

# Penerapan Digital Marketing dan Inovasi Model pada Produsen Sepatu Kulit (Bapak Misbah di RT. 06. RW. 01 Desa Buduran Sidoarjo)

Darno<sup>1</sup>, Wulan Purnamasari<sup>2,\*</sup>, Nurul Laili Fitriya<sup>3</sup>, Eko Purwanto<sup>4</sup>, Jaya Adi Gama<sup>5</sup>, Kuswana Rama Destian<sup>6</sup>, Camelia Dewi Rahmawati<sup>7</sup>, Andre Brata K<sup>8</sup>, Wahyu Putra Budi<sup>9</sup>

<sup>a</sup> Universitas Maarif Hasyim Latif, Jl. Megare Ngelom, Sidoarjo 61257, Indonesia

<sup>b</sup> Universitas Maarif Hasyim Latif, Jl. Megare Ngelom, Sidoarjo 61257, Indonesia

<sup>1</sup> [darno@dosen.umaha.ac.id](mailto:darno@dosen.umaha.ac.id) ; <sup>2</sup> [wulan.purnamasari@dosen.umaha.ac.id](mailto:wulan.purnamasari@dosen.umaha.ac.id)\* ; <sup>3</sup> [nurul-laili@dosen.umaha.ac.id](mailto:nurul-laili@dosen.umaha.ac.id)

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Keywords:

Online marketing  
Model innovation

*Shoes serve to protect our feet from dust and dirt, shoes are one of the important aspects to perfect one's appearance. Armed with experience in making shoes, Mr. Misbah, a resident of Banjarsari village, Buduran District, Sidoarjo Regency, Mr. Misbah started a business selling shoes with a conventional sales and marketing system. Until the covid 19 pandemic, which had to divert office activities to work from home (WFH) and the online learning process, resulted in a decrease in the number of shoe orders. Mr. Misbah couldn't help but have to close his shop temporarily because none of the orders came in. In the new normal era after this pandemic. Therefore, the Community Service (PKM) team helps our partner, Mr. Misbah, especially in finding alternatives to online marketing, including models and how to take photos of their products.*

## Pendahuluan

Sepatu sendiri tak dapat lepas dari dunia fashion dimana terdapat banyaknya jenis sepatu untuk memenuhi semua kondisi. Pemilihan jenis sepatu harus sesuai dengan kebutuhan dan kondisi. Selain kondisi yang perlu diperhatikan dalam pemilihan sepatu adalah usia, ukuran, jenis kelamin, bahan, harga, dan faktor lainnya. Sepatu pada masa kini bukan hanya sekedar kebutuhan primer sebagai alat pelindung kaki saja namun juga menjadi ajang trendi dan nyaman tersendiri bagi pemakainya.

Banyak masyarakat kebingungan dalam memilih sepatu, hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan sepatu di pasaran mulai dari merk, harga, bentuk, warna, dan faktor lainnya. Di sisi lain

Produsen sepatu juga saling berlomba-lomba mempromosikan produk sepatunya dengan berbagai macam keunggulan.

Adanya covid 19 ini produksi sepatu dan sandal mengalami penurunan, hal tersebut dikarenakan oleh beberapa hal seperti berkurangnya daya jual beli konsumen, terbatasnya aktivitas diluar rumah dan sebagainya.

## Pelaksanaan dan Metode

Cara kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) ini dilakukan adalah dengan berinteraksi dan mendukung dengan mitra binaan kasus di rumah Pak Misva., RT. 06. RW. 01, Banjarsari, Buduran, Sidoarjo. Pada tahap persiapan ini ,terdapat 3 kegiatan yang mulai meliputi :

1. Mensosialisasikan cara pemasaran produk sepatu kulit secara online melalui penggunaan aplikasi E- commerce.
2. Pembuatan materi berbentuk gambar contoh desain untuk kegiatan sosialisasi
3. penggunaan teknik pemasaran menggunakan media social (Instagram, Facebook, dan WhatsAap) , serta pelatihan dan pendampingan cara foto produk.

Tabel 1 Rincian Kegiatan

No.	Lokasi Pelaksanaan	Uraian Kegiatan
1.	Kediaman Bapak Misbah di Desa Banjarsari Buduran Sidoarjo	Kunjungan kepada Bapak Misbah dan belajar proses pembuatan sepatu kulit
2.	Kediaman Bapak Misbah di Desa Banjarsari Buduran Sidoarjo	Mensosialisasikan cara pemasaran produk sepatu kulit secara online.
3.	Kediaman Bapak Misbah di Desa Banjarsari Buduran Sidoarjo	Sosialisai tentang cara memfoto produk yang canntik dan membuat vidio iklan



Gambar 1. Tim PKM sedang mengadakan kunjungan kerumah Bapak Misbah dan melihat proses produksinya



Gambar 2. Tim PKM sedang membuat akun e-commerce dan akun media massa



Gambar 3. Logo, banner dan poster

## Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi ini menyampaikan beberapa contoh desain yang sudah dibuat oleh kelompok karena penting untuk menunjang kemajuan mitra.

