



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMBUATAN DIGITAL MARKETING UMKM KOPI KATINDEN DAN DESAIN KEMASAN UMKM ISTANA JAHE

Nafa Shoimah¹, Budi Prabowo²

¹²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 21042010129@student.upnjatim.ac.id ; bprabowo621@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi bagian integral dari perekonomian nasional. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga memainkan peran penting dalam memajukan ekonomi lokal. Observasi yang dilakukan dengan wawancara pemilik Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM). penelitian ini bertujuan untuk membantu para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk mengimplementasi strategi digital marketing dan perancangan desain kemasan yang efektif. Pemberdayaan ekonomi dapat membantu dalam digital marketing mulai dari pembuatan video company profile. Hal tersebut membuat UMKM Kopi Katinden terkenal dan membuka peluang untuk mendapatkan konsumen yang banyak. Setelah melakukan observasi dapat mengetahui bahwa kebutuhan yang diinginkan oleh pemilik UMKM Istana Jahe adalah memiliki desain kemasan yang kurang menarik. Maka dari itu, untuk pemberdayaan ekonomi dapat membantu dalam membuat desain kemasan yang lebih menarik dan modern.

Kata kunci: UMKM, Pemberdayaan, Digital Marketing, Desain Kemasan

COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH THE CREATION OF DIGITAL MARKETING FOR UMKM KOPI KATINDEN AND PACKAGING DESIGN FOR UMKM ISTANA JAHE

ABSTRACT

The growth of UMKM in Indonesia has become an integral part of the national economy. MSMEs not only create jobs, but also play an important role in advancing the local economy. Observations were made by interviewing owners of UMKM This research aims to help UMKM owners to implement digital marketing strategies and design effective packaging designs. Economic empowerment can help in digital marketing starting from making company profile videos. This makes UMKM Kopi Katinden famous and opens up opportunities to get many consumers. After making observations, you can find out that what the owners of the UMKM Istana Jahe want is to have an unattractive packaging design. Therefore, economic empowerment can help in creating more attractive and modern packaging designs.

Keywords: UMKM, Empowerment, Digital Marketing, Packaging Desain.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi yang dilakukan pada masyarakat yang mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja dan terstruktur dalam mengubah situasi ekonomi masyarakat, baik secara perorangan maupun kelompok. Hal tersebut berguna untuk mengatasi berbagai permasalahan yang berhubungan dengan peningkatan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan.

Pemberdayaan yang biasanya disebut dengan *empowerment* merujuk pada usaha atau kegiatan yang bertujuan untuk memberikan daya, kekuatan, tenaga,maupaun kemampuan kepada individu atau kelompok. Hal ini dilakukan dengan maksud meningkatkan kualitas hidup atau kesejahteraan baik dalam aspek ekonomi, pendidikan, spiritual, maupun aspek sosial (Arifqi, 2019). Oleh karena itu, inti dari konsep pemberdayaan dapat bervariasi tergantung pada bidang pemberdayaan yang dijalankan. Program pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi dilaksanakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan melakukan pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi diharapkan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu wujud dari pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah pelaksanaan program pemberdayaan UMKM.

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi bagian integral dari perekonomian nasional. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga



memainkan peran penting dalam memajukan ekonomi lokal. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, transformasi digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan yang bersifat usaha kecil, akan tetapi memberikan manfaat usaha yang besar bagi ekonomi (Istanti & sanusi, 2020). Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan UMKM merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian bagi sebagian besar masyarakat terutama membantu dalam hal digital marketing, hal tersebut dapat membantu meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Saat kegiatan magang berlangsung, Ada sektor UMKM yang menarik perhatian untuk dilakukannya pemberdayaan yaitu UMKM Kopi Katinden dan UMKM Istana Jahe. Kedua UMKM tersebut contoh nyata dari keberagaman produk lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. UMKM Kopi Katinden dikenal dengan cita rasa khasnya, sementara UMKM Istana Jahe menawarkan produk minuman rempah-rempah dengan kualitas tinggi.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM Kopi Katinden masih menghadapi tantangan dalam pemasaran dan UMKM Istana Jahe masih menghadapi tantangan dalam desain kemasan yang masih kuno. Kurangnya pengetahuan mengenai penggunaan digital marketing dan pengaplikasian platform penggunaan desain menjadi hambatan utama yang perlu diatasi.

