

Pelatihan Digital Marketing Media Pemasaran Madu dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kampung Baru

Ina Namora Putri Siregar¹, Devi Alvionita Alindra^{2*}, Winda Sri Astuti Doloksaribu³, Maisara Batubara⁴, Lasma Ria Tampubolon⁵, Esther Praja⁶

Program Studi Sarjana Manajemen^{1, 3, 4, 5, 6}, Program Studi Sarjana Terapan Bahasa Mandarin untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional^{2*}

Universitas Prima Indonesia

e-mail: devi.a.alindra@gmail.com

Abstrak

Teknik pemasaran sekarang berkembang dengan sangat pesat, teknik pemasaran tersebut dewasa ini disebut dengan *Digital Marketing*. *Digital Marketing* ini mengalami peningkatan dan mulai menyaingi keberadaan teknik pemasaran tradisional. Digital marketing dinilai lebih efektif karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memungkinkan siapapun dapat mengakses dan memperoleh informasi serta melakukan proses jual-beli dengan lebih mudah. Kegiatan *Sharing Session* dan pelatihan *digital marketing* dalam upaya pengembangan produk lokal melalui jejaring media sosial ini bertujuan untuk melatih para pelaku UMKM madu yang ada di Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun dalam memaksimalkan pemasaran produk madu. Adapun tahapan dari kegiatan ini adalah tahap persiapan dan tahap pelatihan serta *Sharing Session*. Hasil dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha memperoleh informasi mengenai kegunaan dari berbagai fitur yang ada di aplikasi *WhatsApp Business* dan *Facebook Marketplace*, penggunaan bahasa iklan, dan teknik pendistribusian produk.

Kata Kunci: *Pelatihan, Digital Marketing, UKM, Madu*

Abstract

Marketing techniques are now developing very rapidly, these marketing techniques are now called Digital Marketing. Digital Marketing has increased and has begun to compete with the existence of traditional marketing techniques. Digital marketing is considered more effective because it can reach a wider market and allows anyone to access and obtain information and carry out the buying and selling process more easily. This Sharing Session and digital marketing training in an effort to develop local products through social media networks aims to train honey small business players in Kampung Baru Village, Medan Maimun District, in maximizing the marketing of honey products. The stages of this activity are the preparation stage and the training stage as well as the Sharing Session. The result of this activity is that business actors obtain information about the usefulness of various features in the WhatsApp Business application and Facebook Marketplace, the use of advertising language, and product distribution techniques.

Kata Kunci: *Training, Digital Marketing, Small Business, Honey*

PENDAHULUAN

Kelurahan kampung baru di dalam wilayah kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun beralamat di jalan Brigjend Katamso yang kebanyakan masyarakatnya memiliki mata pencaharian Pegawai, Karyawan dan Berdagang. Hal ini yang mendasari masyarakat khususnya kaum ibu rumah tangga sekitar banyak membuat UKM untuk mendapat penghasilan tambahan bukan hanya saja mengandalkan gaji suami. Namun dalam menjalankan usahanya terkadang kaum ibu terkendala dengan masalah baik secara internal maupun eksternal. Salah satu hal permasalahan UKM yakni terkendala dengan *Digital Marketing* yang belum *familiar* penggunaannya dalam dunia UKM pada masyarakat wilayah kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun khususnya.

Pengertian digital marketing adalah proses yang mendorong individu untuk melakukan pemasaran melalui situs *website*, produk atau layanan mereka melalui saluran pemasaran *online* (Paquette, 2013). Selain itu, *digital marketing* untuk berkomunikasi dan bertransaksi memiliki peluang yang luas dalam melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan konvensional (Afrilia, 2018). Mulai menggunakan *platform digital marketing* adalah salah satu langkah yang tepat untuk mengembangkan usaha. Saat ini, berbagai macam produk sudah dijual dalam *e-commerce* serta membantu para pegiat UKM dalam mempercepat perkembangan perekonomian usaha mereka (eMarketing Institute, 2018).

UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan usaha produktif yang dilakukan oleh individu, kelompok, rumah tangga maupun badan usaha kecil. Keberadaan UKM di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat. Seperti yang sudah kita ketahui, saat ini semakin banyak bisnis UKM yang berkembang mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Bisnis-bisnis tersebut meliputi usaha kuliner, usaha fashion, usaha agribisnis dan lain sebagainya. Di zaman modern ini, pelaku UKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UKM tersebut (Rizal, M., Aslinda, A., Firman, M. J., & Siraj, 2020).

Keterbatasan teknik penjualan/ pemasaran produk UKM di kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun membuat kurang dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan teknik pemasaran yang lebih efektif dan transformatif, salah satunya adalah melalui *digital marketing* atau pemasaran produk menggunakan teknologi digital. Dengan mengenalkan teknologi digital berupa media sosial seperti *WhatsApp Business*, *Facebook Marketplace*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Instagram* sebagai media pemasaran produk pada masyarakat kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun diharapkan tingkat pengetahuan akan produk inovasi, promosi dan penjualan produk mengalami perkembangan.

Salah satu jenis UKM yang kami angkat menjadi objek pengabdian kami yakni lebah madu. Lebah madu adalah hewan yang membawa banyak manfaat. Manfaat yang paling utama yang sering kita jumpai adalah madu yang mampu mengobati berbagai macam penyakit (*Standar Nasional Indonesia : Madu*, 2018). Selain madu, ada beberapa produk yang diproduksi oleh lebah madu, salah satunya royal jelly dan propolis (Junus, 2017). Hasil dari produksi lebah madu dapat kita perjual belikan ke masyarakat yang suka mengkonsumsi madu dan turunannya. Salah satu wadah yang bisa kita gunakan untuk memasarkan produk hasil lebah madu ini adalah digital marketing. Akhirnya dengan pelatihan digital Marketing ini diharapkan menambah pemasukan sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat Kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 22 Oktober 2022 di Museum Avros Medan, Pelatihan *Social Media Marketing* sebagai media pemasaran UKM Madu dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun

Adapun peserta yang hadir dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjumlah 55 orang yang terdiri dari 40 dosen dari Universitas Prima Indonesia dan 15 orang perwakilan pelaku UKM masyarakat Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun.

Tahap persiapan, yang dilakukan meliputi:

- a. Peninjauan lokasi UKM
- b. Penentuan lokasi dan sasaran pelatihan
- c. Penyusunan bahan/materi pelatihan
- d. Pengenalan Produk yang akan di pasarkan

Tahap pelaksanaan pelatihan

Tahap ini terbagi menjadi beberapa sesi, yakni (1) sesi pemberian materi. Pada sesi ini, tim mempresentasikan dan menjelaskan tentang pentingnya mengetahui teknik pemasaran produk melalui teknologi digital, khususnya *WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, Shopee, Tokopedia* dan penggunaan bahasa iklan yang persuasif, serta bagaimana cara mendistribusikan produk hingga dapat sampai ke pelanggandan baik dan memuaskan. (2) sesi demonstrasi dan pelatihan. Pada sesi ini, tim mendemonstrasikan dan melatih para pelaku UKM dalam menggunakan dan memanfaatkan Aplikasi *Marketplace* sebagai social media pemasaran. Tim juga menjelaskan fungsi dari masing-masing fitur yang ada pada aplikasi tersebut untuk dapat memaksimalkan proses pemasaran. (3) sesi berbagi (*Sharing session*) sekaligus tanya jawab aplikasi *marketplace*. Pada sesi ini tim pengabdian memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk *sharing* ataupun Tanya jawab mengenai Aplikasi *Marketplace* sebagai media pemasaran agar menaikkan hasil penjualan produk UKM madu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berkoordinasi dengan lurah Kampung Baru yang dilakukan pada tanggal 22 Oktober 2022 di Museum Avros Medan, Pelatihan *Digital Marketing* sebagai media pemasaran UKM madu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun. Dalam kegiatan tersebut, tim mempresentasikan dan menjelaskan tentang pentingnya mengetahui teknik pemasaran produk melalui teknologi digital, khususnya *WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, Shopee, Tokopedia* dan penggunaan bahasa iklan yang persuasif sehingga penjualan meningkat dan memajukan perekonomian masyarakat kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun.

