

## Peningkatan Strategi Marketing UMKM Putat Jaya Sawahan di Era Endemi

**Lilla Ning Cahya**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

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

**Febby Rahmatullah Masruchin**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

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

### **Abstrak**

Saat pandemi Covid-19 mulai masuk di Indonesia dan mulai berkembang pesat menyebar keseluruh wilayah bagian di Indonesia termasuk khususnya di wilayah kota Surabaya ini. Pemerintah mulai mengatur kebijakan untuk seluruh masyarakat di Indonesia dengan membatasi kegiatan di luar rumah dan penutupan beberapa toko atau bisnis. Sehingga semua itu menyebabkan sepiya pelanggan dari semua kalangan pedagang atau pebisnis, namun lambat laun semua itu sudah kita lewati selama kurang lebih 2 tahun 3 bulan. Setelah kejadian 2 tahun yang membuat ekonomi masyarakat menjadi menurun, bahkan ada yang bangkrut atau rugi dan sebagainya kini dengan berjalannya waktu pasien virus covid-19 semakin menurun dan menghilang. Dari sinilah para pedagang dan pebisnis memulai lagi membangun perekonomian dengan telah dibukanya kebijakan dari pemerintah untuk tidak membatasi kegiatan di luar rumah lagi. Belajar dari masa pandemi kemarin para pebisnis atau pedagang yang masih tetap semangat dan berkembang atau tidak bangkrut mereka tetap melancarkan bisnisnya dengan berjualan melalui sosial media atau memanfaatkan digital marketing. Untuk itu kegiatan KKN ini akan membantu mitra KKN untuk mempromosikan dagangannya melalui sosial media supaya lebih dikenal oleh kalangan masyarakat yang lebih luas. Selain melalui online atau memanfaatkan digital marketing mitra KKN juga akan mengikuti pelatihan peningkatan pemasaran melalui offline atau secara langsung dengan pembeli.

Kata kunci: KKN, UMKM, Catering, Digital Marketing

### **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat menyebabkan pertumbuhan bisnis *e-commerce* juga semakin berkembang di kalangan masyarakat. *E-commerce* adalah suatu kegiatan bisnis dengan menggunakan sebuah media elektronik yang menghubungkan pelaku bisnis dengan konsumen atau pembeli dalam bentuk transaksi elektronik. Kegiatan bisnis dalam *E-commerce* terdiri dari konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet (Renny Sari Dewi, 2019) (Siska Candra Ningsih, 2020) (Martinus Maslim, 2020) (Ananta Kusuma Yoga Pratama, 2020). Munculnya teknologi yang semakin canggih membuat banyak bermunculan inovasi baru untuk mendukung mobilitas masyarakat, dengan teknologi yang semakin canggih banyak di dapatkan manfaat seperti semakin di beri kemudahan dalam berbagai hal untuk menyelesaikan masalah-masalah yang di hadapi. Teknologi bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, baik dari segi pekerjaan, komunikasi dan bahkan penyelesaian masalah di kalangan masyarakat (Garaika, 2020). Digital marketing merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan komunikasi pemasaran produk baik itu produk UMKM ataupun yang lainnya. Peran digital marketing ke arah penggunaan internet dan sosial media seperti *electronic commerce* (*e-commerce*) (Nur Faidah, 2021).

