

Penguatan Strategi Pemasaran UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro” di Desa Paremono Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang

Hari Siswoyo^{1*}, Riyanto Haribowo², Linda Prasetyorini³, Jafan Sidqi Fidari⁴

^{1,2,3,4} Departemen Teknik Pengairan, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

*e-mail : hari_siswoyo@ub.ac.id

Abstract

Marketing activities for UMKM products in the digital era have been carried out massively online. So far, the traditional beverage UMKM "Rempon Ndoro" does not have a permanent and representative website. This can be a weakness for UMKM in facing competition in the business world. As an effort to anticipate this condition, efforts need to be made to strengthen marketing strategies, especially digitally. The final output target expected from this Community Service activity is the creation of an UMKM website as a medium for marketing products and health education for the community. During the implementation of the activity, partners worked well and actively with the Community Service activity implementation team. Partners played a role in analyzing problems, describing solutions, and facilitating students who took the Community Service course involved in this activity. All of these students were involved in programming and implementing the Community Service course. The target achievement is the availability of an UMKM website that has been completed and is functioning properly.

Keywords: *traditional drinks, Rempon Ndoro, UMKM, website*

Abstrak

Kegiatan pemasaran produk-produk UMKM di era digital sudah masif dilakukan secara online. Sejauh ini UMKM minuman tradisional “Rempon Ndoro” belum memiliki website yang permanen dan representatif. Hal tersebut dapat menjadi kelemahan bagi UMKM dalam menghadapi persaingan dunia usaha. Sebagai upaya antisipasi atas kondisi tersebut, perlu dilakukan upaya penguatan strategi pemasaran khususnya secara digital. Target luaran akhir yang diharapkan dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah pembuatan website UMKM sebagai media untuk memasarkan produk maupun edukasi kesehatan bagi masyarakat. Selama pelaksanaan kegiatan, mitra bekerja sama dengan baik dan aktif dengan tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Mitra ikut berperan dalam analisis permasalahan, gambaran tentang solusi, dan memfasilitasi para mahasiswa yang melaksanakan mata kuliah Pengabdian kepada Masyarakat yang terlibat dalam kegiatan ini. Seluruh mahasiswa tersebut terlibat dalam rangka memprogram dan melaksanakan mata kuliah Pengabdian kepada Masyarakat. Target capaian adalah tersedianya website UMKM yang telah selesai dibuat dan telah berfungsi sebagaimana mestinya.

Kata kunci: minuman tradisional, Rempon Ndoro, UMKM, website

1. Pendahuluan

“Rempon Ndoro” merupakan salah satu *brand* dari produk minuman tradisional yang memproduksi aneka wedang dalam bentuk simpisia, serbuk, aneka teh daun herbal, dan menyediakan bahan baku setengah jadi untuk suplai pengusaha jamu (Katalog Produk CV. Totalindo Gemilang). Rempon Ndoro merupakan *brand* dari sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) CV. Totalindo Gemilang yang berlokasi di Desa Paremono, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang. UMKM tersebut memiliki visi “Meningkatkan kesehatan dan kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan kembali pada kearifan lokal, dan menjadikan produk Rempon Ndoro sebagai bagian dari pola hidup sehat masyarakat.“ Misi dari UMKM tersebut adalah “Mendukung dan memperkuat perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja serta pendapatan yang lebih baik“. Kegiatan usaha dari UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro” mencakup 4 aspek penting, yaitu : (1) produksi minuman tradisional, (2) promosi gaya hidup sehat, (3) kontribusi kepada dunia pendidikan melalui magang dan PKL, dan (4) program eduwisata herbal (Company Profile CV. Totalindo Gemilang).

Salah satu aspek penting dalam mencapai keberhasilan suatu UMKM adalah pemasaran. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan usaha tersebut. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Dalam upaya mencapai tujuan pemasaran diperlukan adanya aspek-aspek pemasaran yang secara umum telah dikenal dengan sebutan empat bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi, dan tempat. Keempat campuran tersebut membentuk satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bauran pemasaran adalah konsep penting dalam dunia pemasaran yang diperkenalkan pertama kali oleh Jerome McCarthy pada tahun 1960-an. Awalnya, konsep ini dikenal juga sebagai bauran pemasaran atau 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

