

Pembinaan & Pendampingan Kegiatan Kewirausahaan Mitra UMKM Toko Minyak Wangi

Muhammad Yasin Lukman Martak

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

muhammadmartakk@gmail.com

Abstrak

Pada era digital seperti sekarang, semua kegiatan pekerjaan manusia memerlukan kemajuan dan perkembangan dalam era digital. Terutama dalam sektor industri ekonomi dan bisnis. Hal ini karena dengan social media kegiatan promosi semakin mudah dan jangkauannya lebih luas, maka dari itu kesempatan untuk menggunakan kecanggihan teknologi di era digital ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh para pelaku bisnis khususnya para pelaku kegiatan UMKM yang ada di Indonesia yang harus lebih memaksimalkan kegiatan promosi secara online dari pada secara offline. Sehingga penjualan UMKM dapat lebih meningkat dan bisa lebih bersaing dengan kompetitor sejenis lainnya.

Kata kunci: Digital, UMKM, social media

Pendahuluan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sudah menjadi aktivitas Pendidikan kampus dan pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat. Program pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat ini dilakukan secara sukarelawan oleh tiap Mahasiswa di domisili masing – masing. Program KKN ini merupakan bentuk Pendidikan antara dosen dan Mahasiswanya agar dapat membantu memberikan edukasi dan pembelajaran kepada Mahasiswa untuk meningkatkan kualitas diri sebagai seseorang yang akan mendapat gelar sarjanah. Dengan cara ini Mahasiswa terlibat langsung dan berperan serta membantu Masyarakat di lokasi pengabdian Mahasiswa untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha UMKM dari mitra agar dapat lebih berkembang dan bisa bersaing dengan kompetitor sejenis. Mahasiswa dan Masyarakat terlibat secara langsung untuk melakukan kegiatan sosialisasi kepada Masyarakat yang bertujuan untuk membina dan mengedukasi Masyarakat dalam pengembangan UMKM di era digital marketing ini melalui social media. Era digital membuka peluang yang lebih besar bagi UMKM. Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat terbantu oleh teknologi internet (Suliswanto & Rofik, 2019). Internet memungkinkan UMKM untuk tumbuh lebih cepat dan memperluas pasar mereka (Manyika & Roxburgh, 2011).

Keberadaan marketplace, media sosial dan pembangun situs web yang dapat diakses menjadi kekuatan pendorong bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka, terutama dalam hal pemasaran produk (Bell & Loane, 2013; Suliswanto & Rofik, 2019). Contoh kasus keberhasilan manajemen pemasaran UMKM dalam era digital adalah UMKM di Provinsi Jawa Timur. Menunjukkan Provinsi Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang memiliki UMKM yang besar, diperkirakan sekitar enam juta UMKM dan 11 juta pekerja bergerak di sektor ini. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 80 persen UMKM di Jawa Timur telah melakukan pemasaran berbasis online (Suliswanto & Rofik 2019). Ini menyiratkan bahwa mendorong UMKM untuk berkembang di era digital dan tetap sukses beroperasi di tengah situasi pandemi (Kemala, 2021). Bagi UMKM, internet akan mengurangi biaya promosi dan sekaligus memperbesar jangkauan pasar, namun sebagian besar UMKM belum

mengoptimalkan besarnya potensi pemasaran berbasis digital melalui internet (Suliswanto & Rofik, 2019). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi hanya 8 persen atau sekitar 3,79 juta UMKM dari total 59,2 juta UMKM nasional yang memanfaatkan internet untuk pemasaran digital (Yuliani, 2017).

Oleh karena itu berdasarkan analisa saya pada saat melaksanakan kegiatan KKN ada beberapa kendala atau ketidak pahaman mitra, yaitu kurangnya pemahaman tentang bagaimana menjalankan manajemen usaha dan bagaimana cara promosi produk di era digital marketing ini melalui social media. Dari situ saya tergerak untuk mengedukasi dan membina mitra UMKM dalam menjalankan usaha, mulai dari bagaimana cara mengolah usaha dari segi manajemen keuangan hingga mengedukasi tentang era digital marketing kepada mitra UMKM sehingga bisa melakukan promosi produk melalui social media.