Pandemi virus *covid-19* yang mulai masuk di Indonesia sejak bulan maret 2020 lalu sangat terasa dampaknya pada sektor perekonomian di Indonesia, tidak terkecuali pada wilayah kampung Putat Jaya Sawahan, Kota Surabaya. Banyaknya warga masyarakat yang kehilangan pekerjaannya karena terkena PHK, serta ruginya pedagang karena sepi daya beli atau minat masyarakat yang semakin berkurang. Hal ini membuat perekonomian masyarakat di daerah setempat khususnya kampung Putat Jaya ini menjadi terganggu. Namun setelah melewati masa-masa Pandemi *covid-19* selama kurang lebih 2 Tahun 3 Bulan ini, masyarakat lambat laun sudah bangkit dari keterpurukan dan mulai beradaptasi di era Endemi. Masyarakat juga mulai memulihkan keadaan ekonomi masing-masing tidak hanya di wilayah daerah Putat Jaya ini saja namun di seluruh penjuru dunia pun sudah mulai memulih keadaannya sekarang. Untuk itu dalam Kegiatan KKN dengan tema “Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan di Era Endemi” penulis ingin memberdayakan wirausaha produk UMKM khususnya produk Catering di wilayah Putat Jaya Sawahan, Kota Surabaya. Upaya memberdayakan wirausahawan tersebut maka perlu membuat pemahaman mengenai bagaimana berinovasi dalam pembuatan design pemasaran produk sehingga lebih menarik dan mudah untuk di kenal masyarakat yang lebih luas. Melalui perkembangan teknologi saat ini sangat mudah untuk kita semua bisa memasarkan segala produk yang akan di jual. Maka hal ini akan dipraktekkan untuk memberikan pemahaman serta mengimplementasikan cara men-design produk-produk yang akan di pasarkan kepada mitra, selama kegiatan berlangsung. Penulis membantu mitra KKN meningkatkan pemasaran produk UMKM Ira Catering melalui online maupun offline. Untuk media online nya disini penulis memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media promosi produk mitra UMKM, namun untuk media offline atau secara langsung dengan konsumen/pembeli menggunakan kartu nama, banner dan stiker.

### Metode

Metode dalam pelaksanaan KKN ini dilakukan dengan bertahap mulai dari survei lokasi, wawancara dengan mitra KKN, koordinasi jadwal pelaksanaan KKN dan pelaksanaan KKN, hal ini membutuhkan sebuah metode pelaksanaan yang tepat agar target dapat tercapai. Untuk itu hal yang dilakukan adalah:



Gambar 1. Alur Kegiatan KKN

a. Perencanaan

Dalam tahap perencanaan ini penulis melakukan rangkaian kegiatan diantaranya yaitu survei lokasi, lalu setelah bertemu dengan mitra KKN penulis melakukan wawancara dan menganalisa permasalahan dari mitra KKN. Setelah melakukan wawancara melakukan koordinasi dengan mitra KKN mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan selama 12 hari KKN berlangsung.

b. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini merupakan tahap dilaksanakannya program kegiatan yang telah di rencanakan sebelumnya. Program kegiatan berupa pembuatan akun sosial media khusus untuk produk UMKM Mitra, lalu memberi pemahaman tutorial cara penggunaan dan cara pemasaran. Selain itu juga mengajarkan cara pembuatan design label produk menggunakan aplikasi Canva serta strategi Social Media Marketing. Hasil dari pelaksanaan KKN ini mitra mempunyai hasil design dan Print-Out Kartu Nama, Banner, Stiker, Design Sablon Kardus dan akun sosial media pemasaran (Instagram).

c. Evaluasi

Tahap Evaluasi ini dilakukan di hari terakhir KKN selama program KKN berlangsung. Evaluasi yang dilakukan dengan melihat hasil penjualan, dampak adanya program KKN dengan tema “Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan di Era Endemi” terhadap mitra serta kendala selama program yang telah dijalankan.

### Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan KKN selama 12 hari dilaksanakan dari tanggal 30 April 2022 hingga 12 Juni 2022. Kegiatan KKN pada hari pertama berlangsung dilakukan wawancara mitra KKN untuk menggali permasalahan dan mencari solusi serta koordinasi jadwal pelaksanaan kegiatan KKN.