### 1. Sosialisasi Tentang Contoh Desain Untuk Pembuatan Inovasi Baru Pada Produk Sepatu Kulit.

Seiring berjalannya waktu, produk yang dibuat menjadi usang karena tidak lagi memenuhi kebutuhan saat ini. Alasan lain adalah bahwa produk inovatif memperoleh tambahan fitur dan fitur baru. Item dengan fitur baru, fitur baru, dll akan memiliki manfaat yang lebih besar dari item sebelumnya (Purwanti et al., 2020). Produk yang telah mengalami inovasi tambahan akan memiliki

keunggulan dan kualitas yang lebih besar dari sebelumnya. Hal ini nantinya dapat membangkitkan minat konsumen agar produk yang dihasilkan lebih sesuai dengan fashion modern, yang memungkinkan mereka untuk bersaing dalam perdagangan dunia dan meningkatkan kekuatan mereka saing produk.

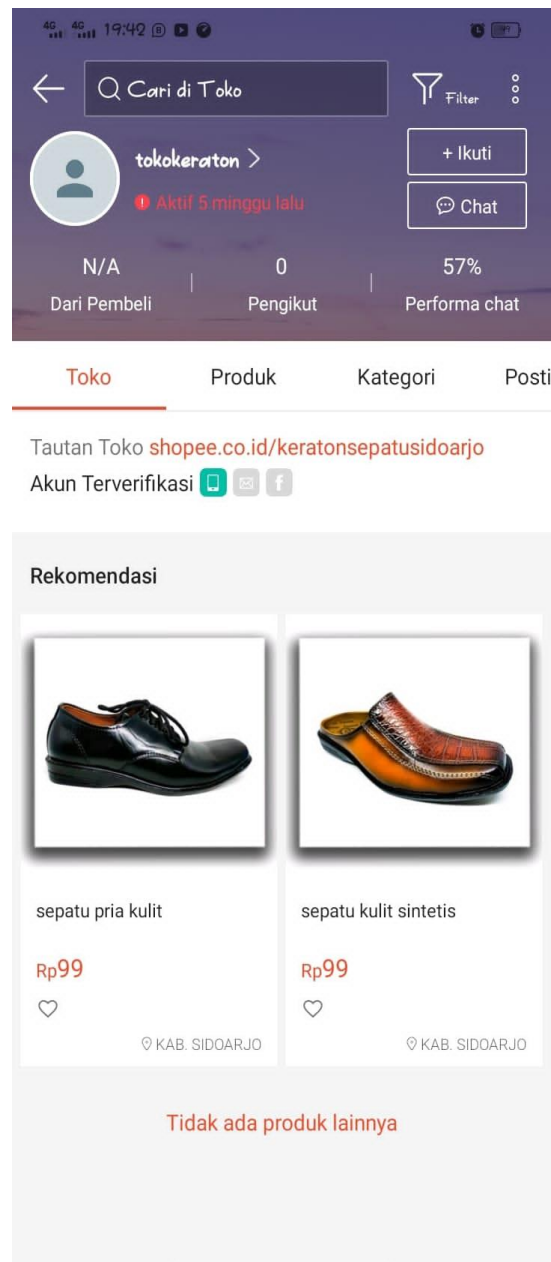
Dalam kegiatan sosialisasi dan edukasi tersebut tim pengusul menggunakan materi dalam bentuk contoh gambar agar dapat mudah di fahami oleh mitra.



Gambar 4 . contoh beberapa desain sepatu

## 2. Mempromosikan metode pemasaran dan menyerahkan akun e-commerce (Shopee) dan media sosial (Instagram dan Facebook).

Hasil dari kegiatan pendampingan sepatu kulit UMKM ini adalah mendukung pembuatan serta pendampingan label sepatu, membuat contain sekreatif mungkin di media sosial dan menciptakan marketplace (Dwijayanti & Pramesti, 2020). Afiliasi belum begitu mengerti bagaimana melakukan e-commerce atau media sosial, jadi unggah produk Anda dan buat deskripsi yang lebih baik untuk membuat konsumen tertarik dengan produk yang mereka jual.

