



# Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon

Layaman<sup>1\*</sup>, Kintan Yuniar Rahmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

## ABSTRACT

MSME ASSISTANCE IN IMPROVING THE QUALITY OF DIGITAL-BASED MARKETING IN BAKUNG LOR VILLAGE, JAMBLANG DISTRICT, CIREBON REGENCY. Bakung Lor is a village located in Jamblang District, Cirebon, Regency, West Java, Indonesia. One of the icon Bakung Lor Village is Tape Ketan Bakung, this community service program is carried out in the Bakung Lor District of Jamblang Cirebon Regency. The partner from the activity program is the owner of UMKM Tape Ketan Lady Munil. In accordance with the problems that the partner faces, the efforts that can be made are improving business management through the marketing aspect of social media, production aspects, and the legality of business and products. The special target of community service activities is 1) improvement in business management through improving marketing quality on social media. 2) and the ownership of the legality of business and products that must always be used. The method used in community service activities is socialization and assistance. The solution provided to the marketing aspect is the expansion of market reach offline in stores and ambient convenience stores, and the use of online marketing information technology through trendy social media. In addition, the use of brand in the form of stickers/labels also help expand market share.

**Keywords:** Daffodils Glutinous Tape, Digital Marketing, Product Labeling.

## ABSTRAK

Bakung Lor adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Jamblang, Cirebon, Kabupaten, Jawa Barat, Indonesia. Salah satu icon Desa Bakung Lor adalah Tape Ketan Bakung, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. Mitra dari program kegiatan tersebut adalah pemilik UMKM Tape Ketan Lady Munil. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra, upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan manajemen usaha melalui aspek pemasaran media sosial, aspek produksi, dan legalitas usaha dan produk. Sasaran khusus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 1) peningkatan manajemen usaha melalui peningkatan kualitas pemasaran di media sosial. 2) dan kepemilikan legalitas usaha dan produk yang harus selalu digunakan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sosialisasi dan pendampingan. Solusi yang diberikan pada aspek pemasaran adalah perluasan jangkauan pasar offline di toko-toko dan convenience store, serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran online melalui media sosial yang sedang trend. Selain itu, penggunaan brand berupa stiker/label juga membantu memperluas pangsa pasar.

**Kata Kunci:** Tape Ketan Bakung, Pemasaran Digital, Labeling Produk

Received: 07.11.2022	Revised: 05.05.2023	Accepted: 18.06.2023	Available online: 23.06.2023
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

## Suggested citation:

Layaman, & Rahmawati, K.Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86. DOI: 10.24235/dimasejati.202351

Open Access | URL: <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/dimasejati/article/view/000>

<sup>1</sup> Corresponding Author: Jurusan Ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon; Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi, Kota Cirebon, Jawa Barat, Indonesia. 45132; Email: layaman72@com

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) banyak mendapat atensi yang cukup besar dari berbagai pihak, baik pemerintah, perbankan, swasta, lembaga swadaya masyarakat maupun lembaga-lembaga internasional. Hal ini dilatarbelakangi oleh bukti teoritis dan empiris bahwa UMKM tahan terhadap berbagai macam krisis dan dipercaya sebagai motor penggerak perekonomian nasional (Layaman, et al., 2020). Salah satu UMKM yang mempunyai ciri khas kedaerahan adalah UMKM Tape Ketan yang berlokasi di Desa Bakung Lor.

