

Pendampingan Online Marketing Kelompok Usaha Zack Kress berbasis Website di Desa Firdaus Serdang Bedagai

Dedy Husrizal Syah^{1*}, Mukti Hamjah Harahap², Izwar Lubis³, Deo Demonta Panggabean⁴

Universitas Negeri Medan

^{1*}desra@unimed.ac.id

ABSTRACT.

To expand marketing reach, this community service aims to develop website-based digital marketing for Zack Krezz MSMEs in Firdaus Village, Serdang Bedagai. The methods used include training and mentoring as well as demonstrations, designing e-commerce websites, and implementing digital marketing strategies by involving the active participation of partners. The results of the community service show an increase in partners' understanding of digital marketing. The e-commerce website was successfully designed and implemented, increasing marketing reach. The main obstacles in the form of limited human resources and internet infrastructure can be overcome through gradual mentoring. Implementing digital marketing has proven effective in increasing the competitiveness of MSMEs in the digital era but requires ongoing mentoring to ensure sustainability. This program can be a model for developing similar MSMEs, with recommendations to expand the scope of digitalization and conduct longitudinal studies to measure long-term impacts..

Keywords: Digital Marketing, Training, Mentoring, MSMEs

ABSTRAK.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan mengembangkan pemasaran digital berbasis website untuk UMKM Zack Krezz di Desa Firdaus, Serdang Bedagai, guna memperluas jangkauan pemasaran. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan serta demonstrasi, perancangan website e-commerce, serta implementasi strategi pemasaran digital dengan melibatkan partisipasi aktif mitra. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pada pemahaman mitra tentang pemasaran digital. Website e-commerce berhasil dirancang dan diimplementasikan, menghasilkan peningkatan jangkauan pemasaran. Kendala utama berupa keterbatasan SDM dan infrastruktur internet dapat diatasi melalui pendampingan bertahap. Implementasi pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital, namun memerlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan. Program ini dapat menjadi model pengembangan UMKM serupa, dengan rekomendasi untuk memperluas cakupan digitalisasi dan melakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pelatihan, Pendampingan, UMKM

PENDAHULUAN

Dalam konteks perkembangan ekonomi regional di Sumatera Utara, Kecamatan Sei Rampah telah memposisikan diri sebagai salah satu wilayah yang memiliki signifikansi strategis di Kabupaten Serdang Bedagai. Desa Firdaus, yang telah lama dikenal sebagai ikon DEKRANASDA setempat, menunjukkan karakteristik demografis yang menarik dengan kepadatan penduduk mencapai 2.087 jiwa per kilometer persegi, berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2018). Fenomena ini mencerminkan potensi sumber daya manusia yang substansial dalam mendukung perkembangan ekonomi lokal. Dalam aspek industri, Desa Firdaus menampilkan diversifikasi yang menarik dengan keberadaan 10 unit usaha yang terdiri dari tiga industri skala menengah dan tujuh industri skala kecil. Mayoritas dari entitas usaha ini memfokuskan aktivitas produksinya pada sektor makanan ringan, yang mencerminkan adanya spesialisasi regional dalam industri kuliner.

Dalam konteks studi ini, perhatian khusus diberikan kepada Usaha Zack Krezz, sebuah unit usaha kecil menengah (UKM) yang berlokasi di Dusun X, Desa Firdaus. UKM ini telah menunjukkan eksistensinya dalam industri makanan ringan lokal dengan spesialisasi pada produksi aneka keripik tradisional. Perlu dicatat bahwa Zack Krezz bukan hanya sebuah entitas bisnis independen, tetapi juga merupakan bagian dari program pemberdayaan yang lebih luas. Hal ini dibuktikan dengan statusnya sebagai mitra binaan LPPM Unimed selama periode 2014-2016, yang diimplementasikan melalui kolaborasi strategis dengan BKKBN Serdang Bedagai dalam kerangka program UPPKS. Ahmad Zaki, seorang entrepreneur berusia 32 tahun, telah memimpin Usaha Zack Krezz selama 12 tahun, mendemonstrasikan komitmen jangka panjang dalam pengembangan usaha ini. Dengan dukungan 10 tenaga kerja, Zack Krezz telah berhasil mengembangkan portofolio produk yang beragam, mencakup 20 varian keripik. Diversifikasi bahan baku yang meliputi singkong, pisang, kentang, jamur, dan tempe, menunjukkan adaptabilitas usaha ini terhadap preferensi pasar dan ketersediaan bahan baku lokal.



