

Penguatan Media Digital dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Dapur Aru di Kabupaten Kampar

¹Resdati1, ²Yusmar Yusuf2, ³Niken Fujia Lestari3, ⁴Adinda Fitri Adila4, ⁵Algitia Ardino5, ⁶Azi AsAri6, ⁷Bayu Pradika7
^{1,2}Jurusan Sosiologi, Universitas Riau, Pekanbaru
³Jurusan Ilmu Pemerintahan, Universitas Riau, Pekanbaru
^{4,5}Jurusan Kedokteran, Universitas Riau, Pekanbaru
^{6,7}Jurusan Teknik Informatika, Universitas Riau, Pekanbaru

E-mail: ¹resdati@lecturer.unri.ac.id, ²yusmar.yusuf@lecturer.unri.ac.id, ,
³niken.fujia4546@student.unri.ac.id, ⁴adinda.fitri0860@student.unri.ac.id,
⁵algitia.ardino6568@student.unri.ac.id, ⁶azi.asari6364@student.unri.ac.id,
⁷bayu.pradika4935@student.unri.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian yang dilakukan Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur ini bertujuan untuk membantu UMKM Dapur Aru mengoptimalkan pemasaran melalui pemanfaatan media digital yang lebih efisien. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah sosialisasi dan praktik langsung. Tahapan implementasi yang diberikan Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur kepada UMKM Dapur Aru adalah; sosialisasi tentang pentingnya selalu aktif di media sosial dan marketplace; sosialisasi dan praktik penggunaan Tiktok Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, dan Broadcast Whatsapp; sosialisasi dan praktik penggunaan fitur-fitur penting pada media sosial dan marketplace yang digunakan; sosialisasi dan praktik penggunaan aplikasi Canva untuk menunjang konten produk penjualan; sosialisasi dan praktik penggunaan website yang disediakan oleh Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur; berlatih cara mengambil foto produk yang menarik; serta membantu menjalankan media sosial atau marketplace berupa Tiktok/Tiktokshop UMKM Dapur Aru yang menghasilkan lebih banyak follower pada akun baru dibandingkan akun lama UMKM Dapur Aru. Selain menghasilkan beberapa kegiatan bermanfaat, kegiatan bermitra pada pengabdian ini menghasilkan pengetahuan baru yang didapatkan oleh pihak yang terkait didalamnya.

Kata kunci : Dapur Aru, Media Digital, UMKM Kampar

ABSTRACT

This service carried out by the East Salo Village Integration KUKERTA Group aims to help Dapur Aru MSMEs optimize marketing through more efficient use of digital media. The methods used in this article are socialization and direct practice. The implementation stages given by the East Salo Village Integration KUKERTA Group to Dapur Aru MSMEs are; socialization about the importance of always being active on social media and market places; socialization and practice of using Tiktok Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, and Broadcast Whatsapp; socialization and practice of using important features on the social media and marketplace used; socialization and practice of using the Canva application to support sales product content; socialization and practice of using the website provided by the East Salo Village Integration KUKERTA Group; practice how to take attractive product shots; as well as, helping to run social

media or marketplace in the form of Tiktok/Tiktokshop UMKM Dapur Aru which generates more followers on the new account compared to the old account of UMKM Dapur Aru. Apart from producing several useful activities, partnering activities in this service produce new knowledge gained by the parties involved in it.

Keyword : *Dapur Aru, Digital Media, Kampar MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah menyebabkan peningkatan jumlah pengguna internet secara signifikan (Dewinawati et al., 2023).. Perkembangan teknologi saat ini merefleksikan kemajuan yang luar biasa, dengan dampaknya yang luas dalam banyak aspek kehidupan. Sektor-sektor beragam telah mengambil manfaat dari keberadaan teknologi ini, yang telah memberikan sumbangan yang signifikan dalam berbagai dimensi kehidupan (Singh, 2020). Tak ketinggalan teknologi komunikasi, yang merupakan fondasi dalam struktur sosial, mampu memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses, dan bertukar informasi dengan cara yang lebih efisien (Febriyantoro and Arisandi, 2018).

