



# **PENGEMBANGAN USAHA UMKM “TETEL TAPE MAKNYAK” MELALUI MEDIA SOSIAL DI DUSUN KLAGEN DESA DURENSEWU, KECAMATAN PANDAAN, KABUPATEN PASURUAN**

**Annisa Hafsyah**

*Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
E-mail : [annisahafsyah21@gmail.com](mailto:annisahafsyah21@gmail.com)*

**Muchamad Rizqi**

*Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
E-mail : [muchamadrizqi@untag-sby.ac.id](mailto:muchamadrizqi@untag-sby.ac.id)*

## **Abstrak**

Pandemi COVID-19 di Indonesia pertama kali terdeteksi pada 2 Maret 2020. Upaya untuk menahan penyebaran telah dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara untuk mengendalikan penularan dan penyebaran COVID-19, yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci. Pemerintah akhirnya menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan kampanye untuk tetap di rumah. Sektor UMKM juga terpukul. Berdasarkan data Kementerian Koperasi yang menjelaskan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 usaha kecil dan menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona). Sektor UMKM yang paling terdampak adalah sektor makanan dan minuman. Tetel Tape Maknyak ini salah satu UMKM yang terdampak dan mengalami penurunan pembelian. Dengan terjadinya pandemi covid-19 yang naik turun dan kebijakan pemerintah yang membuat sulitnya memasarkan produk, maka tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik pembeli Tetel Tape Maknyak melalui pembuatan akun media sosial, mencetak banner, memberikan stiker dan membuat video iklan yang dapat di upload pada akun media sosial.

**Kata Kunci :** *pengabdian masyarakat, UMKM, Covid-19*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi COVID-19 di Indonesia pertama kali terdeteksi pada 2 Maret 2020, ketika 2 orang dipastikan tertular penyakit tersebut dari seorang warga negara Jepang. Hingga 9 April, pandemi telah menyebar ke 34 provinsi, di wilayah Jawa Timur, DKI Jakarta, dan Sulawesi Selatan menjadi yang paling parah terdampak. Upaya untuk menahan penyebaran telah dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara untuk mengendalikan penularan dan penyebaran COVID-19, yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci. Cuci tangan Anda dengan sabun dan replika wastafel portabel milik komunitas secara mandiri. Pemerintah akhirnya menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan kampanye untuk tetap di rumah. Sektor UMKM juga terpukul. Berdasarkan data Kementerian Koperasi yang menjelaskan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 usaha kecil dan menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Antara, Mei 2020). Sektor UMKM yang paling terdampak adalah sektor makanan dan minuman (Rosita, 2020).

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang cukup penting, termasuk ekspansi kesempatan kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman, khususnya bagi masyarakat

