

Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha MikroKecil dan Menengah (UMKM) Omah Dayang di Kelurahan Sananwetan

Assistance and Innovation Development for Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) of Omah Dayang in Sananwetan Village

Sonia Ayu Cahyani¹, Nurul Azizah²

^{1,2}Institusi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : 20042010165@student.upnjatim.ac.id¹, Nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: Mei 15,2024;

Revised: Mei 27,2024;

Accepted: Juni 19,2024;

Published: Juni 30, 2024

Keywords: MSME Innovation Development, Social Media, Digital Media, Branding

Abstract: *Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) are experiencing the impact of the Covid-19 pandemic. The decline in consumer purchasing power is a challenge for SMEs in carrying out their business production. One of the opportunities for MSME actors to survive in the current pandemic is by maximizing online sales. But not a few MSME actors who still do not understand to use online sales. Therefore, it is necessary to empower the community of MSME actors in trying online markets or other options by empowering MSME actors in brandingsuperior products. By using and managing the right digital media, it is hoped that business actors can increase public interest in products. Digital media that can be used include Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, GrabFood/Go-Food or other platforms. Business actors can also carry out brand awareness offline, that is, they can develop innovations that do not yet exist, such as promotions by distributing brochures, creating attractive menu lists or creating price tags. The approach method used in community service this time is in the form of mentoring business actors regarding the development of MSME business innovations where members go directly to the field. This MSME assistance activity was carried out. The process of SME Mentoring activities is in the form of interviews with business owners to find out the current situation of their business conditions, members help make snack box orders, make banners/banners and price tags as an effort to carry out brand awareness, and members also provide medical equipment in the form of masks, hand sanitizer, and plastic gloves to business managers as a form of attention to always maintain health protocols when interacting with customers.*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19. Penurunnya daya beli konsumen menjadi suatu tantangan pelaku UMKM dalam menjalankan produksi usahanya. Salah satu peluang pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi saat ini adalah dengan cara memaksimalkan penjualan *Online*. Tetapi tidak sedikit para pelaku UMKM yang masih belum paham dengan penjualan *Online* ini. Maka dari itu, perlunya pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM dalam mencoba pasar *Online* atau pilihan lain dengan memberdayakan pelaku UMKM dalam membranding produk unggulan. Dengan menggunakan dan mengelola media digital yang tepat, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat mengenai produk. Media digital yang bisa digunakan antara lain Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, GrabFood/Go-Food atau platform lainnya. Para pelaku usaha juga bisa melakukan *brand awareness* dengan secara *offline* yaitu bisa membagikan inovasi yang belum ada seperti promosi dengan membagikan brosur- brosur, membuat daftar menu yang menarik atau membuat *pricetag*. Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah dalam bentuk pendampingan terhadap pelaku usaha tentang pengembangan inovasi usaha UMKM yang dimana para anggota turun langsung ke lapangan.

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilaksanakan di lokasi di Kelurahan Sananwetan. Proses kegiatan Pendampingan UMKM berupa wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui situasi kondisi usahanya saat ini, para anggota membantu membuat pesanan *snack box*, membuat *banner/spanduk* dan *pricetag* sebagai upaya melakukan *brand awarness*, serta para anggota juga memberikan alat kesehatan berupa masker, *handsanitizer*, dan sarung tangan plastik kepada pengelola usaha sebagai bentuk perhatian untuk selalu menjaga protokol kesehatan saat berinteraksi dengan pelanggan.

Kata Kunci : Pengembangan Inovasi UMKM, Media Sosial, Media Digital, Branding

PENDAHULUAN

Kemiskinan, pengangguran dan kesenjangan ekonomi merupakan permasalahan utama yang dihadapi negara-negara berkembang, salah satunya Indonesia. Kurangnya pemanfaatan sumber daya (SDM) yang melimpah dengan banyaknya pekerja yang tidak terlatih berdampak pada tingkat produktivitas pekerja yang sangat rendah. Yang dimaksud dengan produktivitas adalah tingkat produksi yang dapat dihasilkan seorang pekerja per tahun. Jika dibandingkan dengan tingkat produktivitas pekerja di negara maju maka tingkat produktivitas pekerja di negara berkembang relatif masih sangat rendah.

Isu ekonomi merupakan permasalahan yang tidak luput dari pembicaraan pemerintah. Dalam Rencana Strategis (Ren-Stra) yang digagas Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2015- 2019 dijelaskan bahwa pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan amanat UU salah satunya adalah UU. No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah, bahwa pemberdayaan UMKM merupakan integrasi dari pembangunan perekonomian nasional yang diharapkan mampu untuk meningkatkan dan melaksanakan pemerataan pendapatan serta menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut Supriyanto (2006:1) UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Pengembangan UMKM dengan baik mampu memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu lebih dari 99,45% tenaga kerja dan diharapkan dapat mampu menanggulangi kemiskinan. UMKM juga memiliki kontribusi penting dalam pembangunan nasional. Menurut peneliti Saputro, dkk. (2010:140-145) melihat bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia telah banyak memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional sebesar 55.56% berdasarkan data Biro Perencanaan Kementerian Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2008.

Peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai tempat penyedia lapangan pekerjaan dan tempat untuk mengembangkan potensi atau keterampilan yang mereka miliki. Dengan keberadaan UMKM, diharapkan untuk bisa terus berperan secara optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat setiap tahunnya. Namun dengan kondisi saat ini, hampir seluruh UMKM di Indonesia terkena dampak pandemi Covid-19. Padahal UMKM merupakan salah satu barometer perekonomian

nasional yang artinya dapat meningkatkan perkenomian di Indonesia ini. Untuk itu UMKM perlu adanya dukungan dan dorongan dari pemerintah khususnya agar para pelaku UMKM dapat bertahan di kondisi sekarang ini.

Terkait dengan Koperasi dan UMKM, pemerintahan kota Blitar cukup peduli terhadap perkembangan dan pemberdayaannya. Hal tersebut bisa dilihat dari 2 hal utama, yaitu; Pertama, regulasi (dasar hukum). Sebagai langkah positif pemerintah Kota Blitar dalam memberdayakan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, pada tahun 2016 disahkannya peraturan Walikota mengenai Kedudukan, Fungsi, Tugas dan Tata Kerja Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah. Melalui Peraturan Walikota (PerWal) nomor 60 tahun 2016 pemerintah Kota Blitar mempunyai dasar hukum yang jelas dan lebih bersifat teknis dalam mengembangkan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Kedua, Tata Organisasi. Peraturan Walikota nomor 60 tahun 2016 berimplikasi terhadap tata organisasi pemerintahan Kota Blitar yang lebih akomodatif terhadap kebutuhan maupun Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Kondisi Perkoperasian pada periode 2016-2019 mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Meskipun ada tren penurunan jumlah karyawan dan manajer (pengelola) Koperasi tetapi volume usaha juga mengalami peningkatan. Berdasarkan data sebaran daerah UMKM Kota Blitar periode 2016-2019, Kecamatan Sananwetan menyumbang sebanyak 13% dari total keseluruhan UMKM yang ada di Blitar.

Setelah mengetahui bagaimana pentingnya UMKM dalam kehidupan masyarakat baik sebagai penyedia lapangan pekerjaan maupun perannya dalam peningkatan pendapatan daerah menjadikan UMKM sebagai mitra kerjasama sudahlah tepat. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan sebagai upaya untuk membranding toko tersebut dan mendukung program pemerintah dalam rangka pengembangan dan pemberdayaan Usaha Kecil Menengah diharapkan mampu menghasilkan output yang baik. Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam pengembangan dan pemberdayaan Usaha Kecil Menengah ini akan berupa penyediaan alat/barang yang dibutuhkan untuk membranding toko tersebut.



Gambar 1. Diskusi Dengan Mitra Untuk Menentukan Program Kerja KKN

METODE

Proses pelaksanaan kegiatan “Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Omah Dayang Di Kelurahan Sananwetan” ini dilaksanakan melalui beberapa kegiatan, sebagai berikut :

1) Tahap Survey Lokasi

Tujuan kegiatan ini untuk mengetahui jumlah anggota yang bekerja di UMKM tersebut untuk memungkinkan menjadi peserta kegiatan untuk melakukan pendampingan UMKM yang dilaksanakan. Selain itu dilakukan kontrak waktu dengan pihak UMKM Omah Dayang untuk menentukan tanggal pelaksanaan kegiatan dengan protokol kesehatan, serta menjelaskan program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan.

2) Tahap Pendampingan

Kegiatan ini dilakukan di rumah UMKM Omah Dayang dengan membantu ibu Binti dalam proses produksi bakpia kering untuk pemesanan kemudian diikuti oleh anggota yang hadir 6 orang.

Dalam kegiatan pendampingan kami juga membantu membuat label dan sosial media untuk menarik perhatian masyarakat untuk membeli bakpia atau kue di Omah Dayang. Kita selama proses kegiatan di UMKM Omah Dayang selalu menerapkan protokol kesehatan, memberi tahu ke semua pekerja yang ada di toko untuk selalu memakai masker saat berjualan. Dan dengan itu kita memberikan sarung tangan plastik, *handsanitizer*, dan masker untuk toko tersebut. Sarung tangan dipakai untuk supaya higienis saat mengambil kue-kue agar terlihat bersih dan untuk *handsanitizer*, masker digunakan selalu sebelum dan sesudah menjual kue agar menjadi contoh juga untuk pembeli setiap berkunjung ke toko kue tersebut memakai masker dan mencuci tangan.

HASIL

Hasil kegiatan Pendampingan dan Pengembangan Inovasi UMKM Omah Dayang yang dilakukan secara langsung untuk mengamati dan menyelesaikan masalah yang ada maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pemilik dan pengelola UMKM Omah Dayang terbantu dengan adanya para anggota yang membantu membuat dalam proses pembuatan produk bakpia.



