



PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITALISASI USAHA PADA UMKM ASMANTOGA BUNGA TELANG BU MIMIK DI KELURAHAN MEDOKAN AYU

Aldo Prayoga Dinata*, Farradiba Jumhury Maharani, Novia Rizky Rahmadhani, Nur Afifah, Sofia Latifah Jasmine, Safira Huda, Fatma Nur Arafah, Althafa Aurelya Mu'min, Joshua Manalu, Siti Farikhatul Khomsah

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email*: 20011010168@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pendampingan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Digitalisasi Usaha Pada UMKM Asmantoga Bunga Telang Bu Mimik di Kelurahan Medokan Ayu. Di Kelurahan Medokan Ayu terdapat banyak UMKM yang salah satunya dikelola oleh Ibu Mimik pemilik usaha berupa produk olahan Asmantoga Bunga Telang. Dapat diidentifikasi permasalahan yang ada yaitu kurangnya pemahaman mengenai penggunaan dan pemanfaatan dari digital marketing ini. Maka dari itu, program pengabdian masyarakat dengan tema pengembangan UMKM melalui digitalisasi usaha ini diharapkan dapat memberikan pendampingan pada UMKM yang masih terbilang lemah agar menjadi usaha yang lebih baik dan berkembang melalui digitalisasi UMKM dengan digital marketing. Upaya pendampingan pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Medokan Ayu, pun diharapkan dapat terus menjaga konsistensi usahanya yang didapat dari pendampingan ini.

Kata kunci: Pendampingan UMKM, Digital Marketing, Rebranding, Bunga Telang.

ASSISTANCE AND DEVELOPMENT OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) THROUGH BUSINESS DIGITALIZATION IN THE MSME ASMANTOGA BUNGA TELANG BU MIMIK IN MEDOKAN AYU VILLAGE

ABSTRACT

Assistance and Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through Business Digitalization in the MSME Asmantoga Bunga Telang Bu Mimik in Medokan Ayu Village. In the Medokan Ayu Village, there are many MSMEs, one of which is managed by Mrs. Mimik, the business owner in the form of Asmantoga Bunga Telang processed products. The existing problems can be identified, namely the lack of understanding regarding the use and utilization of this digital marketing. Therefore, this community service program with the theme of MSME development through business digitization is expected to be able to provide assistance to MSMEs that are still relatively weak so that they become better businesses and develop through digitizing MSMEs with digital marketing. It is also hoped that efforts to assist MSME players in the Medokan Ayu Village environment can continue to maintain the consistency of their businesses that are obtained from this assistance.

Keywords: MSMEs Assistance, Digital Marketing, Rebranding, Bunga Telang.

PENDAHULUAN

Pemerintah terus berupaya untuk melakukan pemberdayaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan perekonomian yang terjadi di Indonesia masih terbilang lemah. UMKM dapat menjadi penunjang ekonomi negara dan penguat ekonomi negara, maka dari itu keberadaannya tidak diragukan lagi dan diyakini mampu bertahan terutama dalam kondisi pasca krisis ekonomi. Selain itu, UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar sehingga angka pengangguran dapat berkurang. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia (Sasongko, 2020). Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Namun di sudut pandang lainnya, UMKM juga memiliki sejumlah kendala diantaranya yakni terbatasnya modal serta pelaku UMKM belum dapat memahami serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).



Pada zaman yang sudah maju ini, UMKM diharapkan dapat bertahan dan menghadapi tantangan global seperti banyaknya persaingan. Maka dari itu, perlu adanya peningkatan inovasi pada produk, pengoptimalan teknologi dan sumber daya manusia, serta dibutuhkan strategi pemasaran yang kuat. Hal ini dilakukan agar UMKM memiliki kesiapan untuk bersaing dengan produk-produk dari perusahaan besar yang telah berkembang pesat.

