

Optimalisasi Pelaku UMKM Usaha Kuliner Daerah Banyu Urip di Era New Normal

Rr Ervina Nadila Megawati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

ervinanadila01@gmail.com

Arga Christian Sitohang

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

argasitohang@untag-sby.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung di Indonesia mengharuskan pemerintah untuk menerapkan berbagai kebijakan yang dapat mengurangi jumlah penyebaran virus, angka positif, maupun angka kematian pasien yang terpapar virus Corona dengan varian baru. Fokus kebijakan didasarkan pada pengurangan aktivitas interaksi secara fisik dan sosial, sehingga mendorong diciptakannya anjuran physical and social distancing. Kegiatan ekonomi Indonesia pun terhambat karena Covid-19 yang akhirnya berdampak pada pendapatan Negara. Dampak ekonomi tidak hanya berakibat pada perusahaan bisnis besar saja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang ada di Indonesia memberikan pengaruh yang cukup besar, sehingga di masa pandemi ini banyak dampak negatif yang dirasakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, seperti diatur dalam Peraturan Perundang-Undang No. 20 tahun 2008. Optimalisasi pelaku usaha kuliner di era new normal merupakan tahapan bagi pemerintah maupun masyarakat untuk menyelesaikan masalah ekonomi yang terjadi di segala lapisan masyarakat. Maka dengan memanfaatkan keadaan new normal ini bertujuan untuk mengenalkan lebih dalam terkait teknologi digital sebagai suatu penciptaan inovasi dalam usaha skala rumahan sekaligus memberikan peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk bertransformasi menjadi Usaha Mikro Kecil dan Menengah berbasis digital yang saat ini menjadi sektor perekonomian baru.

Kata kunci: Dampak Covid-19; Digital Marketing; Penciptaan Inovasi; New Normal

Pendahuluan

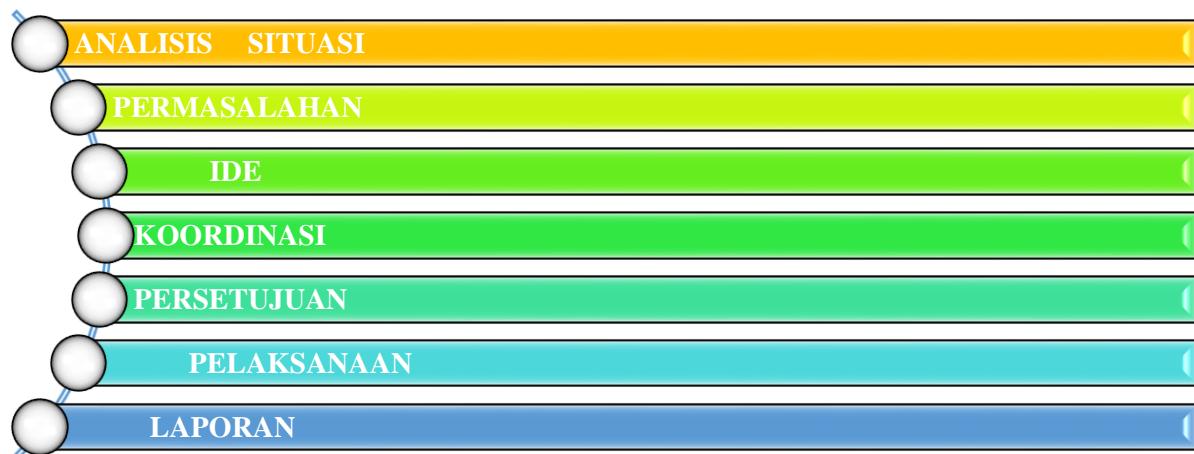
Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada periode yang dilakukan kali ini mendasarkan pada realitas yang ada di dalam masyarakat sekitar Banyu Urip Lor yang belum tersentuhnya dengan perubahan-perubahan modernisasi dalam bidang pemasaran produk UMKM yang lebih berbasis teknologi yang ada dan dijalankan oleh para pelaku usaha lain pada saat ini. Melihat dari realitas itu akhirnya tercetuslah beberapa program kerja yang bertujuan untuk membantu masyarakat sekitar Banyu Urip Lor untuk bisa lebih dikenalkan lagi tentang metode pemasaran produk-produk UMKM mereka yang lebih berbasis teknologi, terutama yang mengandalkan teknologi internet.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang kena dampak cukup besar ketika pandemi Covid-19. Tak sedikit yang gulung tikar, sehingga membuat banyak orang kehilangan banyak pendapatan. Namun, di era New Normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan. Di masa sekarang ini tentunya penggunaan teknologi menjadi solusi yang paling tepat untuk membantu roda perekonomian UMKM tetap berjalan.

Dengan adanya program kerja yang sudah ada dan semuanya mengarah kepada pengembangan masyarakat kami menjalankan program kerja untuk bisa melatih kemampuan para pelaku UMKM agar bisa lebih bisa memasarkan produk mereka yang lebih modern dengan mengandalkan basis teknologi internet yang sudah ada seperti merubah kemasan dan

membuat label kemasan menarik. Dari pelatihan itu diharapkan adanya beberapa perubahan yang nantinya bisa diharapkan masyarakat akan bisa memasarkan produk mereka melalui metode lain yang bisa meningkatkan volume penjualan dan menambah pendapatan mereka sebagai pelaku usaha UMKM dan supaya lebih dikenal di masyarakat luas dengan adanya bantuan metode pemasaran baru yang lebih dikenal luas oleh masyarakat lainnya.