Gambar 2. Pendampingan dalam produksi bakpia kering

2. Pemilik dan pengelola UMKM Omah Dayang terbantu dengan adanya Pendampingan pembuatan Sosial Media dan Label untuk kemasan packaging yang dibuat oleh para anggota untuk menambah *brand awarness* untuk UMKM Omah Dayang.



Gambar 3. Pendampingan dalam pembuatan desain Label

3. Dengan adanya pendampingan pemotretan foto produk di setiap produk yang dihasilkan UMKM Omah Dayang makan akan sangat membantu bagi UMKM Omah Dayang sebagai identitas agar calon konsumen lebih mudah memahami suatu iklan berdasarkan potret dari produknya saja. Dalam melakukan foto produk harus memperhatikan kemasan yang unik, objek yang bagus dan properti yang menarik. Selain itu juga, perlu dilakukan editing untuk mempercantik tampilan dari potret foto produk tersebut.



Gambar 4. Proses pemotretan foto produk

4. Pemilik dan Pengelola UMKM Omah Dayang terbantu dengan diberikannya masker, *handsanitizer*, dan sarung tangan plastik oleh para anggota sebagai bentuk perhatian kepada pemilik UMKM Omah Dayang untuk selalu menjaga protokol kesehatan dalam bertransaksi dengan pembeli.

Jenis kegiatan pendampingan yang dilakukan untuk UMKM Omah Dayang hampir sama dengan yang dilakukan untuk UMKM lainnya. Perbedaannya terdapat pada fokus aplikasi yang dipilih. Ibu Binti pemilik UMKM Omah Dayang mengaku tertarik tentang dunia konten khususnya pada media sosial Instagram. Pendampingan pemotretan foto produk dan proses pengambilan video tentang produk yang berhubungan dengan usahanya pun dilakukan oleh penulis untuk memenuhi permintaan tersebut. Fokus pendampingan mengarah kepada proses pembuatan konten-konten yang nantinya diunggah ke akun sosial media UMKM Omah Dayang untuk meningkatkan branding di antara pengguna media sosial lainnya. Sebelum proses pengambilan video dan juga pemotretan foto katalog produk, dilakukan perencanaan dan diskusi dengan pemilik usaha mengenai konten seperti apa yang diinginkan agar tepat sasaran audiens dan sesuai dengan image usaha yang diinginkan. Pemilihan media sosial dan e-commerce menentukan kesuksesan suatu bisnis yang sedang dijalankan oleh seseorang. UMKM berkesempatan untuk lebih dikenal masyarakat lewat konten-konten kreatif yang dibuat di media sosial. Dengan bantuan konten yang menarik dan viral, masyarakat dapat memusatkan perhatian untuk membeli produk-produk tersebut.

KESIMPULAN

Program kegiatan pendampingan dan pengembangan inovasi UMKM menjadi pilihan salah satu upaya membantu para pelaku usaha untuk bertahan di masa pandemi covid-19 saat ini. Pendampingan usaha ini memberikan kesempatan para pelaku usaha untuk melakukan pengembangan inovasi dalam usahanya (branding). Pendampingan dapat berupa bagaimana melakukan promosi pada pasar media digital atau bagaimana cara membranding suatu produk unggulan agar para pembeli atau konsumen dapat mengenali dan mengingat sebuah merek.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis jurnal ucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak terutama kepada kampus Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Kapudimas dan KKN Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah mengadakan program KKN-T MBKM ini, Bapak Dr. Gideon Setyo Budiwitjaksono, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN-T MBKM Kelompok 36, Kakak Moch. Fernanda A.Z, S.I.Kom dan Nabila Puspanola, S.T, selaku PIC KKN-T MBKM

Kelompok 36, Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos.,M.M.,M.A. Koorprodi Administrasi Bisnis, Ibu Nurul Azizah, S.AB.,M.AB selalu Dosen Pembimbing dengan segala bentuk bimbingannya pada penyempurnaan jurnal ini.

DAFTAR REFERENSI

- Tambunan, Tulus T.H. *UMKM Di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2019), Cet, Ke-1
- Hafni, Roswita dan Ahmad Rozali. *Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Terhadap Tenaga Kerja di Indonesia*. Jurnal Fakultas Ekonomi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Kemenkop dan UKM. (2015). *Renstra Kementerian Koperasi dan UKM 2015-2019*. <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/perencanaan-program/> (diakses Agustus 6, 2021)
- Supriyanto. 2006. *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan*. Jurnal Ekonomi Pendidikan. Vol. 3 No (1) Hal:1-16.
- Saputro, dkk. *Peta Rencana (ROADMAP) Riset Enterprise Resource Planning (ERP) Dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMK) Di Indonesia*. Journal of Information Systems. Vol. 6 No (2) Hal:140-145.
- Budiyanto, Arief dan Aidil Amin Effendy. 2020. *Analisis Kebijakan Pemerintah Kota Blitar Dalam Memberdayakan Peranan UMKM dan Koperasi Terhadap Perekonomian Kota Blitar*. JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 4, No. 1