

## STRATEGI DIGITAL MARKETING UMKM "WATU LETER" PRODUKSI WEDANG REMPAH DI DK. BUTUH RT.017/RW.007 KEMALANG, KLATEN

Andrianus Dwi Saputro<sup>1</sup>, Susanto<sup>2</sup>, Andhika Pratama<sup>3</sup>, Bagus Prabowo<sup>4</sup>, Festianto Cahyo NS<sup>5</sup>,  
Ega Putra Pratama<sup>6</sup>, Romario Amin Saifuddin<sup>7</sup>, Nur Azis Aji Pamungkas<sup>8</sup>, Teguh Ridho  
Sinatrya<sup>9</sup>, Achmad Shiltag Wiyana<sup>10</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>Fakultas Hukum, Universitas Boyolali

### ABSTRACT

*Small and Medium Enterprises (SMEs) as one of the elements of economic growth that occupy a strategic position to accelerate structural change in order to improve the standard of living of the people. SMEs through their role are able to expand the provision of employment, become a source of sustainable economic growth, and equalize income increases.*

*However, many problems are experienced by SMEs when running their businesses, one of the problems that is quite widely felt by SMEs is marketing. The existence of SMEs Watu Leter which produces wedangrempah is less well known by the public due to limited marketing constraints.*

*In today's digital era, a breakthrough is needed for SMEs to carry out marketing activities using digital sales platforms. Therefore, the KKN Team of Boyolali University Group 3 (Klaten Class) provided assistance in Digital Marketing Strategy Activities to overcome these marketing constraints.*

**Keywords:** *Digital Marketing Strategy, UMKM, Watu Leter, Sidorejo Village.*

### ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah satu elemen pertumbuhan perekonomian yang menempati posisi strategis untuk mempercepat perubahan struktural dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. UKM melalui perannya mampu memperluas penyediaan lapangan kerja, menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan memeratakan peningkatan pendapatan.

Akan tetapi banyak permasalahan yang dialami oleh UMKM disaat menjalankan usaha mereka, salah satu masalah yang cukup banyak dirasakan oleh UMKM adalah perihal pemasaran/*marketing*. Keberadaan UMKM Watu Leter yang memproduksi wedang rempah kurang dikenal oleh masyarakat karena kendala pemasaran yang terbatas.

Di era digital saat ini diperlukan terobosan bagi UMKM untuk menjalankan kegiatan pemasaran dengan menggunakan *platform-platform* penjualan secara digital. Oleh sebab itu Tim KKN Universitas Boyolali Kelompok 3 (Kelas Klaten) melakukan pendampingan dalam Kegiatan Strategi Digital Marketing dalam mengatasi kendala pemasaran tersebut.

**Kata kunci:** Strategi Digital Marketing, UMKM, Watu Leter, Desa Sidorejo.

### PENDAHULUAN

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) juga dikembangkan di wilayah Desa Sidorejo, salah satu dari 13 desa yang berada di Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten. Lokasinya

berada di lereng Gunung Merapi dengan ketinggian 1.216 meter di atas permukaan laut (MDPL) dengan jarak 4 kilometer (km) dari puncak Merapi. Desa ini terletak di Kecamatan Kemalang, Klaten, Jawa Tengah.

Salah satu potensi yang dimiliki oleh Desa Sidorejo adalah kedudukan geografisnya. Kedudukan Geografis Desa Sidorejo menyimpan Potensi rempah-rempah untuk dijadikan minuman siap seduh. Salah satu yang telah memanfaatkan potensi tersebut adalah Ibu Yamik Tri Jarwani pemilik Brand “Watu Leter” yang telah berhasil mengolah rempah-rempah dan bahan alam lainnya menjadi produk bernama Wedang Rempah Merapi. Wedang Rempah Merapi adalah minuman sehat, dan alami tanpa bahan pengawet maupun pemanis buatan. Wedang Rempah Merapi berkhasiat untuk menghangatkan dan menyegarkan badan, meningkatkan imun tubuh sehingga bisa terhindar dari berbagai penyakit. Wedang Rempah Merapi sangat lembut cita rasanya, dapat diminum kapan saja serta dapat dicampur teh, kopi, coklat, susu atau perasan jeruk nipis.

Produk dari Watu Leter ini telah dipasarkan secara offline misalnya dengan menggandeng retail-retail modern ataupun dipasarkan melalui instagram Watu Leter. Salah satu produknya wedang rempah Merapi sempat menembus pasar ekspor ke Australia hingga Perancis. Sayangnya sejak pandemi jalur permintaan seolah terputus. Sejak saat itu pemasaran Produk Watu Leter terhambat. Produksi yang tidak diikuti dengan penjualan yang baik membuat hasil produksi menumpuk.

