



OPTIMALISASI PENJUALAN DAN PEMASARAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SERTA PELATIHAN KEWIRUSAHAAN GUNA MEMBANGKITKAN EKONOMI MASYARAKAT

Dwi Yulianda Putri

*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : dwiyuliandaput@gmail.com*

Abstrak

Dalam rangka Optimalisasi penjualan dan pemasaran UMKM untuk meningkatkan penjualan produk serta pelatihan kewirausahaan guna membangkitkan ekonomi masyarakat Desa Hulaan Rt 09 Rw 04 Kec.Mengnti Kab.Gresik. Pada kesempatan ini, Mahasiswa Pengabdian Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bermaksud membantu usaha tersebut dengan pemberian pengertian dan pemahaman bagi penjual untuk menerapkan penjualan online serta bagaimana promosi melalui digital online. Kegiatan ini juga membantu untuk re-branding logo dan kemasan produk, membuat produk dengan varian baru. Sedangkan untuk masyarakat, mahasiswa Pengabdian Masyarakat ingin membantu untuk membangkitkan ekonomi selama pandemic covid 19 saat ini yaitu memberikan pelatihan kewirausahaan membuat produk yang bernilai jual. Kegiatan ini sangat membutuhkan saran dan dukungan moril dan materil dari semua lapisan masyarakat, dan instansi terkait dalam mewujudkan kegiatan ini sesuai dengan dana yang telah disetujui.

Kata Kunci : *Penjualan online, Promosi, Produk, Pengabdian Masyarakat, UNTAG*

PENDAHULUAN

Hampir seluruh negara di dunia sedang terpuruk dilanda pandemi Virus Corona. Pandemi Virus Corona bukan hanya sekedar menyerang kesehatan, virus yang dikenal sebagai Covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Banyak sekali perusahaan yang pendapatannya menurun hingga gulung tikar akibat pandemi Covid-19. Akhir Juni 2021 di Indonesia mengalami lonjakan jumlah penderita Covid-19 di berbagai penjuru daerah. Masuknya varian delta dari India ke Indonesia memperparah peningkatan jumlah penduduk terinfeksi covid. Lalu pemerintah menetapkan pada awal Juli lalu sebuah kebijakan untuk menekan laju penderita Covid. Kebijakan tersebut adalah PPKM Darurat Skala Mikro atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat Skala Mikro. Kebijakan ini mempunyai dua dampak di dalam penerapannya. Pertama adalah dampak kesehatan masyarakat, berupa menurunnya laju penyebaran virus. Dan kedua dampak ekonomi, berupa menurunnya mobilitas masyarakat yang secara langsung berdampak pada perekonomian di skala kecil. Tentu dampak PPKM terhadap perekonomian sangat dirasakan oleh pelaku bisnis di tingkat mikro atau bisnis kecil dan banyaknya para pekerja pabrik yang pendapatannya menurun dan membuat perusahaan memotong gaji para pekerja pabrik sampai dengan pemutusan hubungan kerja (PHK) kepada pegawai.

Penyebaran pandemi yang begitu masif di Indonesia membuat UMKM harus bertahan di tengah wabah yang juga menurunkan pendapatan masyarakat bahkan sampai dengan pemutusan hubungan kerja (PHK) kepada pegawai. Menurunnya pendapatan itu mengakibatkan UMKM juga ikut menurun omsetnya. Di tengah situas itulah UMKM



