

## STRATEGI RISET PASAR MELALUI DIGITAL MARKETING UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK UMKM MASYARAKAT MAGERSARI DI KAWASAN BALUWARTI SURAKARTA

Avi Marlina, Musywaroh, Untung Joko Cahyono

Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta

musywaroh@staff.uns.ac.id

### Abstrak

Riset pasar menjadi permasalahan utama pada UKM, ketidaktahuan lingkup dan luas cangkupan pasar mengakibatkan UMKM tidak fokus dalam membidik pasar. Pemasaran secara konvensional, kurangnya modal dan rendahnya penguasaan digital berakibat pada rendahnya income dan cashflow UMKM. Dibutuhkan terobosan baru dibidang digital managemen dan digital marketing, operasional produksi dengan segala dinamika usaha secara online yang ditangani sendiri. Permasalahan yang dikemukakan dalam Pengabdian Pada Masyarakat ini adalah: (1) mengenalkan sarana riset pasar kepada UMKM untuk mengetahui besar dan luas cangkupannya; (2) keterbatasan operasional produk. Kegiatan ini menggunakan model digital marketing dengan metode GoogleTrends dan Google Bisnisku. Hasil kegiatan dari Google Trends dapat ditampilkan profil UMKM binaan secara lebih detail, terinformasikan kota asal UMKM, area wilayahnya dan informasi terkait topik yang sedang tren. Hasil kegiatan dari Google bisnisku yaitu dengan ditampilkannya profil bisnis UMKM binaan sehingga mudah dijangkau pelanggan di Google Penelusuran dan Google Maps.

**Kata kunci:** Riset pasar, digital marketing, pemasaran, UMKM.

### 1. PENDAHULUAN

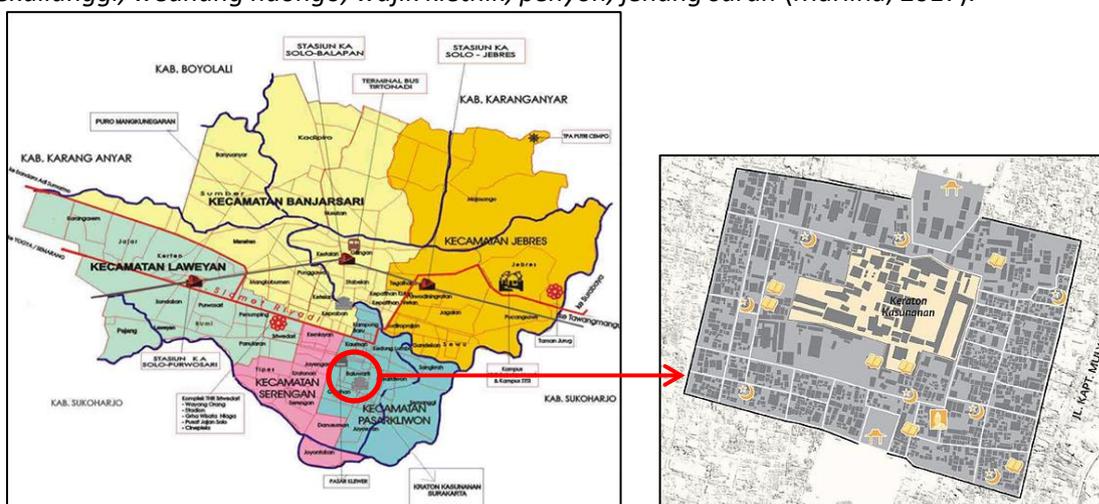
Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana ada kelompok masyarakat ataupun individu ingin memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui suatu kegiatan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan secara bebas produk ataupun jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler & Keller, 2008). Dikemukakan dalam International Small Business Congress tahun 2000 bahwa riset pasar mempunyai peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran karena masyarakat senantiasa mengharapkan ide-ide, temuan baru atau inovasi dari pengusaha, perusahaan ataupun lembaga lainnya yang menawarkan produk/jasa melalui suatu proses penelitian dan pengembangan teknologi (Direktorat Inovasi & Inkubator Bisnis, 2016).

Riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah dalam bidang pemasaran (Malhotra dalam Direktorat Inovasi dan Inkubasi Bisnis UI, 2016). Riset pasar merupakan sebuah kegiatan penelitian di bidang pemasaran, yang dapat memberikan informasi atau gambaran tentang jenis produk dan jasa baru apa yang bisa mendatangkan keuntungan bagi sebuah bisnis. Dengan adanya market research maka perusahaan dapat mengetahui jenis produk/ jasa dan kualitas produk/ jasa seperti apa yang dibutuhkan konsumen, serta siapa target market yang potensial untuk produk tersebut (FEB Univ. Bung Hatta, 2020).

Kehidupan sejahtera menjadi dambaan setiap orang, untuk mencapainya masyarakat akan terus berusaha untuk mewujudkannya antara lain dengan mendirikan usaha mikro kecil menengah (UMKM). UMKM sangat membantu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena mampu bertahan dalam situasi apapun (Kadeni & Sriyani, 2020). Kehandalan UMKM sangat dibutuhkan dalam situasi pandemi Covid-19 seperti saat ini.

Pada saat ini pengembangan UMKM masih menemui berbagai hambatan dan tantangan, walaupun demikian UMKM mampu menjadi andalan perekonomian Indonesia yang berperan sebagai salah satu sumber penting dalam meningkatkan sumber pendapatan dan memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat. UMKM menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia, karena merupakan unit-unit usaha yang banyak jumlahnya dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan (Hamidah & Humairoh, 2021).

Permasalahan serupa juga dialami oleh UMKM yang terdapat di Kelurahan Baluwarti. Magersari Baluwarti terletak di tanah Keraton Kasunanan Surakarta yang sampai saat ini masih terkena dampak dari konflik internal Keraton sehingga menjadi kawasan yang dibatasi (restriksi), hal menyebabkan UMKM tidak dapat berkembang dengan cepat. Kampung Baluwarti telah dicanangkan sebagai kampung wisata budaya dalam Program Unggulan Kelurahan Baluwarti dan telah ditetapkan dalam visi dan misi kelurahan Baluwarti. Potensi yang mendukung wisata budaya meliputi keragaman produk budaya industri kreatif yaitu tosan aji/keris, wayang beber, busana jawi serta terdapat *home industri* tradisional kuliner *beras kencur*, *ledre ndhog*, *geplak jahe*, *ampyang jahe*, *sekullanggi*, *wedhang ndongo*, *wajik klethik*, *penyon*, *jenang suran* (Marlina, 2017).



Peta Kota Surakarta  
Sumber : Bappeda Surakarta

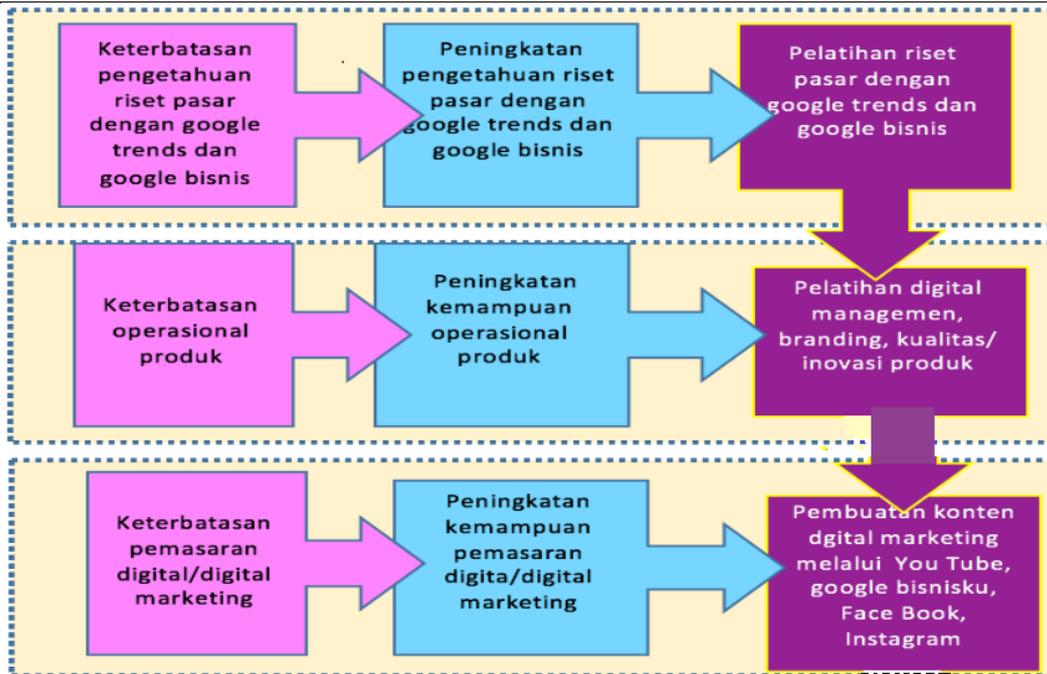
Peta Kelurahan Baluwarti  
Sumber : wikipedia.org