Metode



Kegiatan pengabdian masyarakat akan menganalisis suatu permasalahan yang ada seperti usaha kuliner di Banyu Urip yang memiliki permasalahan dengan penjualan ekonomi yang tidak stabil atau menurunnya ekonomi akibat pandemi COVID-19, ide agar permasalahan tersebut dapat terselesaikan adalah melakukan pemasaran melalui digitalisasi dan membuat inovasi baru seperti karya desain produk agar menarik pelanggan, sebelum pelaksanaan terlaksana mengkoordinasi mitra kkn dengan ketua RT untuk memintai persetujuan dan menjelaskan program kerja selama 12hari kedepannya dimulai setiap hari sabtu - minggu. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan akhir kegiatan pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata (KKN).

Hasil Dan Pembahasan

Kuliah Kerja Nyata yang berjudul "OPTIMALISASI PELAKU UMKM USAHA KULINER DAERAH BANYU URIP DI ERA NEW NORMAL" yang dilaksanakan pada tanggal 30 April 2022 sampai dengan 12 Juni 2022. Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi tentang koordinasi dengan ketua RT terkait pelaksanaan kegiatan KKN yang akan dilakukan, Koordinasi dengan mitra yang memiliki usaha kuliner nasi campur terkait dengan kegiatan apa saja yang akan dilakukan, Pembelian perlengkapan untuk program kerja seperti pembuatan karya desain produk kemasan, desain sepanduk dan perlengkapan bantuan sembako untuk pemilik usaha kuliner nasi campur., Pelaksanaan pembuatan nasi campur bersama mitra dengan metode yang modern yaitu dengan inovasi kemasan beserta label usaha mitra, Membuat buku panduan terkait dengan permasalahan yang dihadapi untuk mitra KKN, Mengenalkan metode penjualan via Whatsapp business dengan pengantar Ojek Online.

Hasil yang dicapai dari program kerja Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan adalah adanya perubahan yang lebih baik dari segi produk mulai dari kemasan dan logo produk

yang sangat menarik pembeli dan terdapat informasi mengenai usaha mitra agar dapat dikenal oleh masyarakat. Hasil selanjutnya adalah sosialisasi mengenai buku panduan yang diberikan mitra dan pendampingan praktik langsung pemasaran produk berdampak positif karena setelah melalui serangkaian kegiatan tersebut penjualan produk meningkat dan jangkauan penjualan semakin meluas.

Kesimpulan

Dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata UNTAG surabaya yang berjudul “OPTIMALISASI PELAKU UMKM USAHA KULINER DAERAH BANYU URIP DI ERA NEW NORMAL” yang bertempatan di Banyu Urip Lor RT.003 RW.007, Kel. Kupang Krajan, Kec. Sawahan, Kota Surabaya. Dilaksanakan selama 12 hari dari tanggal 30 April 2022 hingga 12 Juni 2022 setiap sabtu dan minggu, dapat disimpulkan program kegiatan KKN terlaksana dengan baik dan mitra KKN sangat terbantu dengan diadakannya program kegiatan KKN. Hasil dari kegiatan ini mampu berdampak terhadap peningkatan ekonomi selama pandemi COVID-19 melalui teknologi pemasaran digitalisasi, dari pembuatan inovasi terbaru seperti kemasan produk dan karya desain logo produk lebih menarik dan modern untuk dikenal banyak masyarakat luas.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur saya panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya saya bisa menyelesaikan program KKN ini dengan baik. Saya menyadari bahwa dalam proses ini masih banyak sekali kendala atau kekurangan saya mohon maaf. Namun berkat berkah dari Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak yang terlibat sehingga kendala yang terjadi dapat diatasi dengan baik. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat dan pemikiran dalam penulisan pihak LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terima kasih kepada bapak Dr. Arga Christian Sitohang., SE., MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan, sehingga kegiatan KKN ini bisa berjalan dengan lancar, Terima kasih kepada ketua RT Banyu Urip Lor yang sudah mengizinkan saya untuk menjalankan program pengabdian masyarakat KKN di kawasan Banyu Urip, Terima kasih kepada Ibu Ria dan sekeluarga selaku pemilik usaha Nasi Campur sudah mengizinkan dan berkontribusi mengenai permasalahan yang sedang dihadapi untuk saya berikan solusi diusaha miliknya, Terima kasih kepada orang tua dan keluarga saya sendiri yang selalu mendukung kegiatan jalannya KKN dengan doa beserta masukan idenya, Terima kasih juga kepada kekasih saya Badri yang ikut serta membantu dalam dokumentasi dan mengajari pembuatan karya desain produk.

Daftar Pustaka

- Febriyantoro, M., T., dan Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2): 61-76.
- Herhausen, D., Miočević, D., Morgan, R., and Kleijnen, M., H., P. 2020. “Digital marketing capabilities gap.” Industrial Marketing Management, 276-290
- Michael, T. (2022). Face Mask and Jus Cogens in International Law. *resmilitaris*, 12(2), 509-514.
- Nisa R. K (2020, Agustus 31) Digitalisasi UMKM Produktif di Masa Pandemi. Retrieverd Mei 15, 2022 from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/digitalisasi-umkm-produktif-di-masa-pandemi.html>