

**PEMASARAN PRODUK IKM KRIPIK TEMPE “PUTRI SEKAR ARUM”
BERBASIS DIGITAL MARKETING DI DESA CEWENG KECAMATAN DIWEK
KABUPATEN JOMBANG**

***Putri Maharani Kusuma Riyanto¹, D. Annisah Dwi Farhani², Nur Qomariyah Al Laili³,
Prayoga⁴, Rimawati Ningtyas⁵, Ria Khoiriyah⁶**

¹⁻³Universitas Darul Ulum Jombang

^{*}E-mail corresponding author: aaranimahar@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital marketing bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kripik Tempe "Putri Sekar Arum" yang berlokasi di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan kripik tempe yang dihasilkan oleh IKM setempat. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi analisis situasi awal, perancangan strategi pemasaran digital, implementasi strategi, serta evaluasi efektivitasnya. Terlihat penerapan strategi digital marketing melalui penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce berhasil meningkatkan kesadaran merek dan volume penjualan secara signifikan. Selain itu, program pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pemilik IKM mengenai penggunaan teknologi digital telah berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola pemasaran secara online. Rekomendasi diberikan untuk pengembangan lebih lanjut strategi digital marketing yang lebih terintegrasi dan kolaborasi dengan berbagai pihak guna memperluas jangkauan pasar dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci : Kripik Tempe, *Digital Marketing*, IKM.

Abstract

This community service aims to develop and implement a digital marketing-based marketing strategy for the Small and Medium Industry (IKM) Tempe Chips "Putri Sekar Arum" located in Ceweng Village, Diwek District, Jombang Regency. This research was conducted to increase product visibility, expand market reach, and increase sales of tempeh chips produced by local SMEs. The implementation methods used include initial situation analysis, digital marketing strategy design, strategy implementation, and evaluation of its effectiveness. It can be seen that the implementation of digital marketing strategies through the use of social media, websites and e-commerce platforms has succeeded in increasing brand awareness and sales volume significantly. In addition, the training and mentoring program provided to SME owners regarding the use of digital technology has succeeded in improving their abilities in managing online marketing. Recommendations are given for further development of a more integrated digital marketing strategy and collaboration with various parties to expand market reach and support local economic growth..

Keywords : *Tempeh Chips, Digital Marketing, IKM.*

PENDAHULUAN

Desa Ceweng merupakan salah satu desa di Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Luas wilayah Desa Ceweng sekira 159,716 ha yang terdiri dari tiga dusun yakni Dusun Ceweng, Dusun Pengkol dan Dusun Sambisari. Jumlah penduduk Desa Ceweng adalah 4.436 jiwa. Desa Ceweng terletak kurang lebih 4,6 km dari pusat kota Jombang. Desa ini memiliki potensi perekonomian lokal dengan banyaknya IKM/IKM. Salah satu IKM yang ada di Desa Ceweng adalah Kripik Tempe “Putri Sekar Arum”.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung perekonomian lokal. Demikian halnya salah satu produk unggulan dari sektor IKM di Desa Ceweng adalah kripik tempe “Putri Sekar Arum” yang tidak hanya digemari di pasar domestik tetapi juga memiliki

potensi untuk diekspor. Meskipun produk ini memiliki kualitas yang tinggi dan rasa yang khas, tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku IKM di wilayah ini adalah keterbatasan dalam hal pemasaran dan distribusi.

Perkembangan teknologi digital yang pesat, *digital marketing* menawarkan solusi yang potensial untuk mengatasi tantangan tersebut. *Digital marketing* memungkinkan IKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Selain itu, digital marketing juga memungkinkan interaksi yang lebih langsung dengan konsumen, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis *digital marketing* untuk IKM kripik tempe "Putri Sekar Arum". Selain itu juga fokus membantu dalam peningkatan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan melalui penggunaan media sosial, *website*, dan *platform e-commerce*.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini dilaksanakan di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang dengan objek adalah pelaku usaha IKM kripik tempe "Putri Sekar Arum". Metode pelaksanaan meliputi analisis situasi awal untuk memahami kondisi pemasaran saat ini, perancangan strategi digital marketing yang sesuai, implementasi strategi tersebut, serta evaluasi efektivitasnya.