Oleh sebab itu dalam KKN ini, Kelompok kami mengambil kegiatan "Strategi Digital Marketing UMKM Watu Leter" di Dusun Butuh, Desa Sidorejo, Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten untuk mengatasi kendala dalam tahapan pemasaran produk-produk dari UMKM Watu Leter. Diharapkan dengan adanya pendampingan melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing, permasalahan dalam hal *marketing* yang dihadapi oleh UMKM Watu Leter dapat teratasi.

Berdasarkan analisa situasi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan beberapa permasalahan mitra. Permasalahan tersebut adalah belum adanya pemahaman mengenai digital marketing oleh pelaku usaha UMKM Watu Leter sehingga pemasaran terhambat.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan untuk mengakomodir kegiatan penulis dan peserta KKN yang lain di bagi kedalam beberapa metode sebagai berikut:

### a. Metode Interview (Wawancara)

Dalam wawancara secara mendalam ini dilakukan oleh peneliti terhadap informan yang menjadi obyek dari penelitian ini yaitu Pemilik UMKM Watu leter, Kepala Desa, Tokoh Masyarakat, serta Perangkat Desa. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang ada relevansinya dengan pokok persoalan penelitian yaitu permasalahan kendala UMKM Wedang Merapi di Desa Sidorejo.

Data wawancara yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu kendala-kendala yang dihadapi oleh Pelaku UMKM dan solusi mengatasi kendala-kendala Pemasaran UMKM Watu Leter serta data-data yang ada relevanya dengan pokok persoalan peneliti.

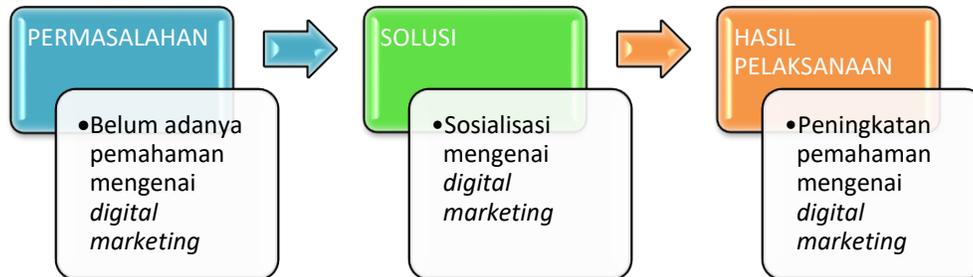
### b. Metode Dokumentasi

Dalam kegiatan ini pula terdapat sumber data yang berasal dari bukan manusia seperti dokumen, foto-foto dan bahan statistik. Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah, karena peneliti hanya mengamati benda mati dan apabila mengalami kekeliruan mudah untuk merevisinya karena sumber datanya tetap dan tidak berubah. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data

Kependudukan, data monografi, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Desa dan data-data lain yang dibutuhkan untuk melengkapi penyusunan.

Adapun tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dapat dilihat berdasarkan kerangka pemecahan masalah gambar berikut:

## Tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Dampak Program

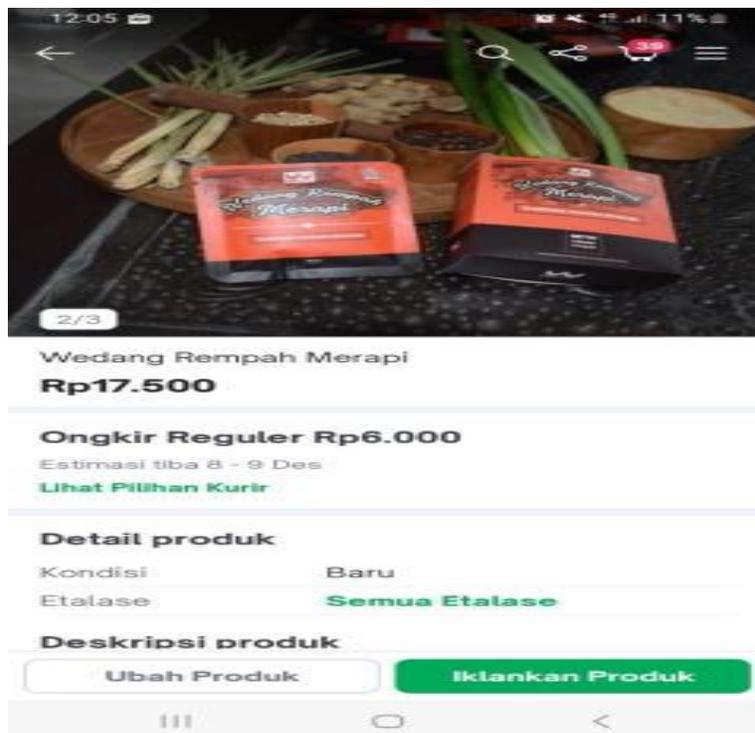
Pemberian Sosialisasi ini diharapkan berdampak terhadap peningkatan pengetahuan publik terhadap keberadaan UMKM Watu Leter yang telah lama memproduksi Wedang Rempah, sehingga pada kelanjutannya dapat meningkatkan penjualan produk Wedang Rempah yang mereka produksi.