Gambar 1 Rumah Mitra pengabdian Zack Kress

Sumber: Tim Penulis, 2024

Strategi pemasaran Zack Krezz menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan adaptif terhadap dinamika pasar regional. Implementasi sistem reseller yang tersebar di berbagai lokasi strategis di Sumatera Utara, termasuk institusi pendidikan, fasilitas transportasi seperti bandara, serta pusat-pusat perbelanjaan, menggambarkan upaya sistematis dalam memperluas jangkauan pasar. Margin keuntungan yang mencapai 25% mengindikasikan efisiensi operasional dan positioning produk yang kompetitif di pasar. Dari perspektif kinerja finansial, data menunjukkan bahwa Zack Krezz berhasil mencatatkan omzet penjualan rata-rata bulanan sebesar Rp. 25.000.000,-. Angka ini tidak hanya merefleksikan stabilitas operasional usaha, tetapi juga mengindikasikan potensi pertumbuhan yang signifikan dalam konteks ekonomi lokal.

Pada saat ini semua usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mengalami dampak pandemik covid 19 (Amri, 2020). Begitu pula dengan usaha Zack Krezz yang juga terkena dampak pandemik covid 19. Adapun permasalahan Mitra yang ditemukan tim pengabdian antara lain : Pada aspek pemasaran, pada aspek pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dalam bentuk kerjasama reseller (masyarakat/siswa/mahasiswa/karyawan). Produk keripik dipasarkan melalui toko/kios/kantin yang kebanyakan adalah sekolah dan kampus di Sumatera Utara. Pada masa pandemic covid 19 arus kas terhambat akibat penjualan reseller yang tidak lancar bahkan banyak yang tutup seperti sekolah dan kampus. Selanjutnya pada aspek manajemen usaha Zack Krezz masih menggunakan manajemen kerja sederhana yang kurang sistematis. Hal ini dikarenakan tidak adanya pembagian kerja atau tanggungjawab karyawan/pekerja disetiap tahapan produksi. Hal ini berdampak pada tidak tercapainya target produksi setiap harinya.

Analisis terhadap struktur manajemen mitra mengungkapkan penerapan model pengelolaan yang cenderung informal dan berbasis kekerabatan. Aspek-aspek operasional seperti administrasi, alokasi tugas, pembiayaan, produksi, dan manajemen sumber daya manusia masih dijalankan dengan pendekatan yang relatif sederhana (Setiyowati et al., 2022). Kendali atas seluruh aspek usaha, mulai dari pengadaan material hingga pemasaran, masih terpusat pada pemilik usaha. Meskipun demikian, terdapat indikasi positif dalam hal pembagian tugas yang telah menunjukkan tingkat organisasi yang cukup baik, dengan setiap personel memiliki deskripsi pekerjaan yang jelas. Dalam konteks pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi dilakukan melalui buku ekspedisi, namun masih terdapat kekurangan dalam hal pemisahan antara pengeluaran usaha dan rumah tangga. Selain itu, aspek distribusi menghadapi tantangan akibat keterbatasan armada, yang berdampak pada efisiensi pengiriman produk. Keterbatasan modal menjadi faktor penghambat dalam pengadaan kendaraan yang lebih memadai untuk mendukung operasional distribusi.



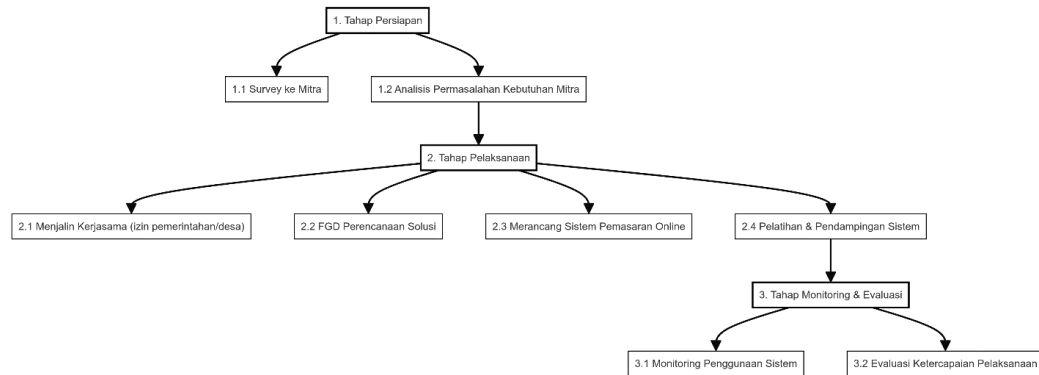
Gambar 2 Aneka produk keripik kelompok usaha mitra pengabdian

