

PEMBERDAYAAN UMKM LOKAL DAN PERANCANGAN STRATEGI BRANDING DENGAN METODE PROMOSI DIGITAL DI DESA WEDI KEC. GEDANGAN KAB. SIDOARJO

¹HERI KUSAIRI, ²ITA NURLITA, ³ADITYA AGUNG PRATAMA

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, ³Fakultas Hukum

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.114 Surabaya Telp. (031) 8285602, Fax. (031) 8291107

email : ¹heri.kus@ubhara.ac.id, ²itanurlita@ubhara.ac.id, ³tyo01122002@gmail.com,

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata adalah salah satu bentuk implementasi ilmu selama menjalani perkuliahan, maka kami disini memiliki kegiatan tersebut di Desa Wedi, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Desa Wedi merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Gedangan. Daerah sekitar yang bersampingan dengan banyak pabrik, membuat beberapa usaha warga setempat tertimbulkannya. Maka, bisa diambil kesimpulan bahwa beberapa para pendiri UMKM masih tidak menunjukkan perkembangan yang pasti karena salah satu diantaranya adalah ketertinggalan tren promosi digital di sosial media. Dari sini, maka pengabdian di Desa Wedi menonjolkan edukasi perihal promosi dan kemajuan teknologi tentang penjualan yang dilakukan secara online (E-commerce). Antusias para warga saat tim pengabdian berkunjung dan memberikan edukasi banyak hal terkait UMKM, diharapkan mampu membuat mereka lebih peduli tentang kemajuan teknologi untuk usahanya.

Kata kunci : *UMKM, Promosi Digital, Teknologi.*

ABSTRACT

Kuliah Kerja Nyata in Indonesian is one of implementing knowledge while studying, so we have this activity here in Wedi Village, Gedangan District, Sidoarjo Regency. Wedi Village is one of the villages in Gedangan District. The surrounding area is adjacent to many factories, causing several local residents' businesses to be buried by exploration. So, it can be concluded that several UMKM's founders are still not showing definite progress because one of them is lagging behind digital promotion trends on social media. From here, the service in Wedi Village emphasizes education regarding promotions and technological advances regarding online sales (E-commerce). It is hoped that the enthusiasm of the residents when the service team visited and provided education on many things related to UMKM will make them care more about technological advances for their businesses.

Keywords : UMKM, Digital Promotion, Technology.

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya kegiatan yang dilakukan kami biasa dikenal oleh orang awam adalah bentuk dari pengabdian seorang mahasiswa kepada masyarakat dengan bekal ilmu secara teori di perkuliahan, maka untuk menyempurnakan pengetahuan diimbangi dengan kerja praktek seperti Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini. Dengan kata lain, melalui KKN ini, mahasiswa membantu pembangunan dalam masyarakat dan pemberdayaan masyarakat yang terletak di Desa Wedi Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo. Desa yang kami pilih adalah Desa Wedi, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Kami pilih karena desanya termasuk dalam wilayah yang strategis diantara pilihan desa lainnya, selain mudah diakses oleh Tim Kelompok 010, Desa Wedi juga dikelilingi area perindustrian dan pemukiman. Kebanyakan penduduknya merupakan warga pendatang yang

