

## Optimalisasi UMKM Nasi Padang Takana Juo di Desa Sambisari Kelurahan Lontar Kota Surabaya

**Lailatul Hikmah**

*Universitas 17 Agustus 1945,*

[lthhkmh@gmail.com](mailto:lthhkmh@gmail.com)

**Dida Ramadanik**

*Universitas 17 Agustus 1945,*

[Didarahma@untag-sby.ac.id](mailto:Didarahma@untag-sby.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor restrksi (hambatan) dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya. Objek penelitian adalah mitra Masakan Padang yang terletak di Jalan Sambisari Kelurahan Lontar Kecamatan Sambikerep Kota Surabaya. Dengan adanya program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas 17 Agustus 1945 ini mempunyai tujuan untuk memajukan UMKM masyarakat sesuai dengan domisili mahasiswa. Target khusus dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap pengolahan produk, cara branding produk, membuat logo agar masyarakat menarik untuk membeli produk, serta strategi pemasaran produk yang baik dan benar, sehingga diharapkan kualitas, kemasan, harga mampu bersaing dan perluasan saluran distribusi melalui media sosial. Hal ini tentunya mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat pelaku UMKM. Hasil yang didapatkan setelah adanya KKN Universitas 17 Agustus 1945 ini adalah pendampingan digitalisasi produk, memperbarui kemasan serta menambahkan logo pada produk, dan berhasil melakukan promosi melalui media sosial instagram dan gofood (gojek).

Kata kunci: Kuliah Kerja Nyata (KKN), UMKM, Produk

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro Kecil Menangah merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro.

Kuliah Kerja Nyata ( KKN ) merupakan mata kuliah intra kurikuler yang diselenggarakan oleh akademik di seluruh perguruan tinggi yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan wawasan mahasiswa sebagai bekal hidup di masyarakat setelah lulus studi.

Lama waktu pelaksanaan KKN di Universitas 17 agustus 1945 adalah sekitar dua bulan. Pelaksanaan KKN di samping dilakukan secara reguler, juga dilaksanakan melalui program khusus sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada pada masyarakat. Kegiatan mahasiswa KKN dilakukan dengan proses pendampingan dan kontrol oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) secara terprogram.

Para pelaku UMKM di Desa Sambisari Kelurahan Lontar, berperan dalam beberapa seperti penjual makanan, penjahit, pabrik kerupuk,dll. Meski sebelumnya mereka telah berjalan dengan cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap seperti penduduk sekitar rumah mitra dan hanya melalui media whatshapp pribadi.. Kondisi mitra sebagai kegiatan KKN ini yaitu salah satu produk UMKM di Desa Sambisari Kelurahan Lontar sendiri dapat dijelaskan ke dalam dua aspek kebutuhan dari mereka, yaitu minimnya pengetahuan khususnya dalam bidang dunia digital dirasa masih kurang, mereka lebih mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti.

Selain kurangnya pengetahuan dunia digital, juga kurang kreatif dalam memanfaatkan peralatan digital, seperti handphone dan juga media sosial, juga kurangnya manajemen pengolahan khususnya dibidang promosi. Belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana dimasa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, diamana masa serba online.

Para pelaku UMKM di Desa Sambisari, sendiri beberapa telah memiliki handphone dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreativitas membuat video promosi untuk media sosial. Namun sangat disayangkan hal tersebut kurang dimanfaatkan untuk menarik dan menambah pelanggan.

### **Metode**

Kerja Nyata (KKN) berlangsung selama 12 hari. Kegiatan ini dimulai dari tanggal 30 April 2022 sampai 12 Juni 2022 dengan kegiatan yaitu penerjunan sesuai domisili mahasiswa dan melakukan pendampingan kepada mitra UMKM.

Kegiatan yang dilakukan antara lain :

1. Pada tanggal 15 Mei 2022, penulis menemui sasaran untuk memberikan informasi dan melakukan pendampingan digitalisasi umkm.
2. Pada tanggal 16 Mei 2022, penulis melakukan pendampingan pembuatan logo.
3. Pada tanggal 21 Mei 2022, penulis mencetak logo branding produk umkm.
4. Pada tanggal 22 Mei 2022, penulis melakukan survei ke beberapa toko kemasan.
5. Pada tanggal 23 Mei 2022, penulis melakukan foto produk untuk kebutuhan mendaftar media online.
6. Pada tanggal 24 Mei 2022, penulis melakukan pengeditan foto produk untuk menambah tampilan produk.
7. Pada tanggal 25 Mei 2022, penulis melakukan pengeditan logo.
8. Pada tanggal 26 Mei 2022, penulis melakukan cetak benner dan melakukan pemasangan.
9. Pada tanggal 27 Mei 2022, penulis melakukan pendampingan data untuk pendaftaran media online (gojek).
10. Pada tanggal 28 Mei 2022, penulis melakukan pendampingan pembuatan media sosial lain (instagram).
11. Pada tanggal 29 Mei 2022, penulis melakukan pendampingan mengoperasikan pemasaran.
12. Pada tanggal 30 Mei 2022, penulis melakukan pendampingan pemasaran dan memberikan informasi penggunaan aplikasi dana sebagai e-money.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan secara online di domisili masing-masing mahasiswa hanya membuat kegiatan yang berlangsung cepat selama 12 hari dalam jangka waktu 2 bulan. Mulai dari mencari potensi kuliner apa yang dapat di minati masyarakat sekitar desa sampai dengan pengolahan dan pemasaran produk hasil potensi yang ada di desa tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Dengan era digitalisasi seperti sekarang ini banyak warga yang belum mengenal market place, salah satunya UMKM. Maka dari itu, penulis merancang program kerja yang bertema digitalisasi marketing dan kewirausahaan guna mendorong kreatifitas warga agar dapat bangkit dan menghadapi kondisi pandemi ini.