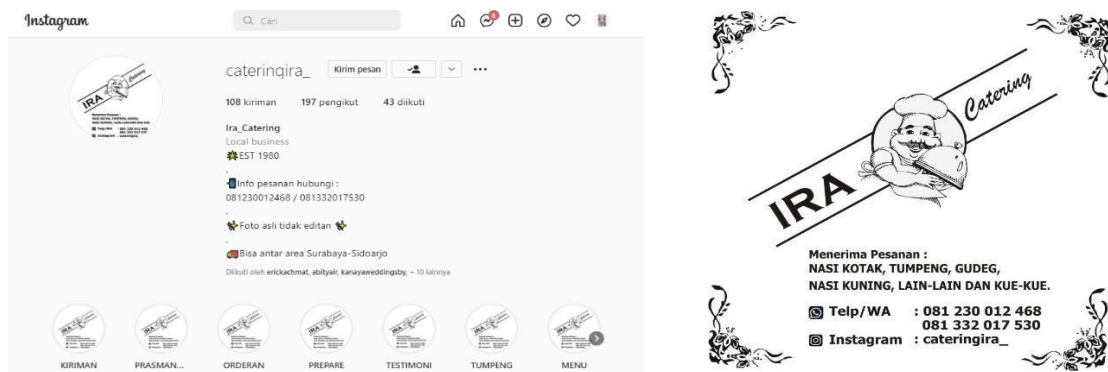
*Gambar 2. Koordinasi Agenda Pelaksanaan Kegiatan KKN dengan Mitra*

Setelah mengetahui permasalahan yang mitra alami, dilanjutkan dengan program pelatihan-pelatihan yang dimulai di hari kedua. Pelatihan pertama yang diberikan kepada

mitra adakah mengenai pengembangan, pengenalan digital marketing, pembuatan akun sosial media yaitu Instagram untuk bekal pemasaran produk secara online, lalu pembuatan design sablon kardus nasi kotak atau kemasan produk. Kegiatan ini mengajak pengusaha lokal UMKM Ibu Suprianti sebagai Mitra untuk lebih berinovasi serta memberikan pengetahuan dalam membuat pengemasan yang menarik sehingga dapat menarik pelanggan.



Gambar 3. Pembuatan Akun Instagram dan Pembuatan Design Sablon Kardus Nasi Kotak



Gambar 4. Hasil Pembuatan Akun Instagram dan Pembuatan Design Sablon Kardus Nasi Kotak



Gambar 5. Kemasan Produk sebelum dan sesudah di Design

Kegiatan selanjutnya selama hari ketiga hingga hari ke tujuh penulis telah membantu mitra menyiapkan pesanan pelanggan dari mitra mulai dari menyiapkan kardus nasi kotak pesanan lalu membantu menyiapkan masakan. Hal ini dilakukan karena semenjak pembuatan Design produk kemasan berupa sablon dari Kardus Nasi kotak kemarin dan pembuatan akun



instagram, peningkatan penjualan semakin tinggi permintaan pembelinya. Sehingga penulis harus membantu mitra untuk melayani pelanggan setia dan pembelinya dengan baik dan benar.



*Gambar 6. Membantu Menyiapkan Pesanan Pelanggan/Pembeli*

Selanjutnya adalah pelatihan mengenai pembuatan kartu nama menggunakan aplikasi canva serta pelatihan penerapan strategi pemasaran produk melalui *social media marketing*. Pengetahuan yang dibagikan adalah mengenai pembuatan design kartu nama dengan menggunakan aplikasi canva yang simple, selain itu juga cara memanfaatkan media sosial untuk media media promosi produk agar lebih mudah dikenali masyarakat yang lebih luas.



*Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Kartu Nama melalui Canva*

Lalu untuk hari kesembilan penulis melakukan pengambilan dan penyerahan hasil print-out kartu nama untuk produk dari mitra UMKM Ira Catering. Kegiatan ini mengajak Mitra untuk berinovasi membuat program pemasaran dengan kartu nama yang menarik pembaca atau target pembeli selanjutnya, dikarenakan sebelumnya belum mempunyai kartu nama dan sering ditanyakan pelanggan mengenai kartu nama dari UMKM Ira Catering ini.



Gambar 8. Pengambilan dan Penyerahan hasil print-out Kartu Nama UMKM Ira Catering

Di hari kesepuluh adalah pelatihan pembuatan design banner menggunakan canva serta pengambilan hasil print-out banner UMKM Ira Catering. Kegiatan ini mengajak Mitra untuk berinovasi membuat program pemasaran dengan banner agar bisa menarik perhatian pelanggan atau target pembeli selanjutnya, dikarenakan UMKM Ira Catering sebelumnya belum mempunyai design dan hasil cetak banner sebagai media promosi offline.