Kemudian Pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) merupakan paradigma dalam pengabdian masyarakat yang menekankan pentingnya memahami dan menginternalisasi aset, potensi, serta kekuatan yang dimiliki oleh komunitas, dan menggunakannya secara mandiri dan optimal. Ciri khas pendekatan ini adalah penekanan pada reinventing aset, di mana mahasiswa harus mengeksplorasi ketersediaan aset sosial dalam masyarakat. Bagi KKM-UNDAR (Kuliah Kerja Mahasiswa Universitas Darul 'Ulum Jombang) Kelompok A Desa Ceweng, aset sosial lebih difokuskan pada identifikasi aset masyarakat dalam kehidupan sosial. Sinkronisasi antara ketersediaan aset sosial dan program kerja KKN menjadi kunci keberhasilan ABCD. Pengembangan masyarakat harus dimulai dengan memahami kekuatan, potensi, dan aset yang dimiliki, sehingga masyarakat dapat terlibat aktif dan berinisiatif dalam upaya perbaikan. (Al-Kautsari 2019).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Analisis situasi awal dengan pemetaan lokasi dan wawancara dengan pelaku IKM kripik tempe "Putri Sekar Arum" untuk mengetahui kondisi dan perkembangan sekaligus hambatan dan kendala yang dihadapi.

b. Persiapan Kegiatan

- 1) Berkoordinasi dengan pelaku IKM Kripik Tempe "Putri Sekar Arum" untuk menentukan kebutuhan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi.
- 2) Setelah masalah teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah menyelesaikan masalah tersebut melalui pendampingan.

c. Pelaksanaan Kegiatan

- 1) Menyediakan pelatihan dan bimbingan tentang pemasaran digital bagi pemilik IKM untuk memperluas pasar mereka.
- 2) Review desain dan logo kripik tempe "Putri Sekar Arum"
- 3) Meningkatkan pemasaran digital marketing dengan media sosial.

d. Evaluasi

Dilakukan untuk mengidentifikasi keterbatasan dari program yang telah dilaksanakan, yang kemudian akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan implementasi di masa mendatang.

PEMBAHASAN

Analisis awal kegiatan yang dilaksanakan oleh Kelompok A Desa Ceweng adalah pemetaan dan survey lapangan serta wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi serta solusi untuk pengembangan pemasaran kripik tempe “Putri Sekar Arum”. Kegiatan ini dilaksanakan dengan berkunjung langsung ke lokasi dan melakukan identifikasi dan wawancara dengan Ibu Derita Prihatin sebagai pelaku IKM kripik tempe “Putri Sekar Arum” yang beralamat di Jl. Irian Jaya Nomor 40 Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang (depan koramil Diwek). Dari hasil pengamatan dan wawancara didapatkan data bahwa pernah memasarkan produk dengan *marketplace* Shopee beberapa tahun lalu namun dirasa kurang efektif karena ada biaya admin yang dirasa terlalu tinggi.



Gambar 1. Survey dan wawancara pelaku IKM Kripik Tempe “Putri Sekar Arum”

Salah satu masalah dalam Pengembangan strategi pemasaran kripik tempe “Putri Sekar Arum” adalah pemasaran yang masih dilakukan dengan konvensional dengan metode penjualan

door to door, pesanan dan dititipkan di warung-warung dengan model pembayaran di akhir saat diambil. Berdasarkan permasalahan tersebut KKM kelompok A Desa Ceweng berinisiatif menetapkan program kerja berupa pelatihan digital marketing bagi pelaku usaha dan pendampingan dalam pemasarannya menggunakan media sosial. Dalam hal ini para Mahasiswa KKM memberikan materi tentang *trend* pemasaran digital dengan media sosial.

Guna mengatasi kendala tersebut, KKM Kelompok A Desa Ceweng mengadakan pelatihan bertema "Pelatihan Digital Marketing IKM," dengan Prayoga, mahasiswa prodi Teknik Informatika, sebagai pemateri. Dalam *workshop* ini, pemateri menjelaskan tentang kondisi digital saat ini dan dampak *trend* pasar digital terhadap penjualan produk IKM. Diharapkan, dengan adanya pelatihan ini, produk IKM yang dikembangkan oleh masyarakat Desa Ceweng, khususnya kripik tempe "Putri Sekar Arum," dapat mencapai penjualan yang lebih maksimal.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing IKM