**Gambar 1**  
**Lokasi Kelurahan Baluwarti Kota Surakarta**

Hambatan dan tantangan yang umum dihadapi UMKM adalah kurangnya modal yang dimiliki (Hamidah & Humairoh, 2021) selain itu UMKM tersebut masih menggunakan pemasaran dan manajemen konvensional. Saat ini telah terjadi revolusi media sosial, internet telah sepenuhnya mengubah perilaku konsumen dan sistem pemasaran (Kingsnorth, 2016). Dengan demikian sangat penting untuk dilakukan pelatihan-pelatihan manajemen dan pemasaran dengan riset pasar di era digital agar semakin meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat Magersari Baluwarti.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *participatory action*, yang didasarkan pada hubungan pemecahan masalah kolaboratif antara pengabdian dan klien yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan menghasilkan pengetahuan baru dengan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat (Coghland & Brannick, 2005). Masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pengabdian, adapun tahapan kegiatan dapat dilihat pada skema berikut (gambar 2).



Gambar 2  
Skema pelaksanaan kegiatan pengabdian

Kegiatan pengabdian diawali dari : a) Identifikasi kondisi lapangan untuk menentukan strategi yang akan dilakukan; b) pelatihan dan pendampingan peningkatan pengetahuan riset pasar dengan google bisnisku; c) pelatihan dan pendampingan peningkatan operasional produk; d) pelatihan dan pendampingan peningkatan pemasaran digital/marketing digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Baluwarti telah ditetapkan sebagai kampung wisata budaya. Kampung Baluwarti memiliki potensi pendukung wisata budaya meliputi produk budaya industri kreatif, *home industri* jamu tradisional dan kuliner (Marlina, 2017). Sangat disayangkan kawasan tersebut sampai saat ini masih terkena dampak dari konflik internal Keraton dan menjadi kawasan yang dibatasi (restriksi).

Konflik tersebut menjadi salah satu penyebab UKM di kawasan ini kurang bisa berkembang dengan cepat. Selain itu, UMKM tersebut juga masih menggunakan pemasaran dan manajemen konvensional. UMKM yang ada di Kelurahan Baluwarti yakni : UKM Gudheg Njero Mbeteng Baluwarti, UKM Gudheg Cendani, UKM Bacem Khas Solo Rupidal, UKM Geprek Magangan, UKM Ayam Geprek Pawon Mak'e Ndalem Purwodiningratan Baluwarti, UKM Onno Cookies, UKM Rawon Balungan, UKM Arem-Arem Viola, UKM Tengkleng Seger bu Susi Khan Kraton Solo, UKM BlangkemenSolo, UKM Minuman Eyang Cipto Wiguno, UKM Rumah Batik Gambuhan Baluwarti. UKM Oleh-oleh Luthfi, UKM Ledre, UKM Tahu Bakso, Kin's Handycarft.