Media digital dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran digital. Pemasaran digital mengacu pada strategi pemasaran yang memanfaatkan internet sebagai sarana utama dalam mencapai target pasar. Keunggulan pemasaran digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat signifikan, karena mampu mengakomodasi perubahan perilaku konsumen yang terjadi akibat digitalisasi (Sari and Kusumawati, 2022). Platform pemasaran digital memungkinkan interaksi dan transaksi secara instan dan global, memungkinkan individu untuk menjalankan komunikasi dan pembelian sepanjang waktu dan dengan cakupan

internasional. Melalui media ini, produk-produk dapat dilihat, diakses, dan dibandingkan secara efisien, sementara informasi rinci tentang berbagai produk tersedia secara luas untuk mempermudah proses pembelian dan perbandingan (Raharja and Natari, 2021). Bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menghadapi kendala pengetahuan minim tentang pemasaran digital dan kurangnya pemahaman tentang cara membuat postingan produk yang menarik serta menciptakan branding yang efektif, menjadi penting bagi mereka untuk memiliki pengetahuan tentang teknologi yang sedang populer saat ini (Sugiana et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan agar para pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet dan jejaring sosial sebagai media untuk mengembangkan bisnis mereka (Chusniyah and Fauza, 2022). Untuk meningkatkan volume penjualan dan mencapai profitabilitas, strategi yang efektif serta penggunaan media, sarana, dan prasarana pemasaran yang sesuai menjadi hal yang sangat penting, agar mampu mencapai dan mengakomodasi target dan tujuan pasar yang dituju (Ana et al., 2021).

Pendekatan untuk memberi pengetahuan soal pemasaran dilakukan melalui produksi konten pemasaran seperti infografis atau video bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat, tanpa tekanan penjualan yang berlebihan (Sulaiman and Widyastuti, 2021) . Konten pemasaran

ini berfokus pada memberikan pemahaman kepada pelanggan, sehingga membangun kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan (Resdati et al., 2023). Melalui proses digitalisasi, peluang untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dimiliki oleh masyarakat menjadi lebih besar. Produk yang dihasilkan tidak hanya dapat mencapai pasar dalam negeri, tetapi juga pasar global. Membuka akses ke pasar global ini merupakan kesempatan yang signifikan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan (Sidiq et al., 2022).

UMKM di Indonesia memiliki peran signifikan dalam struktur ekonomi negara ini (Supandi et al., 2022). Keberadaan UMKM menjadi faktor krusial karena jumlahnya lebih melimpah daripada perusahaan besar (Liu and Sukmariningsih, 2021). Selain itu, UMKM memiliki peran strategis dalam meredakan tingkat pengangguran di Indonesia, mengingat mereka kini juga berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan besar (Suci, 2017). Salah satu UMKM yang terdapat di Kabupaten Kampar yakni UMKM Dapur Aru yang mengolah daun kelor sebagai produk penjualannya.

Melalui sumber lapangan yang telah didapatkan pada saat proses perizinan bermitra, UMKM Dapur Aru berdiri pada 18 Agustus 2020 dengan nama pemilik Ibu Sari Nurhidayah. Produk awalnya berupa teh kelor tubruk, teh kelor celup dan tepung kelor. Pada 2021 UMKM Dapur Aru bekerja sama dengan CSR PLN Peduli dan Litbang LHK Kuok dalam mendukung Program Ocu Mapan Dinas Ketahanan Pangan Kab. Kampar (pembagian bibit, pelatihan budidaya & pengolahan kelor). UMKM Dapur Aru memiliki legalitas badan usaha dari Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan nama PT Mond Nature Lestari yang berdiri pada 20 Mei 2022 dan telah memiliki izin edar, memiliki

produk kelor untuk makanan, minuman, dan kosmetik. Bahan bakunya berasal dari kebun Kelompok Wanita Tani dan tanaman pagar masyarakat sekitar.



