

Pelatihan Digital Marketing Kewirausahaan dan Pendampingan Halal Minumam Carica NSR Desa Bawang Kabupaten Batang

Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah¹, Muh Muzammil², Lusi Rachmiazasi Masduki³

Universitas Terbuka

Email : dian.khasanah@ecampus.ut.ac.id

Abstract (English). During the post-Covid-19 pandemic, MSMEs began to be reluctant to get back up, after being in suspended animation during the pandemic. As is the case with community service partners who have a typical Carica beverage entrepreneur with the NSR brand located in Bawang village, Batang district, Central Java. The 3 years of non-production has caused several partner problems, including the end of PIRT legality and upgrading of HALAL certification, equipment that is no longer suitable for use because it has not been in production for a long time, and also conventional marketing problems. This third thing made the team consisting of lecturers and students carry out community service through mentoring and training methods for Carica's NSR MSME partners. With the provision of equipment assistance, assistance in HALAL management, and digital marketing training, it provides benefits for partners. After the dedication drink activity was held, the public or consumers are increasingly consuming carica with the NSR brand because in November 2022 a HALAL certificate has been issued. Then the partners have a virtual shop to market NSR Carica drinks on social media Tiktok Shop and e-commerce Shopee. With a combination of conventional marketing and digital-based marketing, the results of increasing sales and increasing number of employees are obtained.

Keywords: *NSR Carica, Digital Marketing, Training, Halal Assistance.*

Abstrak (Indonesia). Pada masa post pandemi Covid-19 UMKM mulai merangkak untuk bangkit kembali, setelah sempat mati suri pada saat pandemi. Seperti halnya pada mitra pengabdian masyarakat yang mempunyai wirausaha minuman khas Carica dengan merk NSR yang lokasinya di desa Bawang, kabupaten Batang, Jawa Tengah. Kurun waktu 3 tahun tidak produksi menyebabkan beberapa permasalahan mitra, antara lain habisnya legalitas PIRT dan *upgrade* pengajuan sertifikat HALAL, peralatan yang sudah tidak layak pakai karena lama tidak produksi, dan juga permasalahan pemasaran yang masih konvensional. Ketiga hal tersebut menjadikan tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melakukan pengabdian masyarakat melalui metode pendampingan dan pelatihan pada mitra UMKM NSR Carica. Dengan diberikan bantuan peralatan, pendampingan pengurusan HALAL, dan pelatihan digital marketing, memberikan kebermanfaatn bagi mitra. Setelah diadakannya kegiatan pengabdian, masyarakat atau konsumen semakin mantap mengkonsumsi minuman carica dengan merk NSR karena pada bulan November 2022 telah terbit sertifikat HALAL. Kemudian mitra mempunyai toko virtual untuk memasarkan minuman NSR Carica di media sosial Tiktok Shop dan e-commerce Shopee. Dengan adanya perpaduan pemasaran konvensional dan pemasaran berbasis digital, didapatkan hasil peningkatan penjualan dan semakin bertambah karyawannya.

Kata Kunci: *NSR Carica, Digital Marketing, Pelatihan, Pendampingan Halal.*

PENDAHULUAN (12pt)

Terpuruknya perekonomian dan UMKM akibat dari pandemi Covid-19 dialami juga oleh pengusaha minuman khas Carica NSR. Carica atau pepaya gunung yang mempunyai nama latin *Vasconcella Cundinamarcencis* adalah buah yang hidup di daerah dingin. Minuman buah Carica ini diminati oleh wisatawan dan juga sebagai oleh-oleh saat berkunjung di Dieng, Jawa Tengah. Tidak hanya kekhasannya saja, tetapi dengan rasa yang segar dan sumber vitamin C sehingga minuman Carica ini pasar

yang bagus. Seperti halnya yang terjadi pada UMKM minuman Carica yang memakai nama NSR Carica ini. Sebagai usaha yang memberdayakan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kemandirian ekonomi akhirnya berhenti produksi dampak dari pandemi. Daya beli masyarakat yang menurun terhadap kebutuhan non primer, banyaknya tempat wisata yang tutup saat pandemi, dan toko/warung pelanggan yang tidak jualan lagi.