Tabel 1. UMKM di Kelurahan Baluwarti

No	Nama Pemilik	Alamat	Jenis UMKM	Produk UMKM
1	Rahmah Prestanti	Baluwarti Rt 02 Rw Ii	Kuliner	Ayam Geprek
2	Sri Rahayu	Baluwarti Rt 01 Rw I	Kuliner	Gudeg
3	Sunarni	Baluwarti Rt 03 Rw Vii	Pakaian	Kerajinan Busana Jawi
4	Tiar Trastin	Wirengan Rt 01 Rw V	Kuliner	Kue Kering
5	Sri Mulyatmi	Carangan Rt 03 Rw Vii	Industri Pertanian	Anggur Dan Jahe Emprit
6	Wahid Arfani	Baluwarti Rt 02 Rw Xi	Kuliner	Keripik Pisang

	Saktiarno			
7	Ika Puspita Sari	Mangkuyudan Rt 04 Rw I	Kuliner	Gudeg, Aneka Snack
8	Maria Suwardani	Baluwarti Rt 03 Rw Vii	Kuliner	Makanan Tradisional
9	Agustiningsih	Baluwarti Rt 03 Rw Vii	Kuliner	Macam-Macam Snack
10	Mardiyatmi	Ngelos Rt 03 Rw Vi	Kuliner	Ayam Geprek, Dimsum
11	Retno Suryandari	Wirengan 03 Rw Iv	Kuliner	Ayam Dan Ikan Goreng
12	Maria Oki Wulandari	Wirengan Rt 0 Rw V	Kuliner	Rupidal Bacem
13	Kosimin	Baluwarti Rt 03 Rw li	Kuliner	Tahu Petis
14	Irawati Tri Handayani	Baluwarti Rt 01 Rw Vi	Kuliner	Donat, Kue Kering
15	Mulyati	Wirengan Rt 01 Rw Iv	Kuliner	Tahu Bakso, Roti Maryam
16	Danik Sri Utami	Wirengan Rt 02 Rw V	Kuliner	Arem-Arem Viola
17	Kus Haryati	Baluwarti Rt 04 Rw li	Kuliner	Snack Kering
18	Eko Heru Triyono	Baluwarti Rt 01 Rw Xii	Kuliner	Aneka Juice
19	Susi Handayani	Baluwarti Rt 01 Rw li	Kuliner	Makanan Siap Saji
20	Damiathi	Baluwarti Rt 01 Rw li	Kuliner	Nasi Rawon
21	Fengky Daryanto	Mloyokusuman Rt 02 Rw Xii	Kuliner	Jagung Bakar
22	Sarini	Baluwarti Rt 01 Rw li	Desain	Membuat Model Baju Dan Gaun
23	Siti Mutoharoh	Baluwarti Rt 01 Rw lii	Kuliner	Ayam Dan Berbagai Macam Nasi Box
24	Sri Suparyati	Baluwarti Rt 02 Rw V	Kuliner	Ledre, Arem - Arem, Semar Mendem
25	Nur Massita	Baluwarti Rt 03 Rw li	Kuliner	Jamu Herbal
26	Sri Murwantiningsih	Baluwarti Rt 01 Rw Iv	Kuliner	Kue Moho
27	Dyan Anis Kw	Baluwarti Rt 03 Rw lii	Kuliner	Makanan Kering

Sumber : Marlina dkk., 2021



**Gambar 1**

**UMKM Baluwarti peserta pelatihan dan Tim Pendamping dari Arsitektur UNS**

Sumber : Marlina dkk., 2021

Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing ekonomi UMKM masyarakat magersari Baluwarti yaitu melalui pelatihan-pelatihan manajemen dan pemasaran dengan riset pasar dengan langkah-langkah sebagai berikut.

## A. Pelatihan Penggunaan *Google Bisnisku*

Dalam kegiatan ini para UKM dilatih tentang bagaimana memaksimalkan pendapatan melalui *google bussines*. UKM-UKM diberikan pelatihan dan belajar membuat *google bussines* dengan dipandu oleh ekspert dan didampingi oleh para pengabdian dari UNS serta mahasiswa-mahasiswa Arsitektur UNS. Langkah-langkahnya sebagai berikut (dikembangkan dari materi pelatihan Widiyanto, 2021).