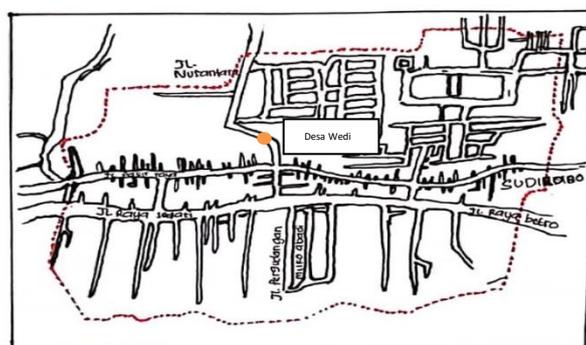
bekerja di perusahaan industri di daerah tersebut, Peluang dari banyaknya pendatang dimanfaatkan oleh warga desa asli Wedi dengan menyewakan kontrakan dan kos-kosan sebagai tambahan perekonomian warga, selain itu juga dimanfaatkan warga untuk membuka usaha termasuk UMKM.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap penerimaan negara dengan memberikan kontribusi sebesar 61,9 persen terhadap pendapatan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak, sektor usaha mikro menyumbang 36,28 persen dari PDB, sektor usaha kecil 10,9 persen, dan sektor usaha menengah 14,7 persen melalui pembayaran pajak. Sedangkan sektor usaha besar hanya menyumbang 38,1 persen dari PDB melalui pembayaran pajak [1]. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM memegang peranan yang sangat besar untuk kemajuan perekonomian di Indonesia. Dari sinilah, muncul program kerja untuk visit UMKM, namun sebelumnya harus disurvei terlebih dahulu, pencarian ke pendiri UMKM yang masih diam di tempat tidak ada kemajuan usahanya, UMKM yang belum mengenal promosi secara online dan usaha yang baru dirintis. Perencanaan branding produk pada usaha yang tergolong minim sarana dan prasarana, dengan pendaftaran ke E-commerce, edukasi perihal apa itu Promosi Digital, bagaimana cara memasarkan produk usahanya di sosial media, pembuatan logo untuk makanan dan minuman agar memberikan ciri khas pada produknya, sampai di tahap Tim KKN Kelompok 010 menyebarkan brosur online di sosial media masing-masing anggota.

Pengabdian ini bertujuan memberikan bantuan termasuk edukasi bagi para pelaku UMKM untuk mendongkrak usaha mereka. Seperti yang diketahui karena di zaman sekarang serba online dan praktis, bahkan beberapa usaha tidak memiliki gerobak/tempat usaha yang pasti, mereka mengandalkan hubungan antara penjual dan pembeli melalui sosial media, bisa dibayangkan cara ini salah satu menghemat budget usaha. Maka dari itu, pengabdian ini mengawali dukungan pada UMKM dengan sosialisasi yang disampaikan oleh salah satu dosen di Universitas Bhayangkara Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu Bapak Heri Kusairi, S.E., M.M., Untuk memajukan usahanya, para pelaku UMKM dituntut untuk memiliki motivasi yang tinggi seperti motivasi melakukan promosi secara besar-besaran dan membuat strategi marketing online, contohnya dengan memanfaatkan banyak layanan marketplace, seperti Shopee, Gofood, dan lainnya [2]. Perlu diadakan kegiatan sosialisasi bagi pelaku UMKM serta kolaborasi antara pelaku UMKM dan Tim KKN 010 untuk memecahkan permasalahan diatas, contohnya dalam hal kemasan, pembuatan label/logo, pendaftaran layanan marketplace dan lainnya. Adanya program kerja ini diharapkan pelaku UMKM dapat memahami, termotivasi, dan dapat mengembangkan usahanya supaya menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

2. ANALISIS SITUASIONAL

Desa ini memiliki kepala desa bernama Zainal Abidin, ST. Dan kantornya terletak di Jalan Raya Sedati No.1, Wedi, Kec. Gedangan, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur dengan kode pos 61254. Luas ± 140 Ha, terbagi menjadi 3 bagian yaitu area pergudangan industri, perumahan dan perkampungan warga. Koordinator Kantor Desa 7 23'11"S 112 44'51"E. Desa Wedi ini berbatasan langsung, sebelah timur berbatasan dengan Desa Betro, sebelah utara berbatasan dengan Desa Semambung, sebelah barat berbatasan dengan Desa Ketajen, dan disebelah selatan berbatasan dengan Desa Gemurung dan Desa Punggul.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Wedi

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang diterapkan pada implementasi kegiatan KKN terkait dukungan penuh terhadap pendiri UMKM dan membantu mereka supaya pergerakan usaha bisa berjalan lebih maju, serta pembaruan sistem promosi menjadi serba digital mulai dari pembuatan logo, katalog menu dan akun mitra di GoFood. Maka tahapan tersebut bisa diuraikan sebagai berikut :



