

# Pendampingan Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital Pada Umkm Hakim Mainan Edukasi

*by Sintya Oktarina*

---

**Submission date:** 17-May-2024 09:53AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2381526194

**File name:** SEWAGATI\_-\_VOLUME\_2,\_NO.\_4,\_DESEMBER\_2023\_hal\_01-06.pdf (1.06M)

**Word count:** 1552

**Character count:** 10015



## Pendampingan Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital Pada Umkm Hakim Mainan Edukasi

Sintya Oktarina

Dosen Universitas Pandanaran  
Email: [sintyaoktarina@gmail.com](mailto:sintyaoktarina@gmail.com)

Dheny Indra Gunawan

Dosen Universitas Pandanaran  
Email: [dheenindra@gmail.com](mailto:dheenindra@gmail.com)

### Article History:

Received: April 12, 2024

Accepted: Mei 17, 2024

Published: Juni 30, 2024

**Keywords:** marketing media, digital marketing, MSMEs.

**Abstract:** Hakim Educational Toys is a home-based business located at Jalan Pedamaran Tamtin RT 02 RW 04 Kauman District, Semarang City. UMKM Hakim Educational Toys operates in the field of making children's educational toys. Marketing is still carried out using conventional methods, namely by selling through street vendors. This method makes the target market narrow because it only reaches the area around the production site. Conventional marketing is also felt to be less effective in improving the business development process. By designing the marketplace as a digital-based marketing medium, it is hoped that it can increase the turnover and productivity of Hakim Educational Toys MSMEs.

### Abstrak

Hakim Mainan Edukasi adalah usaha rumahan yang beralamat di Jalan Pedamaran Tamtin RT 02 RW 04 Kecamatan Kauman, Kota Semarang. UMKM Hakim Mainan Edukasi bergerak di bidang pembuatan mainan edukasi anak-anak. Pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara konvensional, yaitu dengan cara penjualan melalui pedagang-pedagang kaki lima. Cara ini membuat target market menjadi sempit karena hanya menjangkau wilayah sekitar tempat produksi saja. Pemasaran konvensional juga dirasa kurang efektif dalam meningkatkan proses perkembangan usaha. Dengan didesainnya marketplace sebagai media pemasaran berbasis digital, diharapkan dapat meningkatkan omset dan produktivitas UMKM Hakim Mainan Edukasi.

**Kata kunci :** media pemasaran, digital marketing, UMKM.

## PENDAHULUAN

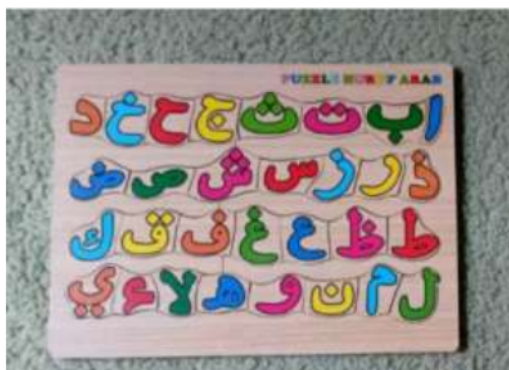
Salah satu media jual beli dengan sistem online adalah melalui *marketplace*, melalui *marketplace* penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka secara langsung. Karena dalam *marketplace* semua proses jual beli dapat dilakukan secara online. Semua fungsi bisnis mulai dari sistem pemrosesan keuangan sampai pada sistem pengiriman barang sampai ke tangan pembeli, ada di dalam *marketplace*.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat dimana mereka menawarkan produk-produk unggulan dari daerahnya masing-masing. Sehingga para UMKM ini perlu untuk dibina dan

\* Sintya Oktarina [sintyaoktarina@gmail.com](mailto:sintyaoktarina@gmail.com)

diberdayakan agar mampu memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan dan penghasilan masyarakat pelaku usaha. <sup>4</sup>UMKM merupakan sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dengan mudah dibandingkan sektor yang lain. <sup>13</sup>Dengan latar belakang yang berbeda-beda setiap orang dapat bekerja tanpa harus melewati satu pelatihan wajib tertentu karena pada sektor UKM pekerja akan mendapatkan keahlian setelah mereka bekerja. UMKM juga turut menyumbang sektor perekonomian yaitu menjadi salah satu penyumbang pajak penghasilan untuk daerahnya masing-masing. <sup>1</sup>

Tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha yang rendah di kalangan UMKM menjadi *issue* yang sedang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara keseluruhan selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, pengembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti Malaysia. Maka dari itu kebijakan UMKM seharusnya dibuat berdasarkan produktivitasnya yang rendah, bukan berdasarkan pada ukurannya yang kecil. <sup>2</sup>Peningkatan produktivitas UMKM akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber pendapatannya. Salah satu cara meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan cara modernisasi sistem usaha dan perangkat usahanya sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah.