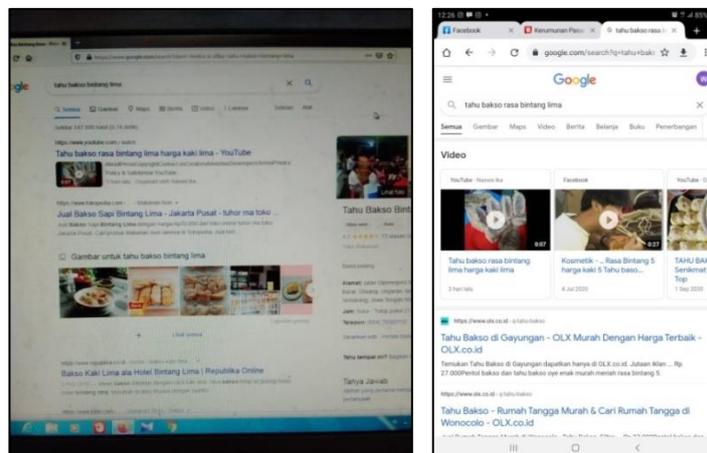
- 1) Menginstall *Google My Business* melalui *Google Play Store*
- 2) Setelah terinstall, mulai memasuki menu aplikasi dengan klik “*get started*”
- 3) Halaman pertama ialah mengisi nama toko, usahakan menggunakan nama produk yang spesifik seperti “*Jual Sambel Pecel Bu Tati*”.
- 4) Menuliskan kategori yang sesuai dengan bisnis UMKM
- 5) Tuliskan lokasi UMKM pada *google maps* (bila bisa dikunjungi konsumen)
- 6) Tuliskan alamat lengkap workshop UMKM
- 7) Tuliskan apakah UMKM bersedia melayani sampai ke luar wilayah
- 8) Isikan nomor kontak UMKM, bila punya website bisa ditambahkan
- 9) Bila ingin mendapatkan rekomendasi dari *google*, klik “*yes*”
- 10) Tuliskan jam pelayanan UMKM
- 11) Menuliskan deskripsi UMKM/produk, agar bisa dioptimalkan melalui SEO
- 12) Masukkan foto toko/produk UMKM
- 13) Memaksimalkan isi konten *Google My Bussiness*



Gambar 2

### Pelatihan Penggunaan *Google Bisnisku*

Sumber : Marlina dkk., 2021



Gambar 3

### Tampilan foto produk pada *Google Bisnisku*

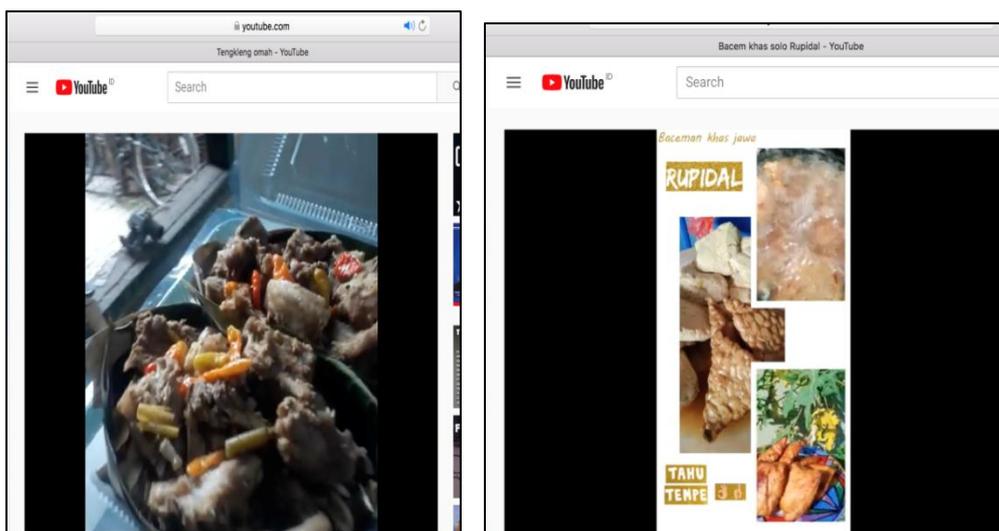
Sumber : Marlina dkk., 2021

Dengan pembuatan akun Google Bisnisku dan kegiatan rutin mengontrol pemasaran melalui akun ini, UMKM bisa melihat kegiatan bisnis apa yang sedang tren dan mengetahui peluang bisnis yang dapat diraihinya untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.