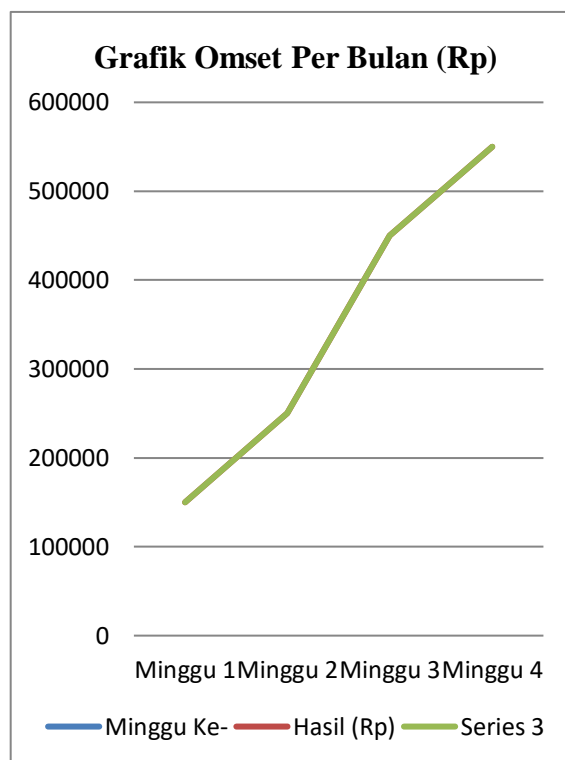


Gambar 5. Sosialisasi cara pemakaian e-commerce dan media massa

Kegiatan berikutnya pendampingan UMKM Sepatu kulit untuk mengumpulkan data omset hasil penjualan setiap minggu selama satu tahun. untuk mengetahui perkembangan produktivitas mitra setelah diberikan edukasi dan pelatihan strategi digital marketing. Berikut adalah grafik omset yang di dapatkan setiap minggu selama satu bulan.

Tabel 1. Tabel omset per minggu mitra selama 1 bulan

Minggu ke-	Hasil (Rp)
1	150.000
2	200.000
3	400.000
4	600.000



Gambar 6. Grafik omset per minggu mitra selama 1 bulan

### 3. Pembuatan akun E- commerce ( Shoope) dan Pembuatan akun instagram dan facebook.

Pembuatan Media Sosial :

#### 1. Instagram

Aplikasi ini memudahkan untuk berbagi foto dan video dengan pengikut Anda di sepatu kulit UMKM (Setiawan & Sama, 2020). Video & foto bisa digunakan dengan deskripsi produk dan tagar tampilan untuk memastikan produk sepatu kulit UMKM menarik dan populer. Dengan kata lain, Anda dapat menggunakannya sebagai penanda kategori untuk foto dan video Anda agar lebih mudah ditemukan.



Gambar 7. Akun instagram milik Bapak

#### 2. Facebook

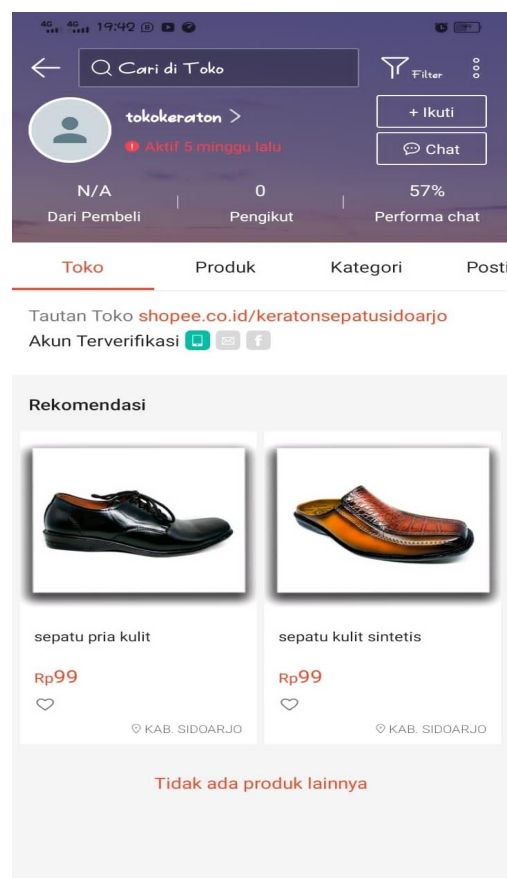
Facebook ialah sarana komunikasi yang mapan, di mana Anda tidak perlu mengirim surat atau menunggu balasan untuk mengetahui kerabat yang tinggal jauh dari kota. Facebook pasti lebih canggih dari SMS. Kegiatan penelitian ini memungkinkan UMKM sepatu kulit menjual produk di facebook yang memuat update profil yang lebih bagus, serta mendownload foto dan video produk yang akan membantu follower melihat dan peduli pada produk sepatu, hingga hal ini ada di media sosial. Format Facebook dapat menginformasikan kepada masyarakat luas dalam menaikkan penjualan produk tersebut.