Beberapa permasalahan tersebut mengakibatkan penurunan permintaan produksi dan

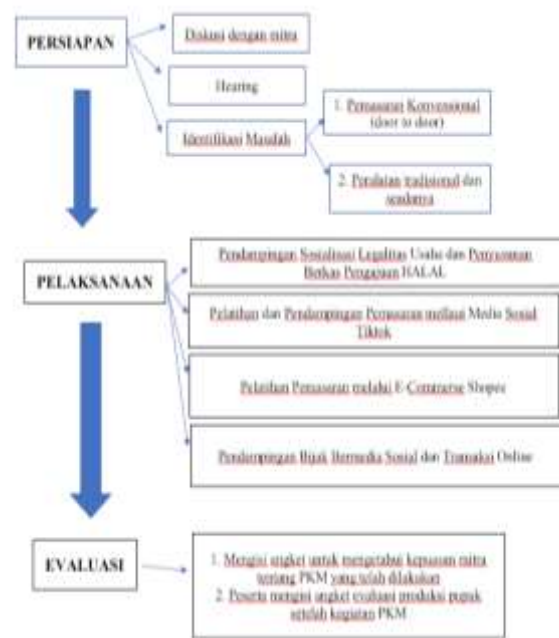
bahkan tidak ada sama sekali tidak ada pembelian. Berbagai usaha pemasaran terus dilakukan, tetapi dengan cara konvensional. Door to door ke rumah-rumah, pada toko-toko yang masih buka, di tempat wisata yang masih terbatas pengunjung, dan lainnya. Bertahan dengan keadaan seperti tersebut dirasa oleh mitra memperberat pengeluaran karena habis waktu, tenaga, dan biaya tanpa ada pemasukan. Sehingga dibutuhkan inovasi melalui digital marketing. Seperti pernyataan Khasanah, dkk (2020) yang hanya dari rumah saja tetapi upgrade ilmu dan pengetahuan tetap harus terjadi. Hal tersebut dapat diterapkan pada dunia bisnis dan perdagangan. Hanya dari rumah saja tetap bisa mendapatkan pembeli. Berbagai aplikasi media sosial digunakan tidak hanya sebagai rekreasi dan hiburan saja, tetapi bisa menjadi peluang untuk menghasilkan pundi-pundi uang dengan berani berinovasi. Inovasi yang dilakukan dan produk yang terus menjaga kualitas yang tinggi kelasnya akan sangat berhasil dalam memenangkan persaingan global saat ini (Hartini, 2012). Dari pernyataan tersebut peningkatan kualitas diupayakan dengan diberikannya bantuan peralatan produksi dan peremajaan alat produksi sehingga NSR Carica diolah dengan lebih baik lagi dalam segi waktu yang lebih hemat. Pendampingan legalitas diakui HALAL juga dilakukan sehingga konsumen tidak ragu dengan terbitnya sertifikat HALAL minuman NSR Carica.



Gambar 1 Wirausaha Minuman Khas Carica NSR Desa Bawang Kabupaten Batang

METODE PELAKSANA

Metode PkM yang akan diberikan oleh tim seperti yang terdapat pada alur bagan di bawah ini:



Gambar 2 Model Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode yang dilakukan mencakup 3 bagian yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan berawal setelah ada whatsapp mitra yang sharing dan meminta bantuan untuk pendampingan dan pelatihan. Setelah itu dibentuk tim pengabdian masyarakat dan melakukan survey lokasi, hearing, dan identifikasi permasalahan dari pemilik usaha NSR Carica.

Kemudian pada saat pelaksanaan terdapat 6 kegiatan, yaitu: 1) pendampingan tentang legalitas usaha dan pentingnya HALAL bagi bisnis makanan dan minuman di Indonesia. 2) pendampingan dan penyusunan berkas-berkas yang akan diajukan permohonan HALAL juga pengisian aplikasi HALAL. 3) pendampingan produksi NSR Carica menggunakan peralatan dan teknologi tepat guna yang diberikan oleh tim pengabdian. 4) pelatihan membuat toko virtual dan pemasarannya melalui media sosial Tiktok. 5) pelatihan membuat toko virtual dan pemasarannya melalui e-commerce Shopee. 6) pendampingan bijak jualan online dan terhindar dari penipuan online. Setelah pelaksanaan, tim mengadakan evaluasi dan observasi untuk mengetahui hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Sosialisasi Legalitas Usaha dan Penyusunan Berkas Pengajuan HALAL