Gambar 2. Mekanisme Penyusunan Program Kerja

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di samping program berupa Visit UMKM, kami juga memiliki beberapa program kerja yang tak kalah penting dan memiliki tujuan masing-masing bagi warga Desa Wedi. Berikut dibawah ini realisasi program kerja KKN Kelompok 010 :

No.	Hari dan Tanggal	Rincian Kegiatan
1.	Senin, 23 Oktober 2023	Pelaksanaan acara pembukaan KKN dengan perangkat desa di balai desa
2.	Selasa, 24 Oktober 2023	Survey lokasi untuk “Pojok Baca” dan pemilihan pendiri UMKM sesuai kriteria
3.	Sabtu, 28 Oktober 2023	Pelaksanaan lomba mewarnai dengan tema pahlawan “Happy Colorful Day”
4.	Minggu, 29 Oktober 2023	Pelaksanaan kegiatan sosialisasi oleh pemateri bersama para warga termasuk pendiri UMKM setempat
5.	Sabtu, 4 November 2023	Pelaksanaan “Pojok Baca” dan “3B” (Belajar, Bermain, dan Bergembira) dengan anak-anak
6.	Minggu, 5 November 2023	Pelaksanaan Visit UMKM (Edukasi, Wawancara dan Pembuatan akun GoFood)
7.	Sabtu, 11 November 2023	Penyelesaian “Pojok Baca” beserta taman di sekitarnya dan melanjutkan kegiatan “3B”
8.	Minggu, 12 November 2023	Pemasangan Plang “Pojok Baca RT 04”

9.	Sabtu, 18 November 2023	Penyelesaian pemasangan plang, visit UMKM dan penutupan secara formal dengan perangkat desa di balai desa (pemberian cinderamata)
10.	Minggu, 19 November 2023	Pelaksanaan Senam bersama ibu-ibu setempat dan penutupan secara non formal dengan warga RT 04 (potong tumpeng oleh ketua RT dan DPL)

Pembentukan Penanggung Jawab Tiap Program Kerja

- a. Melakukan pertemuan dengan anggota Kelompok dan DPL.
- b. Membentuk penanggungjawab setiap program kerja.



Gambar 2. Diskusi Bersama DPL

Identifikasi Kebutuhan dan Analisis Awal

- a. Identifikasi kebutuhan apa saja yang harus dipersiapkan mengenai program Visit UMKM ke Desa Wedi.
- b. Menganalisis kondisi maupun situasi yang ada di sekitar Desa Wedi untuk kami jadikan sebagai dasar beberapa program kami.



Gambar 3. Diskusi Bersama Ketua RT 04 Desa Wedi

Perencanaan dan Desain Program

- a. Merencanakan strategi yang cocok untuk kondisi UMKM terpilih setelah pelaksanaan survey pada yang bersangkutan, menentukan penanggung jawab dan jadwal untuk kedepannya.
- b. Membuat prototype dari beberapa desain untuk logo, banner dan katalog menu yang sesuai dengan permintaan pangsa pasar UMKM terpilih yaitu “Kedai Barokah”.



Gambar 4. Diskusi Bersama Anggota Kelompok 010

Implementasi Program KKN

- a. Memberikan edukasi terkait apa yang sudah kami rencanakan sebelumnya, serta memberi beberapa tips terkait promosi digital.
- b. Melaksanakan sosialisasi oleh pemateri yang mengangkat tema UMKM dan Promosi Digital. .



Gambar 5. Sosialisasi UMKM Oleh Ibu Ita Nurlita

Keterlibatan Masyarakat dan Kelangsungan Program

- a. Mengajak Ibu Merry untuk aktif dalam bersosial media agar menemukan target pasar serta promosi yang tepat untuk usahanya.
- b. Pembuatan akun mitra Gojek variasi GoFood oleh tim penanggung jawab.
- c. Pemasangan hal-hal pendukung seperti banner warung dan menu produk yang dijual.