Tujuan dari program kerja yang dilakukan penulis akan memberikan pengetahuan dan pendampingan kepada sasaran supaya dapat menjalankan kegiatan selama 12 hari dengan melaksanakan program kerja setiap minggunya mulai dari pengenalan potensi, cara mengelola, dan cara memasarkan produk menggunakan digital marketing. Penulis dan sasaran akan menjalankan program dengan membuat masakan padang yang sudah dijual oleh sasaran kemudian melakukan beberapa perubahan pada tampilan, packaging, membuat logo produk, dan mendaftarkan ke media sosial.



*Gambar 1 Sosialisasi Kerjasama Mitra*

Setelah mengetahui permasalahan yang dialami Bu Sukarni, menurut penulis sasaran kurang mengkreasikan produk tersebut sehingga kurang diminati oleh masyarakat. Jadi penulis melakukan inovasi pada produk masakan padang dengan menarik dan mempromosikannya melalui digitalisasi marketing.



*Gambar 2 Mencetak Branding Produk Mitra*

Kemudian penulis mencetak stiker logo. Stiker dapat memberikan informasi singkat untuk konsumen. Seperti memberikan informasi produk secara singkat. Mitra dapat memberikan informasi seperti detail kontak, harga, dan detail produk.



*Gambar 3 Foto Produk Mitra*

Setelah itu penulis melakukan foto produk. Guna foto produk, mitra dapat memberikan kesan bahwa brand tersebut adalah brand yang kredibel, profesional, dan juga berbeda dari para pesaing. Selain itu, foto produk juga mampu membangun identitas brand dan juga menciptakan hubungan baik dalam jangka waktu yang panjang dengan para konsumen.



*Gambar 4 Pendampingan Digitalisasi Marketing*

Penulis melakukan pendampingan digitalisasi marketing. Dikarenakan digital marketing bisa menjangkau lebih banyak sasaran customer, karena akses digital marketing bisa menjangkau semua wilayah yang terkoneksi dengan internet. Maka hal ini nantinya juga akan berdampak pada meningkatnya penjualan mitra sasaran.

### **Kesimpulan**

Hasil setelah melakukan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas 17 Agustus 1945 yang diterapkan pada UMKM milik Bu Sukarni berjalan dengan lancar walaupun terdapat beberapa kendala tetapi dapat diatasi dengan baik. Perubahan yang terjadi setelah diadakannya KKN pada UMKM milik Bu Sukarni ini adalah pemilik dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran sehingga pendapatan dapat meningkat.

Pada awalnya Bu Sukarni ini hanya melakukan promosi secara offline yaitu hanya akan membuat masakan jika ada pesanan orang sekitar rumah dan melalui aplikasi whatsapp. Pendapatan yang didapatkan oleh Bu Sukarni juga ten tunya bertambah, selama melakukan promosi yang dilakukan telah mendapatkan 3 orderan dengan jumlah 7 box

### Saran

Dengan adanya digitalisasi marketing pada era sekarang diharapkan sasaran dapat memanfaatkan dengan baik dikarenakan akses yang mudah dan tidak dipungut biaya untuk pendaftaran.

### Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas kehadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga artikel Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Jalan Sambisari Kelurahan Lontar Kecamatan Sambikerep Kota Surabaya dapat terselesaikan sesuai dengan yang direncanakan. Artikel ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah KKN yang ada dalam kurikulum wajib tempuh Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya di semester VI.

Penulis berharap semoga artikel ini dapat memberikan manfaat. Selain itu, dapat pula memperkaya ilmu pengetahuan dengan mengetahui sedikit banyak tentang UMKM di daerah sekitar rumah penulis. Studi Lapangan dan Artikel ini dapat terselesaikan bukan hanya dari kemampuan penulis saja, melainkan atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. LPPM selaku penyelenggaran mata Kuliah Kerja Nyata (KKN)
2. Bu Dida Ramadani selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan nasehat, serta selalu memantau dalam setiap kegiatan Studi Lapangan.
3. Bu Sukarni selaku mitra UMKM yang telah memberi tempat untuk melaksanakan kegiatan KKN
4. Adik saya Rofiqul Azis yang bersedia dokumentasi seluruh kegiatan KKN yang sedang saya lakukan.
5. Rifza Dwi Pramoedya selaku teman baik saya yang telah memberikan informasi terkait branding produk hingga cara memasarkan produk melalui market place.

### Daftar Pustaka

- Andriawan, A. H. (2020). Edukasi Tanggap Bencana Pada Masyarakat Di Desa Slahung Kabupaten Ponorogo. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 48-58.
- Indah Noviandari, Bramastyo Kusumo , Syafi'i Syafi'i , SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SECARA ONLINE OFFLINE KEPADA MASYARAKAT DESA SEKETI, BALONGBENDO, SIDOARJO , <http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/jpm17> , publik 02 Januari 2021.
- Yulinda Ismail, S.Pd., M.Si, Dr. Yanti Aneta, S.Pd., M.Si, Valentina Monoarfa, SE., ME , 2020. PENGUATAN MANAJEMEN USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA SOGU KECAMATAN MONANO KABUPATEN GORONTALO UTARA, <https://repository.ung.ac.id/get/singa/1/2685/KKN-TEMATIK-Penguatan-Manajemen-Usaha-dan-Strategi-Pemasaran-pada-Usaha-Mikro-Kecil-dan-Menengah-UMKM-Kabupaten-Gorontalo-Utara.pdf> , diunduh 9 Juni 2022.