

**Pengembangan Usaha Aneka Minuman Kemasan Pada Salah Satu Mitra Kelurahan Nginden di Masa Endemi**

**Serlinda Uge**

*Universitas 17 Agustus Surabaya,*

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

**Abstrak**

Desa nginden jangkungan yang terletak di kecamatan sukolio jawa timur merupakan salah satu desa yang merasakan dampak virus covid 19, Covid-19 telah menimbulkan dampak di berbagai sektor termasuk UMKM diantaranya yakni turunnya jumlah penjualan. Kegiatan KKN ini bertujuan untuk memberikan bimbingan pada mitra dalam mengatasi dampak tersebut. Kegiatan KKN yang di selenggarakan pihak Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk membantu warga dalam mengembangkan , memfasilitasi dan memotivasi masyarakat dalam usahanya di masa endemic, Pada kesempatan KKN kali ini saya akan membantu melakukan progam untuk pengadaan packaging , peningkatan kualitas produk, kemasan produk, Membantu membuatkan logo produk, membantu memasangkan banner, dan membantu mengajarkan mitra untuk mempromosikan produk di sosial media (instagram, facebook) Program ini di harapkan dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas UMKM sehingga dapat menaikan omset penjualan.

Kata kunci: Pengembangan Usaha, KKN, Covid-19, UMKM , Media Sosial

**Pendahuluan**

Kecemasan dan ketakutan melanda manusia di awal tahun 2020, khususnya Indonesia. Seperti yang telah kita ketahui, pada awal tahun 2020 covid 19 menjadi masalah kesehatan dunia. Kasus ini diawali dengan informasi dari Badan Kesehatan Dunia / World Health Organization (WHO) pada tanggal 31 Desember 2019 yang menyebutkan adanya kasus kluster pneumonia dengan etiologi yang tidak jelas di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina. Kasus ini terus berkembang hingga adanya laporan kematian dan terjadi importasi di luar Cina. Pada tanggal 30 Januari 2020, WHO menetapkan Covid-19 sebagai Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) / kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD). Pada tanggal 12Februari 2020,WHO resmi menetapkan penyakit virus Corona pada manusia ini dengan sebutan Corona virus Disease (Covid-19). Pada Tanggal 2 Maret 2020 Indonesia telah melaporkan dua kasus konfirmasi Covid-19. Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO sudah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi.

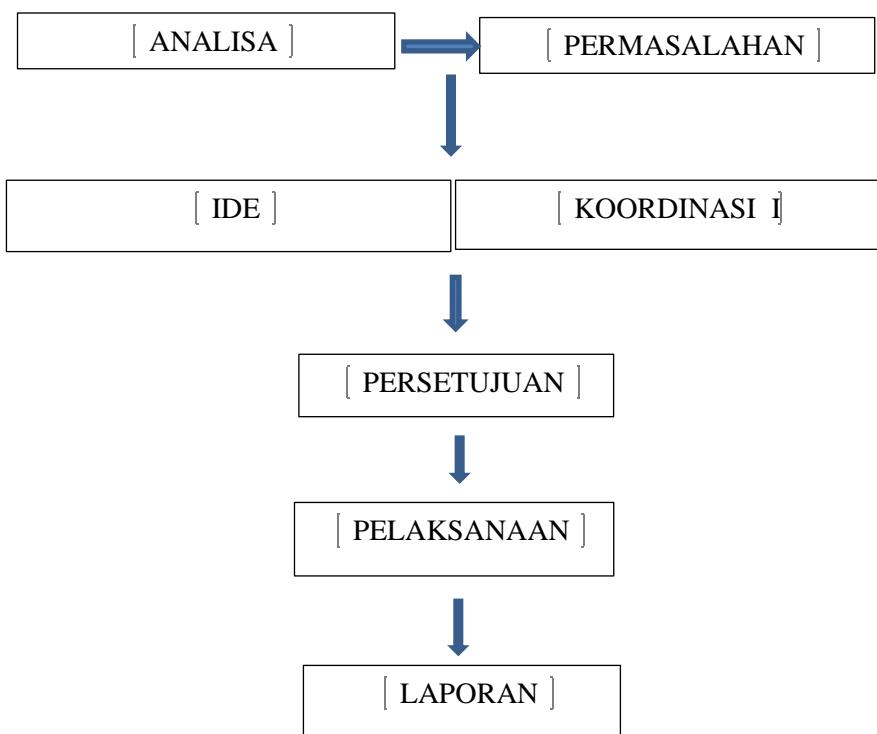
Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Menghadapi hal demikian diperlukan strategi bagi pelaku UKM untuk tetap bertahan dan dapat mengembangkan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19.