Saat pertama kali mitra memang meminta pendampingan dari pihak universitas untuk membantu pengajuan HALAL. Minuman NSR Carica ini sudah memiliki PIRT, namun pada akhir

tahun 2022 sudah habis. Ketka akan mengadakan perpanjangan di awal tahun 2022, diminta untuk mengajukan HALAL karena produk berupa makanan dan minuman. Ketika memutuskan untuk memiliki usaha, hal yang terpenting pertama kali adalah mengurus perijinan atau legalitasnya. Hal tersebut agar pelaku usaha mendapatkan kemudahan-kemudahan. Tentunya adalah kenyamanan dan tenang dalam melakukan usaha. Urgensi pendampingan pengajuan HALAL merupakan prioritas dari tim abdimas. Tim abdimas membuat buku saku sebagai panduan tentang legalitas usaha dan juga digital marketing.

Mitra diberikan pendampingan secara langsung maupun jarak jauh. Pengajuan HALAL dilakukan secara online dengan dibantu pihak terkait sebagai pendamping produk halal (PPH). Dengan adanya pendampingan yang intens, menjadikan mitra berpengalaman dan bisa menularkan pengetahuannya pada pelaku UMKM lainnya. Pengajuan HALAL tidak serumit yang dibayangkan oleh para pelaku usaha. Awal November 2022 sertifikat HALAL produk minuman NSR Carica disetujui oleh dewan fatwa dan akhirnya terbit sertifikat HALAL minuman Carica NSR. Konsumen tidak akan ragu untuk membeli dan konsumsi minuman khas Carica yang mempunyai nama dan *brand* NSR Carica.



Gambar 3 Persiapan mengurus pengajuan permohonan HALAL



Gambar 4 Progress Permohonan HALAL sebelum keluar sertifikat

Pada tahun 2016 tiktok menjadi media sosial baru yang siap bersaing dengan kompetitornya, seperti instagram, facebook, dan lainnya. Dalam perkembangannya tiktok terus menunjukkan kecenderungan naik penggunaannya, terutama di Indonesia. Adanya data tersebut harus jeli ditangkap oleh UMKM sebagai peluang. Tidak hanya sebagai ajang menunjukkan kreatifitas dan rekreasi, tiktok juga bisa digunakan sebagai penghasil uang dan transaksi jual beli. Dengan perkembangan media sosial tiktok yang sangat signifikan, merupakan alasan pelatihan social media digital marketing melalui tiktok. Mitra dilatih membuat akun tiktok dan tiktok shop/ tiktok seller. Kemudian memasukkan produk NSR Carica, memasarkan, mengetahui ada orderan masuk, cara distribusi barang sampai pada konsumen, dan juga pembayaran dan penarikan uang hasil penjualan.

Pelatihan berjalan dengan lancar, tetapi aplikasi tiktok butuh gambar berkualitas bagus dan tajam yang bisa diupload. Mitra kesulitan upload foto karena selalu gagal. Saat dievaluasi ternyata kualitas foto di harus benar-benar terang, tajam, dan kualitas tinggi. Pada tiktok juga produk minuman harus didaftarkan dan menunggu persetujuan dulu. Sehingga tim memberikan saran agar nanti setelah dilatih digital marketing melalui shopee, bisa ditautkan link shopee nya. Dari pelatihan ditemukan kendala yang sebelumnya tidak terfikirkan, namun segera mendapatkan solusi dari kendala tersebut.

Kesimpulan pada pelatihan tiktok yaitu video atau foto-foto produk NSR Carica yang diupload pada akun tiktok merupakan bentuk iklan dan sosialisasi pada masyarakat. Mengenalkan pada khalayak dunia maya di tiktok bahwa ada minuman khas dari daerah Dieng yang bisa didapatkan dengan mudah hanya dengan klik gawai dan barang akan sampai di tempat konsumen. Pastinya juga minuman NSR Carica sudah mendapatkan sertifikasi HALAL.