Gambar 8. Pelatihan Pembuatan Design Banner, Pengambilan dan Penyerahan hasil print-out Banner UMKM Ira Catering

Untuk hari kesebelas adalah membantu mitra untuk persiapan pesanan prasmanan mulai dari pembelian kain hias meja prasmanan, dan membantu karyawan dari UMKM Ira Catering menyiapkan masakan prasmanan.



*Gambar 9. Pembelian kain meja hias prasmanan dan membantu masak karyawan UMKM Ira Catering*

Pada hari terakhir yaitu saya membantu mitra menyiapkan prasmanan yang berlangsung di lokasi acara. Kegiatan ini termasuk membantu Mitra untuk mempromosikan produk prasmanan dari UMKM Ira Catering melalui Kartu Nama yang telah dicetak pada hari kesembilan.



*Gambar 10. Membantu menyiapkan prasmanan dan mempromosikan kartu nama dari produk UMKM Ira Catering*

Dari hasil kegiatan program KKN yang telah dilakukan selama 12 hari terhadap mitra KKN, mitra KKN mendapatkan keuntungan dengan melalui media promosi kemarin penjualan mengalami peningkatan. Penerapan *digital marketing* pada penjualan produk Nasi Kotak, Tumpeng dan Prasmanan dari produk UMKM Ira Catering membuat pelanggan semakin tertarik dan mudah menemukan kontak mitra KKN melalui sosmed yang tersedia.

### **Kesimpulan**

Dari uraian Kegiatan KKN yang dilakukan selama 12 hari dengan batas waktu dari tanggal 30 April 2022 hingga 12 Juni 2022 kesimpulan yang di dapat yaitu :

1. Mitra KKN merasa terbantu dengan adanya pelatihan dan bantuan dari penulis untuk promosi produk dari UMKM nya.
2. Menambah wawasan mitra KKN dalam pengetahuan pemasaran produk secara online atau melalui *digital marketing* (pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran produk) dan offline.
3. Mendapatkan respon positif dari pelanggan UMKM Ira Catering karena dapat dengan mudah mengetahui info kontak untuk pemesanan produk kedepannya.
4. Permintaan pembelian produk mengalami peningkatan secara signifikan setelah melakukan berbagai promosi pemasaran produk.
5. Dengan adanya berbagai promosi pemasaran produk yang dilakukan saat pelaksanaan KKN berlangsung kemarin, penulis berharap usaha mitra KKN dapat lebih di kenal di kalangan masyarakat yang lebih luas.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Dosen Pembimbing Lapangan yaitu bapak Febby Rahmatullah Masruchin, S.T., M.T., Perangkat Desa / Bapak Lurah Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya, Mitra KKN yaitu UMKM Ira Catering karena sudah mengikuti program kerja selama KKN

berlangsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan program pengabdian masyarakat ini dengan baik dan tepat waktu.

#### **Daftar Pustaka**

- Ananta Kusuma Y. P., Oktavima W., Magdalena P.N. (2020). Pendampingan dan Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 275-284.
- Garaika. Fauzi. Muslihudin, M. (2020). Pengenalan Mobile Commerce Pada Anggota Koperasi Gentiaras Unruk Meningkatkan Penghasilan Rumah Tangga. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 200-305.
- Jatmiko, D., & Poerbowati, E. (2021). STRATEGI REYOG ONGGO PATI DI ERA KAPITALISME. *PARAFRASE: Jurnal Kajian Kebahasaan & Kesastraan*, 21(1).
- Martinus M., Stephanie P. A., Andreas H. T. N. (2020). Pembangunan Sistem Informasi Penjualan Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Studi Kasus : Pahala Fotokopi dan Digital Printing). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 95-105.
- Nur Faidah, Alivia. (2021). Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran di Usaha Mirko Kecil Menengah pada Katering Teh Rina. *Jurnal Sosial Humaniora*.
- Renny S. D., Oki A. C. D., Rizky N. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 36-43.
- Siska C. N., Kintoko, Puji H. P. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6-11.
- Syukrianti Mukhtar, M. N. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal sosial Humaniora*.