

Trend Bisnis Digital UMKM Hampers dan Gift Mooi Bucket : Implementasi Strategi Pemasaran Digital Pendampingan Kewirausahaan di Kota Malang

Trend of Digital Business for MSME Hampers and Gifts Mooi Bucket : Implementation of Digital Marketing Strategies for Entrepreneurship Assistance in Malang City

Dyah Ayu Dwi Kusumaingrum¹, Indah Adawiyah², Agus Hermawan³

^{1,2,3} Universitas Negeri Malang, Indonesia

* Email : dyah.ayu.2304138@students.um.ac.id¹, indah.adawiyah.2304138@students.um.ac.id², agus.hermawan.fe@um.ac.id³

Article History:

Received: November 15 2024;

Revised: November 30, 2024;

Accepted: Desember 18, 2024;

Published: Desember 20, 2024;

Keywords: Community Service, Entrepreneurship Mentoring, Strategy Implementation, Digital Marketing

Abstract: Digital business transformation has become one of the main necessities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to compete in the modern era. This research discusses implementing digital marketing strategies through an entrepreneurship mentoring program for Mooi Gift MSMEs, which focuses on hampers and gift products in Malang. The methods used include individual approaches, training, and rebranding, to improve operational efficiency, digitalizing bookkeeping, and optimizing digital marketing. The mentoring results include the creation of e-commerce accounts, social media rebranding, digital financial management training, and website development to expand market reach. The findings indicate that digital marketing strategies can enhance SMEs' visibility and competitiveness while positively impacting product sales and branding. This study recommends continuously monitoring and developing digital marketing strategies so MSMEs can constantly adapt to market dynamics.

Abstrak

Transformasi bisnis digital menjadi salah satu kebutuhan utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bersaing di era modern. Penelitian ini membahas implementasi strategi pemasaran digital melalui program pendampingan kewirausahaan pada UMKM Mooi Gift, yang berfokus pada produk hampers dan gift di Kota Malang. Metode yang digunakan meliputi pendekatan individual, pelatihan, dan rebranding, dengan tujuan meningkatkan efisiensi operasional, digitalisasi pembukuan, dan optimalisasi pemasaran digital. Hasil pendampingan mencakup pembuatan akun e-commerce, rebranding media sosial, pelatihan manajemen keuangan digital, dan pengembangan website untuk memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan pengalaman pendampingan menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM, sekaligus memberikan dampak positif terhadap penjualan dan branding produk. Kajian ini merekomendasikan monitoring berkelanjutan dan pengembangan strategi pemasaran digital agar UMKM dapat terus beradaptasi dengan dinamika pasar.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Pendampingan Kewirausahaan, Implementasi Strategi, Pemasaran Digital.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya saing, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. Salah satu strategi yang efektif untuk mendukung keberlanjutan UMKM adalah penerapan pemasaran digital, yang memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan platform online seperti media sosial, *e-commerce*, dan *website* sebagai sarana promosi dan penjualan. UMKM *Mooi Gift*, yang berfokus pada produksi hampers dan gift di Kota Malang,

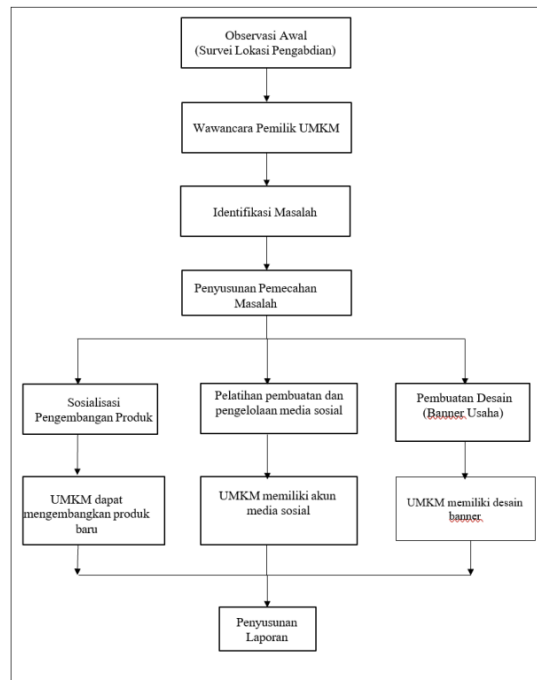
merupakan contoh UMKM yang berpotensi besar untuk tumbuh melalui transformasi digital.