Gambar 5 Pendampingan dan Pelatihan di Tempat Produksi NSR Carica

Pendampingan dan Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Tiktok

Pelatihan Pemasaran Melalui E-Commerce Shopee

Setelah pelatihan digital marketing sukses dengan adanya transaksi yang masuk, konsumen membeli dan bertransaksi melalui tiktok. Pada awal pelatihan beberapa foto diambil dari handphone yang mempunyai kualitas bagus. Tidak hanya transaksi tetapi ada juga yang hanya ingin mengetahui tentang minuman Carica dan mensubscribe akun tiktoknya. Mengevaluais dari kegiatan sebelumnya (pelatihan pemasaran melalui tiktok), maka dilaksanakan pelatihan digital marketing melalui e-commerce dan dipilih Shopee. Di shopee foto dan video yang dapat diupload lebih ringan. Selain itu shopee maju dengan sangat pesat sebagai e-commerce yang terus mengalami kenaikan ratingnya.

Hal-hal yang telah disebutkan di atas menjadikan shopee terpilih sebagai target pelatihan selanjutnya. Luarannya adalah memiliki akun toko virtual NSR Carica. Hal yang sama saat melatih pemasaran melalui tiktok, juga dilakukan pada tahap ini yaitu membuat toko di Shopee, cara upload barang di toko virtual shopee, menerima transaksi jual beli, dan juga tarik saldo penjualan. Pada pelatihan shopee berjalan dengan cepat karena mitra juga pernah melakukan pembelian dari shopee. Kirakira satu atau dua minggu ada pembelian yang masuk. Tidak hanya dari kabupaten Batang, melainkan pembelian merambah di kabupaten sekitarnya, seperti kabupaten Kendal dan kota Semarang. Digital marketing menjadi suatu keharusan pada era digital bagi para pelaku usaha agar jangkauannya mendunia. Saat ini konsumen mencari produk yang diinginkan dari gadget dahulu. Seperti pernyataan dari Bariyyah dan Permatasari (2017) yang menyatakan bahwa penggunaan internet menjadikan kemudahan dalam perolehan berbagai informasi tanpa dibatasi segi ruang dan waktu. Keadaan tersebutlah yang mendorong tim pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pelatihan bagi mitra.



Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing secara Intens pada Pemilik Wirausaha NSR Carica

Pendampingan Bijak bermedia sosial dan Jualan Online

Mitra merupakan pelaku baru menggunakan digital marketing untuk menunjang usahanya.

Sehingga selain transfer teknologi berupa skill digital marketing tetapi juga pendampingan bijak bermedia sosial. Harus bisa menyaring informasi dan konfirmasi tentang kebenarannya agar tidak terjebak pada penyebarluas berita hoax. Begitu pula saat membalas atau berinteraksi dengan konsumen, baik secara live maupun membalas komentar agar jangan terprovokasi menggunakan bahasa yang tidak pantas. Jadi walaupun dunia digitalisasi tidak terbatas ruang dan waktu saat mengaksesnya, tetapi dalam berinteraksi ada batasan-batasan yang tertuang dalam aturan hukum yang berlaku. Konsumen mempunyai karakter yang berbeda-beda. Jadi dibutuhkan kesabaran dalam melayani pertanyaan dan konsumen yang menawar harga. Mitra juga memastikan bahwa uang yang telah ditransfer pembeli benar-benar telah masuk di rekeningnya. Banyak kemudahan bertransaksi secara online menyebabkan juga bermunculan tindak kejahatan baru dalam dunia maya. Tim menyarankan agar mitra membaca dan mempelajari Undang-Undang ITE.

Penggunaan teknologi, khususnya internet ini sejalan dengan kebiasaan Universitas Terbuka yang selalu menggaungkan ekosistem teknologi. Akan tetapi harus dengan bijak saat berhubungan dengan online apalagi terkait transaksi jual beli.



Gambar 7 Pendampingan dan Monitoring PkM Kewirausahaan

Hasil dan Dampak Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan membawa dampak yang memuaskan bagi mitra. Pada saat penerimaan bantuan peralatan produksi minuman Carica, mitra berharap akan berkelanjutan dengan diberikan pelatihan dan pendampingan lainnya. Semisal pelatihan membuat konten menarik atau video pemasaran minuman NSR, *re-branding* dan lainnya agar NSR Carica semakin maju dan membawa manfaat bagi lingkungan sekitarnya. Dengan adanya sosialisasi dan promosi NSR Carica berbasis digitalisasi, membawa manfaat tidak hanya dalam dunia usaha tetapi juga

pendidikan. Menunjang pembelajaran kewirausahaan sejak dini, murid-murid TK/RA mengunjungi tempat produksi NSR Carica untuk belajar berwirausaha. Sebelum pandemi pemasaran hanya dilakukan secara konvensional atau dititip-titipkan pada warung-warung yang berada di tempat rekreasi. Semasa pandemi melakukan pemasaran yang sama dan akhirnya berhenti berproduksi.

