

PROGRAM UMAYA: UMKM MANDIRI DAN BERDAYA

M. Andi Fikri¹, Asifa Nafisah² Amelia Nur Saffana³

¹ Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

² Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

³ Fakultas Sains dan Teknologi , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email: m.andifikri@umsida.ac.id¹, asifanafisah@gmail.com², ameliasaffana@gmail.com³

DOI: <https://doi.org/10.61796/jscs.v1i2.73>

Received: 01-03-2024

Accepted: 07-03-2024

Published: 13-03-2024

Abstract:

The problems experienced by PANCASONA the Small and Medium Business Enterprises (UMKM) are generally in the marketing and branding process. If we are examine further, the first one special problems in Pancasona UMKM there are limitations in product marketing due to a lack of understanding of digital marketing, profitable in promoting products effectively due to the lack of strong branding. Based on the problems were observed regarding the products in Pancasona UMKM. Then carry out an analysis of the potential of the small and Medium business enteeprires in Pancasona (UMKM) and determine a several activity programs it will be implemented on The Small and Medium Business enterprises PANCASONA UMKM , by carrying out companion and innovation programs for Pancasona UMKM to optimize the business potential of the, the small and medium program "PANCASONA" Independent and Empowered by The aim is empower the Small and Medium Business Enterprises (UMKM) in the region to be more independent and empowered. Some of the priority programs will be carried it out are creating banner designs, creating product knowledge and designing digital marketing via social media (Instagram).

Keywords: *Branding, umkm, Instagram*

PENDAHULUAN

Desa Kalipucang adalah Desa yang berada di Kecamatan Tuttur mempunyai 6 Dusun Kuntul Selatan, Dusun Kuntul Utara, Dusun Dodogan, Dusun Mucangan, Dusun Cikur, dan Dusun Jelag. Desa ini terletak di wilayah Kabupaten Pasuruan. Wilayah Desa Kalipucang seluas 671.178 hektar terletak di dataran tinggi pada ketinggian 840 meter di atas permukaan laut. Desa kalipucang memiliki banyak potensi yang dapat dinikmati diantaranya ada wisata alam dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Beberapa produk UMKM yang diproduksi oleh desa kalipucang diantaranya ada olahan susu, pisang dan kopi. A adanya wisata unggulan kampung susu dan omah kopi yang merupakan produk UMKM khas di Desa Kalipucang memiliki potensi yang sangat besar bagi Masyarakat di desa kalipucang. Namun, Masyarakat luar kota atau luar dusun mungkin belum mengetahui beberapa potensi tersebut. Tidak adanya

informasi dan tidak adanya website yang menyediakan akses informasi desa. Adanya dampak covid 19 yang telah terjadi juga menyebabkan hilangnya minat wisatawan lokal maupun asing untuk datang berkunjung ke desa kalipucang sehingga menurunnya produksi UMKM didesa Kalipucang kecamatan tutur kabupaten pasuruan.

Salah satu UMKM yang masih berjalan sampai sekarang yakni UMKM pancasona. UMKM Pancasona merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan Di Desa Kalipucang, Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan. Pancasona mulai berdiri sejak tahun 2018, pendirian usaha ini dilatar belakangi karena adanya program Agrofest desa wisata yang mengencarkan Masyarakat untuk membuat suatu usaha sehingga dapat mengelola potensi-potensi yang ada di Desa Kalipucang. Program Agrofest Desa Wisata dihadiri oleh 300 peserta UMKM di wilayah Desa Kalipucang. Pancasona merupakan nama produk olahan makanan yang terdiri dari sale pisang, getuk pisang, minuman sari pisang, tumpeng dan nasi kotak. Penjualan produk usaha pancasona dilakukan setiap dua minggu sekali dengan jumlah sekitar 20-30 produk. Namun sejak adanya covid 19 yang melanda produksi makanan yang diproduksi oleh pancasona mulai menurun drastis. Pancasona mengurangi produksi produk yang sebelumnya 100% menjadi 50%.