Demi mencakup pasar yang luas, tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang kuat seperti yang sudah disinggung sebelumnya. Saat ini, strategi yang dapat diterapkan dalam mencapai target tersebut yaitu digital *marketing* atau pemasaran digital. Digital *marketing* merupakan suatu trik yang saat ini telah banyak diterapkan oleh pelaku usaha. Digital *marketing* sendiri merupakan upaya promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui platform digital, baik sosial media, *marketplace*, dan masih banyak lainnya. Upaya ini juga memudahkan para pelaku usaha karena dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Pelaku usaha memanfaatkan digital *marketing* untuk promosi produknya agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Meskipun digital *marketing* ini mudah digunakan, tetapi tidak semua mengerti bagaimana cara pemasaran ini bekerja. Agar promosi melalui digital *marketing* ini berhasil, harus melihat aspek-aspek tertentu seperti logo, kemasan, maupun penataan dalam memasarkan produk yang dijual karena akan salah jika produk tidak dibuat secara menarik sehingga tidak ada yang akan membeli produk tersebut.

Kesalahan ini cukup banyak dialami sebagian orang, yang tentunya dapat ditemui pada UMKM yang berada di Kelurahan Medokan Ayu salah satunya UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman berupa produk olahan Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik. Pelaku UMKM ini masih belum dapat memaksimalkan atau bahkan belum mengetahui penggunaan dan pemanfaatan dari digital *marketing* ini. Dengan begitu, program pengabdian masyarakat dengan tema pengembangan UMKM melalui digitalisasi usaha ini diharapkan dapat memberikan pendampingan pada UMKM yang masih terbilang lemah agar menjadi usaha yang lebih baik dan berkembang melalui digitalisasi UMKM dengan digital *marketing*. Selain itu kegiatan ini dapat memperoleh manfaat seperti meningkatkan kemampuan tiap individu kelompok dalam memasarkan produk secara efektif dan efisien.

METODE

Tahap pelaksanaan proses pendampingan dan pengembangan UMKM Asmantoga Bunga telang milik Ibu Mimik dimulai dari tahap survei dengan bertemu langsung dengan Ibu Mimik selaku pemilik dari usaha ini. Pada tahapan ini kami mengadakan Focus Group Discussion (FGD) bersama beliau dan berhasil menemukan sejumlah kendala pada usaha yang dijalaninya. Tahap lanjutan dari survei yang sebelumnya telah kami lakukan adalah melakukan pendampingan usaha. Tahap ini kami lakukan secara bertahap selama masa pengabdian kami berlangsung. Adapun kegiatan yang kami lakukan pada tahap ini antara lain yaitu mengadakan sosialisasi digitalisasi usaha, melakukan rebranding produk dengan membuat logo dan kemasan baru, foto produk, pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) secara daring, serta pembuatan akun-akun sosial media untuk promosi dan penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Survei dan Focus Group Discussion

Kami mengawali kegiatan pendampingan ini dengan survei di UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik Sulistiyana pada tanggal 28 Maret 2023. Survei yang kami lakukan bertempat di Balai Pertemuan Griya Amerta RW 15 Kelurahan Medokan Ayu didampingi langsung oleh Bapak Mikhael Markus sebagai Ketua RW 15. Ibu Mimik memilih bunga telang untuk dimanfaatkan sebagai salah satu olahan minuman sehat karena melihat banyaknya bunga telang yang tumbuh liar di sekitar lingkungannya. Adapun olahan minuman bunga telang yang dibuat oleh Ibu Mimik antara lain yaitu telang lemon, telang serai, dan telang secang.



Gambar 1. FGD dengan Ketua RW 15 dan Pelaku UMKM RW 15 Kelurahan Medokan Ayu

Pada survei pertama ini setelah kami berbincang dengan Ibu Mimik, kami menemukan kendala utama yang dihadapi oleh beliau yaitu proses distribusi pemasaran produk beliau dinilai masih sangat tradisional. Sebagai salah satu anggota Kader Surabaya Hebat (KSH), beliau yang memiliki keseharian berkeliling dari satu RW ke RW yang lain memilih untuk membawa serta produknya untuk ditawarkan kepada masyarakat sekitar. Oleh karena itu kami menilai produk olahan bunga telang yang sangat inovatif ini masih sangat kurang dalam proses pemasaran produknya.