Gambar 1. Katalog Produk Hakim Mainan Edukasi

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Hakim Mainan Edukasi adalah usaha rumahan yang beralamat di Jalan Pedamaran Tamtin RT 02 RW 04 Kecamatan Kauman, Kota Semarang. Bahan baku utama yang dipergunakan dalam produksi usaha ini adalah papan medium density fiberboard (MDF). Usaha ini berdiri sejak tahun

2019 yang diawali adanya permintaan dari sekolah-sekolah yang meminta Bapak Abdul Hakim untuk membuat permainan yang berasal dari bahan dasar kayu. Kemudian dari sini muncul peluang usaha yang dimanfaatkan Bapak Abdul Hakim untuk mendirikan usaha yang memproduksi mainan edukasi. Mainan yang diproduksi Hakim Mainan Edukasi saat ini terdiri dari *puzzle* dan mainan balok edukasi. Hakim Mainan Edukasi memperkerjakan 2 orang pegawai dan sekarang juga menjadi tempat magang siswa SMK 8 Kota Semarang. Omset yang dihasilkan dari Hakim Mainan Edukasi tiap bulannya sebesar 3 – 4 juta rupiah dari hasil produksi sebanyak 30-50 buah *Human Body Puzzle* dan 50 – 100 buah produksi karakter hewan-hewan. Untuk memasarkan produknya, Hakim Mainan Edukasi memasarkan melalui pedagang-pedagang yang ada di sekitar Kota Semarang dan juga pemesanan melalui pengiriman ke Kota Kudus, Kota Bandung, dan Kalimantan.

Usaha Hakim Mainan Edukasi juga sudah pernah menjalin kerjasama dengan pihak luar seperti Taman Kanak-kanak (TK) dan sekolah luar biasa (SLB). Saat ini pemasaran yang paling tinggi yaitu penjualan melalui pedagang-pedagang kaki lima di Kota Semarang. Kendala utama yang dihadapi oleh Hakim Mainan Edukasi adalah adanya keterbatasan mitra dalam pemasaran produk produksinya. Jadi baru memproduksi produk ketika ada pesanan. Lalu ketika tiba-tiba ada pesanan dalam jumlah besar datang, mereka tidak mampu memenuhi permintaan tersebut.

Maka disinilah peran digital marketing dibutuhkan. Digital marketing memiliki peran untuk mengenalkan dan memasarkan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dengan berbagai sosial media dan *marketplace* untuk menjangkau pasar secara tepat dan relevan, membantu proses pemasaran maupun promosi suatu produk ataupun jasa yang dilakukan melalui media digital. Adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang *digital marketing* diharapkan dapat membantu usaha ini untuk dapat meningkatkan pemasaran dan omset usaha.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan pengabdian Pelatihan Model Online Marketing Usaha Mainan Edukatif Hakim Mainan Edukasi. Langkah pelaksanaan program pengabdian ini adalah :

### 1. Survei Mitra

Survei mitra bertujuan untuk mengamati situasi dan keadaan pelaku usaha yang dijadikan objek sasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Hakim Mainan Edukasi Kota Semarang. Mitra yang terlibat yaitu meliputi pemilik usaha dan para karyawan. Pada kegiatan survei mitra juga dilakukan koordinasi dengan pemilik usaha Hakim Mainan Edukasi yaitu Bapak untuk menentukan kesepakatan mufakat dalam pelaksanaan Pelatihan Model Online Marketing Usaha Mainan Edukatif Hakim Mainan Edukasi

### 2. Sosialisasi Program

Sosialisasi program bertujuan untuk memberi informasi tentang bagaimana rencana serangkaian pelaksanaan program strategi pemasaran usaha atau produk dari Usaha Mainan Edukatif Hakim Mainan Edukasi. Sosialisasi ini disampaikan kepada pemilik usaha dan juga para karyawan.



