Indriyani | Seminar Ekonomi Dan Bisnis (SNEBIS). July 16, 2017. <https://ojs.ekonomi-unkris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/view/211>.

- Kania, N., & Juandi, D. (2023). Does self-concept affect mathematics learning achievement?. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 17(3), 455-461.
- Nugrahani, Rahina. 2015. "Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM." Nugrahani | *Imajinasi: Jurnal Seni*. July 1, 2015. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846/5795>. "
- Ratnawulan, N., & Kania, N. (2022). Pemetaan Sosial Desa Sindang Kecamatan Sindang Kabupaten Majalengka. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 1(1), 6-17.
- Sanjaya, M. A. P. A. A., Yulianingsih, G., Khasanah, M., Wahyudi, K. E., & Firdaus, B. S. (2022). Mie Basah Substitusi Tepung Daun Kelor dalam Upaya Pencegahan Stunting. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 1(2), 178-185.
- Simamora, Bilson. 2002. *Aura Merek*. Gramedia Pustaka Utama
- Wijayanti, Rena Feri, Lina Budiarti, Erlangga Andi S, Joni Dwi Pribadi, and Shinta Maharani Trivena. 2020. Bimbingan Dan Pelatihan Desain Label Kemasan Pada UKM Kerupuk Di Desa Ampeldento Karangploso. Vol. 7. Gadjah Mada University. <http://j-abdimas.polinema.ac.id/index.php/abdimas/article/view/92/pdf>.
- Wulan, D. C, Pratiwi, T. H, Indayah, Y. W. 2023. Pentingnya Digital Branding Bagi Para PelakuUMKM Guna Mengembangkan UMKM Di Kelurahan Medokan Semampir. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 282-288, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.608>
- Yudhiartika, Dian, & Haryanto. 2012. "Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's." 2012. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/2187>