Pada era digitalisasi, kegiatan pemasaran produk-produk UMKM sudah secara masif dilakukan melalui media *online*. Sejauh ini produk-produk minuman tradisional “Rempon Ndoro” telah dipasarkan melalui media sosial yang dimiliki seperti *instagram* dan *facebook*. Sejauh ini UMKM minuman tradisional “Rempon Ndoro” belum memiliki *website* yang permanen dan representatif. Hal tersebut dapat menjadi kelemahan bagi UMKM dalam menghadapi persaingan dunia usaha. Padahal penggunaan media *website* telah menjadi strategi pemasaran yang populer dalam bisnis saat ini. *Website* tersebut dapat menyediakan informasi lengkap mengenai produk dan promosi (Fajriyah & Hariyana, 2023). Berdasarkan pengamatan Sudaryanto dkk. (2023) keberadaan *website* bisnis yang dibangun juga mampu menghasilkan tambahan pendapatan. Keberadaan *website* juga dapat meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha UMKM, selain itu, produk UMKM dapat semakin dikenal dan diminati oleh calon konsumen (Septarina dkk., 2023).

Sebagai upaya antisipasi atas permasalahan tersebut di atas, perlu dilakukan upaya penguatan strategi pemasaran khususnya secara digital pada UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro”. Penguatan strategi pemasaran dapat dilakukan melalui pembuatan *website* sebagai media untuk memasarkan produk maupun edukasi kesehatan bagi masyarakat. Target luaran akhir yang diharapkan dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah tersedianya *website* UMKM sebagai media untuk pemasaran produk dan edukasi kesehatan bagi masyarakat guna meningkatkan kegiatan pemasaran produk dan edukasi bagi masyarakat.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan yang dilakukan dalam rangka Penguatan Strategi Pemasaran UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro” adalah meliputi :

1. Survei Pendahuluan

Survei pendahuluan dilakukan guna mendapatkan gambaran kondisi UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro”. Kondisi UMKM yang dimaksud meliputi produk UMKM, promosi, kontribusi yang diberikan kepada dunia pendidikan, dan program-program yang ditawarkan.

2. Pembuatan *website* UMKM.

Website UMKM dibuat sebagai media untuk Pemasaran Produk dan Edukasi Kesehatan. Pembuatan *website* dilakukan dengan bantuan tenaga profesional dari jasa pembuatan *website*.

3. Diskusi pelaksanaan pengembangan UMKM

Diskusi pelaksanaan pengembangan UMKM dilakukan antara tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada

masyarakat dengan pihak mitra. Melalui diskusi akan dibahas strategi ke depan terkait pengembangan UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan di UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro” (CV. Totalindo Gemilang) yang berada di Desa Paremono, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Pada saat awal kedatangan, Tim pelaksana kegiatan diterima secara langsung oleh pemilik UMKM. Kegiatan diawali dengan diskusi antara ketua pelaksanaan dan para mahasiswa peserta kegiatan pengabdian masyarakat dengan pemilik UMKM di ruang pertemuan yang telah disiapkan oleh mitra seperti ditunjukkan dalam Gambar 1 dan Gambar 2. Diskusi awal dilakukan untuk membahas rencana kerja pelaksanaan kegiatan dan target luaran. Pemilik UMKM juga memberikan arahan kepada para mahasiswa yang akan berkegiatan di lokasi mitra.

