

Pendampingan Re-Branding dan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Selep Padi Keliling

Sri Wahyuni¹⁾*, Innayah²⁾, Siti Asiyah³⁾

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia.

Diterima: 15 04 2025

Direvisi: 20 04 2025

Disetujui: 30 04 2025

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakat menggunakan beras sebagai bahan pokok makanan, beras dihasilkan oleh tanaman padi dengan melalui proses penggilingan. Selain menghasilkan beras proses penggilingan juga akan menghasilkan katul yang mempunyai manfaat untuk campuran pakan ternak dan juga pupuk tanaman. Dalam proses penggilingan terdapat pemilik usaha yang mempunyai beberapa kendala tepatnya di daerah purwosari malang jawa timur yang terkendala dalam hubungan pemilik usaha dengan konsumen. Hal ini dikarenakan pemilik usaha selep keliling yang masih menggunakan sistem tradisional yaitu dengan berkeliling desa menawarkan siapa yang membutuhkan jasa selep padi tersebut dengan waktu yang tidak menentu. Dengan problematika tersebut inovasi dan kreatifitas tentu menjadi solusi untuk mempertahankan usaha agar tetap eksis. Mengingat bahwa teknologi informasi yang kembang sangat cepat menjadi kunci untuk memanfaatkan media sosial sebagai pemasaran dan promosi. Re-branding dan Digital marketing digunakan sebagai wadah mempertahankan usaha tersebut dengan menyebar luaskan produk dan jasa yang ditawarkan pelaku usaha dengan konsumen. Serta dilakukan pemberian nama usaha sebagai ciri khas selep padi tersebut karena banyaknya pesaing antar usaha tentu pemberian nama usaha bersifat penting. Hasil yang dicapai setelah adanya pengabdian ini adalah digital marketing yang sudah diimplementasikan pelaku usaha sehingga terjadi komunikasi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen, selain itu pelaku usaha dapat memberikan informasi secara luas kepada konsumen sehingga menemukan efisiensi waktu. Pelaksanaan kegiatan melibatkan suatu observasi, sosialisasi, implementasi, pendampingan, evaluasi dan sampai pada tahap publikasi jurnal ilmiah. Dengan melakukan hal tersebut, diharapkan pelaku usaha terus menciptakan inovasi terlebih dalam pemanfaatan media sosial agar terus berkembang dalam dunia teknologi ini.

Kata kunci: selep padi, re-branding, digital marketing

PENDAHULUAN

Padi merupakan salah satu hasil panen yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pokok. Padi diolah menjadi beras melalui tahap pengupasan kulit padi, akan tetapi khusus daerah pegunungan dusun Kucur kecamatan Purwosari sedikit yang menanam padi, hal ini tidak mematahkan semangat untuk memiliki usaha dibidang pemrosesan padi menjadi beras yakni selep padi keliling, sehingga tidak hanya menjangkau dusun tetangga, tetapi menyebar keliling ke desa-desa lain. Selep padi sendiri telah dikenal sejak lama dan diterapkan oleh masyarakat di pedesaan, hal tersebut bisa dinilai dari banyaknya pemilik selep padi di pedesaan, termasuk yang ada di dusun Kucur, Kecamatan Purwosari, Provinsi Jawa Timur.

Padi merupakan bahan pangan penghasil beras yang merupakan bahan makanan pokok dalam mayoritas penduduk Indonesia. Walaupun posisi padi dapat digantikan dengan jenis bahan pokok lainnya, namun padi memiliki nilai tersendiri bagi orang yang sudah terbiasa makan nasi, Padi jelas menjadi kebutuhan masyarakat, selain menjadi beras ada juga bagian kulit padi yang dihasilkan oleh selep padi keliling disebut dengan katul yang bermanfaat untuk pakan ternak maupun bahan pupuk, akan tetapi dengan adanya banyaknya selep padi

* Korespondensi Penulis. E-mail: 22402081003@unisma.ac.id

Sri Wahyuni, et. al.

disekitar mempengaruhi minat beli katul yang dihasilkan di daerah sekitar maupun daerah yang dikelilingi. Pemilik selep padi keliling tidak hanya dimiliki oleh satu pelaku usaha, tetapi banyak yang memiliki selep padi keliling. Hal ini menjadi salah satu faktor ketidak konsistenan konsumen dalam memilih selep padi mana yang akan dipakai jasanya. Selain permasalahan tersebut, kurangnya pengetahuan pelaku usaha terhadap branding dan promosi melalui digital membuat jasa para pengusaha selep padi keliling kurang dikenal dan diminati.