Sumber: Tim Penulis, 2024

Mengingat potensi signifikan dari industri keripik di kalangan masyarakat setempat, serta relatif rendahnya minat pasar terhadap produk yang dihasilkan, diperlukan inisiatif pemberdayaan yang terencana. Salah satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah dengan memperkenalkan dan mengaplikasikan konsep pemasaran digital (Arifudin et al., 2020). Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk dan pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan volume penjualan.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang diterapkan dalam pelaksanaan program pengabdian tersebut yaitu dengan membangun kemitraan antara tim pengabdian dan LPPM Universitas Negeri Medan dengan pemerintahan Desa serta mitra. Metode yang digunakan berupa pelatihan dan pendampingan, rancang bangun sistem ecommerce produk mitra serta praktik penggunaan dan pengoperasiannya. Tahapan kegiatan, metode dan partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat skema program kemitraan masyarakat tersebut diuraikan dalam bentuk gambar diagram berikut:



Gambar 3 Tahapan Kegiatan yang diterapkan dalam pelaksanaan pengabdian

Sumber: Tim Penulis, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan untuk mencapai tujuan utama yaitu mengembangkan pemasaran digital berbasis website bagi UMKM Zack Krezz di Desa Firdaus, Serdang Bedagai. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tahap Pertama; tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik dan karyawan Zack Krezz mengenai konsep dan implementasi pemasaran digital. Pelatihan dilakukan secara intensif selama 1 hari dengan materi meliputi: a) Pengenalan e-commerce dan manfaatnya bagi UMKM; b) Strategi pemasaran digital untuk UMKM; c) Teknik fotografi produk untuk konten digital; d) Copywriting untuk media sosial dan website; e) Dasar-dasar SEO (Search Engine Optimization). Metode pelatihan menggunakan pendekatan andragogi dengan kombinasi ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Pendekatan ini sejalan dengan (Arvi et al., 2023) di mana mereka menekankan pentingnya pelatihan praktis untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital.

Tahap Selanjutnya, tim pengabdian merancang dan mengembangkan website e-commerce khusus untuk Zack Krezz. Proses ini meliputi: a) Analisis kebutuhan mitra melalui wawancara mendalam; b) Pembuatan desain antarmuka website yang user-friendly; c) Pengembangan sistem backend untuk manajemen produk dan pesanan; d) Integrasi sistem pembayaran online; e) Optimalisasi SEO on-page; f) Pengujian dan perbaikan bug. Website dikembangkan menggunakan platform WordPress dengan plugin WooCommerce, memungkinkan kemudahan pengelolaan bagi mitra. Pemilihan platform ini sejalan dengan rekomendasi (Kurniawan et al., 2021) yang menekankan

pentingnya menggunakan platform yang mudah dikelola oleh UMKM dengan keterbatasan kemampuan teknologi.



Gambar 4 Tampilan Interface eCommerce ZackKrezz.com

Sumber: Tim Penulis, 2024

Setelah website selesai dikembangkan, tim pengabdian memberikan pelatihan praktis selama 1 hari kepada mitra mengenai: a) Manajemen produk (menambah, mengedit, menghapus produk); b) Pengelolaan pesanan dan pembayaran; c) Kustomisasi tampilan website; d) Analisis data pengunjung menggunakan Google Analytics; e) Integrasi media sosial dengan website. Pelatihan praktis ini dilakukan dengan metode *learning by doing*, di mana mitra langsung mempraktikkan materi yang diajarkan. Metode ini terbukti efektif sebagaimana dilaporkan (Arvi et al., 2023) dalam kegiatan pengabdian mereka pada kelompok usaha di Desa Firdaus.

Kemudian Tim pengabdian melakukan pendampingan intensif selama 2 hari untuk memastikan mitra dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital dengan optimal. Kegiatan pendampingan meliputi: a) Pembuatan konten digital (foto produk, copywriting, desain grafis); b) Pengelolaan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok); c) Optimalisasi SEO website; d) Pelaksanaan kampanye iklan digital sederhana; e) Monitoring dan evaluasi kinerja pemasaran digital berbasis website. Pendampingan dilakukan melalui kombinasi kunjungan langsung dan konsultasi online. Pendekatan ini

memungkinkan tim pengabdian untuk memberikan bantuan secara real-time ketika mitra menghadapi kendala. Strategi pendampingan intensif ini sejalan dengan rekomendasi (Faizah et al., 2022) yang menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberhasilan implementasi pemasaran digital pada UMKM.