Gambar 1: Obeservasi pengabdian Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur bersama Dosen pembimbing dan Pemilik UMKM Dapur Aru

Pada pemasarannya, UMKM Dapur Aru menggunakan sejumlah cara yaitu dititipkan pada toko oleh-oleh, dititipkan di apotek, mengikuti aneka bazar, penjualan online, dan penjualan via reseller (reseller Kab. Kampar). Dari perkembangannya hingga sekarang UMKM Dapur Aru memiliki berbagai macam olahan produk yang cukup banyak dan bervariasi, dan juga telah memiliki izin BPOM untuk beberapa produknya, sedangkan untuk beberapa produk lainnya sedang dalam tahap proses izin BPOM. UMKM Dapur Aru saat ini mampu memproduksi berbagai produk Keloros yang telah dipasarkan di beberapa kota di Indonesia seperti Pekanbaru, Sumatera Barat, Batam, Jakarta, Bali dan Yogyakarta bahkan negara tetangga seperti Malaysia, dengan melalui pemesanan dari toko offline dan online.

Pemanfaatan media digital pada masa kini telah menjadi pijakan penting dalam masyarakat. Hal ini terlihat dari hampir semua individu yang menggunakan

platform media sosial sebagai sarana untuk mengenalkan identitas diri mereka. Tidak hanya itu, media sosial juga memiliki potensi besar untuk mendorong perkembangan bisnis. Dengan berinteraksi dengan pelanggan dan pemasok, menjual produk secara online, serta menggunakan fitur-fitur khusus yang disediakan oleh platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, dan lainnya, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mengiklankan produk dan jasa. Selain itu, marketplace seperti Shopee, Tiktokshop, Tokopedia, Lazada, dan platform lainnya juga dapat digunakan sebagai saluran penjualan. Tidak ketinggalan pula keberadaan situs web bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang turut berperan dalam mendukung upaya pemasaran. Semua ini menunjukkan bahwa dampak media digital terhadap keberlangsungan bisnis sangatlah signifikan. Dengan memanfaatkannya secara optimal, bahkan bisnis yang awalnya kecil memiliki peluang untuk mencapai kesuksesan yang gemilang.

Pada pemasaran digital UMKM Dapur Aru menggunakan media sosial yakni Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok. Untuk marketplace nya, Dapur Aru menggunakan Shopee dan Tokopedia. Namun, pada pemasaran digital UMM Dapur Aru memiliki permasalahan yang akan diuraikan dibawah ini.

2. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang terdapat pada UMKM Dapur Aru tersebut yakni belum optimalnya pemanfaatan media digital tersebut. Hal ini, dikarenakan beberapa permasalahan seperti postingan yang tidak lagi berjalan pada akun facebook serta sering tidak berjalan pada akun instagram, tidak adanya mengikuti fitur program gratis ongkir pada marketplace

yang digunakan, tidak terdapatnya semua produk hasil olahan kelor pada marketplace UMKM Dapur Aru, sehingga calon pembeli sulit mendapatkan produk yang diinginkan, marketplace yang sering tidak aktif (khususnya pada shopee hingga berhari-hari) sehingga calon pembeli akan mengalami kendala dalam proses pembelian jika akun marketplace tidak aktif selama berhari-hari lamanya, dan kurangnya kreatifitas dalam pembuatan konten postingan pada media sosial dan marketplace UMKM Dapur Aru, serta belum terdapatnya website yang dapat memperluas jangkauan penjualan UMKM Dapur Aru. Dengan ini, seperti dikutip yang dari (Resdati et al., 2022) bahwa kegiatan pengabdian dapat membuka cakrawala baru, hal ini diharapkan juga pada UMKM Dapur Aru dan Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Dapur Aru mengoptimalkan pemasaran melalui pemanfaatan media digital yang lebih efisien. Dikarenakan setiap UMKM memerlukan perhatian berupa pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan dari mitra-mitra lainnya. Sehingga, UMKM dapat terus berkembang dan maju hingga mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas.

3. METODOLOGI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Penguatan Media Digital dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Dapur Aru di Kabupaten Kampar” ini dilakukan selama 40 hari yang dimulai pada tanggal 10 Juli 2023. Kegiatan ini dilaksanakan pada mitra UMKM Dapur Aru yang terletak di Desa Salo Timur, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

Metode pelaksanaan pada kegiatan ini terbagi menjadi dua bentuk metode yang dijalankan, yakni:

1. Menggunakan metode sosialisasi.

Tujuan metode ini yaitu agar dapat mendorong UMKM Dapur Aru untuk memahami pengetahuan yang diberikan oleh Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur, sehingga UMKM Dapur Aru dapat mengolah maupun memasarkan produknya melalui media digital dengan efektif.