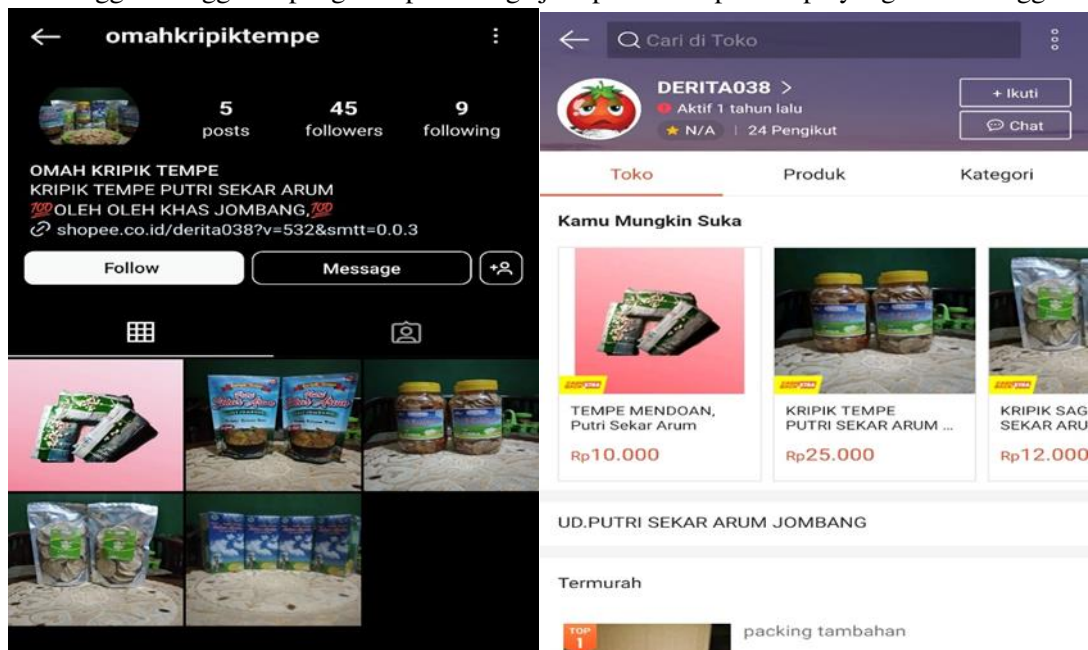
Tindak lanjut dari hasil pelatihan digital marketing IKM Kripik Tempe “Putri Sekar Arum” adalah dengan *me-review* desain kemasan dan penggunaan media sosial sebagai media promosi.



Gambar 3. Desain dan Kemasan Kripik Tempe “Putri Sekar Arum”

Dari hasil review terkait dengan desain kemasan, produk kripik tempe ini sudah termasuk bagus dan layak untuk dipromosikan melalui sosial media dan *platform marketplace*. Disini

terdapat kendala terkait mindset pelaku IKM bahwa pemasaran melalui *marketplace* dalam hal ini berdasarkan paparan Ibu Derita Prihatin bahwa biaya admin yang dikenakan oleh Shopee terlalu tinggi sehingga berpengaruh pada harga jual produk kripik tempe yang terlalu tinggi.



Gambar 4. Akun Media Sosial dan Marketplace “Putri Sekar Arum”

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, KKM Kelompok A Desa Ceweng berharap IKM Kripik Tempe "Putri Sekar Arum" dapat mengembangkan pemasaran digital melalui media sosial dan *platform marketplace* agar dapat tumbuh dengan cepat dan berkelanjutan, serta menarik minat pembeli baik di dalam maupun di luar kota. Hal ini bertujuan agar tidak hanya penduduk lokal yang mengetahui keberadaan produk ini, tetapi juga konsumen di luar kota dapat mengetahui bahwa di Desa Ceweng, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang terdapat IKM Kripik Tempe "Putri Sekar Arum" yang mengusung konsep modern dalam kemasan dan pemasaran yang lebih luas.

PENUTUP

Kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk IKM Kripik Tempe “Putri Sekar Arum” dapat diatasi dengan digital marketing. Hal ini dapat dilakukan dengan pendampingan yang dilakukan dengan berkesinambungan. Karena zaman yang terus berkembang, maka hal yang harus dilakukan adalah dengan mengikuti trend yang ada. Dengan digitalisasi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas sehingga berpengaruh pada peningkatan pendapatan pelaku IKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kautsari, Mirza Maulana. 2019. “Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat.” *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 4(2): 259.
- Sofia, Maya. et al. 2022. “Edukasi Masyarakat IKM Tentang Pengaruh Trend Pasar Digital Di Desa Sukomulyo” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*.
- Ali, Mahrus. et al. 2024. *Panduan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Universitas Darul „Ulum Jombang*.
- Teufel-Shone, Nicolette I. et al. 2019. “Supporting New Community-Based Participatory Research Partnerships.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 16(1).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya kegiatan pengabdian ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan karunia dan hidayahnya sehingga pengabdian ini dapat dilaksanakan dengan baik.
2. Ibu Rahmah Putri Puspitasari, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen Pembimbing atas arahan dan masukannya.
3. Kepada Perangkat dan Masyarakat Desa Ceweng yang telah membantu dalam melakukan kegiatan pengabdian ini
4. Rekan – rekan Mahasiswa Universitas Darul ‘Ulum Jombang