Disisi lain, adanya keterbatasan pada pemasaran produk dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital. Kemudian, kesulitan dalam mempromosikan produk secara efektif dikarenakan kurang memiliki branding yang kuat. Adanya keterbatasan pada pemasaran prooduk yang disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital dan kesulitan dalam mempromosikan produk secara efektif disebabkan karena kurang memiliki branding yang kuat. Oleh karena itu diperlukan adanya inovasi terkait pendampingan UMKM pada beberapa produk yang di produksi oleh Pancasona.

Tujuan dari divisi UMKM dalam pengabdian masyarakat adalah membuat produk UMKM pancasona lebih dikenal secara luas oleh masyarakat sekitar maupun luar kota, dilihat dari latar belakang produk UMKM pancasona yang sudah berjalan sejak tahun 2018 dan telah mempunyai reseller tersendiri, namun disisi lain dalam proses pemasarannya masih dalam lingkup daerah kecamatan tutur karena keterbatasan dalam pemasaran digital oleh karena itu, disini kami memiliki program kerja guna meningkatkan presentase penjualan serta supaya produk UMKM pancasona lebih dikenal masyarakat. Dengan adanya program pengabdian masyarakat terdapat beberapa tahapan penelitian yang di lakukan sebagai berikut:

1. Melakukan observasi terkait produk UMKM pancasona.
2. Menganalisis potensi yang ada pada UMKM pancasona.

3. Menentukan dan membuat program kegiatan yang akan diterapkan pada UMKM pancasona.
4. Menjalankan program prioritas pada UMKM pancasona.
5. Pembuatan desain banner.
6. Pembuatan product knowledge
7. Merancang digital marketing melalui sosial media instagram.

Pembuatan program "UMAYA" (UMKM Mandiri dan Berdaya) dengan tujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut agar lebih mandiri dan berdaya. Program ini adalah pendampingan umkm yang dirancang agar para pelaku umkm mampu mengelolah usahanya secara mandiri tanpa terlalu banyak bergantung pada faktor eksternal, seperti subsidi pelatihan dari pemerintah. Sehingga umkm mampu bersaing di pasar dengan produk yang berkualitas, baik dari segi legalitas maupun branding produk yang jelas.

METODE PENELITIAN

Pelaku UMKM yang berada di Desa Kalipucang terbilang cukup banyak karena adanya program Agrofest yang diselenggarakan oleh Komunitas Averroes bekerjasama dengan Pemerintahan Desa Kalipucang pada tahun 2018. Dari program tersebut banyak muncul UMKM baru dengan berbagai macam varian usaha, seperti olahan susu, kopi, pisang. Namun seiring berjalannya waktu dan juga dampak adanya pandemi covid-19 banyak dari pelaku UMKM mengalami pemerosotan omset sehingga banyak yang gulung tikar. Bu Wiwin selaku pemilik UMKM sale pisang, getuk pisang, minuman sari pisang, dan tumpeng (Pancasona). Dari permasalahan tersebut kelompok KKN kelompok 60 membuat program yang bernama UMaya singkatan dari "UMKM Mandiri dan Berdaya" yang berfokus pada pendampingan mengenai:

1. Pemasaran digital
KKN kelompok 60 melakukan proses pemasaran produk atau layanan kepada UMKM pancasona menggunakan teknologi dan media digital. Hal ini melibatkan berbagai strategi dan taktik untuk menjangkau dan mempengaruhi target konsumen melalui platform-platform digital terutama Instagram.
2. Pembuatan desain banner
KKN kelompok 60 memberikan inovasi dengan pembuatan desain banner dan mampu menampilkan informasi khusus yang bisa menarik perhatian sehingga dapat menambah daya tarik konsumen terhadap produk tersebut serta meningkatkan citra merek yang kuat.
3. Pembuatan product knowledge
KKN kelompok 60 membuat product knowledge kepada UMKM PANCASONA, tujuan dibuatkannya product knowledge agar pelanggan lebih tertarik untuk membeli produk PANCASONA karena penjelasan yang lebih detail. Isi dari product knowledge diantaranya Sejarah UMKM, reseller, deskripsi produk, visi&misi, legalitas serta informasi kontak.