2. Menggunakan metode praktik langsung disertai cara kerja atau tutorial yang efisien. Tujuan metode ini yaitu agar UMKM Dapur Aru dapat meningkatkan keterampilannya dalam mengolah maupun memasarkan produknya melalui media digital.

Peralatan atau perangkat yang digunakan untuk menunjang kinerja Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur untuk melaksanakan program kegiatannya yakni berupa:

1. Laptop;
2. Flashdisk;
3. Smartphone beserta paket data;
4. Aplikasi Canva;
5. Buku dan pena.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada era perkembangan teknologi yang pesat seperti sekarang, keberadaan konten yang menarik telah menjadi suatu hal yang mutlak diperlukan. Terlebih lagi, dalam tengah persaingan yang semakin ketat di ranah media online, baik dalam konteks penjualan maupun mengembangkan merek, kehadiran konten yang mampu menarik perhatian menjadi kunci utama untuk membedakan

diri dari pesaing. Dalam dunia bisnis modern, memiliki konten yang menarik berarti memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi, produk, atau jasa dengan cara yang unik dan menghibur. Konten yang menarik memiliki daya tarik yang mampu memancing minat calon pembeli, membuat mereka enggan berpaling ke arah pesaing lainnya. Oleh karena itu, strategi yang mengedepankan pembuatan dan penyebaran konten berkualitas harus menjadi fokus utama bagi setiap bisnis yang ingin tetap relevan dan bersaing di dalam pasar yang semakin beragam dan kompetitif.

Salah satu hal yang tidak boleh diabaikan dalam upaya membangun konten yang menarik adalah keterlibatan aktif di platform media sosial dan *marketplace*. Kehadiran di sosial media memungkinkan bisnis untuk terus berinteraksi dengan konsumen, membangun komunitas yang setia, dan memperluas jangkauan melalui berbagai fitur yang ditawarkan. Dengan menjaga konsistensi dalam posting dan berkomunikasi secara efektif, bisnis dapat membangun citra positif dan meningkatkan kesadaran merek.

Sementara itu, di *marketplace*, kemampuan untuk menampilkan produk atau jasa dengan cara yang menarik dapat membuat perbedaan yang signifikan dalam upaya penjualan. Jika bisnis tidak aktif di platform ini, potensi calon pembeli untuk berpaling ke pesaing yang lebih aktif dan menarik perhatian jelas akan meningkat.

Selain itu, pentingnya penggunaan website bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga tak dapat diragukan lagi. Website bukan hanya berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan informasi produk atau jasa, tetapi juga menjadi etalase virtual yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dari berbagai penjuru dunia. Dengan

memiliki website yang profesional dan user-friendly, UMKM memiliki kesempatan untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan bahkan menjalin hubungan bisnis dengan pelanggan di luar wilayah lokal. Dengan demikian, penggunaan website dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan fisik dan geografis, serta memberikan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dalam skala yang lebih besar.

Pelaksanaan kegiatan penguatan media digital dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Dapur Aru di Kabupaten Kampar yang dilaksanakan oleh Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur, memiliki beberapa kegiatan, yakni sebagai berikut:

1. Sosialisasi Tentang Pentingnya Selalu Aktif Pada Media Sosial Dan Marketplace Umkm Dapur Aru

Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur menjelaskan kepada pemilik UMKM Dapur Aru yakni Ibu Sari Nurhidayah bahwa menjaga keaktifan di media sosial dan marketplace sangatlah vital karena membantu menjaga interaksi dengan pelanggan, menciptakan kesan profesionalisme, serta memperluas jangkauan pasar. Ketika platform yang digunakan jarang aktif, hal ini dapat menyebabkan pesan yang dikirimkan oleh calon pembeli tidak dijawab dengan waktu cepat akan membawa dampak buruk. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan visibilitas produk atau layanan, sehingga pelanggan potensial mungkin kehilangan minat dan memilih alternatif lain.