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia UKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur (Putri, 2016). Aspek utama yang sangat berdampak bagi pelaku UMKM salah satunya adalah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM dalam kondisi krisis. Pembatasan

kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan usaha. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha (Suswanto & Setiawati, 2020; Gu, Han, & Wang, 2020). Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi melalui media sosial. Selain itu pelaku UMKM juga bisa menarik perhatian pembeli dengan meningkatkan kualitas produk dan membuat kemasan yang berkualitas serta memasangkan banner usaha.

Pandemi Covid-19 membatasi para konsumen untuk membeli produk UMKM secara langsung. Adanya pandemi ini juga menyebabkan banyaknya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, seperti larangan untuk berkerumun dan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kondisi tersebut menyebabkan para mitra kesulitan dalam melayani konsumen yang biasanya berkumpul di lapak para mitra UMKM.

### Metode



Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat dengan judul "Pengembangan Usaha Minuman Kemasan Pada Salah Satu Mitra Kelurahan Nginden Di Masa Endemi" ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

#### 1. Analisa

Program pengabdian dilakukan pertama kali adalah dengan menggunakan metode analisa situasi. Pada langkah ini mahasiswa tidak langsung menetapkan permasalahan, kebutuhan, dan tantangan yang akan dicari solusi secara sepihak, tetapi hasil identifikasi dibicarakan dan didiskusikan terlebih dahulu bersama mitra usaha dan mendengarkan serta menganalisis masukan.

2. Permasalahan

Setelah permasalahan mitra tersebut ditemukan mahasiswa menetapkan solusi yang dapat dijelaskan secara ilmiah keterkaitannya dengan prioritas masalah yang disepakati bersama mitra usaha.

3. Ide

Program dilengkapi dengan jadwal pelaksanaan, rincian anggaran, dan beberapa lampiran yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan yang telah tercakup dalam program. Ide yang dihasilkan setelah koordinasi dengan mitra usaha akan dilakukan sesuai dengan program yang telah dirancang dan disusun sesuai jadwal pelaksanaan kegiatan.

4. Koordinasi

Koordinasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendiskusikan secara langsung dengan mitra usaha terkait kegiatan yang dilakukan.

5. Persetujuan

Persetujuan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan izin dari mitra usaha.

6. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan kegiatan yang diadakan setelah mendapatkan izin dari mitra usaha, untuk melaksanakan program KKN ini.

7. Laporan Akhir

Laporan akhir merupakan hasil akhir kegiatan yang dikumpulkan untuk memenuhi tugas akhir kegiatan.