Kami membuat rencana pendampingan untuk UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik ini dengan memberikan pengetahuan digital marketing kepada beliau untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kami juga turut membantu proses pengurusan UMKM ini untuk mulai memasuki pasar digital melalui Go- Food, Instagram, dan juga Facebook.

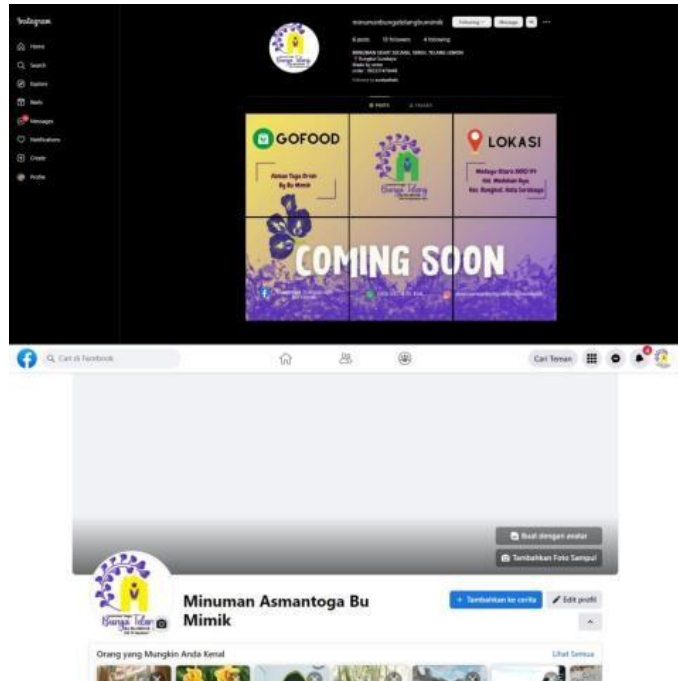
2. Pendampingan Digital Marketing untuk UMKM

Seperti yang telah kami rencanakan sebelumnya, tahap kedua setelah survei kami mulai menjalankan program pendampingan untuk UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik. Mulanya, kami mengadakan focus group discussion dengan beliau untuk membahas mengenai program digital marketing bagi UMKM. Pada sesi tersebut kami memaparkan tentang pentingnya digital marketing saat ini bagi UMKM dan bagaimana cara memulai strategi digital marketing yang tepat bagi UMKM.



Gambar 2. Proses Pendampingan Digital Marketing UMKM Asmantoga Bunga Telang

Sebagai praktik dari penerapan materi digital marketing, kami turut membantu Ibu Mimik untuk membuat akun Instagram dan Facebook sebagai platform promosi online dan memberikan pelatihan editing konten melalui aplikasi Canva untuk menambah daya tarik konsumen terhadap platform promosi online milik beliau. Selain itu kami juga membantu membuatkan akun Go-Food untuk beliau guna memperluas pasar daripada produknya.



Gambar 3. Akun Sosial Media UMKM Asmantoga Bunga Telang

3. Proses *Rebranding* Produk

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari pendampingan UMKM yang sebelumnya telah kami lakukan. Proses rebranding produk kami lakukan dengan mengganti desain logo, kemasan botol, dan foto produk dari UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik. Pada proses pertama yaitu proses redesign logo, kami membuatkan desain logo baru untuk UMKM ini. Logo baru yang kami buat ini lebih umum dengan mencantumkan nama RW 15 Medokan Ayu, karena proses rebranding produk UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik ini ditujukan sebagai welcome drink untuk RW 15 Kelurahan Medokan Ayu.