Perubahan teknologi digital saat ini juga menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan perkembangan teknologi dalam meraih peningkatan pelayanan terhadap konsumen maupun untuk kemudahan menjangkau konsumen. Untuk menjangkau konsumen masuk dalam transaksi pembelian maka perlu melakukan kegiatan promosi. Promosi adalah seni untuk mempengaruhi pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk atau jasa yang ditawarkan (Listyawati, 2016). Dalam meningkatkan dan mempercepat perkembangan sebuah usaha sangat penting untuk dapat memilih strategi pemasaran yang efektif yang mana sebagai dasar pengembangan basis pemasaran untuk kelanjutan usaha, maka diperlukan sebuah proses promosi yang tepat (Luluk et al., 2024).

Praktek sistem penjualan dan pemasaran pada salah satu selep padi keliling hanya menggunakan nomor telephone dari pemilik selep keliling. Sehingga, cara-cara yang dilakukan oleh salah satu pelaku usaha pada saat ini masih belum berjalan dengan optimal dan kurang tersebar luas. Untuk mensiasati permasalahan yang terjadi, salah satu cara yang kami usahakan diharapkan mampu merangsang keberhasilan pemasaran dan penjualan yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi informasi dalam memberikan pelayanan secara online melalui media sosial terhadap pemilik selep padi keliling agar memudahkan konsumen atau masyarakat memperoleh informasi dan kemudahan transaksi penjualan jasanya, dan melakukan re-branding untuk menciptakan citra positif dimata konsumen atau masyarakat dan membedakan brand atau nama selep padi dengan kompetitornya (Perwitasari et al., 2024).

METODE

Melalui pengabdian ini, penulis menggunakan beberapa tahapan dalam melaksanakan pengabdian kepada Masyarakat menggunakan metode pendekatan diantaranya:

- a. Identifikasi masalah dan kebutuhan untuk melakukan sebuah observasi awal didalam usaha selep padi keliling agar bisa menemukan suatu pembaharuan dalam mengatasi masalah yang terjadi, serta berdiskusi secara langsung terhadap pemilik selep padi keliling
- b. Perencanaan dalam Menyusun tujuan dan sasaran yang jelas, serta proses pembuatan akun media sosial sebagai alat promosi
- c. Penyuluhan dan edukasi untuk memberikan pemahaman dasar pada proses promosi dengan berbasis digital marketing, dan sudah menyiapkan aplikasi yang akan digunakan sebagai media promosi
- d. Implementasi proses promosi dengan berbasis digital marketing oleh pemilik usaha selep padi keliling serta pemberian nama khusus untuk cirikhas dari selep padi keliling
- e. Pemantauan dan proses evaluasi untuk mengoptimalkan proses promosi digital marketing pada usaha selep padi keliling dan mengevaluasi dampak dalam proses promosi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanaman padi merupakan tanaman yang menghasilkan beras yang merupakan sumber karbohidrat bagi sebagian penduduk dunia, yang mana di Indonesia sendiri hampir 95% penduduknya mengonsumsi beras sebagai bahan pangan pokok, sehingga setiap tahunnya permintaan dan kebutuhan beras semakin meningkat dengan bertambahnya jumlah penduduk (Pratiwi, 2016). Tentunya sebagai bahan pangan pokok padi memiliki suatu peran penting hal tersebut dikarenakan hampir setengah penduduk dunia tergantung pada tanaman ini sebagai

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 2, No.2, Mei 2025 : 30-35

Pendampingan Re-Branding dan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Selep Padi Keliling

bahan pangan, bisa disebut bahwa tanaman padi merupakan tanaman yang mempunyai beberapa nilai diantaranya nilai spiritual, budaya ekonomi dan juga politik karena akan mempengaruhi hajat banyak orang. (Zulman, 2015). Padi diolah menjadi beras tentunya melalui beberapa proses, selain beras, padi juga menghasilkan katul yang mana berfungsi sebagai campuran bahan makanan binatang ternak dan dapat digunakan sebagai pupuk.