Desa Bakung Lor terkenal dengan nama Bakung Alas. Masyarakat Desa Bakung Lor biasa menggunakan dua bahasa, yaitu bahasa Jawa dan bahasa Jawa Halus yang biasa orang tua menyebutnya bahasa kromo. Dahulu, nama Bakung Lor berasal dari kata Bakung Alas yang berarti adalah sebuah Tempat yang menjadi Alas kekayaan dari Desa Bakung Secara global. Tempat itu Terletak di Blok Sirangdu yang lebih tepatnya berada di sebelah Utara Balai Desa Bakung Lor. Di Desa Bakung Lor hampir sebagian warganya terjun di dunia perindustrian dan pertanian. Salah satu icon Desa Bakung Lor adalah Tape Ketan Bakung, Kepala Desa Bakung Lor Bapak H. Watma mengatakan bahwa banyaknya produksi Tape Ketan Bakung itu berada di Desa Bakung Lor dan Tape Ketan Bakung yang terkenal enak juga hasil produksi dari Desa Bakung Lor. Nama Tape Ketan Bakung sudah sangat terkenal di luar kota bahkan luar Jawa. Tape Ketan Bakung ini sangat terkenal sehingga di sekitaran Desa Bakung Lor banyak rumah-rumah warga dengan plang "Pembuatan Tape Ketan" atau yang biasa disebut Home Industry Tape Ketan Bakung. Tetapi kebanyakan pengusaha pembuat Tape Ketan Bakung dari Desa Bakung Lor hanya menjual tape sesuai pesanan yang akan dikirim dan jarang yang menjual melalui membuka toko.

Tape ketan ini berasal dari beras ketan (*Oryzae sativa* Var. *Glutinosa*). Tape ketan melalui proses fermentasi oleh ragi mikroba *Schharomyces cereviceae*. Akibat fermentasi tersebut diperoleh tape dengan tekstur yang lembek dan halus (Nurchayati, et.al 2019). Tape ketan terbuat dari beras ketan, ragi, air kukusan beras dan gula pasir (Kusumadewi, et al., 2020). Salah satu pengusaha pembuat Tape Ketan Bakung di Desa Bakung Lor yang terkenal dan merupakan usaha turun temurun adalah Tape Ketan Ibu Munil pemilik usaha Tape Ketan Bakung. Beliau menjadi pengusaha tape sejak tahun 80, hingga saat ini usaha tape ketan bakung tetap berjalan. Saat ini merupakan turunan ke-2 nya, usaha ini dijalani melalui anak cucu nya dan tanpa mengurangi atau menambahkan bahan-bahan yang digunakan dari terdahulu. Usaha tape ketan ini sudah membuka beberapa rumah produksi yang isinya tetap dari pihak keluarga Ibu Munil dan untuk saat ini dalam satu keluarga ada 5 orang yang memproduksi dan menjual tape ketan. Tape yang dibuatnya banyak dijual di area sekitar Jawa atau luar Jawa. Bahan-bahan yang digunakan untuk produksi tape ketan bakung Ibu Munil ini termasuk yang menggunakan bahan berkualitas dan alami. Seperti beras ketan menggunakan yang super, raginya yang alami dan untuk hasil warna hijau pada tape nya menggunakan daun katuk jadi kesan warna nya tidak terlalu pekat atau pucat dan terlihat alami.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli tape ketan terdiri dari enam faktor, yaitu faktor kualitas produk, lokasi dan pengaruh lingkungan, faktor psikologis dan pemasaran, faktor produk dan individu, faktor atribut produk, faktor

harga dan sosial, faktor pribadi (Nihayah et al., 2022). Faktor yang paling dominan atau paling penting bagi konsumen dalam pembelian tape ketan adalah faktor kualitas produk.

UMKM merupakan bagian integral dari inovasi dan pertumbuhan dalam ekonomi yang dinamis sehingga UMKM memiliki peran vital dalam penciptaan lapangan kerja (Indriastuti & Permatasari, 2022). Pemasaran merupakan kunci kesuksesan suatu usaha, baik bidang jasa maupun produk (Sugiarto, 2019). Di era modernisasi, pemasaran juga tidak dapat hanya dilakukan secara konvensional dengan melakukan pemasaran di lapangan saja, akan tetapi kita juga harus mulai menggunakan pemasaran modern dengan berbasis online, sehingga dapat meningkatkan kualitas pemasaran (Leny, et al., 2017). Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah potensi teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis, sehingga media sosial saat ini menjadi trend dalam komunikasi pemasaran (Kusumadewi, et al., 2020).

Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha home industry ini melalui memasang plang di pinggir jalan dengan menyantumkan nomor telepon dan alamat rumah produksi, melalui facebook, melalui WhatsApp, dan menyantumkan nomor telepon pada dus kemasan tape ketan. Tape Ketan Ibu Munil ini sudah sangat terkenal jadi kebanyakan konsumen itu sudah langganan untuk memesan di hari-hari penting tertentu, jadi untuk pemasaran di media sosial masih kurang aktif dan berkembang karena pengusaha fikir konsumen tersebut akan datang langsung ke Desa Bakung lor untuk memesan tape bakung atau melalui telpon langsung ke pengusaha. Dari hasil koordinasi dan pembahasan secara mendetail bersama mitra UMKM tape ketan bakung Ibu Munil didapatkan beberapa permasalahan, antara lain:

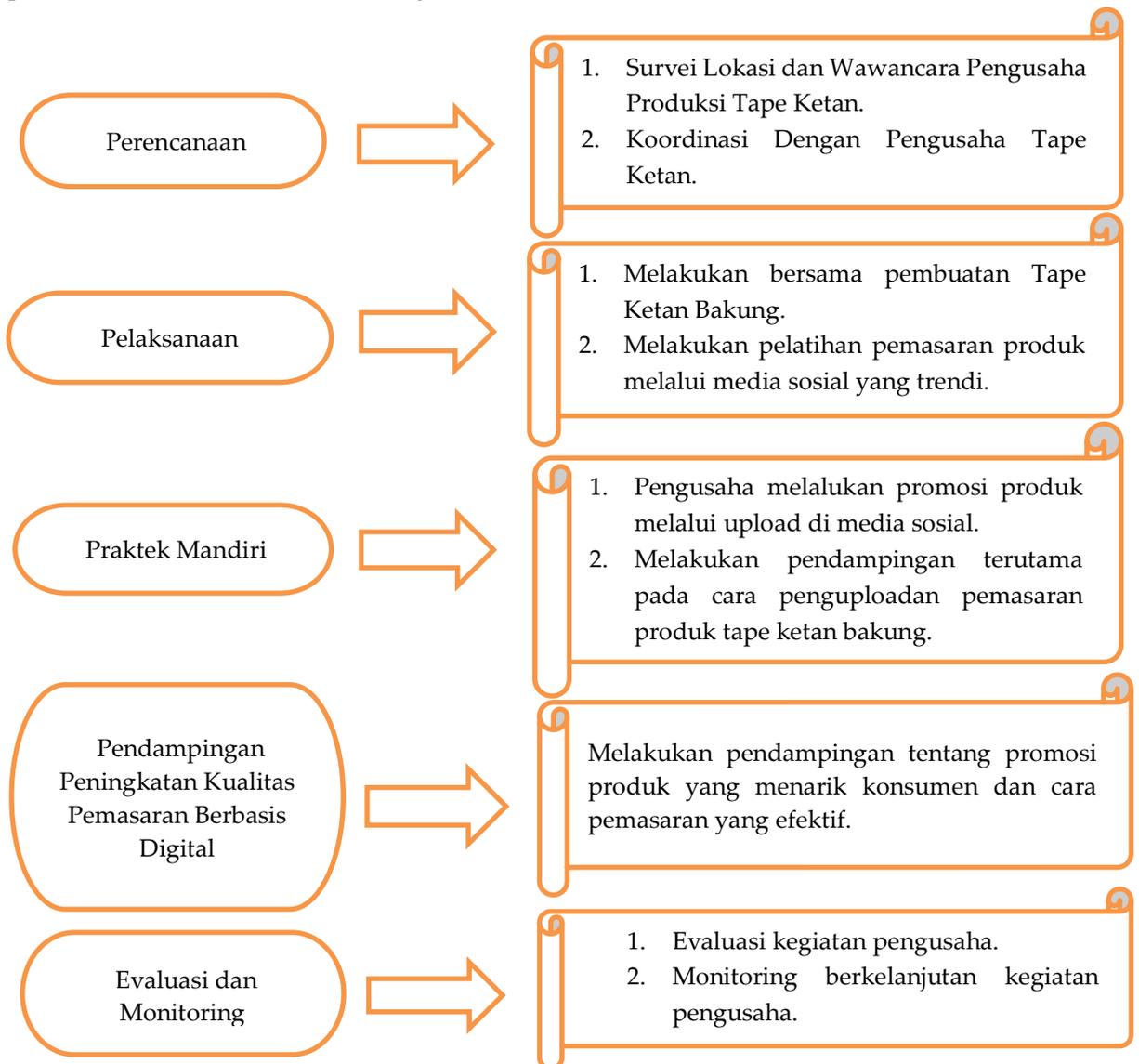
1. Pemasaran masih dilakukan secara menunggu konsumen datang atau menghubungi sendiri pihak tape ketan bakung Ibu Munil. Untuk memasarkan produknya memerlukan waktu yang cukup lama karena harus menunggu konsumen datang menghubungi pihak penjual.
2. Pengemasan dan pelabelan tape ketan masih belum maksimal Pengemasan tape ketan masih belum maksimal yaitu terkadang masih menggunakan kemasan dus yang tidak ada label brand Tape Ketan Ibu Munil karena kurangnya stok yang sudah diberi stemple. Sehingga mengurangi ciri khas suatu brand produk Tape Ketan Ibu Munil.
3. Keterbatasan bahan baku. Terbatasnya bahan baku untuk membuat tape ketan yaitu terkadang langkanya beras ketan yang tersedia di pasar atau supply dari petani yang mungkin salah satunya diakibatkan karena harganya mahal. Selain itu daun katuk yang cepat kuning sebelum dipetik pada saat cuaca sedang panas. Selain itu stemple print yang kurang memadai, sehingga terkadang hanya bungkus dus tape ketan bakung tanpa label bran Ibu Munil.
4. Proses produksi masih manual. Proses pembuatan tape ketan masih tradisional atau manual karena masih mempertimbangkan mesin yang harus digunakan untuk proses pembuatan tape ketan tersebut.

Melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, maka dilakukan kegiatan pendampingan peningkatan kualitas pemasaran UMKM tape ketan bakung berbasis digital kepada pengusaha tape ketan bakung. Hal ini dilakukan dengan

mengembangkan pengetahuan individu akan perkembangan teknologi dalam hal promosi produk menjadi yang tak kenal batas untuk bersaing di pasar global.

### BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 40 hari mulai Juli 2022 sampai Agustus 2022 di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. Rencana kegiatan yang dilakukan meliputi beberapa tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan monitoring.



**Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital.**

Sumber: Dikembangkan untuk pengabdian ini, 2022

Tahapan Persiapan dan Perencanaan diawali dengan dilakukannya pemilihan UMKM, dalam pengabdian ini, kami memilih UMKM Tape Ketan Bakung Ibu Munil. UMKM ini dipilih berdasarkan tenaga kerja yang dimiliki, tempat produksi dan kesanggupannya menjadi mitra. Mitra memiliki banyak karyawan yang terdiri dari anggota keluarganya sendiri maka dari itu mitra memiliki hampir 5 cabang tempat produksi Tape Ketan Bakung dan masing-masing tempat produksinya bersih dan tertata. Selanjutnya dilakukan perencanaan meningkatkan kualitas promosi di media sosial. Pelatihan peningkatan kualitas promosi di media sosial yaitu untuk membuat tetap mengikuti perkembangan zaman saat ini dan tidak tertinggal oleh zaman.

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengacu pada teknik pengabdian yang sering digunakan, yaitu diawali dengan survey (observasi), wawancara dan pelaksanaan pengabdian (Layaman, et al., 2020) terhadap salah satu rumah produksi tape ketan, yaitu tape ketan ibu munil. Selanjutnya dilakukan penyuluhan kepada mitra tentang pentingnya promosi media sosial guna meningkatkan nilai beli dan menambah lebih banyak konsumen. Selanjutnya dilakukan pelatihan pembuatan cara mengupload di media sosial yang menarik.

Selain itu tim pengabdian kepada masyarakat juga memberi kesempatan kepada mitra untuk melakukan praktek mandiri penguploadan promosi di medsos. Tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan pendampingan terhadap kegiatan mitra saat melakukan pembuatan promosi di media sosial secara mandiri. Pendampingan dilakukan berkala selama satu minggu dan meliputi kualitas gambar dan caption untuk diupload agar menarik.

