

Pelatihan Photoshop dan Kenalkan Platform Digital pada UMKM Dapur Oma untuk Jual Beli Pasca COVID-19, di Desa Karang Rejo RT 05 RW 14, Gempol. Kab Pasuruan

Nofani Alfinuri Putri

Universitas 17agustus 1945 Surabaya,
nofanialfinuriputri18@gmail.com

Fatkhurrohman

Universitas 17agustus 1945 Surabaya,
xxx@xxx.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Gempol. Objek penelitian adalah mitra Dapur Oma yang terletak di desa Karangrejo rt05 rw14, Gempol. Dengan adanya program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas 17 Agustus 1945 ini mempunyai tujuan untuk memajukan UMKM masyarakat sesuai dengan domisili mahasiswa. Target dari KKN ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap pengetahuan platform digital, membuat logo agar masyarakat mengetahui serta tertarik untuk membeli, serta strategi promosi produk yang baik dan benar, sehingga di harapkan kualitas, kemasan, promosi 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 pengenalan Platform Digital, memperbarui kemasan dan membuat logo pada produk.

Kata kunci: UMKM, Platform Digital, Logo

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. KKN adalah mata kuliah intra kurikuler yang diselenggarakan oleh seluruh perguruan tinggi yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dan mahasiswi dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan wawasan mahasiswa sebagai bekal hidup di masyarakat setelah lulus studi berupa ilmu pengetahuan maupun pengalaman yang dikemas secara aktif, kreatif, dan inovatif di bidang ekonomi. Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam kemajuan bangsa baik dari segala aspek khususnya pembangunan sumber daya manusia. Peran perguruan tinggi dalam pembangunan tidak saja mendidik dan menyiapkan generasi muda, melainkan membangun sumber daya manusia yang mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni (IPTEKS) sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, UMKM saat ini membantu untuk membangkitkan ekonomi Indonesia.

Lama waktu pelaksanaan KKN di Universitas 17 agustus 1945 adalah sekitar 1 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 Karangrejo Kec, gempol, berperan dalam beberapa seperti penjual makanan, pembuatan kecap dll. Meski sebelumnya mereka telah berjalan dengan

cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas seperti tetangga di rumah, namun pemanfaatan cara promosi dengan ide ide kreatif berbaur digital dalam bentuk foto dan video promosi tersebut masih belum banyak di ketahui. Kondisi mitra sebagai kegiatan KKN ini yaitu salah satu produk UMKM di Desa Karangrejo sendiri dapat dijelaskan ke dalam dua aspek kebutuhan dari mereka, yaitu minimnya pengetahuan tentang platform digital dan mereka hanya mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti.

Selain kurangnya pengetahuan platform digital, juga kurang kreatif dalam memanfaatkan handphone dan juga media sosial, juga kurangnya manajemen pengolahan khususnya dibidangpromosi. Belum memanfaatkan potensi platform digital, dimana dimasa saat ini platform digital sebagai wadah promosi untuk UMKM

Para pelaku UMKM di Desa Karangrejo, sendiri beberapa telah memiliki handphone dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu canggih dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreativitas membuat foto dan video promosi untuk media sosial. Namun hal tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik untuk menarik pelanggan.

Metode

Kegiatan KKN ini berlangsung selama 12 hari yang di mulai pada tanggal 30 Mei hingga 30 Juni. Dengan penerjunan langsung mahasiswa sesuai domisili masing - masing. Kegiatan selama 12 hari :

1. Pada tanggal 30 Mei 2022, mahasiswi melakukan perkenalan kepada UMKM
2. Pada tanggal 31 Mei 2022, mahasiswi memperkenalkan Platform digital kepada UMKM
3. Pada tanggal 1 Juni 2022, mahasiswi memperkenalkan photoshop kepada salah satu warga.
4. Pada tanggal 2 Juni 2022, mahasiswi melakukan pelatihan dengan salah satu warga sekitar.
5. Pada tanggal 3 Juni 2022, mahasiswi melakukan pelatihan dan pembuatan logo UMKM
6. Pada tanggal 9 Juni 2022, mahasiswi mencetak logo menjadi stiker.
7. Pada tanggal 10 Juni 2022, mahasiswi mencari kemasan yang menarik untuk UMKM
8. Pada tanggal 12 Juni 2022, mahasiswi menata kemasan sebgus mungkin.
9. Pada tanggal 14 Juni 2022, mahasiswi melakukan foto produk.
10. Pada tanggal 15 Juni 2022, mahasiswi melakukan pendampingan pembuatan akun Instagram UMKM.
11. Pada tanggal 16 Juni 2022, mahasiswi melakukan pendampingan promosi UMKM.
12. Pada tanggal 17 Juni 2022, mahasiswi memantau UMKM promosi melalui media social.