Gambar 6. Implementasi Visit UMKM

Pasca Kegiatan

Program kerja yang telah dilaksanakan oleh tim Kelompok 010, salah satunya yaitu Visit UMKM, diharapkan usaha Kedai Barokah dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan pergerakan bisnis bisa meningkat serta lebih dikenal oleh banyak orang selain warga Desa Wedi itu sendiri.

Evaluasi

Setelah beberapa pelaksanaan program Visit UMKM, kami diskusikan bersama apa saja yang perlu diperhatikan, seperti perlengkapan yang kurang memadai, kurangnya kesadaran diri soal waktu terkait jadwal yang harus dilaksanakan, minimnya komunikasi antar penanggungjawab setiap program kerja. Terlepas dari itu semua, Tim KKN 010 dapat menyelesaikan seluruh program kerja dengan baik. Masyarakat Desa Wedi mendukung dan juga antusias dalam mengikuti program kerja dari Tim KKN 010.

5. KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Penggerak utama ekonomi digital yaitu e-commerce karena memiliki potensi pertumbuhan pasar yang begitu besar dan luas[3]. Dengan mengadopsi teknologi dan berkolaborasi, para pelaku UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era digital ini, pendekatan holistic yang mencakup pelatihan dan kerja sama yang dapat menjadi kunci kesuksesan UMKM pada era digital ini.

Saran

Untuk meningkatkan UMKM di era digital ini kita memerlukan kolaborasi atau kerja sama dengan E-commerce untuk mencakup pasar yang lebih luas, pelatihan juga diperlukan agar memahami atau mengimplementasikan solusi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM (Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah menyelenggarakan kegiatan ini, Bapak Heri Kusairi selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama kegiatan, serta rekan-rekan KKN kelompok 010 yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan laporan kegiatan ini.

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| 1. Aditya Agung Pratama | (2111111095) / Hukum |
| 2. Moch. Aji Surya Pamungkas | (2111111051) / Hukum |
| 3. Venisha Rizkiyanti Citra | (2112121031) / Manajemen |
| 4. Suhartatik | (2112121020) / Manajemen |
| 5. Eva Riana Aziz | (2111321014) / Ilmu Komunikasi |
| 6. Dita Febriana | (2112321029) / Akuntansi |
| 7. Heny Puspitasari | (2111321043) / Ilmu Komunikasi |
| 8. Nita Hardianti | (2112321007) / Akuntansi |
| 9. Yulia Trisnawati | (2112321003) / Akuntansi |
| 10. Moch. Adam Hamid | (2111111019) / Hukum |
| 11. Tiara Ivanka | (2112121045) / Manajemen |
| 12. Lailatul Musfiroh | (2112121021) / Manajemen |
| 13. Azzalia Puri Divayanti Meonty | (2112321009) / Akuntansi |
| 14. Bellawati Emangati | (2113221015) / Ilmu Komunikasi |
| 15. Arradhin Daffa Alghifari | (2111111080) / Hukum |

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Fernanda Putri, S. Sinulingga, dan J. Hidayati, "Micro, Small and Medium Enterprise strategy to improve competitiveness in the era of the ASEAN economic community (AEC)," dalam IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, Institute of Physics Publishing, Jun 2020. doi: 10.1088/1757-899X/801/1/012124.
- [2] J. Akifa P. Nayla, —l, dan hlm. 12 2014, "Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. 465, 1967.
- [3] D. Market Place terhadap Peluang Lapangan Kerja dan Peningkatan Pendapatan, P. Pendapatan Studi Kasus Desa Kejawan Putih Tambak, K. Mulyorejo, K. Surabaya Oleh, dan A. Fathoni, "Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syariah Dampak Market Place Terhadap Peluang Lapangan Kerja Dan," 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.sirclo.com/sejarah->