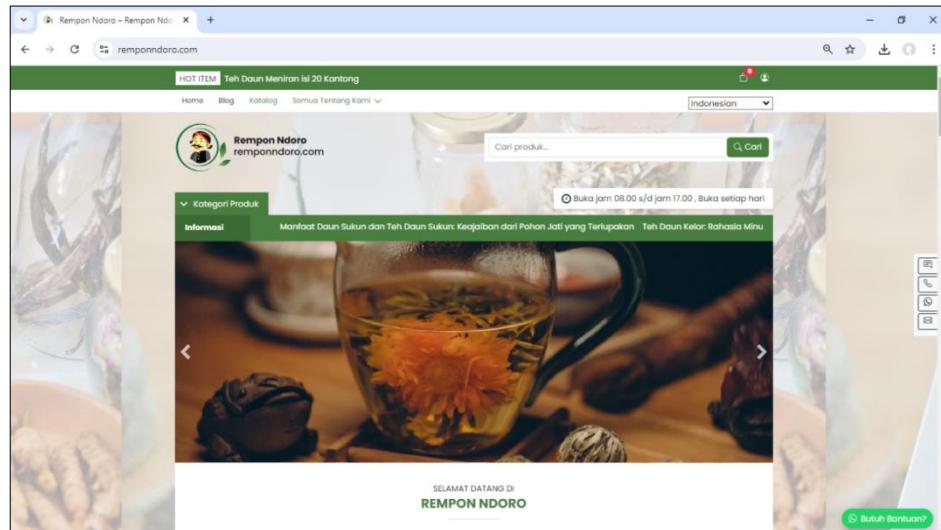


Gambar 1. Ketua pelaksana beserta mahasiswa diterima oleh pihak mitra

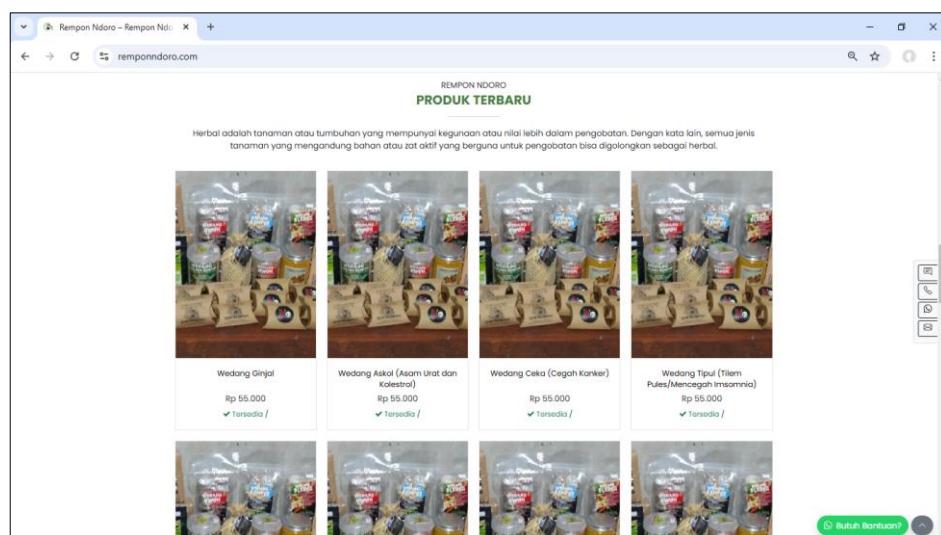


Gambar 2. Diskusi dengan mitra

Luaran utama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dicapai adalah berupa *website* UMKM sebagai media untuk pemasaran produk dan edukasi kesehatan bagi masyarakat. Serah terima dilakukan secara langsung antara ketua tim pelaksana kegiatan dengan pemilik UMKM. *Website* UMKM sebagai media untuk pemasaran produk dan edukasi kesehatan bagi masyarakat yang diserahkan tersebut diterima dengan baik oleh pemilik UMKM. Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yaitu *website* UMKM ditunjukkan dalam Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3. Tampilan website UMKM yang telah selesai dibuat dan telah berfungsi



Gambar 4. Tampilan produk-produk Rempon Ndoro dalam website

Adanya website UMKM menjadikan produk UMKM dapat dikelola dengan baik karena lebih terorganisir dan tertib (Nur dkk., 2023). Selain itu dengan adanya website calon konsumen akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi terkait produk-produk UMKM hingga lokasi usahanya (Fajriyah & Hariyana, 2023). Melalui strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien akan lebih banyak waktu dan biaya yang dapat dihemat oleh UMKM sehingga keuntungan bisa lebih dimaksimalkan (Sudaryanto dkk., 2023).

Selain luaran utama berupa website UMKM, dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini juga dilakukan upaya untuk memperkuat pemasaran produk UMKM oleh para mahasiswa peserta kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat antara lain :

1. *Upgrading* Sosial Media

Upgrading sosial media dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan calon konsumen dalam mengenal serta mengingat merek/produk Rempon Ndoro. *Upgrading* sosial media mencakup pembuatan akun *instagram* untuk UMKM Rempon Ndoro dengan *username* @rempon_ndoro, pembuatan akun *gmail* dengan *username* remponndoroparemono@gmail.com, pembuatan akun *e-commerce* yaitu shopee dan tokopedia dengan *username* rempon_ndoro, dan pembuatan konten *feeds* serta video *reels* pada akun *instagram* @rempon_ndoro yang berbentuk promosi serta edukasi yang dikemas secara menarik dengan elemen visual. Salah satu hasil kegiatan *upgrading* sosial media ditunjukkan Gambar 5.