1. Sosialisasi dan melakukan praktik tentang penggunaan Tiktok Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, dan Broadcast Whatsapp pada UMKM Dapur Aru

Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur menjelaskan kepada pemilik UMKM Dapur Aru yakni Ibu Sari Nurhidayah bahwa melalui TikTok Ads, UMKM dapat menjangkau audiens di segala usia khususnya kaum muda dengan konten kreatif yang menarik, memperluas jangkauan dan merangsang minat pembeli potensial. Facebook Ads dan Instagram Ads memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan targeting yang tepat, menampilkan produk dengan estetika visual yang menarik, serta membangun komunitas yang terlibat dengan pelanggan.

Sementara itu, siaran WhatsApp/Broadcast memberikan saluran komunikasi langsung dengan pelanggan setia, memberikan informasi terbaru tentang penawaran khusus, diskon, atau produk baru. Menggabungkan semua platform ini membantu UMKM Dapur Aru untuk memperluas basis pelanggan, memperkuat brand awareness, dan merangsang pertumbuhan bisnis secara efektif dalam dunia digital saat ini. Selain itu, Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur melakukan praktik cara penggunaan pada aplikasi iklan berbayar tersebut serta siaran Whatsapp yang ingin diketahui oleh pemilik UMKM Dapur Aru yakni Ibu Sari Nurhidayah.

2. Sosialisasi dan melakukan praktik tentang penggunaan fitur-fitur penting yang terdapat pada media sosial dan marketplace pada UMKM Dapur Aru

Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur menjelaskan kepada pemilik UMKM Dapur Aru yakni Ibu Sari Nurhidayah tentang fitur gratis ongkir yang dapat digunakan pada akun marketplace yang dimiliki oleh UMKM Dapur Aru. Bahwa dengan adanya program gratis ongkir pada sebuah marketplace dapat meningkatkan jumlah

pembeli. Selain itu, terdapat fitur pengiriman instant pada akun marketplace yang juga dapat meningkatkan jumlah pembeli dari jangkauan terdekat. Pada media sosial selain iklan berbayar yang telah dijelaskan di atas, terdapat pula fitur profil bisnis atau toko yang membuat tampilan akun sosmed lebih profesional. Selanjutnya, terdapat fitur polling, kuis, dan pertanyaan yang dapat digunakan UMKM Dapur Aru untuk mendapatkan umpan balik dan mengenal lebih baik preferensi mereka. Hal ini tidak terlepas dengan cara atau praktik penggunaan yang dipraktikkan secara langsung.

3. Sosialisasi dan melakukan praktik tentang penggunaan aplikasi Canva untuk mendukung konten produk penjualan pada UMKM Dapur Aru

Tampilan menarik pada konten penjualan memiliki peranan penting dalam menarik perhatian dan memikat calon pelanggan. Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur menjelaskan kepada pemilik UMKM Dapur Aru yakni Ibu Sari Nurhidayah tentang desain visual yang atraktif dan profesional dapat memberikan kesan positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, meningkatkan nilai persepsi serta minat pembeli. Aplikasi Canva dengan beragam template menarik menjadi alat yang sangat berharga dalam menciptakan desain yang kreatif dan sesuai dengan identitas merek. Dengan Canva, UMKM dapat dengan mudah membuat konten yang eye-catching tanpa harus memiliki keahlian desain yang mendalam, memungkinkan fokus lebih pada penyampaian pesan dan nilai produk kepada calon pelanggan. Selain melakukan praktik penggunaan aplikasi Canva, Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur juga memberikan akun Canva pro yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Dapur Aru.

4. Sosialisasi tentang pentingnya terdapat sebuah website disertai praktik cara menjalankan website.

Website pada sebuah UMKM seperti Dapur Aru memiliki peran krusial dalam menghadirkan keberadaan dan meningkatkan keterjangkauan bisnis secara daring. Melalui website, Dapur Aru dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan potensial dari berbagai lokasi, sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan.



Gambar 2: Sosialisasi dan praktik cara menggunakan website pada UMKM Dapur Aru

Selain itu, website juga menjadi media efektif untuk mempromosikan produk, menyajikan informasi tentang menu, harga, serta menawarkan kemudahan dalam melakukan pemesanan secara online. Selain itu, Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur mempraktikkan cara menjalankan website yang telah dibuatkan untuk UMKM Dapur Aru.