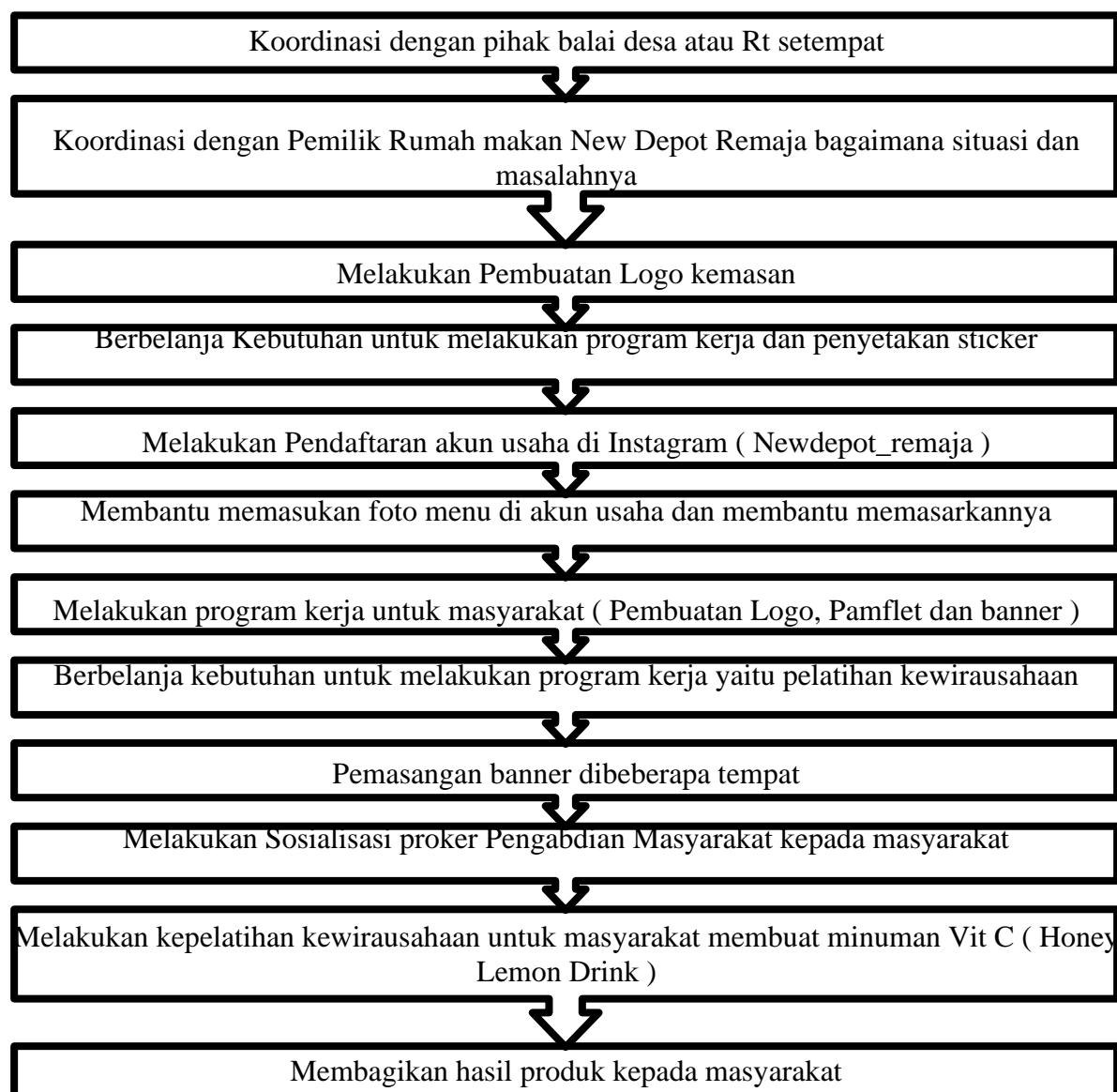
berusaha untuk bertahan. Naiknya kasus belakangan ini membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan PPKM yang semakin mempersulit usaha mikro kecil menengah. PPKM mungkin berdampak positif bagi kesehatan masyarakat, tapi dampak negatif PPKM juga berimbang pada ekonomi mikro termasuk UMKM. Bahkan menurut Kata Data, omset bisnis kecil saat PPKM Mikro adalah mengalami penurunan hingga 60%. Tentu menurunnya omset itu bukan salah satu dampak saja. Tetapi itu menjadi muara dari beberapa dampak lain dari pengaruh PPKM terhadap UMKM.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka bagaimana agar kegiatan usaha khususnya UMKM dan masyarakat agar bisa membangkitkan ekonomi seperti semula. di Desa Hulaan Rt.09 Rw.04 Kec.Menganti Kab.Gresik agar tetap menghasilkan nilai ekonomi ditengah kondisi pandemi COVID-19. Untuk itu dalam mempertahankan ekonomi UMKM dan membangkitkan ekonomi masyarakat yang ada di Desa Desa Hulaan Rt.09 Rw.04 Kec.Menganti Kab.Gresik perlu menjadi perhatian penting ditengah gejolak dunia usaha akibat wabah COVID-19 yaitu mengembangkan strategi pemasaran dengan cara penggunaan media jejaring sosial sebagai media pemasaran, dimana pemanfaatan ini menjadi potensi yang menjanjikan dan juga memperbarui kemasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, Selain itu Melakukan Program pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat juga bisa membantu agar masyarakat bisa membangkitkan ekonominya untuk berjualan produk yang sangat bermanfaat dimasa pandemic covid 19 seperti ini.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di RT 09/RW 04 Desa Hulaan, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik, Jawa Timur, yang dalam pelaksanaanya terdiri dari mahasiswa program Pengabdian Masyarakat mandiri dan dilaksanakan pada bulan Desember 2021. Pelaksanaan kegiatan ini terdapat 2 Program kerja yaitu yang pertama ditujukan untuk mitra yaitu salah satu UMKM Rumah makan New depot remaja milik pelaku bisnis yaitu bapak Bendi, yang bertempat di RT 09/RW 04 Desa Hulaan, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik Dan yang kedua yaitu untuk ibu – ibu rumah tangga atau masyarakat yang terkena PHK akibat pandemic covid 19 ini.