Gambar 1. Proses Penggilingan Pada ada Selep Padi Keliling

Usaha selep padi keliling ini sudah beroperasi sejak tahun 2022 yang mana sudah banyak petani yang memakai jasa tersebut, namun ada beberapa kendala yang dialami oleh pelaku usaha selep padi keliling pertama penjualan katul tepatnya pada saat bulan ramadhan banyak yang tidak terjual secara merata, dan tertimbun dirumah pengusaha selep padi keliling, hal tersebut dikarenakan tidak seimbangan antara pemasok dengan konsumen. Kedua adalah ketidakpastian waktu keliling usaha selep padi, karena dulu petani yang ingin menggunakan jasa selep padi keliling harus menunggu selep lewat dengan waktu yang tidak menentu, sehingga menyulitkan konsumen untuk menggunakan jasa selep padi keliling tersebut. Ketiga adalah berkaitan dengan nama usaha selep padi keliling yang mana selep padi keliling ini sebelumnya belum memiliki sebuah nama usaha, manajemen yang digunakan oleh usaha selep padi keliling itu benar-benar masih menggunakan cara tradisional.

Dalam problematika yang ada tentunya teknologi digital menjadi salahsatu kunci solusi sebagai alat untuk mempromosikan jasa selep padi keliling, mengingat dengan banyaknya pesaing antar usaha re-branding tentu menjadi jalan keluar yang tepat untuk mempertahankan konsumen. Maka dengan hal tersebut, penulis memberikan sebuah nama untuk usaha selep padi keliling yaitu selep padi "Neriman", kata Neriman sendiri berasal dari bahasa jawa dan tentu akan mudah diingat oleh konsumen.

Sri Wahyuni, et. al.



Gambar 2. Penamaan “Neriman” Sebagai Selep Padi Keliling

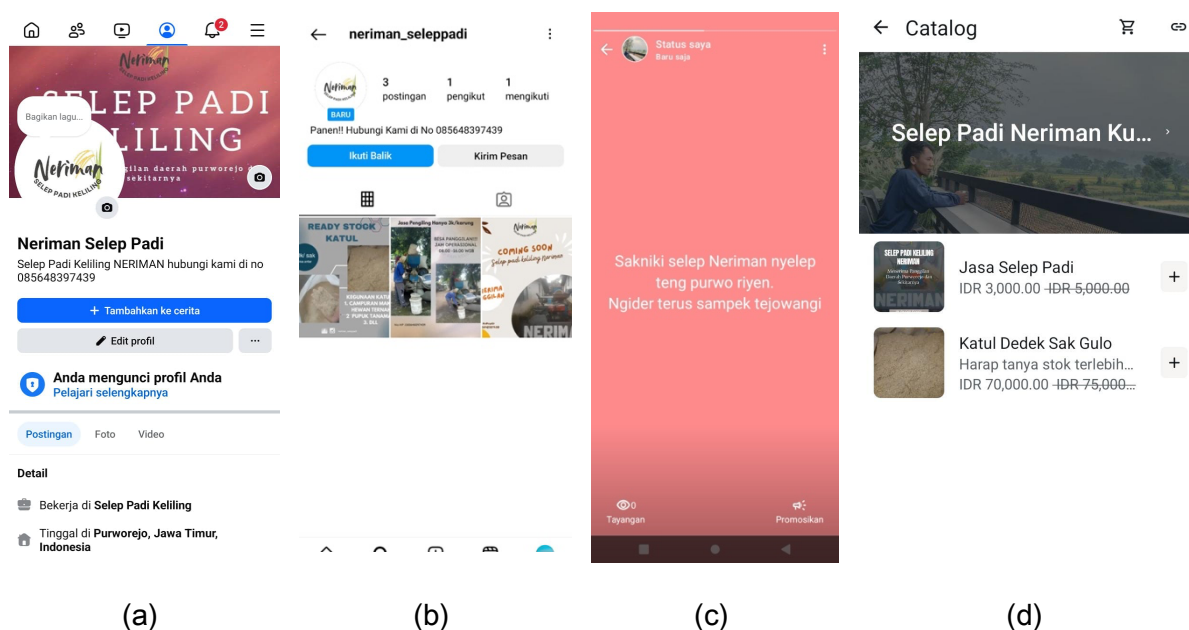
Selain pembuatan nama, kami juga memberikan sebuah edukasi untuk menggunakan digital marketing dalam hal promosi, Seperti yang kita ketahui bahwa pelaku usaha pada saat ini harus inovatif terlebih dalam hal kualitas dan marketing, karena bagaimana kelancaran usaha dan pendapatan yang banyak adalah dari bagaimana marketing yang digunakan karena dapat mempengaruhi daya tarik konsumen sehingga memutuskan untuk membeli suatu produk atau menggunakan jasanya.