### **B. Pelatihan membuat dan memposting video pemasaran on line produk UKM ke youtube**

Dalam kegiatan ini para UKM dilatih tentang bagaimana membuat dan memposting video pemasaran *on line* produk UKM ke *youtube*. UKM-UKM diberikan pelatihan dan belajar membuat dan memposting video pemasaran produk secara *on line* dengan dipandu oleh ekspert dan didampingi oleh para pengabdian dari UNS serta mahasiswa-mahasiswa Arsitektur UNS. Langkah-langkahnya sebagai berikut (dikembangkan dari materi pelatihan Widiyanto, 2021).

- 1) Buat rekaman video dari produk yang akan diunggah
- 2) Buka galeri, pilih video yang akan diunggah
- 3) Klik tanda berbagi
- 4) Pilih youtube pada aplikasi
- 5) Buat judul (kata kunci)
- 6) Isi deskripsi (sesuai masukan kata kunci)
- 7) Siapkan konten/video yang akan diunggah
- 8) Klik “berikutnya”
- 9) Tunggu proses unggah sampai selesai
- 10) Cek postingan dengan hp yang berbeda
- 11) Proses postingan telah selesai



**Gambar 4**

**Hasil postingan *youtube* UMKM Baluwarti**

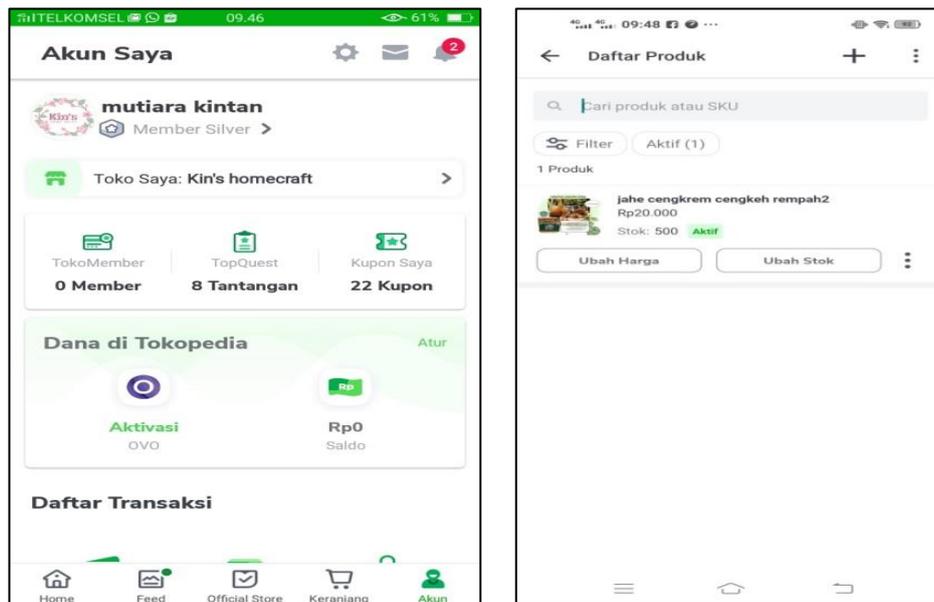
Sumber : *Marlina dkk.*, 2021

Dengan pembuatan akun dan memposting youtube, UMKM bisa melihat rekaman video kegiatan bisnis yang sedang diminati serta mengetahui peluang bisnis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.