Melalui pendekatan digital marketing dan desain kemasan yang strategis, UMKM Kopi Katinden dan UMKM Istana jahe diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan penjualan. Dengan menggabungkan potensi teknologi digital dan estetika desain, diharapkan UMKM ini dapat bersaing secara efektif dalam pasar yang semakin kompetitif.

Dengan latar belakang ini , penelitian ini bertujuan untuk membantu para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk mengimplementasi strategi digital marketing dan perancangan desain kemasan yang efektif bagi UMKM Kopi Katinden dan UMKM Istana Jahe.

METODE

Sebelum menentukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melakukan observasi terlebih dahulu mengenai UMKM yang ada di sekitar. Menurut (Sugiyono, 2018) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek yang lain. Menurut (Morissan, 2017 : 143) Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra. Dalam hal ini pancaindra digunakan untuk menangkap gejala yang diamati. Apa yang ditangkap, dicatat, dan selanjutnya catatan tersebut dianalisis.

Observasi yang dilakukan dengan wawancara pemilik Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM). Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Menurut (Sugiyono, 2018) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan observasi untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Sedangkan menurut (Andra, 2018) Wawancara merupakan salah satu penelitian yang merupakan proses untuk memperoleh informasi dengan cara tanya jawab antara pewawancara dan narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam metodologi penyelesaian tugas selama periode pelaksanaan magang di Perkumpulan Ruang Belajar Aqil khususnya di penempatan Desa Ketindan, kecamatan Lawang, Kabupaten Malang terdapat 17 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang di observasi dengan melakukan wawancara dengan pertanyaan sebagai berikut :

1. Nama pemilik
2. Sejak kapan berdiri
3. Pekerjaan sebelum mendirikan UMKM
4. Alasan mendirikan UMKM yang dipilih
5. Strategi bisnis



6. Dimana saja media promosi yang sudah dilakukan
7. Jangkauan konsumennya
8. Asal karyawan / pekerja
9. Berapa banyak karyawan
10. Kebutuhan atau kekurangan dari UMKM
11. Adakah bisnis sejenis di sekitar berdirinya UMKM tersebut
12. Apa saja produk yang dihasilkan

Setelah melakukan observasi dengan metode wawancara mengevaluasi data wawancara dari 17 UMKM dengan mengidentifikasi UMKM yang perlu diintervensi. Membuat pemetaan atau gambaran umum tentang lokasi, jenis, dan profil UMKM di Desa Ketindan yang sudah di observasi dengan mengidentifikasi keragaman sektor bisnis, ukuran usaha, dan karakteristik pemilik UMKM. Dengan pertanyaan wawancara yang sudah ditanyakan ke pemilik UMKM bisa menganalisis kebutuhan dan kekurangan dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Serta mengidentifikasi potensi dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan performa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut.

Berdasarkan analisis data melalui wawancara, identifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memerlukan perhatian, perbaikan, atau perkembangan dari 17 UMKM ada 2 diantaranya yang membutuhkan bantuan untuk UMKM nya agar bisa berkembang mengikuti zaman, yaitu UMKM Kopi Katinden dan UMKM Istana Jahe.

Kopi Katinden yang memanfaatkan peluang untuk segala bentuk barang yang berbahan kopi. Produk yang dihasilkan ada kopi arabika dan kopi robusta, selain itu kopi katinden membuat sabun cair yang berbahan dasar dari kopi. Setelah melakukan observasi dapat mengetahui bahwa kebutuhan yang diinginkan oleh pemilik UMKM Kopi Katinden adalah marketing dan tim kreator. Maka dari itu, untuk pemberdayaan ekonomi dapat membantu dalam digital marketing mulai dari pembuatan video company profile yang didalamnya menceritakan tentang asal usul nama katinden, logo kopi katinden, dan kualitas kopi yang dipakai.