Dari program yang kami buat, warga desa kalipucang menerima dengan antusias terkait program kerja yang kami buat. Evaluasi pelaksanaan program yang kami laksanakan: Pelaksanaan waktu program yang kami buat hanya selama 1 bulan, dan itu bersifat menstimulus umkm. Perlu follow up lebih lanjut yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM tersebut, sehingga traffic penjualan produk stabil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Observasi produk

Melakukan observasi produk Umkm pancasona untuk membantu menemukan kelemahan yang akan diperbaiki serta peluang untuk ditingkatkan pada produk tersebut dan berguna untuk perencanaan pemasaran produk.



Gambar 1. Kemasan sebelum rebranding



Gambar 2. Kemasan setelah rebranding

2. Menganalisis potensi pada Umkm Pancasona.

Keunikan yang dimiliki produk pancasona yaitu memiliki cita rasa khas dan semua proses pembuatannya masih menggunakan proses manual tidak menggunakan mesin. Untuk pemasaran produk hanya di jual di pasar tradisional dan di titipkan pada warung dan toko-toko yang ada di sekitar.

3. Program kegiatan yang di terapkan.

Terdapat beberapa program kegiatan yang akan di terapkan pada produk Pancasona yaitu:

- a. Pendampingan dalam memasarkan produk di platform media sosial.



Gambar 3. Pendampingan pada platform media sosial.

b. Pembuatan banner terkait produk UMKM yang akan dipasarkan.



Gambar 4. Banner UMKM pancasona



Gambar 5. Banner UMKM pancasona

c. Pembuatan product knowledge UMKM pancasona.



Gambar 6. Product knowledge

2. Perancangan digital marketing

Pembuatan media sosial instagram sebagai media untuk melakukan promosi produk umkm Pancasona. Inisiatif promosi dan pengembangan

pasar melalui media digital di internet, memanfaatkan jejaring sosial dan platform lainnya, termasuk dalam pemasaran digital. Untuk meningkatkan komunikasi antara produsen, perantara pasar, dan pelanggan potensial, pemasaran digital terdiri dari pemasaran interaktif dan terintegrasi.



Gambar 7. Digital marketing

KESIMPULAN

Desa Kalipucang memiliki potensi wisata alam dan umkm yang belum optimal, salah satunya umkm Pancasona yang memproduksi olahan makanan lokal. umkm Pancasona menghadapi penurunan produksi akibat pandemi Covid-19. Selain itu, umkm Pancasona juga memiliki kendala dalam hal pemasaran produk dan branding. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan inovasi bagi umkm Pancasona untuk mengoptimalkan potensi wisata dan umkm di desa Kalipucang serta memulihkan produktivitas umkm pasca pandemi. "UMAYA" (UMKM Mandiri dan Berdaya) dengan tujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut agar lebih mandiri dan berdaya. Program ini adalah pendampingan UMKM yang dirancang agar para pelaku UMKM mampu mengelola usahanya secara mandiri tanpa terlalu banyak bergantung pada faktor eksternal, seperti subsidi pelatihan dari pemerintah.

REFERENSI

- Asy'ari, S. (2021). Website Desa Pendampingan Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Desa Wisata Kalipucang Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan. *Soeropati: Journal of Community Service*, 3(2), 83-92.
- Seftianti, A., & Aziz, I. A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam

- Meningkatkan Usaha Sale Pisang di Desa Padamulya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 40-45.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32-41.
- rawan, Dwi, and Muhammad Wildan Affan. "Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang." *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)* 1.1 (2020): 32-36.
- Riana, Rina, and Diah Handayani. "Pengenalan Pemasaran Melalui Media Sosial dan E-commerce UMKM Desa Keling Kediri." *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5.2 (2022): 253-258.