Gambar 4. Before-After Rebranding Produk UMKM Asmantoga Bunga Telang

Penggantian kemasan juga menjadi salah satu bentuk rebranding yang kami lakukan untuk UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik. Kemasan lama milik beliau merupakan kemasan botol plastik yang berukuran 250 ml dengan hiasan stiker logo bertuliskan “Minuman Sereh Bu



Mimik” karena memang sebelumnya beliau memulai usahanya dengan memanfaatkan serih sebagai bahan utama untuk minuman sehat miliknya. Pada kemasan yang baru kami membuat produk ini dikemas dalam botol plastik ukuran 350 ml dengan stiker panjang yang melingkari botol tersebut dengan dominasi warna ungu.

Tahap terakhir dari proses rebranding yang kami lakukan yaitu melakukan foto produk untuk mengisi katalog Go-Food. Proses foto produk kami lakukan di Balai Pertemuan Griya Amerta RW 15 Kelurahan Medokan Ayu. Dengan memanfaatkan properti yang kami bawa dari rumah masing-masing seperti gelas, talenan, lemon, serai, ring light, dan properti lainnya sehingga foto produk UMKM Asmantoga Bunga Telang milik Ibu Mimik berjalan dengan baik.

4. Monitoring dan Evaluasi Pendampingan UMKM

Dari hasil kegiatan pendampingan dan pengembangan inovasi UMKM Asmantoga Bunga Telang Ibu Mimik yang dilakukan secara langsung untuk mengamati dan menyelesaikan masalah yang ada maka diperoleh hasil sebagai berikut :

- a) Pemilik dan pengelola UMKM Asmantoga Bunga Telang terbantu dengan adanya pendampingan digital marketing untuk UMKM yang membantu pemilik memahami alur dan pemanfaatan digital marketing untuk UMKM.
- b) Pemilik dan pengelola UMKM Asmantoga Bunga Telang terbantu dengan adanya pendampingan social media marketing sebagai salah satu media promosi online untuk usaha ini.
- c) Pemilik dan pengelola UMKM Asmantoga Bunga Telang terbantu dengan adanya pendampingan pelatihan editing konten promosi untuk media sosial sebagai salah satu daya tarik konsumen saat mengunjungi media sosial UMKM Asmantoga Bunga Telang.
- d) Pemilik dan pengelola UMKM Asmantoga Bunga Telang terbantu dengan adanya rebranding produk dengan redesign logo, repackaging, dan foto produk yang kami lakukan untuk menambah brand awareness untuk usaha ini

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut: UMKM dapat menjadi penunjang ekonomi negara dan penguat ekonomi negara, maka dari itu keberadaannya tidak diragukan lagi dan diyakini mampu bertahan terutama dalam kondisi pasca krisis ekonomi. Pada zaman modern saat ini yang serba canggih seperti digital marketing ini sangat bermanfaat bagi para pelaku Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM). Dampak yang ditimbulkan dari digital marketing sangat besar karena jangkauan pasar yang dapat dicapai sangat luas. Platform digital marketing yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk yang akan dijual seperti Instagram, Facebook, Youtube, Website, dan lain sebagainya. Meski pemasaran produk yang dilakukan sudah sangat baik tetapi sama saja jika pengemasan dan hal lain pada produk tidak menarik minat pembeli.

Dengan adanya bantuan pendampingan dan pengaplikasian platform digital marketing serta rebranding produk, para pelaku UMKM dapat termotivasi dalam mempromosikan produknya. Karena pada saat ini pun banyak pelaku UMKM yang ada di sekitar Kelurahan Medokan Ayu masih belum terlalu paham mengenai pemasaran yang lebih efektif serta penggunaan platform digital marketing dan membangun branding yang baik dengan rebranding produk. Sehingga harapan kami saat pendampingan ini, dapat menambah wawasan para pelaku UMKM di Kelurahan Medokan Ayu. Upaya pendampingan pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Medokan Ayu, pun diharapkan dapat terus menjaga konsistensi usahanya yang didapat dari pendampingan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>