Saat post pandemic merupakan saat yang lebih bersemangat lagi dalam berwirausaha. Mitra bisa menggunakan pemasaran secara lebih gencar lagi. Kombinasi pemasaran secara konvensional dan digitalisasi membawa dampak yang sangat luar biasa. Sebelum adanya pelatihan dan pendampingan pengabdian kepada masyarakat, pemasaran dilakukan dengan cara keliling ke toko atau warung di pasar, tempat rekreasi, rest area, atau ke bazar-bazar makanan khas. Itu juga menggunakan sistem titip produk untuk dijual. Jadi mitra datang lagi untuk mengganti barang yang belum laku dengan yang fresh. Produk yang dititipkan belum tentu menjadi uang semua. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini, konsumen dan pihak ekspedisi yang mendatangi tempat produksi NSR Carica. Peningkatan penjualan karena jangkauan produk yang semakin luas. Awalnya karyawan ada 5 orang termasuk owner, setelah adanya kegiatan pengabdian masyarakat tim dosen dan mahasiswaini, karyawan NSR Carica menjadi 8 orang. Penjualan yang awalnya produksi 35-50 pack perminggu meningkat menjadi 50-100 pack perminggu. Untuk diketahui dalam 1 pack kemasan terdapat 6 cup minuman NSR Carica.

KESIMPULAN

Legalitas HALAL sangat dibutuhkan terutama untuk usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Dengan adanya pengakuan HALAL yang dikantongi, peningkatan penjualan juga akan mengikuti karena kemantapan konsumen terhadap makanan dan minuman yang dibelinya. Selain itu juga peluang untuk menangkap prospek digital marketing yang bisa hemat waktu untuk mengenalkan produk NSR Carica semakin luas jangkauannya. Tidak hanya mengenalkan pada dunia, tetapi cara membeli bagi konsumen juga mudah tinggal klik dari smartphone saja. Dengan pencapaian-pencapaian yang didapatkan setelah kegiatan pengabdian masyarakat, semakin memantapkan bagi mitra NSR Carica untuk meningkatkan kemandirian perekonomian dan pemberdayaan masyarakat lingkungan sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih pada LPPM Universitas Terbuka untuk pembiayaan kegiatan pengabdian masyarakat skema wirausaha ini, sehingga tim pengabdian masyarakat UT Semarang bisa memberikan bantuan peralatan dan *skill* pada mitra untuk mengembangkan usaha NSR Carica. Terima kasih juga kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu kesuksesan pengabdian masyarakat, sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Barriyah&Permatasari, D. 2017. Pelatihan pemanfaatan media online dalam layanan bimbingan konseling bagi konselor sekolah menengah pertama di kabupaten Pamekasan Madura. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat IKIP PGRI Jember* vol 1 no 3 tahun 2017, 63-69
- Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah , Lusi Rachmiazasi M, Eem Kurniasih. 2021. Seminar Abdimas tim dosen UT Semarang. <https://jateng.tribunnews.com/2021/11/27/tim-dosen-ut-semarang-seminarkan-hasil-pengabdian-kepada-masyarakat?page=2> diakses pada tanggal 29 Januari 2022.
- Hartini, Sri. 2012. Peran inovasi : pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan* vol 14 no 1 tahun 2012 ISSN : 2338-8234
- Khasanah, D. R. A. U., Pramudibyanto, H., & Widuroyekti, B. 2020. Pendidikan Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, 10(1), 41–48.
- Rahmadi, A., Siti Maisarah&Iqbal Pradipta. (2020). Pendekatan Kemandirian sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi pada Masyarakat Binaan Terdampak COVID-19. *Journal of Social Development Studies*, 1(2), 2020, 49-60. <https://media.neliti.com/media/publications/349893-pendekatan-kemandirian-sebagai-upaya-pem-b766c0e0.pdf>
- <https://www.sarankeuangan.com/2020/03/sejarah-berdirinya-tiktok-aplikasi.html> diakses pada tanggal 11 November 2022