Gambar 5. Hasil pembuatan akun *instagram* untuk UMKM Rempon Ndoro

2. *Direct Marketing*

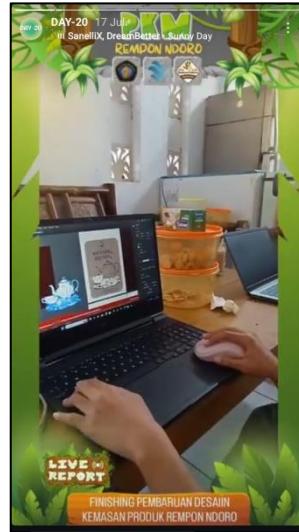
Direct marketing merupakan salah satu metode pemasaran yang efektif di mana *Direct marketing* adalah salah satu metode pemasaran yang efektif di mana perusahaan dapat berinteraksi langsung dengan konsumen potensial untuk mempromosikan produk mereka. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menyampaikan pesan pemasaran mereka secara personal dan langsung kepada konsumen, sehingga memungkinkan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan interaktif. Kegiatan *direct marketing* dilaksanakan di Kabupaten Boyolali dengan sasaran ibu-ibu PKK (Gambar 6A) dan di Plaza Tani milik Dinas Pertanian Kabupaten Magelang (Gambar 6B).



(A) (B)
Gambar 6. Kegiatan *direct marketing*

3. Pembaharuan Desain Kemasan

Pembaharuan desain kemasan sebuah produk dilakukan dengan meningkatkan daya tarik visual dari sebuah produk. Desain kemasan yang menarik dan informatif akan menjadikan produk dapat lebih mudah dikenali di rak-rak toko dan dapat lebih menarik perhatian konsumen. Pembaharuan desain kemasan juga dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan kesan kualitas dan keamanan produk herbal, serta mendukung strategi pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Kegiatan pembaharuan desain kemasan ditunjukkan dalam Gambar 7.



Gambar 7. Kegiatan pembaharuan desain kemasan

4. Pembuatan Paket atau *Hampers*

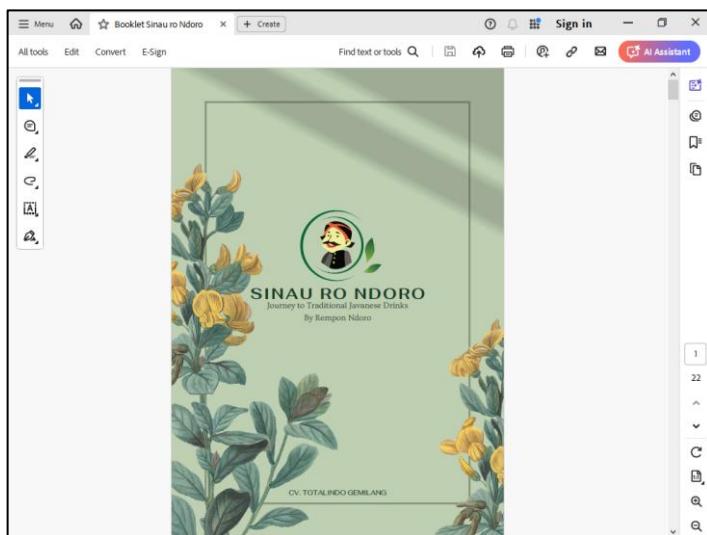
Tujuan pembuatan *hampers* adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk dalam kemasan menarik, dan juga mempertahankan pelanggan dengan memberikan pengalaman belanja yang istimewa. Dengan adanya paket hampers, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk mereka kepada calon konsumen yang lebih luas, terutama saat dipasarkan dalam momen spesial seperti perayaan atau acara khusus. Kegiatan pembuatan paket hampers ditunjukkan dalam Gambar 8.



(A) (B)
Gambar 8. Pembuatan paket *hampers*

5. Eduwisata

Eduwisata merupakan salah satu upaya promosi yang baik bagi pengembangan UMKM Rempon Ndoro ke depannya. Melalui eduwisata, akan lebih banyak khalayak yang dapat mengenal UMKM Rempon Ndoro. Untuk menunjang pelaksanaan Eduwisata, sebagai langkah awal disusun sebuah *booklet*. Hasil pembuatan *booklet* berbahasa Inggris untuk Paket Eduwisata di UMKM Rempon Ndoro ditunjukkan dalam Gambar 9.