Produk-Produk Lebah Madu dan Manfaatnya

a. Madu

Madu mengandung berbagai jenis komponen yang sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia yaitu; karbohidrat, asam amino, enzim, vitamin dan air. Madu dapat juga menyembuhkan luka-luka pada usus dua belas jari, peredaran darah dan menormalkan komposisi darah.

b. *Royal Jelly*

Royal jelly merupakan salah satu jenis makanan alami yang baik dengan kandungan nutrisi yang sangat kompleks. *Royal jelly* dapat digunakan untuk pengobatan beberapa jenis penyakit seperti; asma, alergi, kejang-kejang dan impoten.

c. Tepung sari (*Bee pollen*)

Bee pollen merupakan intisari kehidupan karena kandungan nutrisinya yang sangat bermanfaat untuk kesehatan tubuh terutama membangun dan memperbaiki sel-sel tubuh, meningkatkan daya tahan tubuh menurunkan kolesterol dan memperlancar fungsi pencernaan serta asma.

d. *Bee propolis*

Bee propolis merupakan bahan perekat bersifat resin dan dikumpulkan oleh strata lebah pekerja untuk menutup sel-sel sarang, mendempul sel-sel sarang yang retak dan memperkecil lubang. *Bee propolis* mengandung zat aromatik, zat pewangi dan mineral. *Bee propolis* dapat digunakan dalam berbagai obat jadi dari pabrik farmasi, antara lain; tambal gigi, plester, zat antibiotik dan *coating* kapsul.

Adapun manfaat dari madu adalah :

1. Meningkatkan Imunitas Tubuh

Madu memiliki senyawa fitonutrien yang diklaim dapat memperkuat sel-sel imun di dalam tubuh manusia (Situmorang, R.O.P, A, 2014). Selain itu, madu juga dipercaya berkhasiat sebagai anti bakteri dan anti jamur.

2. Memulihkan Luka Lebih Cepat

Madu juga bermanfaat untuk mempercepat penyembuhan luka. Sejumlah penelitian mengatakan madu dapat membantu menghilangkan jaringan yang mati, membunuh bakteri yang ada pada luka dan merangsang

pembentukan kulit baru untuk menutup bekas luka (Hammad, 2012). Sejumlah jenis luka yang bisa disembuhkan oleh madu yaitu luka bakar, luka diabetes dan lecet.

3. Menangkal Radikal Bebas

Selain meningkatkan imunitas tubuh, senyawa fitonutrien di dalam madu bisa menjadi antioksidan alami. Sehingga, madu dapat menangkal radikal bebas di dalam tubuh dan mencegah kerusakan sel dan jaringan tubuh.

4. Menyehatkan Jantung

Madu juga bermanfaat untuk menyehatkan jantung. Hal ini karena terdapat senyawa fitonutrien di dalam madu yang berkhasiat melancarkan aliran darah dan mencegah terbentuknya aterosklerosis. Sejumlah penelitian mengungkapkan madu juga dapat menurunkan tekanan darah serta menghilangkan lemak di dalam darah (Hammad, 2012).

5. Menjaga Sistem Pencernaan

Manfaat madu berikutnya adalah dapat menjaga kesehatan sistem pencernaan. Sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa madu disebut sebagai prebiotic karena dapat mendukung pertumbuhan bakteri baik di dalam usus (Aden, 2010).