Untuk Rumah makan new depot remaja ini merupakan usaha mikro yang bergerak dalam bidang produksi makanan dan minuman. Pemilik usaha ini adalah bapak Bendi, dimana keberadaan usaha ini berfokus pada penjualan mie ayam dan beberapa minuman. Untuk program kerja kedua ini yaitu pembuatan minuman Vit C yang sangat cocok dikonsumsi pada saat pandemic seperti ini, karena minuman ini memiliki banyak sekali khasiat dan tentunya memiliki daya jual yang sangat tinggi. Terdapat 12 tahap rencana kerja dalam kegiatan pengabdian ini Yaitu :



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum melakukan Program kerja mahasiswa melakukan koordinasi terlebih dahulu ke balai desa atau rt setempat, supaya pihak desa mengetahui adanya Pengabdian Masyarakat di desa Hulaan Rt 09 Rw 04, Kec.Menganti Kab.Gresik dan terdapat masalah apa yang terjadi didesa ini. Setelah menemukan beberapa masalah, mahasiswa pun menganalisis program apa yang harus dilakukan. Terdapat 2 program kerja yaitu membantu UMKM tersebut dengan pemberian pengertian dan pemahaman bagi penjual untuk menerapkan penjualan online serta bagaimana promosi melalui digital online. Kegiatan ini juga membantu untuk re-branding logo dan kemasan produk, membuat produk dengan varian baru. Sedangkan untuk masyarakat, mahasiswa Pengabdian Masyarakat ingin membantu untuk membangkitkan ekonomi selama pandemic covid 19 saat ini yaitu memberikan pelatihan kewirausahaan membuat produk yang bernilai jual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada UMKM yaitu terdapat 3 tahap, yang pertama melakukan koordinasi atau analisis situasi di rumah makan tersebut, yang kedua melakukan pembuatan logo untuk rumah makan tersebut supaya bisa lebih dikenal masyarakat, yang ketiga yaitu pelatihan pemanfaatan digital marketing dan pelatihan foto produk

Sedangkan, unruk program kerja untuk masyarakat memiliki 2 tahap yaitu yang pertama pembuatan logo, pamflet dan banner dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan dan pemasangan banner di beebrapa tempat, ketiga yaitu melakukan pelatihan kewirausahaan membuat minuman Vit C (Honey Lemon Drink) dan keesokan harinya membagikan minuman tersebut kepada masyarakat dan menjelaskan juga apa saja khasiatnya.

1. Kegiatan Wawancara dan Analisis situasi

Berdasarkan hasil wawancara dan berkunjung langsung ke tempat mitra, diperoleh informasi bahwa konsumen menurun semenjak Adanya Pandemi Covid-19 ini. Hal ini dikarenakan kurang akses konsumen untuk membeli produk oleh mitra, sementara selama ini pemasaran hanya dilakukan dengan berjualan di Rumah Makan saja. Hasil analisis situasi yang dilakukan, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu pemasaran produk hanya dilakukan melalui berita dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan teknologi internet, sehingga kurang maksimal menjangkau konsumen. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah melalui pelatihan pemanfaataan digital marketing untuk mengetahui teknik-teknik memanfaatkan teknologi internet dan media elektronik untuk memperluas pemasaran suatu produk atau brand dan meningkatkan pendapatan mitra melalui digital marketing dengan memanfaatkan media jejaring sosial Instagram, dapat dilihat dari **Gambar 2.**