Gambar 3. Penyampaian Pentingnya Brand dan Digital Marketing

Metode pemasaran yang kami lakukan adalah dengan membuat akun media sosial sebagai wadah untuk melakukan promosi, pemanfaatan teknologi dengan menggunakan tiga aplikasi diantaranya, whatsapp Business, Intagram dan Facebook, ketiga platform tersebut diaplikasikan dalam mobile phone dengan memasang gambar produk menggunakan narasi singkat tentang produk jasa yang ditawarkan. Setelahnya kami memberikan pemahaman dasar tentang aplikasi yang akan digunakan termasuk dalam pemanfaatan dalam pemasaran. Hasil survey menunjukkan dengan memanfaatkan teknologi tersebut selep padi keliling ini lebih mengalami perubahan yang pesat, diantaranya adalah dengan melihat penggunaan jasa selep padi neriman ini lebih dipercaya konsumen, hal tersebut karena pemilik usaha selep padi neriman ini menggunakan manajemen yang pas, dari mulai manajemen waktu dan juga komunikasi yang baik antara konsumen dengan pelaku usaha.

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 2, No.2, Mei 2025 : 30-35
 Pendampingan Re-Branding dan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Selep Padi Keliling



Gambar 4. (a) Akun Facebook, (b) Akun Instagram, (c) Postingan di WhatsApp, (d) Katalog di WhatsApp

Dampak yang dihasilkan dengan menggunakan sistem ini tentu menjadi lebih baik, dulunya konsumen yang mau menggiling padi harus menunggu selep padi keliling lewat dan tidak tentu waktunya sekarang konsumen dapat mengkomunikasikan menggunakan whatsapp sehingga tercipta hubungan komunikasi yang lebih terarah. Dan dengan pemberian nama kepada selep padi keliling memudahkan konsumen untuk menyebut dan juga mengingat pelaku usaha tersebut. Dengan itu maka kami juga berharap pelaku usaha yang lain juga bisa memanfaatkan platform tersebut sehingga dapat memaksimalkan pemasaran dengan tepat. Dan juga memberikan motivasi kepada pelaku usaha yang lain untuk menerapkan hal tersebut sebagai pendukung untuk transformasi digital yang semakin maju.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Re-branding dan digital marketing dalam pengabdian Masyarakat di usaha selep padi keliling yang mana sebagai suatu Upaya untuk meningkatkan penjualan dan penggunaan jasa penggilingan dapat disimpulkan bahwa hal tersebut membawa suatu dampak positif, yang dapat dilihat dari proses penjualan katul yang sebelumnya banyak yang belum terjual dengan pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi maka persediaan katul pada pelaku usaha sudah tidak menumpuk juga dengan jasa selep padi keliling untuk saat ini sudah terkoneksi antara pelaku usaha dengan konsumen, seperti ketika konsumen mau menggunakan jasanya cukup menghubungi nomor dari pemilik usaha baik dari whatsapp, Instagram ataupun melalui facebook. Hal tersebut karena dalam akun sosial media pemilik usaha selep padi terdapat foto-foto produk dan bentuk gambar promosi yang lainnya sehingga dapat saling berkomunikasi dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, 3(1), 62–70.
- Perwitasari, I. D., Hendrawan, J., Sitepu, F., & Anggraini, W. (2024). *Pendampingan dan*

Sri Wahyuni, et. al.

Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Branding dan Digitalisasi Marketing. 5(2), 134–141. <https://doi.org/10.47065/jpm.v5i2.2214>

Pratiwi, R., Rahayu, D., & Barliana, M. I. (2016). Pemanfaatan Selulosa Dari Limbah Jerami Padi (*Oryza sativa*) Sebagai Bahan Bioplastik. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*, 3(3), 83. <https://doi.org/10.15416/ijpst.v3i3.9406>

Luluk Tri., et al. (2024). Strategi Pengembangan Produk. Bandung. Intelektual Manifes Media.

M. Zulman. 2015. Budidaya Padi Pada Lahan Marjinal. Yogyakarta. CV Andi Offset