Hasil Dan Pembahasan

KKN yang dilakukan secara mandiri pada domisili masing-masing mahasiswa hanya membuat kegiatan yang berlangsung cepat selama 12 hari dalam jangka waktu 1 bulan. Dengan era digitalisasi seperti sekarang ini banyak warga yang belum mengenal platform digital. Karena itu penulis membuat teman digitalisasi umkm pasca pandemic.

Tujuan dari KKN ini adalah pengenakaln dan pendampingan pada UMKM yang masih berkembang agar dapat melakukan kegiatan 12 dengan melakukan progam kerja. Mulai dari pengenalan platform digital, membuat logo dan promosi menggunakan platform digital agar produk UMKM lebih menarik.



Penulis memperkenalkan platform digital pada ibu dorce selaku pemilik UMKM. Sehingga ibu dorce mempunyai gambaran seperti apa aitu promosi melalui platform digital. Setelah memperkenalkan dan melakukan pelatihan membuat logo kepada warga sekitar, penulis mencetak logo agar UMKM mempunyai logo dan mempercantik kemasan.



Setelah mempercantik kemasan, penulis melakukan foto produk untuk promosi. Setelah foto ptoduk penulis membuat akun Instagram dan melakukan pendampingan sebagai tempat promosi UMKM. Penulis melakukan pendampingan promosi yang akann berdampak pada mitra.

Kesimpulan

Hasil dari kegiatan KKN (kuliah kerja nyata) universitas 17 agustus 1945 pada UMKM ibu Dorce di desa karangrejo, terjadi perubahan yang signifikan. Yang awalnya hanya mengandalkan pembelinya adalah orang sekitar rumah tetapi sekarang pembeli bisa datang dari mana saja. Pengenalan photoshop juga sangat berpengaruh bagi warga dan pemilik UMKM. Dengan pembuatan logo pada photoshop membuat UMKM mendapatkan identitas yang bagus dan unik.

Saran

Saran penulis kepada UMKM dan warga desa Karang rejo lebih memanfaatkan lagi smartphone pada era ini karena sangat berguna untuk kedepannnya.

Ucapan Terima Kasih

Dengan berjalannya KKN ini dengan baik Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. LP2M Universitas 17 agustus 1945,
2. Bapak Fatkhurrohman selaku Dosen pembimbing lapangan.

3. Ketua RT dan warga ngetal yang mendukung kegiatan KKN ini
4. Mitra KKN yang menjadi tempat pelaksanaan serta segala pihak terkait yang telah memberi dukungan terhadap program ini sehingga dapat berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Arganni , Adinda Chamilia Mishani , Rizka Aminanti Zanna “DIGITALISASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KALIDAWIR “
<file:///C:/Users/DELL/Downloads/Artikel%20Ilmiah%20KKN%20Kalidawir.pdf> .
di unduh pada 22 juni 2022
- PROPOSAL KULIAH KERJA NYATA (KKN) MANDIRI DUSUN MOJOSARI KABUPATEN BANTUL UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA ANGKATAN KE-105
<file:///C:/Users/DELL/Downloads/18106080053-Ahmad-Rizki-Ilmi-Yusra-ProposalKKN.pdf> di unduh pada tanggal 22 juni 2022.
- 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).
- Taufik rahman, Yudha Nurdian “Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Toko Roti di Pabian Sumenep”
<file:///C:/Users/DELL/Downloads/4727-Article%20Text-22825-1-10-20210629.pdf> .
di unduh pada tanggal 23 juni 2022