Berdiri sejak tahun 2023, Mooi Gift dikenal dengan kreativitas produknya, seperti buket bunga yang dikombinasikan dengan snack, hijab, atau boneka. Namun, UMKM ini menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pemanfaatan strategi pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan yang belum terstruktur. Tantangan ini menghambat potensi bisnis mereka untuk berkembang lebih jauh, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri *hampers dan gift*. Pendampingan kewirausahaan menjadi solusi strategis untuk membantu *Mooi Gift* mengatasi permasalahan tersebut. Program pendampingan yang terstruktur dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya *branding*, pemasaran digital, dan manajemen keuangan berbasis teknologi. Selain itu, kegiatan pendampingan ini juga memberikan pelatihan teknis dalam penggunaan media sosial, pembuatan akun *e-commerce*, pengelolaan website, dan penerapan jurnal keuangan digital.

Dengan pendekatan ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produknya, memperluas jangkauan pasar, serta mengelola bisnis secara lebih profesional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM *Mooi Gift* melalui program pendampingan kewirausahaan. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam mengadopsi teknologi digital sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode partisipatif dengan *explanatory*. Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung antara tim pendamping dengan mitra UMKM, yaitu *Mooi Gift*, untuk memahami permasalahan yang dihadapi serta merancang dan mengimplementasikan solusi yang tepat. Dengan alur pendampingan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Pendampingan

Diagram ini menggambarkan tahapan-tahapan kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Mooi Gift dalam rangka implementasi strategi pemasaran digital. Berikut adalah uraian dari masing-masing tahapan:

1. **Observasi Awal (Survei Lokasi Pengabdian)** Tahap pertama adalah melakukan survei lokasi untuk mengamati kondisi UMKM secara langsung. Observasi ini bertujuan untuk memahami operasional UMKM, produk yang ditawarkan, dan tantangan yang dihadapi, serta mengidentifikasi potensi pengembangan usaha.
2. **Wawancara Pemilik UMKM**
Pada tahap ini, dilakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai kebutuhan bisnis, permasalahan yang dihadapi dan dengan program pendampingan ini menjadi lebih baik.



Gambar 2 Wawancara kepada pemilik UMKM Mooi Gift

3. Identifikasi Masalah

Informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi UMKM. Masalah yang sering muncul mencakup kurangnya

strategi pemasaran digital, branding yang belum optimal, dan keterbatasan pengelolaan media sosial.

4. **Penyusunan Pemecahan Masalah** Berdasarkan hasil identifikasi, disusun strategi pemecahan masalah yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Strategi ini meliputi pengembangan produk, pelatihan pengelolaan media sosial, dan pembuatan desain branding untuk meningkatkan daya tarik produk.

5. **Sosialisasi Pengembangan Produk**

Pada tahap ini, dilakukan sosialisasi kepada pemilik UMKM mengenai pengembangan produk baru yang dapat meningkatkan variasi dan daya saing. Hasil dari tahap ini adalah UMKM mampu mengembangkan produk yang lebih inovatif.

6. **Pelatihan Pembuatan dan Pengelolaan Media Sosial**

Kegiatan pelatihan ini melibatkan pembuatan akun media sosial seperti Instagram dan pelatihan mengenai cara mengelola akun tersebut, termasuk membuat konten yang menarik. Hasilnya, UMKM memiliki akun media sosial yang aktif dan terkelola dengan baik.

7. **Pembuatan Desain (Banner Usaha)**

Tim pendamping membantu dalam pembuatan desain banner dan elemen branding lainnya, seperti logo dan katalog produk. Hal ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual UMKM.

8. **Penyusunan Laporan Tahap** akhir dari kegiatan pendampingan adalah menyusun laporan yang mendokumentasikan seluruh proses, hasil, dan dampak dari program pendampingan. Laporan ini juga berisi rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

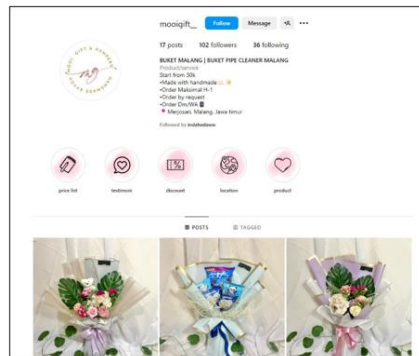
3. HASIL

Berdasarkan pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Mooi Gift di Kota Malang, diperoleh hasil yang signifikan dalam aspek peningkatan pemasaran digital, branding, serta manajemen operasional. Adapun hasil utama yang dicapai dapat dijabarkan sebagai berikut:

Rebranding dan Optimalisasi Media Sosial

Tim pendampingan berhasil melakukan *rebranding* akun Instagram Mooi Gift (@mooigift__) dengan memperbarui desain konten yang lebih profesional dan menarik. Perubahan ini meliputi perbaikan tampilan *feed*, desain logo baru, serta penggunaan *highlight* interaktif untuk menampilkan katalog produk dan testimoni pelanggan. Hasilnya, jumlah interaksi dan jangkauan audiens meningkat secara signifikan. Pemilik UMKM mulai

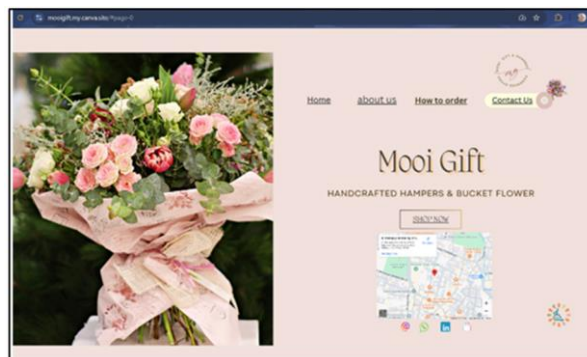
memahami pentingnya konsistensi visual dan keterlibatan *audiens* untuk membangun citra merek yang lebih kuat.



Gambar 3 Rebranding akun Instagram

Pembuatan Akun E - Commerce dan Website

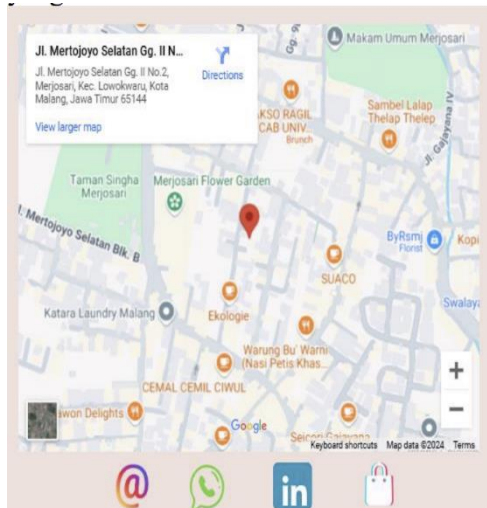
Salah satu terobosan penting adalah pembuatan akun *e-commerce* di Shopee serta perancangan *website* sederhana untuk *Mooi Gift*. Langkah ini memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara lebih praktis dan profesional. Dengan adanya *e-commerce*, *Mooi Gift* dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pelanggan dari luar Kota Malang. Selain itu, website berfungsi sebagai etalase digital yang menampilkan produk secara lebih estetik dan informatif, sekaligus meningkatkan kredibilitas bisnis di mata konsumen.



Gambar 4. Tampilan website yang dibuat

Desain Banner dan Pendaftaran Google Maps

Tim pendampingan juga menghasilkan desain *banner* yang dipasang di lokasi usaha dan pendaftaran bisnis di *Google Maps*. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha di tingkat lokal dan memudahkan calon pelanggan menemukan lokasi usaha secara cepat dan akurat. Sebagai hasilnya, jumlah pelanggan lokal meningkat, terutama dari pelanggan yang melakukan pencarian lokasi melalui platform digital.



Gambar 5 Google maps business toko

Pelatihan Digitalisasi Keuangan

Sebagai bagian dari manajemen operasional, tim pendampingan memberikan pelatihan mengenai digitalisasi pembukuan keuangan menggunakan *google spreadsheet* sederhana. Pemilik *Mooi Gift* kini mampu mencatat pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan dengan lebih terstruktur dan efisien. Hal ini mempermudah pengambilan keputusan berbasis data untuk pengembangan usaha di masa depan.



Gambar 6. pelatihan jurna keuangan dan tampilan jurnal keuangan

Peningkatan Strategi Pemasaran

Pendampingan berfokus pada pemanfaatan media digital, seperti Instagram, Shopee, dan Google Maps, sebagai saluran pemasaran utama. Dengan memahami algoritma media sosial dan memaksimalkan fitur promosi di e-commerce, *Mooi Gift* berhasil menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan produk. Selain itu, pemotretan katalog produk dengan kualitas visual yang lebih baik membantu menarik minat calon pelanggan.

Pembahasan

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dan peningkatan strategi *branding* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan bisnis *Mooi Gift*. Peningkatan interaksi di media sosial, kemudahan akses melalui *e-commerce*, serta

pengelolaan keuangan yang lebih rapi mendukung peningkatan efisiensi operasional dan daya tarik produk.