### **C. Pelatihan Pendaftaran ke Tokopedia**

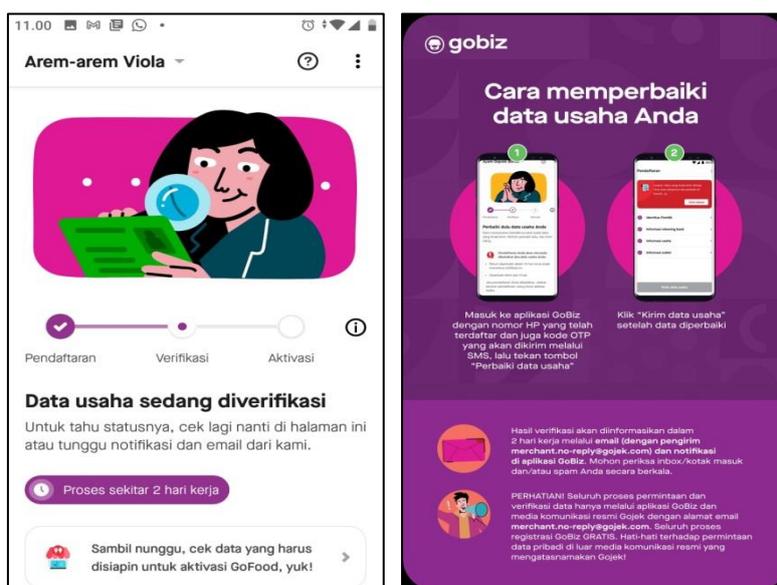
Dalam kegiatan ini para UKM dilatih tentang bagaimana mendaftarkan ke Tokopedia. UKM-UKM diberikan pelatihan dan belajar mendaftarkan ke Tokopedia secara *on line* dengan dipandu oleh ekspert dan didampingi oleh para pengabdian dari UNS serta mahasiswa-mahasiswa Arsitektur UNS. Langkah-langkahnya sebagai berikut (dikembangkan dari materi pelatihan Widiyanto, 2021).

- 1) Menginstall aplikasi Tokopedia
  - 2) Klik “gabung sekarang”
  - 3) Klik “izinkan Tokopedia mengelola panggilan telpon”
  - 4) Masukkan nama lengkap
  - 5) Buat PIN Tokopedia
  - 6) Pilih menu utama
  - 7) Klik “buka toko gratis”
  - 8) Masukkan info toko
  - 9) Berikan info tentang penjualan sebelumnya
  - 10) Isi nama produk yang akan dijual lengkap dengan harga dan jumlah stok
  - 11) Infokan lokasi UMKM
- Pada tahapan ini juga dilakukan untuk pendaftaran Go Food.



Gambar 5  
Pelatihan pendaftaran Tokopedia

Sumber : Marlina dkk., 2021



Gambar 6. Pelatihan pendaftaran Go Food

Sumber : Marlina dkk., 2021

Dengan mendaftarkan ke Tokopedia dan Go Food, UMKM bisa memasarkan produk mereka dengan lebih cepat dan mempunyai jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas berkelanjutan.

#### **D. Pembuatan Desain Logo Branding dan Pembuatan Foto Produk UKM Baluwarti**

Dalam kegiatan ini para UKM dilatih tentang bagaimana pembuatan desain logo branding produk UKM. UKM diberikan pelatihan pembuatan desain logo branding produk dengan dipandu oleh ekspert dan didampingi oleh para pengabdian dari UNS serta mahasiswa-mahasiswa Arsitektur UNS.



**Gambar 6**  
**Logo branding produk UMKM Baluwarti**  
Sumber : Marlina dkk., 2021

Logo branding yang digunakan oleh UMKM Baluwarti adalah Kori yang bertuliskan Baluwarti dengan dua pohon kelapa di kanan-kirinya. Logo ini menggambarkan sebuah pemukiman magersari di dalam beteng Baluwarti sebagai Kawasan Cagar Budaya yang menerapkan kampung ekologis untuk mendukung program *Solo Eco-Cultural City*. Logo ini akan disertakan pada semua produk UMKM Baluwarti sebagai penanda. Dengan pemasangan logo ini diharapkan produk khas UMKM Baluwarti bisa teridentifikasi dan mempunyai nilai jual yang unggul dibandingkan produk sejenis lainnya.