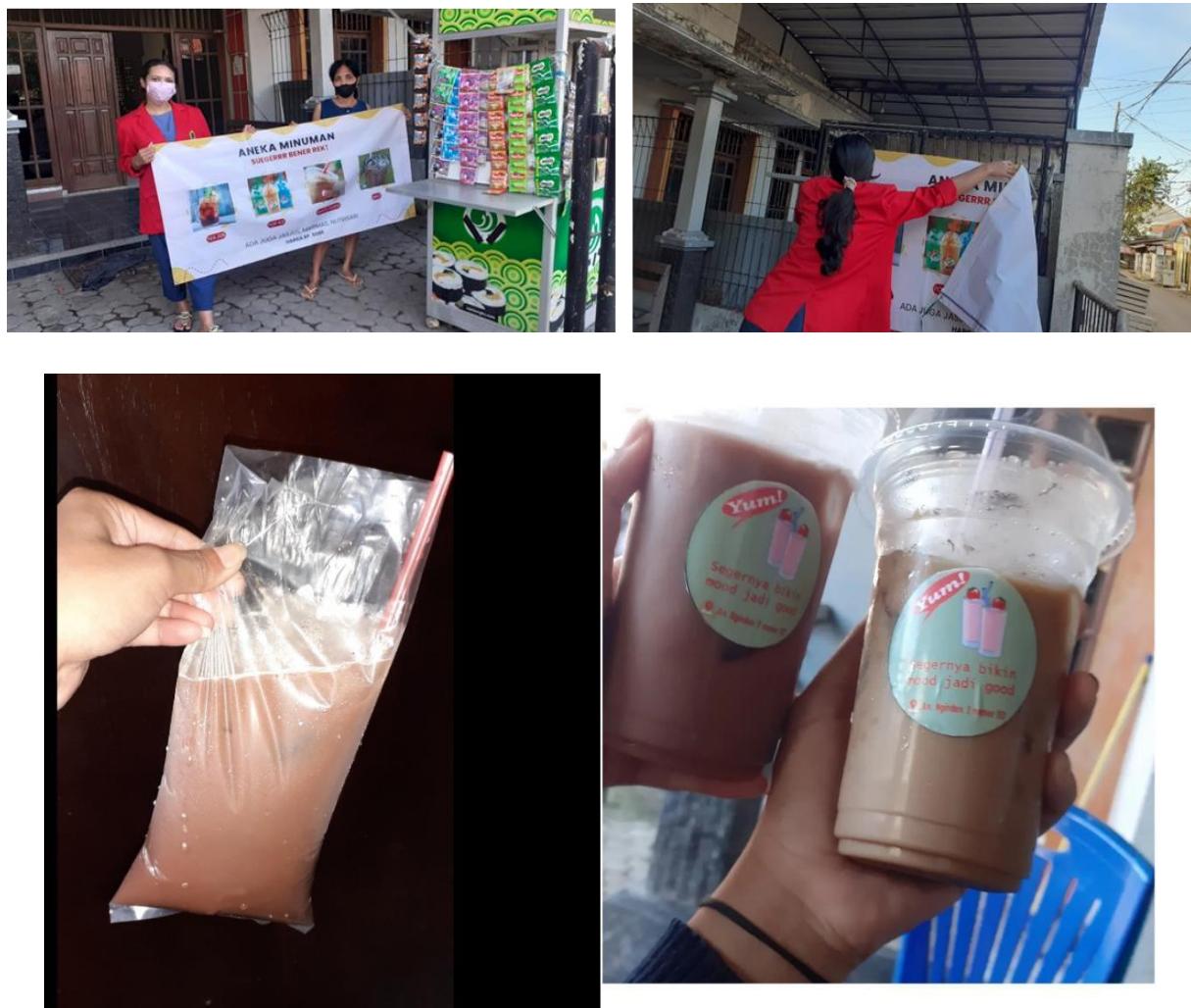
### Hasil Dan Pembahasan

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Menghadapi hal demikian diperlukan strategi bagi pelaku UKM untuk tetap bertahan dan dapat mengembangkan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19. Kegiatan pengembangan minuman kemasan ini merupakan salah satu kegiatan untuk membantu mitra usaha dalam mengoptimalkan pendapatan di masa endemic. Covid-19 telah menimbulkan dampak di berbagai sektor termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah diantaranya yakni turunnya jumlah penjualan. Kegiatan Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan bimbingan pada mitra dalam mengatasi dampak tersebut dengan cara peningkatan kualitas produk, kemasan produk, kualitas kemasan. Membantu membuatkan logo produk, membantu memasangkan banner, dan membantu mengajarkan mitra untuk mempromosikan produk di sosial media. Media sosial yang saya gunakan yaitu Instagram dan facebook. Dengan adanya Program ini di harapkan dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga dapat menaikan omset penjualan.