5. Praktik cara pengambilan gambar produk yang menarik pada UMKM Dapur Aru

Mempraktikkan cara pengambilan gambar produk agar hasil tersebut dapat terlihat maksimal. Untuk mengambil gambar produk dengan hasil maksimal, pertama pastikan pencahayaan memadai, baik dari sumber cahaya alami maupun lampu penerangan tambahan, guna

menghindari bayangan yang mengganggu.



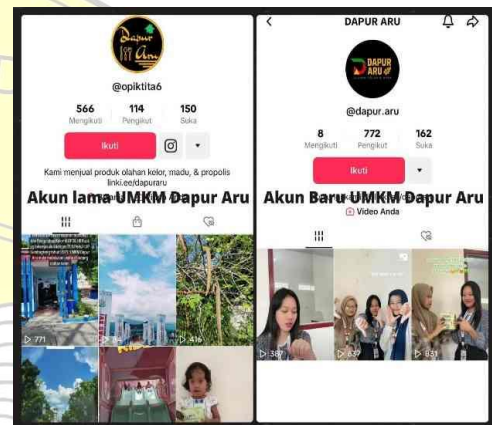
Gambar 3: Praktik cara pengambilan gambar produk dari UMKM Dapur Aru oleh Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur

Gunakan latar belakang yang sederhana dan netral agar fokus tetap pada produk. Gunakan tripod (jika ada) untuk menjaga kestabilan gambar, dan atur komposisi dengan memperhatikan garis-garis dan proporsi yang baik. Gunakan mode makro jika diperlukan untuk detail produk yang tajam. Selain itu, eksperimen dengan berbagai sudut pengambilan gambar untuk mendapatkan tampilan terbaik. Setelah pengambilan gambar, kita dapat menyunting dengan perangkat lunak editing untuk memperbaiki cahaya, warna, dan kontras sesuai kebutuhan, namun tetap menjaga tampilan produk yang natural dan menarik.

6. Membantu menjalankan media sosial atau *marketplace* berupa Tiktok/Tiktokshop pada UMKM Dapur Aru

Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur sebagai mitra dari UMKM Dapur Aru menawarkan untuk menjalankan akun media sosial atau *marketplace* yang dimiliki oleh UMKM Dapur Aru. Mmenjalankan akun Tiktok/Tiktokshop sesuai kebutuhan ataupun permintaan dari UMKM Dapur

Aru. Selain itu, Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur telah berdiskusi dengan Ibu Sari Nurhidayah tentang pembuatan akun tiktok terbaru UMKM Dapur Aru tanpa harus menghapus akun terdahulu. Hal ini dikarenakan, akun terdahulu UMKM Dapur Aru selain berisi konten untuk mempromosikan produknya juga berisi konten pribadi. Sehingga, terjadinya kesepakatan untuk membentuk akun Tiktok terbaru yang lebih menonjolkan produknya.



Gambar 4: Akun Tiktok lama dan akun baru UMKM Dapur Aru

Kegiatan ini merupakan bagian dari praktik langsung dalam menjalankan media sosial atau *marketplace* Tiktok/Tiktokshop yang dimiliki oleh UMKM Dapur Aru, yang mana nantinya akan diisi konten-konten menarik tentang promosi penjualan produk UMKM Dapur Aru yang dijalankan oleh Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur. Sehingga, hasilnya followers akun baru (berjumlah 772) lebih banyak dibandingkan akun lama dapur aru (berjumlah 114).

Bermitra membawa manfaat besar karena memungkinkan kedua belah pihak untuk saling belajar dan berbagi pengetahuan serta pengalaman. Dengan saling memberi, kemitraan menciptakan lingkungan kolaboratif di mana ide-ide dapat bertukar, pemahaman diperluas,

dan inovasi terstimulasi, menghasilkan pertumbuhan yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Pelaksanaan kegiatan ini, pada kedua belah pihak yakni dari Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur dengan UMKM Dapur Aru merasakan bisa saling menguntungkan satu sama lain. Kegiatan ini, bisa saling memberi dan menerima. Sehingga, kedua belah pihak merasakan manfaat yang luar biasa terhadap ilmu baru yang didapatkan. Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur berharap agar UMKM Dapur Aru terus dapat menjalin kemitraan yang produktif, dimana UMKM Dapur Aru terus mendapatkan mitra yang dapat saling mendorong untuk saling produktif sesamanya. Sehingga, nantiya dapat meningkatkan penjualan produknya. Dengan kerjasama yang erat, diharapkan UMKM Dapur Aru dapat terus tumbuh dan berkembang dalam pasar yang semakin luas.