Selanjutnya UMKM dilatih untuk membuat dan mengedit foto dari produk yang dihasilkannya. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. UMKM membawa produk yang dihasilkannya ke tempat pelatihan (Balai Desa Baluwarti) atau membawa foto produk yang telah dimiliki.
2. Mahasiswa dengan didampingi ekspert mengambil foto produk UMKM, untuk memperoleh sudut penampilan yang terbaik.
3. Foto-foto yang dihasilkan dikoreksi, dipilih yang paling representatif dalam mempromosikan hasil produk
4. Mengunggah foto produk ke laman-laman promosi google bisnisku, Tokopedia, Go Food dan Youtube.





**Gambar 7**  
**Pelatihan pengambilan foto produk**  
Sumber : Marlina dkk., 2021



**Gambar 8**  
**Foto produk hasil pelatihan**  
Sumber : Marlina dkk., 2021

Dengan dibuatnya foto yang representatif, diharapkan keunggulan produk UMKM bisa terinformasikan pada masyarakat luas dan memperoleh nilai jual yang lebih tinggi.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kampung Baluwarti telah dicanangkan sebagai Kampung Wisata Budaya. Masyarakat magersari Baluwarti memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan perannya sebagai bagian dari Kampung Wisata Budaya, dengan salah satu strateginya yaitu riset pasar UMKM.

Strategi riset pasar yang diterapkan untuk meningkatkan mendukung pemasaran produk UMKM masyarakat magersari Baluwarti yaitu melalui pelatihan-pelatihan :

- a. Pelatihan Penggunaan dan *Google Bisnisku*.  
Manfaat pelatihan ini adalah UMKM bisa melihat kegiatan bisnis apa yang sedang tren dan mengetahui peluang bisnis yang dapat diraihinya untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.
- b. Pelatihan membuat dan memposting video pemasaran on line produk UKM ke youtube.  
Manfaat pelatihan ini adalah UMKM bisa melihat rekaman video kegiatan bisnis yang sedang diminati serta mengetahui peluang bisnis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.
- c. Pelatihan Pendaftaran ke Tokopedia.  
Dengan mendaftarkan ke Tokopedia dan *Go Food*, UMKM bisa memasarkan produk mereka dengan lebih cepat dan mempunyai jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas berkelanjutan
- d. Pembuatan Desain Logo Branding dan Pembuatan Foto Produk UKM Baluwarti.  
Dengan pemasangan logo ini diharapkan produk khas UMKM Baluwarti bisa teridentifikasi dan mempunyai nilai jual yang unggul dibandingkan produk sejenis lainnya.  
Dengan dibuatnya foto yang representatif, diharapkan keunggulan produk UMKM bisa terinformasikan pada masyarakat luas dan memperoleh nilai jual yang lebih tinggi.

#### REFERENSI

- Coghlan, D. & Brannick, T., 2005. *Doing Action Research In Your Own Organization*, Second edition, SAGE Publications, London.
- Direktorat Inovasi & Inkubator Bisnis, 2016. *Pengantar Riset Pemasaran*, Universitas Indonesia, diakses dari <http://diib.ui.ac.id>.
- FEB, 2020, *Riset Pasar: Memahami Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Contoh Riset Pasar*, artikel, Univ. Bung Hatta, diakses dari <https://www.ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/439-riset-pasar-memahami-pengertian-tujuan-jenis-dan-contoh-riset-pasar>.
- Hamidah, A. & Humairoh, 2021, Analisis Efektivitas Penjaminan Kredit Usaha Rakyat (Kur) Pada PT. Jamkrindo Kantor Cabang Pamekasan, *Proiding Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1 (2021), hal. 48-53.
- Kadeni & Srijani, N., 2020. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *Equilibrium*, Vol. 8 No. 2 Juli 2020
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: PT. Index.
- Marlina, A., 2017. *Ruang Hunian Keraton Jawa Transformasi Ndalem Bangsawan dan Rumah Abdi Dalem Magersari di Baluwarti Keraton Kasunanan Surakarta*, Semarang, Indonesia: Universitas Diponegoro.