Metode

Berikut metode pelaksanaan saya selama kegiatan KKN :

1. Survei
2. Koordinasi dengan mitra UMKM
3. Persetujuan dari mitra UMKM
4. Menemukan pokok masalah
5. Mencari ide yang tepat
6. Pelaksanaan
7. Laporan akhir kepada Dosen Pembimbing Lapangan

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Analisa saya mengenai usaha UMKM mitra yang bertempat di Jl. Teluk Aru Utara I Surabaya, dengan menggunakan metode observasi dan wawancara terhadap mitra UMKM, bahwa mitra masih banyak hal yang tidak diketahui tentang bagaimana menjalankan sebuah manajemen usaha dan promosi digital melalui social media. Pada saat hari pertama, saya gunakan untuk berdiskusi dengan mitra UMKM tentang apa saja yang menjadi masalah dan hambatan mitra UMKM, sehingga saya dapat menyimpulkan metode apa yang akan saya gunakan. Hari ke dua saya membuatkan dan membawakan kepada mitra atribut promosi yaitu, banner toko dan kemasan produk yang sudah dipasang stiker toko agar tempat usaha dan kemasan produk mitra terlihat lebih menarik. Hari ke tiga saya mengedukasi mitra UMKM bagaimana cara packaging produk agar terlihat lebih menarik dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Hari ke empat dan lima saya berfokus dalam mengedukasi mitra tentang bagaimana cara melakukan pembukuan keuangan usaha, agar tidak terjadi salah perhitungan yang mengakibatkan kerugian. Hari ke enam dan tujuh saya fokus mengedukasi mitra UMKM dalam menjalankan promosi produk melalui media social, agar produk dari mitra dapat lebih dikenal oleh Masyarakat luas. Hari ke delapan dan sembilan saya membantu mitra untuk membersihkan tempat usaha dan membuang barang – barang yang sudah tidak dipakai agar tempat usaha mitra menjadi lebih rapih dan menarik sehingga jika ada pelanggan mereka merasa nyaman berbelanja di toko mitra. Pada hari ke sepuluh, sebelas dan duabelas saya berfokus untuk mengedukasi mitra tentang bagaimana cara melayani pelanggan dengan professional sebagai seorang pedagang, yang bertujuan memberi rasa nyaman dan puas kepada pelanggan terhadap pelayanan yang kita berikan.

Kesimpulan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat saya tarik kesimpulan bahwa masih banyak Masyarakat diantara kita yang membutuhkan bantuan dalam menjalankan usahanya, karena masih kurang faham tentang bagaimana menjalankan suatu usaha dengan benar dan ketidak fahaman tentang menjalankan promosi usaha, tentu itu bukan lah hal yang mudah bagi sebagian pemilik usaha UMKM. Maka dari itu saya disini ingin mengabdikan dan sedikit menyalurkan ilmu saya kepada masyarakat melalui program KKN ini, yang beruntungnya saya dapat disambut dengan senang hati oleh mitra UMKM sehingga mitra dapat memahami bagaimana cara menjalankan usaha dengan manajemen yang benar, sehingga usaha UMKM mitra dapat lebih berkembang dan bisa bersaing dengan competitor lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Saya Muhammad Yasin Lukman Martak selaku Mahasiswa yang melakukan kegiatan pengabdian KKN Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya untuk pengalaman pengabdian kepada masyarakat yang tentu pengalaman berharga tersebut tidak dapat saya lupakan. Semoga kegiatan yang saya lakukan dapat menjadi berkah dan manfaat kedepannya, tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada mitra UMKM yang sudah memberi saya kesempatan dan kepercayaan kepada saya dalam menjalankan program KKN, terima kasih juga kepada orang tua saya yang selama ini selalu mendukung saya dalam segala hal kebaikan. Serta tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan saya yaitu, bapak Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom yang sudah dengan sabar membimbing kegiatan KKN saya hingga selesai. Serta saya selaku Mahasiswa mengucapkan kepada kampus kebanggaan saya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sudah memberi saya kesempatan untuk menjalankan program KKN ini.

Daftar Pustaka

- Bell J & Loane S (2013). 'New-wave' global firms: Web 2.0 and SME internationalisation. In: Tagg S, Stevenson A & Vescovi T (editors), *New Developments in Online Marketing* (pp. 47– 64). Routledge.
- Jatmiko, D., Wahyudi, E., Seputro, H., Andriawan, A. H., Ariyanto, E. A., & Khasanah, U. (2022). Impact of implementation of Nusantara Module Activities Independent Student Exchange Program Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Technium Soc. Sci. J.*, 27, 93.
- Kemala, A. (2021). Lulus kuliah jualan online, UMKM Malang raih omzet puluhan juta per bulan lewat marketplace, 28 Juni 2021, *Tribunnews* [online]. Diambil dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/06/28/lulus-kuliah-jualan-online-umkm-malang-raih-omzet-rp36-juta-per-bulan-lewat-marketplace>. Diakses pada 9 Juli 2021.
- Manyika J & Roxburgh C (2011). The great transformer: The impact of the Internet on economic growth and prosperity. *McKinsey Global Institute*, 360–8581.
- Suliswanto & Rofik M (2019). Digitalization of micro, small & medium Enterprises (MSMEs) in East Java, Indonesia. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* 2(1), 34–43.

Yuliani A (2017). Kemenkop UKM: 3, 79 juta UMKM sudah go online, November 2017, Kominfo [online]. Diambil dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media. Diakses pada 9 Juli 2021.