Dari segi pemasaran, kombinasi strategi lokal melalui banner dan digital melalui media sosial serta *e-commerce* terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pendekatan personal melalui pelatihan dan pendampingan memberikan pemahaman mendalam kepada pemilik usaha tentang pentingnya inovasi digital dalam bisnis. Pembelajaran pendampingan dan penalaran mahasiswa serta pengamatan langsung menghasilkan kemampuan pemecahan masalah matematis siswa lebih baik daripada model pembelajaran konvensional (Sutrisno et al., 2020).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan UMKM Mooi Gift di era digital. Pendampingan menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital, termasuk media sosial, branding, dan *e-commerce*, meningkatkan visibilitas, daya saing, dan penjualan produk. Program ini juga membantu Mooi Gift dalam digitalisasi pencatatan keuangan dan pengelolaan platform online, serta pelatihan konten digital yang meningkatkan profesionalisme bisnis. Namun, tantangan seperti keterbatasan waktu dan sumber daya pemilik UMKM teratasi melalui pendekatan pelatihan praktis dan kolaboratif. Secara keseluruhan, program ini memberdayakan Mooi Gift menghadapi persaingan pasar digital dan menjadi model strategi adaptasi untuk UMKM lain, menunjukkan pentingnya transformasi digital dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing di era globalisasi.



Gambar 7 Pemasangan Banner Baru



Gambar 8 Foto bersama Owner saat worksop Digital Marketing



Gambar 9 Pembelajaran Bersama Pembuatan Hampers dan Gift

Pada gambar 9 adalah kegiatan pembuatan Hapers, dari tahap ini bahan – bahan yang dirangkai menjadi hantaran dan di desain dengan cantik dapat untuk di jual. Pada kegiatan ini di lakukan pendampingan untuk membuat Hampers dan gift dari awal bahan dasar sampai terbentuk cantik.

5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Mutia Indria Febriani selaku owner *Mooi Gift* (Buket Bunga) yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini. Serta Terima kasih kepada Bapak Dr. Agus Hermawan, GradDipMgt., M.Si, M.Bus. selaku dosen mata kuliah Pengembangan Wawasan Manajerial yang selalu memberikan saran dan masukkan kepada kami. Tanpa dukungan dan kerja sama dari semua pihak tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Semoga apa yang telah kami laksanakan membawa manfaat bagi banyak orang.

6. DAFTAR REFERENSI

- Aisy, D. R., & Nirawati, L. (2023). Menciptakan peluang usaha melalui program pelatihan kerajinan buket snack di Desa Jaan, Nganjuk. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 383–390.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 1(1).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: Pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 14(1), 83-90.
- Hermawan, D. (2023). Pendampingan branding dan konten pemasaran digital Kampung Wisata Binong berbasis participatory action research. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 642-660.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran penting promosi dan desain produk dalam membangun minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1).
- Mustanir, A. (2019). Pemberdayaan masyarakat kewirausahaan.
- Pramesti, R. A. A., & Purwanto, E. (2023). Pengembangan kreativitas masyarakat melalui workshop buket snack di Desa Jaan sebagai alternatif peningkatan pendapatan keluarga. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 367–373.
- Ridwan, M. I., Asfar, A. M. I. T., Erwing, & Jamaluddin. (2020). Pelatihan pembuatan buket bunga dan snack sebagai kado wisuda di perpustakaan Bone. In *SNPKM: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 51–58.
- Sutrisno, S., & Wulandari, D. (2018). Multivariate analysis of variance (MANOVA) untuk memperkaya hasil penelitian pendidikan. *AKSIOMA: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 9(1), 37–53.
- Sutrisno, S., Zuliyawati, N., & Setyawati, R. D. (2020). Efektivitas model pembelajaran problem-based learning dan think pair share berbantuan Geogebra terhadap kemampuan pemecahan masalah matematis. *Journal of Medives: Journal of Mathematics Education IKIP Veteran Semarang*, 4(1), 1–9.
- Tusino, T., Wijaya, A., Yuliaputri, A., Aji, E. S., Rahmawati, L., Azhar, M. F., Prakoso, P., Hanifah, R., & Anjelina, R. D. (2023). Penguatan ekonomi masyarakat melalui pelatihan pembuatan buket snack bagi ibu-ibu PKK. *Surya Abdimas*, 7(3), 422–427. <https://doi.org/10.30998/formatif.v2i2.93>
- Ulya, H. (2016). Pembelajaran matematika berbasis etnomatematika untuk membangun karakter cinta tanah air dan kreativitas belajar matematika. *Prosiding Seminar Nasional: Menumbuhkan Kembali Pesona Budaya Bangsa*.