2. Pembuatan Logo Untuk Mitra

Branding menjadi cerminan brand suatu perusahaan. Itu sebabnya peran logo sangat penting untuk mendukung kemajuan suatu bisnis atau perusahaan. Logo ibarat sebuah magnet yang bisa menarik semua benda-benda yang berada di sekitarnya. Dalam kegiatan branding, maka logo berperan penting untuk mencerminkan kualitas jasa atau produk yang dipasarkan. Salah satu cara membangun brand perusahaan yaitu dengan menciptakan logo yang berkualitas. Karena logo merupakan sebuah representasi visual yang akan membuat produk Anda menjadi lebih unik dan menarik. Dalam bidang



pemasaran, logo berfungsi untuk memperkuat iklan dalam pengenalan produk kepada masyarakat. Manfaat banner memang sangat banyak, salah satu manfaat bagi para pelaku usaha sebagai media promosi untuk toko dan untuk usaha agar orang bisa melirik usaha kita. Hasil Pembuatan logo usaha dan logo pengenalan usaha terlihat pada Gambar 3.



3. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dan Pelatihan Foto Produk

Pelatihan pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan instagram sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali dalam di bulan Desember 2021. Mahasiswa menyampaikan pada saat pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk adalah bagaimana Langkah-langkah mendaftar instagram serta fitur-fiturnya, cara memasukan foto produk. Kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini yaitu mempelajari sosial media. Instruktur memperkenalkan sosial media instagram. Lalu untuk Fotografi produk sudah pasti akan mewakili brand produk. Terlebih didukung kualitas fotografi yang baik, calon konsumen akan semakin yakin dengan brand produk mitra. Jika calon konsumen sudah merasa yakin dengan brand produk, peluang mereka untuk membeli produk sangat besar. Hasil pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran digital berupa akun instagram dan foto produk yang terlihat pada Gambar 4.





4. Pembuatan Logo, Pamflet Dan Banner Serta Melakukan Sosialisasi Kepada Masyarakat

Pembuatan logo, Pamflet dan Banner sangat penting untuk melancarkan berjalannya pengabdian masyarakat ini, mahasiswa mengajak masyarakat untuk melakukan pelatihan kewirausahaan untuk meningkatkan ekonominya yang menurun akibat pandemic covid 19 ini. Jadi, untuk logo berperan penting untuk mencerminkan kualitas jasa atau produk yang akan dipasarkan. Salah satu cara membangun brand yaitu dengan menciptakan logo yang berkualitas. Karena logo merupakan sebuah representasi visual yang akan membuat produk. Untuk pamflet sendiri bertujuan untuk disosialisasikan untuk masyarakat supaya ikut serta dalam pelaksanaan pelatihan tersebut, Dan untuk banner supaya masyarakat bisa lebih mengerti bahwa telah ada pelatihan kewirausahaan dari mahasiswa pengabdian masyarakat, Dapat dilihat dari **Gambar 5.**



5. Pelatihan Kewirausahaan Membuat Minuman Vit C (Honey Lemon Drink) Serta Membagikannya

Pelatihan Kewirausahaan dilakukan dirumah mahasiswa sendiri dan diikuti oleh masyarakat khususnya Ibu – ibu rumah tangga, dimana masyarakat dengan antusiasnya mengikuti pelatihan kewirausahaan yaitu membuat minuman Vit C yang akan memiliki nilai jual. Disana mahasiswa mulai mengajari masyarakat bagaimana cara membuatnya, dari yang memotong lemon, jeruk memasukkan madu ke botol dan masih banyak lagi dilakukannya sampai selesai. Selain itu mahasiswa juga memberi informasi kepada masyarakat khasiat – khasiat apa saja yang ada didalam minuman tersebut. Ternyata dalam Pengetahuan dan pemahaman mitra tentang kewirausahaan masih sangat rendah baik itu dalam hal semangat berwirausaha dan konsep-konsep berwirausaha maupun dalam hal manajemen usaha, legalitas usaha dan perencanaan usaha. Setelah melakukan pelatihan kewirausahaan keesokan harinya mahasiswa membagikan minuman – minuman tersebut pada masyarakat Desa Hulaan Rt 09 Rw 04, Kecamatan Menganti,

Kabupaten Gresik. Dapat dilihat dari **Gambar 6.**



SIMPULAN

Pengabdian Masyarakat merupakan wujud dari pengabdian pada masyarakat untuk pemberdayaan potensi di Desa Hulaan Rt 09 Rw 04, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik, dengan tema “**OPTIMALISASI PENJUALAN DAN PEMASARAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SERTA PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN GUNA MEMBANGKITKAN EKONOMI MASYARAKAT**“.