Hasil dan luaran pada pemaparan materi ketiga mengenai mekanisme Strategi Digital Marketing guna peningkatan penjualan barang UMKM Watu Leter yang disampaikan oleh Tim KKN Kelompok 3 Universitas Boyolali dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan wawancara dan observasi awal menunjukkan bahwa Pemilik Usaha UMKM Watu Leter belum mengetahui mekanisme pemasaran melalui Platform digital dalam kegiatan usaha. Pemilik Usaha Watu Leter belum menerapkan strategi pemasaran digital dalam kegiatan usahanya seperti penggunaan media elektronik untuk melakukan promosi. Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa mekanisme strategi pemasaran diawali dari identifikasi kebutuhan konsumen/pasar, pemilihan target konsumen/pasar, identifikasi pesaing, sarana untuk bersaing, penggunaan media elektronik untuk pemasaran;
2. Pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yaitu Pemilik Usaha Watu Leter paham mengenai mekanisme strategi pemasaran digital dalam kegiatan usaha guna peningkatan penjualan barang. Pemilik Usaha Watu Leter kemudian berinisiatif untuk menerapkan mekanisme strategi pemasaran dalam kegiatan usahanya agar penjualan barang dapat ditingkatkan.
3. Pemilik Usaha Watu leter telah menerapkan strategi pemasaran melalui pemasaran online menggunakan aplikasi Instagram, serta platform penjualan online melalui Tokopedia dan Shopee.



Kegiatan Sosialisasi Digitalisasi Media oleh Tim KKN Kelompok III kepada pemilik usaha UMKM Watu Leter



Pemasaran Wedang Jahe Watu Leter melalui Market Place (Tokopedia dan Shopee)

## B. Kontribusi terhadap Masyarakat/ Mitra Sasaran

Mahasiswa KKN Kelompok 3 Universitas Boyolali mendapat apresiasi pelaku UMKM mengingat pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka. Kontribusi tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Bagi pemilik UMKM di desa tersebut, sosialisasi ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas lagi. Sosialisasi tersebut dapat membantu perkembangan UMKM di Dusun Butuh Desa Sidorejo;
2. KKN ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam hal ini UMKM Watu Leter dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan proyek-proyek pengembangan. Masyarakat akan merasa memiliki inisiatif ini dan mendapatkan keterlibatan langsung dalam perbaikan wilayah mereka;

3. Mahasiswa KKN berbagi pengetahuan mereka dalam berbagai bidang, dalam hal ini ekonomi dan teknologi informasi. Hal ini dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola sumber daya dan memecahkan masalah lokal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim KKN di berlokasi UMKM “Watu Leter” yang beralamat di RT.17/ RW.007 Desa Sidorejo, Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten, disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan sosialisasi Strategi Digital Marketing di UMKM Watu Leter telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai *digital marketing* oleh pelaku usaha UMKM Watu Leter. Selain itu kegiatan KKN ini juga berkontribusi terhadap tersedianya *platform* digital yang mewadahi produk-produk hasil produksi UMKM Watu Leter sehingga setelah sosialisasi diberikan, peserta dapat mengelola *platform* penjualan digital milik mereka sendiri.

Diharapkan dengan adanya kegiatan KKN ini Pemilik usaha Watu Leter dapat menerapkan media elektronik sebagai saran promosi agar lebih menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan diberikannya keseluruhan sosialisasi tersebut, UMKM Watu Leter di di RT.17/ RW.007 Desa Sidorejo, Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan usahanya agar dapat berkembang lebih baik lagi di masa mendatang.

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk peningkatan kegiatan selanjutnya, yaitu : 1) Penambahan waktu untuk praktek menggunakan media online sebagai sarana promosi untuk peningkatan penjualan, 2) UMKM agar kedepannya bisa memproduksi sendiri bahan-bahan hasil perkebunan yang dibutuhkan dalam produksi Wedang Rempah agar dapat menghemat biaya produksi dan dapat memanfaatkan lahan pertanian yang ada disekitar lokasi UMKM Watu Leter.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten. Kecamatan Kemalang dalam Angka. 2020  
Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Boyolali Tahun Anggaran 2023  
Bumi Aksara Bangsawan, Satria, 2016. Manajemen Pemasaran Usaha Kecil. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hasibuan, H. Malayu S.P, 2011. Manajemen, Dasar, pengertian dan Masalah. Jakarta.
- Muhajir, Muhammad. KKN PPM Pengembangan Agrowisata Desa Sidorejo, Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten. AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship. Vol. 03, Issue. 03, September 2018
- Sukmadewi, Yudhitiya Dyah. Sosialisasi Legalitas Dan Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. 2017
- <https://lajurmerapi.blogspot.com/2012/01/monografi-desa-sidorejo-klaten-2011.html?m=1>  
daring diakses pada 5 Desember 2023