6. Pemanis yang Sehat

Madu diklaim sebagai pemanis alami yang menyehatkan, bahkan lebih baik daripada gula yang dikonsumsi setiap harinya (Aden, 2010). Sejumlah penelitian menemukan bahwa mengkonsumsi madu secukupnya dapat meningkatkan kadar adiponektin di dalam tubuh, yaitu hormon yang mengurangi peradangan dan dapat menurunkan kadar gula darah serta menangkal radikal bebas (Aden, 2010).

7. Menyembuhkan Jerawat

Madu merupakan obat jerawat alami. Madu memiliki kandungan anti inflamasi yang dapat mengurangi peradangan karena jerawat. Maka dari itu, selain menyembuhkan jerawat madu juga bisa menghilangkan bekas jerawat.

Strategi Pemasaran yang Digunakan Dalam Mempromosikan Produk UKM Madu Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun

Strategi pemasaran atau marketing adalah serangkaian logika tentang pemasaran di mana sebuah usaha (bisnis) tertentu mengharapkan adanya nilai lebih serta keuntungan dari bentuk hubungan dengan klien atau konsumen (Kotler, Philip; Armstrong, 2008).

Keberhasilan meningkatnya nilai jual produk madu ini tergantung pada strategi pemasaran yang akan dilakukan. Konsep dari strategi pemasaran yang diterapkan pada penelitian ini berupa *digital marketing*.

Berbicara pada konsep *digital marketing* produk madu dipasarkan melalui jejaring sosial media seperti shoppe, instagram, facebook, whatsapp business dan media sosial lainnya. Konsep *digital marketing* atau yang biasa kita kenal

dengan *online shop*, dewasa ini amat sangat menjanjikan. Dalam memasarkan produk secara *online* dapat berkolaborasi dengan *influencer* contohnya selebgram, sehingga konsep strategi pemasaran ini dianggap efektif dalam menaikkan nilai jual bisnis UKM madu di kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun.



Gambar 1. Tim PKM dalam Pelatihan Digital Marketing Media Pemasaran Madu



Gambar 2. Ternak Lebah Madu



Gambar 3. Tim PKM bersama UKM peternak madu di Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun



Gambar 4. Jenis lebah peternak

SIMPULAN

Salah satu jenis UKM yang kami angkat menjadi objek pengabdian kami yakni lebah madu. Lebah madu adalah hewan yang membawa banyak manfaat. Manfaat yang paling utama yang sering kita jumpai adalah madu yang mampu mengobati berbagai macam penyakit.

Terdapat beberapa produk yang diproduksi oleh lebah madu, seperti royal jelly propolis dan tepung sari (Bee pollen). Hasil dari produksi lebah madu dapat kita perjual belikan ke masyarakat yang suka mengonsumsi madu dan turunannya. Salah satu wadah yang bisa kita gunakan untuk memasarkan produk hasil lebah madu ini adalah digital marketing.

Produk madu dipasarkan melalui jejaring sosial media seperti *shopee*, *instagram*, *facebook*, *whatsApp business* dan *platform* media sosial lainnya. Melalui pelatihan digital marketing ini diharapkan menambah pemasukan sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat Kelurahan Kampung Baru kecamatan Medan Maimun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aden, R. (2010). *Manfaat dan Khasiat Madu*. Hanggar Kreator.
- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 147-157.
- Standar Nasional Indonesia : Madu, (2018).
- eMarketing Institute. (2018). E-Commerce Fundamentals. In *eMarketing Institute*. eMarketing Institute.
- Hammad, S. (2012). *99 Resep Sehat dengan Madu*. PT Aqwam Media Profetika.
- Junus, M. (2017). *Produksi Lebah Madu*. UB Press.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.
- Paquette, H. (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*. University of Rhode Island.
- Rizal, M., Aslinda, A., Firman, M. J., & Siraj, M. L. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa*.
- Situmorang, R.O.P, A, H. (2014). *Panduan Manual Budidaya Lebah Madu*. Balai Penelitian Aek Nauli.