Permasalahan yang di temukan di lingkungan usaha mitra yaitu seperti turunnya daya beli masyarakat yang membuat UMKM mengalami penurunan pendapatan karena tidak adanya pelanggan , sejak adanya pembatasan masyarakat yang membuat semuanya menjadi terhambat, semenjak adanya pandemic hingga pada masa endemi saat ini membuat

kebutuhan para konsumen berubah. Jadi saat ini masyarakat lebih membutuhkan produk kesehatan seperti hand sanitizer dan masker di banding kebutuhan lainnya. Kurangnya inovasi produk, misalnya tidak ada varian rasa atau produk khusus, belum adanya logo dan desain pada kemasan agar bisa lebih menarik. Dan bagaimana cara mempromosikan produk ke media sosial, seperti facebook dan Instagram.

Karena adanya permasalahan di atas ini penulis memutuskan untuk membantu mitra dengan membuatkan inovasi produk “ pisang lumer ”. Produk yang di buat dengan campuran pisang , keju dan cokelat ini memiliki rasa yang original. Selain membuatkan inovasi produk bagi mitra, penulis juga berinisiatif untuk menciptakan logo untuk membangun brand usaha, karena logo merupakan sebuah representasi visual yang akan membuat produk usaha “Minuman Kemasan” menjadi lebih unik dan menarik. Dalam pemasaran logo juga berfungsi untuk memperkuat iklan dalam pengenalan produk kepada masyarakat. Selain logo, banner juga berperan penting dalam melakukan usaha karena banner bisa menjadi penambah daya tarik pembeli, banner sendiri memang bertujuan untuk menarik perhatian pembeli.



Promosi menjadi sebuah strategi yang dilakukan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Melakukan promosi akan

mempengaruhi hasil penjualan suatu produk dan hal itu akan berdampak pada aktivitas usaha. Sama dengan usaha "Minuman Kemasan" ini melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp, sebagai salah satu alternatif untuk memperkenalkan produk "Minuman Kemasan" ke masyarakat luas.



### Kesimpulan

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Kecil Menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha atau bisnis yang di lakukan oleh individu atau kelompok , badan usaha kecil , maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, salah satunya usaha "Aneka Minuman Kemasan". semenjak adanya covid 19 hingga pada masa endemi saat ini salah satu permasalahan yang di hadapi yaitu turunnya daya beli masyarakat yang membuat UMKM mengalami penurunan pendapatan karena tidak adanya pelanggan , sejak adanya pembatasan masyarakat yang membuat semuanya menjadi terhambat. Untuk menyelesaikan permasalahan ini penulis berinisiatif membuat beberapa program kerja di antaranya yaitu di mulai dari perbaikan kemasan (packaging) , mendesain logo , memasangkan banner membuatkan produk tambahan yang bisa menarik perhatian pembeli, serta mendampingi dan memberikan informasi dalam penggunaan sosial media untuk mempromosikan produk sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Dosen pembimbing lapangan (DPL) Bapak Wahyu Kuncoro,S.T.,M.Med.Kom, yang selalu mengoreksi dan membimbing saya.
2. Ibu Lilik selaku pemilik usaha yang telah bekerja sama dengan saya mahasiswa dalam kegiatan pengabdian masyarakat, semoga kegiatan yang saya lakukan bermanfaat bagi semua orang Amin

3. Prodi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG)
4. Pengabdian Masyarakat R04 UNTAG
5. Pihak Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam hal ini LPPM yang telah memfasilitasi seluruh proses dalam pelaksanaan program KKN tahun 2022
6. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memfasilitasi pelaksanaan Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat dan publikasi Semoga semua tugas yang telah dilaksanakan membawa manfaat bagi seluruh pihak penerima program pengabdian ini, bagi tim pengabdi dan seluruh pihak terkait dalam program pengabdian kepada masyarakat ini. Amin.

#### **Daftar Pustaka**

- Bambang Arianto, (2020) "Pengembangan UMKM Digital di Masa
- Jaja Raharja, Sari Usih Natari. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital
- Muhammad, Sy. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. NU Online. <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-Covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia>
- Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 2020 - academia.edu volume 6 nomor 2
- Putri, E. P. (2022, August). PENYULUHAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DESA MINGGIRSARI, KECAMATAN KANIGORO, KABUPATEN BLITAR, PROVINSI JAWA TIMUR. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 204-212).
- Rahina Nugrahani, (2015). "Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm" *journal.unnes.ac.id* volume 9 nomor 2.