Tahap berikutnya adalah melakukan evaluasi dan monitoring. Evaluasi dilakukan terhadap pelaksanaan dan keberlanjutan produksi dan penjualan produk oleh mitra. Tujuannya untuk mengetahui efektifitas terhadap kegiatan pendampingan yang dilakukan. Monitoring dan evaluasi dilakukan kepada masyarakat secara berkala yaitu tiga hari komunikasi dengan mitra ketemu secara langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan UMKM Tape Ketan Bakung Ibu Munil. Proses pembuatan tape ketan bakung ini sangatlah simple dan sederhana. Setelah dilaksanakan kegiatan tersebut, maka hasil yang diperoleh adalah sebagaimana dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Survei dan Wawancara UMKM Tape Ketan Bakung Ibu Munil.

Dari hasil survey yang kami dapat yaitu persaingan UMKM Tape Ketan Bakung Desa Bakung Lor ini sangat ketat karena lokasi home industry UMKM tape ketan ini sangat berdekatan dan saling tarik menarik konsumen. Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan wawancara di home industry nya Tape Ketan Ibu Munil. Dari hasil wawancara yang kami dapat terdapat beberapa permasalahan dan faktor-faktor ketertarikan konsumen untuk membeli Tape Ketan Bakung.

Bakung Lor adalah sebuah desa yang berada di Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, Indonesia. Dahulu kala Bakung Lor bernama Bakung Alas yang kemudian berganti nama setelah dilakukannya pemekaran desa menjadi Bakung Lor dan Bakung Kidul pada tahun 1980-an. Desa Bakung Lor hampir sebagian warganya terjun di dunia perindustrian dan pertanian. Salah satu icon Desa Bakung Lor adalah Tape Ketan Bakung, Desa Bakung Lor terdapat salah satu rumah produksi tape ketan bakung yang terkenal lawas dan terkenal enak, yaitu Tape Ketan Ibu Munil. Tape Ketan Ibu Munil sudah berdiri sejak tahun 80 an, Ibu Munil ini merupakan orang pertama di sekitar Desa Bakung Lor yang membuat usaha tape.

Usaha ini awalnya Ibu Munil hanya mencoba-coba dijual sekitar Desa Bakung saja, kemudian saat sudah berjalan Ibu Munil mencoba untuk menjual di pinggir jalan tetapi kurang laku, akhirnya sampai tidak lagi berjualan di pinggir jalan dan hanya menjual melalui orang sekitar yang pesan saja. Ternyata setelah itu ada salah seorang yang pesan tape ketan bakung ibu munil karena mengetahuinya pada saat ibu munil berjualan di pinggir jalan. Sejak saat itu banyak orang luar desa bakung yang memesan tape ketan ke ibu munil dan sejak saat itu juga mulai bermunculan masyarakat desa bakung yang menjual tape ketan. Desa Bakung menjadi terkenal karena ke khas an tape ketan bakung nya dan karena di sepanjang jalan Desa Bakung Lor banyak plang pembuatan tape ketan bakung. Hingga saat ini Tape Ketan Ibu Munil semakin berkembang pesat hingga ke luar kota dan tetap berjalan tanpa mengurangi rasa atau bahan yang digunakan almarhumah Ibu Munil.

Produksi tape ketan ibu munil saat ini dijalani oleh generasi ke-2, rumah produksinya tidak hanya satu karena beberapa keluarga juga memproduksi dan menjual tape ketan ibu munil. Produksi per hari tape ketan mencapai 20kg, kalau hari-hari besar bisa mencapai kuintalan perhari. Tape ketan ibu munil ini termasuk salah satu rumah produksi tape ketan yang masih menggunakan bahan-bahan alami seperti untuk warna hijau tape menggunakan daun katuk, pemanis rasa menggunakan ragi dan untuk bahan beras ketan nya memakai yang super maka dari itu untuk hasilnya terlihat lebih natural tidak mencolok, dan enak. Tape ketan ini diproduksi H-2 sebelum pemesanan diambil dan hanya tahan 2 hari jika tidak ditaruh di lemari pendingin.



Gambar 2. Bahan-bahan dasar yang digunakan untuk membuat tape ketan.