Gambar 9. Hasil pembuatan *booklet* Paket Eduwisata di UMKM Rempon Ndoro

Diskusi pelaksanaan pengembangan UMKM dilakukan antara tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan pihak mitra. Melalui diskusi tersebut dibahas strategi ke depan terkait pengembangan UMKM. Dokumentasi kegiatan diskusi ditunjukkan dalam Gambar 10. Berdasarkan hasil diskusi tersebut ketua pelaksana kegiatan dan pemilik UMKM menyepakati rencana pengembangan UMKM sebagaimana dituangkan dalam *road map* yang telah disusun oleh tim pelaksana. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Minuman Tradisional "Rempon Ndoro" direncanakan berlangsung dalam kurun waktu 3 tahun. Pada tahun 2024 ini telah dilakukan kegiatan penguatan strategi pemasaran UMKM. Pada tahun 2025 akan dilaksanakan kegiatan penguatan produktivitas UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi. Pada tahun 2026 direncanakan akan dilaksanakan kegiatan penguatan human capital UMKM. Target kegiatan pengabdian yang hendak dicapai adalah menjadikan UMKM Minuman Tradisional "Rempon Ndoro" sebagai UMKM yang mandiri dan berdaya saing, serta tempat edukasi kesehatan bagi masyarakat.



Gambar 10. Diskusi dengan mitra terkait pengembangan UMKM

4 Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat diberikan simpulan sebagai berikut :

1. Website UMKM telah selesai dibuat dan telah berfungsi sebagaimana mestinya sebagai media untuk memasarkan produk maupun edukasi kesehatan bagi masyarakat.
2. Mitra bekerja sama dengan baik dan aktif dengan tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Mitra

ikut berperan dalam analisis permasalahan, gambaran tentang solusi, dan memfasilitasi para mahasiswa yang melaksanakan mata kuliah Pengabdian kepada Masyarakat yang terlibat dalam kegiatan ini.

Saran yang dapat diberikan setelah selesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Keberadaan *website* UMKM supaya lebih dimaksimalkan lagi fungsinya untuk memasarkan produk maupun edukasi kesehatan bagi masyarakat.
2. Untuk menjadikan UMKM Minuman Tradisional “Rempon Ndoro” sebagai UMKM yang mandiri dan berdaya saing, maka setelah dilakukan upaya penguatan strategi pemasaran khususnya secara digital perlu dilakukan upaya penguatan produktivitas UMKM

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terlaksana atas pendanaan dari Fakultas Teknik Universitas Brawijaya dari sumber dana PNBP dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Nomor : 31/UN10.F07/PKM/2024 Tanggal : 22 April 2024. Tim pelaksana menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dekan Fakultas Teknik Universitas Brawijaya beserta seluruh jajarannya atas pendanaan yang telah diberikan. Tim pelaksana juga menyampaikan apresiasi kepada para mahasiswa yang terlibat secara aktif dalam kegiatan ini yaitu Aan Mustaqim, Ahmad Yassin Fuady, Muhammad Atha Tian Pradana, Meisil Maudina, Kezia Setyo Kristianti, Nhadya Hayu Hapsari, dan Madeleine Emely Christy yang dengan penuh kesungguhan melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- CV. Totalindo Gemilang (Javanese Authentic Potion & Cuisine Industry). (Company Profile).
- CV. Totalindo Gemilang (Javanese Authentic Potion & Cuisine Industry). (Katalog Produk).
- Fajriyah, D. D. & Hariyana, N. (2023). Pembuatan Website UMKM “Cahaya Stik” Kelompok Wanita Tani Cahaya Rimpang sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1771-1776.
- Nur, S., Nugroho, I. S., Fatman, Y., Salim, F. F., & Fadlurohman, H. A. (2023). Pembuatan Website Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Masyarakat Desa Cijambu – Sumedang. *Community Development Journal*, 4(4), 8947-8951.
- Septarina, L., Hakim, L., Febriani, O. M., & Azim, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 150-153.
- Sudaryanto, S., Hanim, A., Harsono, S. S., Paramu, H., & Endhiarto, T. (2023). Pendampingan Pembuatan Website untuk UMKM Sate Kedai Biru Daun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 2(2), 101-109.