Saat ini industri sedang mengalami perubahan ke arah digital karena adanya revolusi teknologi informasi yang mengakibatkan pemasaran dari sebuah usaha berubah yang pada mulanya masih berbentuk tradisional dan konvensional menjadi digital, pemasaran secara digital atau yang biasa disebut digital marketing bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM agar bisa mendapatkan konsumen yang lebih luas lagi dan mempermudah penjualan produk mereka. Dengan begitu pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini mendorong pelaku usaha agar bisa tetap beraktifitas secara digital dengan membantu digital marketing pada Rumah Makan New Depot Remaja di Desa Hulaan Rt 09 Rw 04, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik. Kegiatan yang mahasiswa lakukan untuk mengembangkan strategi marketing UMKM “New Depot Remaja” adalah yang pertama melakukan koordinasi atau analisis situasi di rumah makan tersebut, yang kedua melakukan pembuatan logo untuk rumah makan tersebut supaya bisa lebih dikenal masyarakat, yang ketiga yaitu pelatihan pemanfaatan digital marketing dan pelatihan foto produk

Rekomendasi dalam artikel ini adalah Rumah Makan New Depot Remaja harus mendapatkan bantuan dalam memfokuskan pada revolusi industri komunikasi sehingga penjualan online bisa menjangkau konsumen lebih luas dan banyak, terlebih lagi dengan adanya pandemi COVID-19 yang berlangsung membuat pengguna internet meningkat dari sebelumnya, sehingga dalam momen ini setelah kami membantu “New Depot Remaja” dalam digital marketing-nya alangkah lebih baik.

Untuk program kerja kedua yaitu Pelatihan Kewirausahaan membuat minuman Vit C yaitu (Honey Lemon Drink), Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dalam pengabdian pada masyarakat ini diperoleh kesimpulan bahwa untuk meningkatkan perekonomian di tengah pandemi diperlukan wirausaha. Sosialisasi pemberdayaan



kewirausahaan menimbulkan kesadaran serta jiwa kewirausahaan pada diri masyarakat Desa Hulaan di masa pandemi saat ini. Pelatihan tersebut diharapkan dapat membuka peluang bagi masyarakat menjadi pelaku UMKM sehingga dapat membantu pendapatan keluarga. Pelatihan juga diharapkan menjadi modal dan inspirasi bagi Ibu -Ibu atau masyarakat yang terdampak pandemi untuk dapat memproduksi minuman yang enak bisa sehat dengan bahan yang sederhana dan Semoga melalui pelatihan ini keluarga yang dibantu terus berinovasi dengan skill baru yang diterima dan berkembang menuju hidup yang semakin baik ke depannya

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mendanai dan memfasilitasi Pengabdian Masyarakat UNTAG 2021. Kepada Bapak Bendi selaku pelaku usaha dan masyarakat Desa Hulaan Rt 09 Rw 04, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian dengan baik dan lancar, serta kepada pihak yang memberikan gagasan, saran, masukan serta pandangan terhadap penyusunan artikel pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Naswandi Nur , Listiyani Lia Wijayanti. 2020. “*Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk*”. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2020 Universitas Muhammadiyah Jakarta, 7 Oktober 2020, Universitas Muhammadiyah Jakarta, hal 4.
<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>

Centurion Chandratama Priyatna, F.X Ari Agung Prastowo dan Fajar Syuderajat. 2020.” *DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung)*”. Universitas Padjadjaran.

Nicholson, L. (2020). Creative Digital Marketing Strategies for The Retail Sector That Really Work. Retrieved February 25, 2020, from <https://www.hitsearchlimited.com/news/creative-digital-marketing-strategies-for-theretail-sector-that-really-work>

Admin web. 2021.”Manajemen Konflik, Tipe, Strategi, dan Fungsinya dalam Bisnis”. Universitas Medan Area. 29 September 2021.
<http://manajemen.uma.ac.id/2021/09/manajemen-konflik-tipe-strategi-dan-fungsinya-dalam-bisnis/>

dream box. 2020.” Peran dan Peran dan Pentingnya Logo dalam Membangun Brand”
<https://www.dreambox.id/blog/peran-pentingnya-logo-membangun-brand/>

Admin web. 2021.” Pengaruh PPKM Terhadap UMKM dan Strategi Bertahan Saat Pandemi”. Universitas Medan Area. 1 Oktober 2021.
<http://manajemen.uma.ac.id/2021/10/pengaruh-ppkm-terhadap-umkm-dan-strategi-bertahan-saat-pandemi/>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. Januari, 2022(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>