Kemasan tape ketan ini masih sangat khas dan unik yaitu menggunakan daun pisang. Pada zaman dahulu leluhur kita sudah memanfaatkan daun sebagai pembungkus untuk makanan. Sebagai bahan makan tradisional tape secara alami di bungkus menggunakan bahan-bahan alamin serti daun-daunan contohnya menggunakan daun waru, daun pisang, daun jati dan daun jambu air. Alasan penggunaan daun pisang sebagai kemasan yaitu sifat kelenturan daun pisang yang mudah dibentuk sebagai pembungkus makanan tradisional, namun tidak semua daun pisang baik digunakan sebagai bahan pembungkus/pengemas, disebabkan karena karakteristik daun yang berbeda terutama tingkat kelenturannya. Selain itu daun pisang menambah aroma pada makanan. Daun pisang yang baik digunakan untuk pengemasan makanan yaitu yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua atau yang masih agak lentur untuk dibentuk.

Manfaat yang diperoleh dari menggunakan pengemasan daun pisang adalah:

- 1). Produk tape yang menghasilkan alkohol akan lebih mudah diserap oleh daun karena memiliki daya serap yang tinggi.
- 2). Daun juga dapat menambah aroma dan kelembatan pada tape.
- 3). Desain lebih beragam.
- 4). Mengurangi pencemaran terhadap lingkungan.
- 5). Mudah terurai oleh bakteri tanah.
- 6). Tidak perlu dilakukan daur ulang.
- 7). Dapat menarik konsumen untuk membelinya.
- 8). Membantu proses kerja peragian (fermentasi).

Pengemasan terakhir yang digunakan yaitu menggunakan kardus, agar lebih terjamin kebersihannya dan terhindar dari panas matahari langsung. Cara Menyusun tape dalam kardus yaitu pertama, alasi kardus dengan plastic bening agar air yang ada dalam tape ketan tidak mudah tembus. Kedua, susun tape ketan sesuai muatan dalam dus, biasanya satu dus berisi 30 pcs tape ketan. Ketiga, jika sudah Menyusun tape dengan posisi yang rapih kemudian tutup bagian atas dengan kertas. Kemudian dus baru dapat di tutup dan dilakban agar rapih dan tertutup. Dalam kemasan kardus sudah tercetak gambar tape ketan bakung dan terdapat label nama Tape Ketan Ibu Munil serta tertera nomor telepon. Tetapi untuk kardus label Tape Ketan Ibu Munil terkadang tidak tertera label brand Ibu Munil dan nomor telepon, karena stok yang stemple brand Ibu Munil tidak banyak dan membutuhkan waktu lama untuk stempelnya. Jika stok yang ada label brand Ibu Munil habis maka hanya menggunakan kardus yang di pasaran.





**Gambar 3. Stok daun pisang yang dapat digunakan dan contoh kemasan tape ketan bakung.**

Hasil dari wawancara awal tim pengabdian masyarakat ini yaitu pemasaran UMKM Tape Ketan Ibu Munil dilakukan hanya dari mulut ke mulut, menerterakan nomor telepon dan melalui facebook. Usaha yang mitra jalani tidak terlalu aktif untuk pemasaran di facebook tetapi tetap ada orang sendiri yang khusus memegang facebook tersebut. Menurut mitra, perbandingan pembeli lebih banyak yang datang langsung atau menghubungi melalui nomor telepon dibandingkan dengan menggunakan facebook. Keterbatasan kemampuan tiap individu untuk mengelola gadget atau media sosial juga yang menjadi salah satu factor utama mereka tidak terlalu aktif memasarkan produk di media sosial. Tape Ketan Ibu Munil juga pernah mencoba memasarkan produk melalui memasok kepada salah satu tempat oleh-oleh, tetapi malah rugi karena produk yang tidak tahan lama dan malah tidak terlihat karena nama brand Ibu Munil tidak diperlihatkan. Dari situ mereka hanya menjual produk melalui menunggu konsumen datang dan menghubungi melalui nomor telepon.

Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan adalah diawali dengan survey lokasi dan wawancara UMKM tape ketan ibu munil. Survey awal yang dilakukan yaitu dengan wawancara untuk mendapatkan beberapa data permasalahan pokok yang dihadapi oleh mitra. Dari hasil wawancara yang tim pengabdian yang lakukan, pada umumnya permasalahan yang dihadapi pengusaha tape adalah permasalahan umum yang dihadapi UMKM (Layaman & Nurlatifah, 2016). Secara lebih rinci permasalahan perusahaan tape yaitu antara lain:

- 1) Pemasaran masih dilakukan secara menunggu konsumen datang atau menghubungi sendiri pihak tape ketan bakung Ibu Munil. Untuk memasarkan produknya memerlukan waktu yang cukup lama karena harus menunggu konsumen datang menghubungi pihak penjual.
- 2) Pengemasan dan pelabelan tape ketan masih belum maksimal Pengemasan tape ketan masih belum maksimal yaitu terkadang masih menggunakan kemasan dus yang tidak ada label brand Tape Ketan Ibu Munil karena kurangnya stok yang sudah diberi stemple. Sehingga mengurangi ciri khas suatu brand produk Tape Ketan Ibu Munil.
- 3) Keterbatasan bahan baku. Terbatasnya bahan baku untuk membuat tape ketan yaitu terkadang langkanya beras ketan yang tersedia di pasar atau supply dari petani yang mungkin salah satunya diakibatkan karena harganya mahal. Selain itu daun katuk yang cepat kuning sebelum dipetik pada saat cuaca sedang panas.

Selain itu stemple print yang kurang memadai, sehingga terkadang hanya bungkus dus tape ketan bakung tanpa label bran Ibu Munil.

- 4) Proses produksi masih manual. Proses pembuatan tape ketan masih tradisional atau manual karena masih mempertimbangkan mesin yang harus digunakan untuk proses pembuatan tape ketan tersebut.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah kurang dimilikinya pengetahuan untuk mengelola gadget menjadi lebih bermanfaat untuk segala hal dalam kegiatan berwirausaha. Jadi di sini kami tim pengabdian masyarakat mengadakan kegiatan pendampingan peningkatan kualitas pemasaran UMKM Tape Ketan Bakung. Kegiatan awal pendampingan yang dilakukan yaitu diawali dengan ikut serta melakukan produksi pembuatan tape ketan bakung serta mengobrol sedikit dengan mitra tentang pentingnya pemasaran produk selama satu hari.

Pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil (Marka, et al., 2018). Kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan selalu menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat bersaing di pasar. Pemasaran adalah sebuah metode memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli, dengan menginformasikan keunggulan produk, manfaat serta bahan baku produk tersebut (Kusumadewi, et al., 2020). Metode pemasaran ini merupakan strategi dari penjualan bagi para pelaku usaha. Pemahaman akan pentingnya metode pemasaran produk tidak hanya diperuntukan bagi dirinya saja, tetapi disebarluaskan kepada para pelaku UMKM lainnya serta masyarakat secara umum. Setelah mengetahui dan memahami strategi pemasaran para pelaku UMKM menjadi lebih bersemangat untuk meningkatkan kualitas produk (Wijaya, et al., 2022).



**Gambar 4. Mengikuti produksi di Tape Ketan Ibu Munil serta memaparkan sedikit cara pemasaran melalui media sosial.**

Pelaku UMKM Tape Ketan Ibu Munil juga dapat mengetahui dan memahami pentingnya packaging produk. Packaging merupakan wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk dalam penjualan produk. Produk yang akan diperjual belikan bukan hanya produk yang memiliki nilai manfaat saja, melainkan produk yang memiliki kemasan unik, menarik, aman jika dikirim ke luar daerah (Nurchayati, et al., 2019). Selain itu mitra termotivasi untuk menggunakan labeling produk. Labeling merupakan identitas diri suatu produk, dengan labeling produk lebih mudah dikenal serta diingat oleh pembeli (Saihani & Hapizah, 2015).

Tahap pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara mengajarkan cara penggunaan media sosial untuk promosi produk dagangan kepada mitra. Selanjutnya mitra melakukan praktek mandiri membuat promosi produk melalui media sosial. Setelah praktek mandiri, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pendampingan terhadap kualitas mempromosikan produk. Tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan pendampingan pada pengemasan produk yang menarik minat pasar. Selain itu juga dilakukan pendampingan manajemen pemasaran produk.