Gambar 2. Seminar Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

### 3. Pelaksanaan Program

Berupa demonstrasi pelatihan model online marketing, unjuk kemampuan kelompok usaha dalam membuat online marketing, monitoring dan pendampingan perkembangan pelaksanaan program yaitu membuat model online marketing dengan inovasi-inovasi baru (Hardiyanti, Ilham, Jafar & Ekadayanti, 2020)

### 4. Evaluasi Kegiatan

Mengevaluasi perkembangan pelaksanaan pelatihan model online marketing Hakim Mainan Edukasi, memberikan saran untuk mengembangkan model online marketing

sebagai media dalam memasarkan produk atau usaha mainan edukatif Hakim Mainan Edukasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Usaha Permaian Edukatif Hakim Mainan Edukasi dilakukan pada tanggal 2023, dalam beberapa tahapan. Tahap pertama, sesi pemaparan materi yang mencakup model pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Pendekatan pemasaran online yang dapat digunakan untuk mempromosikan potensi produk Hakim Mainan Edukasi yaitu mempraktikkan model penjualan yang dilakukan melalui WhatsApp dan aplikasi Shopee. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membrikan pelatihan kepada pelaku usaha Hakim Mainan Edukasi terkait dengan penggunaan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk inovasi mereka.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana secara lancar dan sesuai harapan, serta mendapat respon yang cukup baik dari mitra pengabdian yaitu Hakim Mainan Edukasi, dan mereka berharap kegiatan ini dapat terus berlanjut. Hal ini dilakukan untuk dapat terus membina mitra pengabdian selaku pelaku UMKM agar lebih banyak inovasi dan mereka dapat meningkatkan produktivitasnya.



Gambar 3. Peserta Seminar UMKM Hakim Mainan Edukasi

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Tim Dosen Universitas Pandanaran dan didukung oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pandanaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, D. I., Mulyaningtyas, B., Firmansyah, Mustikasari, E., & Oktarina, S. (2024). Pembuatan Media Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Olahan Lele “Olebah” Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat Jawa Tengah. *Inspiratif* Vol 10, No 1, 79-86.
- Hardiyanti, W. E., Juniarti, Y., Arif, R. M., & Sulkify. (2024). Pelatihan Pembuatan Alat Permainan Edukatif dan Model Online Marketing Di Kawasan Teluk Tomini. *Community Development Journal* Vol.5 No.1, 2417-2422.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125.
- Muslichah Erma Widiana, Henky Supit, & Sri Hartini. (2012). Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 72–82.
- RamadityaM, EffendiS, FaruqiF, DarmawanA. Pelatihan Kewirausahaan Kreatif Berbasis Manajemen Pemasaran Digital bagi UMKM Di Wilayah Rawamangun. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)* 2020;2(1):48–54.
- Setyowati, E., Mustofa, A.H., Yuliawan, D., Astuti, E.N., Mahasti, H.S.G.D., (2024), Optimalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pelatihan Dasar Manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo, *Sewagati*, 8(1):1173–1181, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i1.806>.

# Pendampingan Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital Pada Umkm Hakim Mainan Edukasi

## ORIGINALITY REPORT

**21** %  
SIMILARITY INDEX

**21** %  
INTERNET SOURCES

**10** %  
PUBLICATIONS

**6** %  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

**1** [e-journal.hamzanwadi.ac.id](http://e-journal.hamzanwadi.ac.id) 3%  
Internet Source

**2** [ejournal.mandalanursa.org](http://ejournal.mandalanursa.org) 3%  
Internet Source

**3** [jurnal.unpand.ac.id](http://jurnal.unpand.ac.id) 3%  
Internet Source

**4** [id.123dok.com](http://id.123dok.com) 2%  
Internet Source

**5** [www.scilit.net](http://www.scilit.net) 2%  
Internet Source

**6** [journal.unimar-amni.ac.id](http://journal.unimar-amni.ac.id) 1%  
Internet Source

**7** [journalstories.ai](http://journalstories.ai) 1%  
Internet Source

**8** [ukitoraja.id](http://ukitoraja.id) 1%  
Internet Source

**9** [vdocuments.mx](http://vdocuments.mx) 1%  
Internet Source



10	<a href="http://mgt.unida.gontor.ac.id">mgt.unida.gontor.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://yosiandihadinirias.blogspot.com">yosiandihadinirias.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://journal.lppm-unasman.ac.id">journal.lppm-unasman.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://journal.its.ac.id">journal.its.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	Alif Yuanita Kartini. "PEMANFAATAN TANAMAN KANGKUNG DAN SAMPAH LINGKUNGAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA NGUMPAKDALEM DI MASA PANDEMI COVID 19", Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022 Publication	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On

# Pendampingan Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital Pada Umkm Hakim Mainan Edukasi

---

GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---