2. KESIMPULAN

Kehadiran mitra dalam sebuah UMKM memiliki peran krusial, seperti yang tercermin dalam kemitraan antara UMKM Dapur Aru dengan Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur. Keberadaan mitra dalam sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi suatu hal yang sangat diperlukan dalam era digitalisasi ini. Kolaborasi dengan mitra seperti Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur memberikan peluang untuk pengoptimalan media digital dalam memasarkan dan mempromosikan produk UMKM secara lebih efektif dan luas. Kelompok KUKERTA Integrasi Desa Salo Timur dapat memberikan pengajaran penting kepada UMKM Dapur Aru tentang strategi pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis. Melalui sinergi ini,

UMKM Dapur Aru mampu terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi baru,

3. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih boleh ditambahkan ketika pengabdian yang dilakukan mendapatkan bantuan. Penulis artikel dengan judul “Penguatan Media Digital dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Dapur Aru di Kabupaten Kampar” mengucapkan terimakasih, yakni kepada:

1. LPPM Universitas Riau Tahun 2023
2. Aparat Kecamatan Salo
3. Aparat Desa Salo Timur
4. Mitra pengabdian kepada masyarakat yakni UMKM Dapur Aru

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, W. *et al.* (2021) ‘Pengaruh Pemasaran Media Online dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection di Sidoarjo’, *Media Mahardhika*, 19(3), p. 517.
- Chusniyah, I. and Fauza, N. (2022) ‘Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat’, *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), p. 139.
- Dewinawati, D. *et al.* (2023) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Febriyantoro, M. T. and Arisandi, D. (2018) ‘Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean’,

- Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), pp. 62–63.
- Liu, E. and Sukmariningsih, R. M. (2021) 'Membangun Model Basis Penggunaan Teknologi Digital Bagi UMKM dalam Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Ius Constituendum*, 6(2), p. 222.
- Raharja, S. J. and Natari, S. U. (2021) 'Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), p. 113.
- Resdati *et al.* (2022) 'Penguatan Nilai – Nilai Pancasila Melalui Profil Pelajar Pancasila Di Sd Negeri 008 Silam Dan Sd Negeri 022 Silam Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar', *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(9), p. 3254.
- Resdati *et al.* (2023) 'Penguatan Modal Sosial Umkm Rumah Madu Wilbi Sebagai Produk Unggulan Berdaya Saing Tinggi Di Desa Kuok Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar', *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), p. 67.
- Sari, N.T. P., and Kusumawati, A. (2022) 'Literature Review : The Efforts To Strengthening of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSME) in Indonesia', *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01 SE-Articles), p. 98-115.
- Sidiq, R. S. S. *et al.* (2022) 'Pelatihan Digital Economy, Digital Content, Dan Digital Governance Bagi Petani Dan Umkm Di Desa Rimbo Panjang Kampar', *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 5(1), p. 5.
- Singh, P. (2020) 'Internet Marketing: The New Era of novelty in E-commerce', 2(2), p. 551-554.
- Suci, Y. R. (2017) 'Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), p. 55.
- Sugiana, N. S. S., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Gafar, V., & Dirgantari, P. D. (2023) 'Hidden Cost Marketing: Descriptive Analysis of Digital Marketing Strategies and Creating Branding for MSMEs', *Journal of Marketing Innovation (JMD)*, 3(1).
- Sulaiman, E., Handayani, C., & Widyastuti, S. (2021) 'Transformasi Digital Technology-Organization-Environment (Toe) dan Inovasi Difusi E-Business Untuk Umkm yang Berkelanjutan: Model Konseptual', *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), p. 51-62.
- Supandi, A., Astuty, P., & Murti, W. (2022) 'The Effect of MSMEs Growth on the Open Unemployment Rate in West Java Province', *Proceedings of the 2nd International Conference on Law, Social Science, Economics, and Education, ICLSSEE 2022*, 16 April 2022, Semarang, Indonesia.