Gambar 5. Proses pendampingan pengemasan produk dan pendampingan peningkatan kualitas pemasaran media sosial.

## SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal:

- 1) Ada peningkatan pengetahuan mitra tentang pemasaran digital, packaging, labelling produk untuk mengelola produksi tape ketan menjadi olahan yang lebih bernilai jual.
- 2) Pelaku usaha tape ketan dapat melakukan promosi produk tape ketan secara online, sehingga tidak hanya menunggu konsumen datang tetapi dalam usaha menjemput konsumen agar tertarik untuk membeli. Promosi online untuk meningkatkan kualitas pemasaran melalui media sosial bias terus berlangsung dan tetap menjadi produk unggulan Desa Bakung lor.

### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LP2M dan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah mendukung dan memfasilitasi kegiatan pengabdian ini.

## REFERENSI

- Indriastuti, Maya, and Devi Permatasari. 2022. "Peningkatan Kemampuan Akuntansi UMKM Berbasis Digital." *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 6 (1): 33. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.9352>.
- Kusumadewi, Neny, Nita Hernita, and Melia Wida Rahmayani. 2020. "Meningkatkan Kualitas Pemasaran Home Industry Tape Ketan Di Desa Heuleut Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (4): 619–26. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.487>.
- Layaman, L., Nasichah, N. A., & Hanim, T. F. (2020). Pemberdayaan Remaja Melalui Budidaya Tanaman Hidroponik Kampung Kertasemboja, Kelurahan Pegambiran, Kota Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 191-203. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v2i2.7074>
- Layaman, L., & Nurlatifah, N. (2016). Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Layaman, L., Robbani, R., & Hafidza, F. (2020). Literation And Financial Inclusion Among Creative Economic MSMEs; A Comparative Study. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 12(2), 181-190.
- Leny Muniroh; Diah Yudhawati; Hurriyaturohman. 2017. "Pelatihan Pemasaran Secara Online Pada UMKM Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor." *Prosiding LPPM UIKA Bogor*. <http://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/prosiding/article/view/91>.
- Marka, Mira Meilia, Noor Azis, and Mia Ajeng Alifiana. 2018. "Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha." *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Pada Masyarakat 22*: 185–92.
- Nihayah, Hamidatun, M Ivan Ariful Fathoni, Muhammad Taufiq, Saniyatus Saidah, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan, Bojonegoro Indonesia, and Penulis Koresponden. 2022. "Pemulihan Ekonomi Melalui Inovasi Olahan Tape Ketan Dan Pemasarannya Pada Masyarakat Molyorejo Di Era New Normal" 7 (1): 115–26.
- Nurchayati, N, Hasyim as'ari, Novi Prayekti. 2019. "PENINGKATAN NILAI EKONOMIS TAPE PADA UMKM TAPE," 288–91.
- Nurchayati, As'ari, H., Prayekti N. 2019. Peningkatan Nilai Ekonomis Tape pada UMKM Tape "Ngangeni" di Dusun Mangli Desa Karang Sari Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. *Prosiding SNasPPM*, 4(1), 288–291. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v13i4.13632>.
- Saihani, Azwar, and Siti Hapizah. 2015. "Analisis Nilai Tambah Dan Efisiensi Usaha Tape Ketan Pada Industri Rumah Tangga Tape Ketan Di Desa Sungai Karias Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara." *Rawa Sains : Jurnal Sains Stiper Amuntai* 5 (2): 352–60. <https://doi.org/10.36589/rs.v5i2.50>.
- Sugiarto, C. (2019). Pelatihan branding sebagai upaya meningkatkan efektivitas pemasaran nugget lele desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 8(2), 1-5.
- Wijaya, Juleha, Anggraeni, AS. (2022). Analisis Nilai Tambah Dan Risiko Industri Rumah Tangga Tape Ketan Bakung Lor Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon. *Jurnal Paradigma Agribisnis*. 4 (2): 43–53.

### Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2023 Layaman, Kintan Yuniar Rahmawati

Published by LP2M of IAIN Syekh Nurjati Cirebon