Gambar 5 Pelatihan Pendampingan Penggunaan eCommerce ZackKrezz.com

Sumber: Tim Penulis, 2024

Suatu kegiatan pengabdian seyogyanya dapat dikatakan berhasil ketika kegiatan tersebut telah memenuhi indikator keberhasilan yang dirancang dari awal hingga akhir pelaksanaan kegiatan pengabdian. Indikator keberhasilan pada kegiatan pengabdian ini diukur melalui beberapa aspek:

No	Indikator	Kondisi Awal	Capaian	Persentase Keberhasilan
1	Pemahaman mitra tentang pemasaran digital	Rendah	Meningkat signifikan	75%
2	Pengembangan website e-commerce	Belum ada	Website fungsional dan sesuai kebutuhan	100%

No	Indikator	Kondisi Awal	Capaian	Persentase Keberhasilan
3	Kemampuan pengelolaan website dan media sosial	Rendah	Mampu mengelola dengan pendampingan minimal	80%

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan dalam implementasi, seperti keterbatasan kemampuan SDM mitra dalam mengelola teknologi digital serta koneksi internet yang kurang stabil di lokasi usaha. Hal ini diatasi melalui pendampingan intensif dan pelatihan bertahap kepada mitra. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan tergolong moderat, mengingat diperlukan upaya ekstra untuk mengubah pola pikir dan kebiasaan mitra dari pemasaran konvensional ke digital. Namun dengan pendekatan yang tepat dan pendampingan intensif, mitra mampu beradaptasi dengan baik (Affan et al., 2021). Ke depannya, terdapat peluang pengembangan yang cukup besar. Website e-commerce yang telah dikembangkan dapat diintegrasikan dengan sistem manajemen inventori dan keuangan untuk meningkatkan efisiensi operasional Zack Krezz. Selain itu, pengembangan aplikasi mobile juga dapat menjadi langkah selanjutnya untuk semakin memperluas jangkauan pasar (Hadi & Zakiah, 2021).



Gambar 5 Pelatihan Pendampingan Penggunaan eCommerce ZackKrezz.com

Sumber: Tim Penulis, 2024

Kegiatan pengabdian ini juga berdampak pada perubahan cara pandang mitra terhadap teknologi digital. Pada awalnya, mitra cenderung skeptis terhadap efektivitas pemasaran digital. Namun setelah melihat hasil nyata, terjadi perubahan mindset yang signifikan. Mitra menjadi lebih terbuka dan antusias dalam mengadopsi teknologi untuk pengembangan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah berhasil menjawab permasalahan utama mitra yaitu keterbatasan jangkauan pemasaran dan penurunan penjualan akibat pandemi. Melalui implementasi pemasaran digital berbasis website, Zack Krezz kini memiliki saluran pemasaran baru yang lebih luas dan tidak terbatas wilayah, sekaligus dapat meningkatkan omzet penjualan di tengah situasi pandemi. Hal ini menegaskan bahwa tujuan kegiatan pengabdian telah tercapai dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat pengembangan pemasaran digital berbasis website untuk UMKM Zack Krezz telah berhasil dilaksanakan, melampaui target pada mayoritas indikator. Implementasi pemasaran digital melalui website e-commerce dan optimalisasi media sosial meningkatkan jangkauan pemasaran dan omzet penjualan. Pelatihan dan pendampingan intensif meningkatkan pemahaman mitra. Penggunaan platform user-friendly memudahkan adopsi teknologi e-commerce, meski masih memerlukan pendampingan. Kendala utama berupa keterbatasan SDM dan infrastruktur internet dapat diatasi melalui pendampingan dan pelatihan bertahap. Mitra UMKM Zack Krezz dapat melanjutkan penggunaan pemasaran digital dan meningkatkan keterampilan SDMnya secara berkala, serta disisi Pemerintah daerah diharapkan dapat meningkatkan infrastruktur internet dan menyediakan program pendampingan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W., Irawan, D., Laili, T. F., Rahmawati, A. R. A., & Insani, L. F. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Modul Praktikum Berbasis Software Akuntansi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Radisi*, 1(3), 197–202.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131.
- Arifudin, O., Juhadi, J., Tanjung, R., & Hendar, H. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 6 (2024) 3661 - 3670 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i6.4488

- Arvi, L. S., Selpanik, H., Maharani, Novadilastri, & Sularno. (2023). Pengembangan Pemasaran Digital Marketing UMKM Odading 99 Berbasis Website Di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 214–220.
- Badan Pusat Statistik, S. B. (2018). Kabupaten Serdang Bedagai dalam Angka 2018. In *BPS Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara*.
- Faizah, M., Himmah, F., Fitriyah, L., & Solikhah, N. A. (2022). Limbah Cangkang Telur sebagai Lukisan Kaligrafi. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 82–85.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Maharani, D. (2021). Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31–36.
- Setiyowati, S. W., Gultom, A. F., Asna, A., & Dwanoko, Y. S. (2022). PKM Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada Irt Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 1996–2001.