Hal tersebut membuat UMKM Kopi Katinden semakin dikenal, tidak hanya produk yang dijual tetapi asal usul nama atau sejarah dari Kopi Katinden. Selain membantu pembuatan video company profile, juga membuat konten tiktok untuk pemasarannya agar dapat menarik pelanggan. Karena di zaman sekarang media sosial khususnya tiktok merupakan platform yang sangat populer dan gampang dijangkau oleh orang-orang di luar sana. Sehingga UMKM Kopi Katinden tidak hanya terkenal di daerah sekitar khususnya Desa Ketindan, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang saja. Tetapi, masyarakat di luar sana juga akan mengenal UMKM Kopi Katinden. Hal tersebut membuat UMKM Kopi Katinden terkenal dan membuka peluang untuk mendapatkan konsumen yang banyak.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selain Kopi Katinden, ada juga yang memerlukan bantuan untuk dilakukan pemberdayaan ekonomi yaitu UMKM Istana Jahe. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Istana Jahe adalah berbagai macam olahan rempah-rempah mulai dari jahe putih, jahe merah temulawak, kunyit putih, dan kunyit kuning. Setelah melakukan observasi dapat mengetahui bahwa kebutuhan yang diinginkan oleh pemilik UMKM Istana Jahe adalah memiliki desain kemasan yang kurang menarik. Maka dari itu, untuk pemberdayaan ekonomi dapat membantu dalam membuat desain kemasan yang lebih menarik dan modern.

Membuat desain kemasan yang menarik dan modern memiliki berbagai kelebihan yang dapat memberikan dampak positif pada produk dan bisnis secara keseluruhan. Desain kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen, tampilan yang modern dapat menciptakan kesan yang positif dan menarik bagi konsumen yang memperhatikan nilai dari kemasan. Karena yang dilihat pertama kali oleh konsumen adalah kemasan dari produk yang akan dibeli, Jika memiliki desain kemasan yang menarik konsumen akan penasaran dengan produk yang dijual dan konsumen akan membelinya karena memiliki desain yang menarik dan penasaran dengan produknya.



SIMPULAN

Tujuan utama dari kegiatan magang pemberdayaan masyarakat adalah memberikan pengalaman dalam konteks pekerjaan yang berfokus pada upaya pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kapasitas masyarakat dalam mengelola, mengembangkan, dan mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Dengan melakukan observasi wawancara dapat mengevaluasi data wawancara dari 17 UMKM dengan mengidentifikasi UMKM yang perlu diintervensi. Dari 17 UMKM yang telah di observasi terdapat 2 UMKM yang membutuhkan bantuan yaitu UMKM Kopi Katinden dan UMKM Istana Jahe. Setelah melakukan observasi dapat mengetahui bahwa kebutuhan yang diinginkan oleh pemilik UMKM Kopi Katinden adalah marketing dan tim kreator. Maka dari itu, untuk pemberdayaan ekonomi dapat membantu dalam digital marketing mulai dari pembuatan video company profile. Sedangkan pemberdayaan pada UMKM Istana Jahe adalah membantu membuat desain kemasan yang menarik dan modern karena memiliki berbagai kelebihan yang dapat memberikan dampak positif pada produk dan bisnis secara keseluruhan. Desain kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen, tampilan yang modern dapat menciptakan kesan yang positif dan menarik bagi konsumen yang memperhatikan nilai dari kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifqi, M. M. (2019). Konsep Empowerment Sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi Islam (Telaah Kritis Pemikiran Ibnu Khaldun dan Umer Chapra). *Al-Tijary*, 4(2), 125–138.
- Fatine, S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kota Dibidang Ekonomi Melalui UMKM Ladu Arai Pinang Di Lubuk Buaya Kota Padang. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 1(2), 78-83.
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2). <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/2987/1380>
- Waruwu, L. M. (2019). Strategi Public Relations Pt Sinar Surya Sehati Dalam Eksternal Relations. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/21876>