### 3. Pembuatan Market Place

Semua orang harus di dalam rumah selama pandemi Covid-19. Hadirnya pemasaran e-commerce melalui pasar jual beli online yang memudahkan pembeli & penjual untuk bertransaksi secara online, memungkinkan masyarakat umum atau customern keluar rumah guna berjualan membeli produk. perdagangan online. Survei tersebut telah menciptakan pasar seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia untuk mempermudah penjualan sepatu kulit UMKM. Di bawah ini adalah marketplace yang digunakan oleh UMKM sepatu kulit.

### 4. Shopee

Profit menggunakan Shopee yaitu hanya dapat diakses dari ponsel Anda dan sangat ramah. Penjual tertarik dengan reputasi bisnisnya dan bagaimana menarik pelanggan agar pembeli dapat merasakan pengalaman berbelanja. Lebih Baik (Dwijayanti & Pramesti, 2020). Tidak ada biaya atau biaya registrasi, namun penjual bisa membeli sponsor berbayar sesuai keinginan mereka.



Gambar 9. Akun shoppe milik Bapak Misbah

### Pendampingan Pembuatan Foto Produk untuk UMKM

Program kerja ini dipilih berdasarkan pertimbangan kelompok karena pasangan tidak terlalu paham cara memotret produk yang indah. Fokus program kerja ini adalah menciptakan foto produk UMKM yang "sell better". Membuat foto produk yang baik sangat penting bagi UMKM untuk dipasarkan. Selain itu, pemasaran UMKM banyak merambah dunia online saat ini, dan aspek visual dari pemasaran online menjadi nilai tambah yang besar (Sidhartani et al., 2020). Kami juga memberikan pelatihan dan dukungan untuk membuat foto yang menarik, namun dengan alat yang sederhana dan teknik yang tepat. Bahkan jika Anda dapat memiliki telepon seluler, Anda dapat melakukannya dengan teknologi yang tepat (Saptiyono et al., 2021). Panduan ini juga memberikan tips kepada mitra tentang cara mendapatkan sudut pandang yang tepat dan pencahayaan yang tepat. Anda harus fokus pada gambar, dan yang paling penting, mengedit. Untuk mengedit ini, Anda dapat

menggunakan aplikasi pengeditan di Android, seperti vsco, lightroom, buka lipatan, dan aplikasi pengeditan lainnya. Tahap editing ini sangat penting. Anda dapat meningkatkan fokus gambar dan menyesuaikan warna untuk membuat foto lebih menarik dan terfilter.



Gambar 10. Sosialisasi cara memfoto produk dan membuat video iklan

## Penutup

Penutup berisi simpulan dan saran yang masing-masing ditulis sebagai sub judul. Pada bagian ini kadang-kadang juga dimuat ucapan terimakasih.

## Simpulan

1. Inovasi produk merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh pengusaha atau perusahaan apapun, karena inovasi produk sebagai usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha pembuat produk untuk meningkatkan, memperbaiki dan mengembangkan produknya yang diproduksi selama ini.
2. Sebagai seorang pelaku usaha di bidang industri, sangat penting untuk memperhatikan model barang dan kualitas barang yang digunakan agar customer tidak lekas bosan dengan produk yang di tawarkan.
3. Tidak dapat di pungkiri bahwa perkembangan teknologi mampu membuat perubahan pada gaya hidup setiap individu, terutama pada saat pandemi kecanggihan teknologi pada praktik pemanfaatannya sangat terasa. Maka dari itu, kesadaran untuk mengikuti perkembangan teknologi harus selalu di terapkan agar mampu bersaing dan bertahan di tengah tuntutan zaman yang berubah- ubah.

## Saran

1. Akan ada pelaksana pengabdian masyarakat lanjutan, untuk dapat menguruskan terkait legalitas branding produk sepatu kulit ini agar diakui.
2. Lebih diperbanyak lagi untuk model sepatu, agar dapat memenuhi semua kalangan konsumen di pangsa pasar.

## Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Hibah Internal UMAHA mengucapkan terimakasih kepada Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo, mitra ukm sepatu Bapak Misbah, Pemerintah desa Banjarsari RT. 06. RW. 01, Buduran Sidoarjo, serta pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

**Daftar Pustaka**

- [1]. Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- [2]. Laksono, E. B., & Magnadi, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang. 8(4), 68–73.
- [3]. Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442>
- [4]. Saptiyono, A., Dwi, E., Watie, S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. 3(1), 6–10.
- [5]. Setiawan, W., & Sama, H. (2020). Penerapan Digital Marketing Menggunakan Instagram Pada Toko Indoraya Furniture. *Conference on Business, Social Sciences ...*, 1, 401–408. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1442>
- [6]. Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189. <https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>