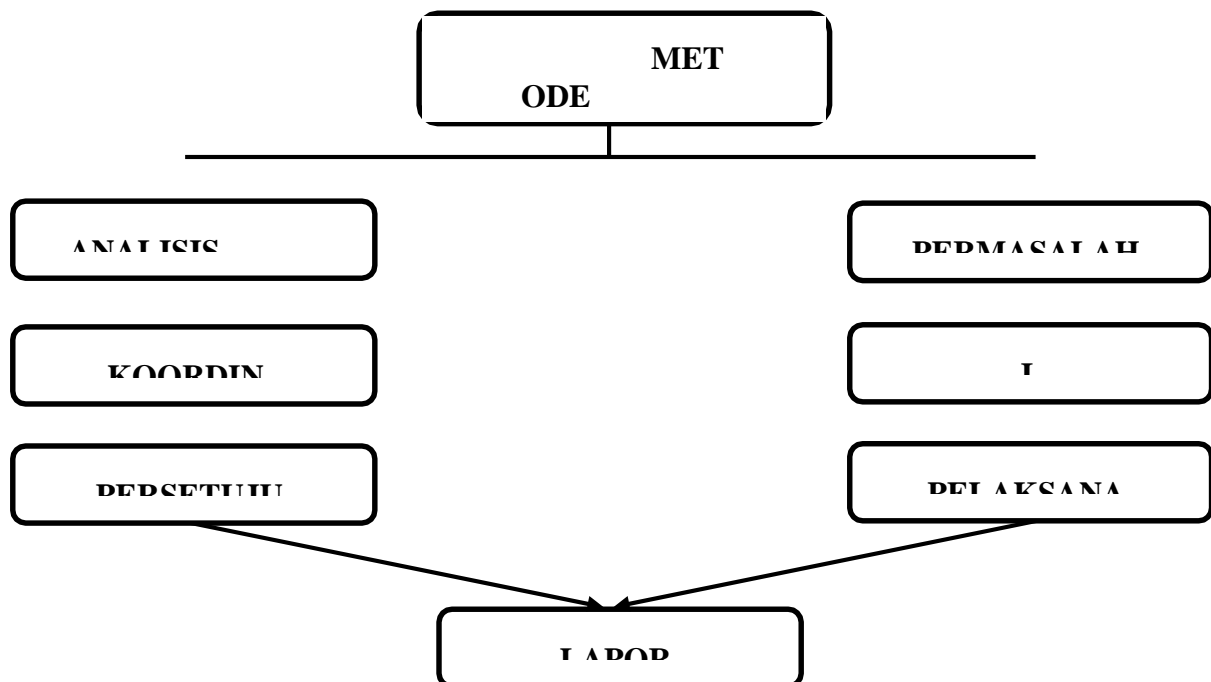
berpenghasilan rendah untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi produktif. Apalagi usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang berperan penting dalam meningkatkan PDB (pendapatan domestik bruto) suatu negara, khususnya di Indonesia dalam menghadapi krisis ekonomi. Industri 4.0 (Rosita, 2020). Pandemi ini telah menyebabkan perubahan model dari pembelian oleh konsumen, meskipun memiliki banyak konsumen telah membeli secara online, tetapi beberapa konsumen masih banyak orang melakukan pembelian secara offline atau langsung ke pusat perbelanjaan. Ini tiba-tiba banyak pihak mengadu karena merasa kalah. Termasuk pelaku Perusahaan Mikro Kecil dan Menengah (Ihza, 2020).

Tetel Tape Maknyak ini salah satu UMKM yang terdampak dan mengalami penurunan pembelian. Dengan terjadinya pandemi covid-19 yang naik turun dan kebijakan pemerintah yang membuat sulitnya memasarkan produk, maka tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik pembeli Tetel Tape Maknyak melalui pembuatan akun media sosial, mencetak banner, memberikan stiker dan membuat video iklan yang dapat di upload pada akun media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, permasalahan yang ditemukan di lokasi ialah penurunan omset akibat pandemi covid-19 dan juga kurangnya promosi ke media sosial. Selama ini promosi yang dilakukan hanya melalui status whatsapp yang bisa dikatakan lingkup nya kurang besar. Foto produk yang digunakan juga kurang menarik. Maka dari itu peneliti ingin membantu dalam Pengembangan UMKM Tetel Tape Maknyak Melalui Media Sosial Di Dusun Klagen Desa Durensewu, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan.

Tujuan diselenggarakan pengabdian masyarakat ini ialah untuk meningkatkan omset penjualan, memperluas area penjualan dan juga membantu perekonomian warga setempat.

## METODE PELAKSANAAN



Berdasarkan permasalahan dan solusi yang diuraikan oleh pengusul program maka metode pelaksanaan yang akan dilaksanakan, meliputi :

1. Metode pertama dilaksanakan pada tahap awal dengan analisa, pengenalan terhadap lokasi tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa pelaksana pengabdian masyarakat.
2. Metode kedua yaitu pelaksanaan, dimana dilakukannya analisis situasi yang mendapatkan sebuah permasalahan yang ada pada masyarakat RT 01/RW 01.
3. Metode ketiga, munculnya sebuah ide dari suatu permasalahan.
4. Metode keempat, melakukan koordinasi dengan mitra atau UMKM dan ketua RT atau RW setempat.
5. Metode kelima persetujuan kegiatan pengabdian di masyarakat yang dilengkapi dengan dokumentasi.
6. Metode keenam pelaksanaan. Pelaksanaan merupakan proses kegiatan pengabdian di masyarakat oleh mahasiswa.
7. Metode ketujuh atau terakhir adalah laporan, laporan merupakan hasil data yang diperoleh mahasiswa dari metode pertama hingga metode ketujuh terlaksana.

Permasalahan yang muncul di lokasi ini adalah penurunan omset akibat pandemi covid-19 dan juga kurangnya promosi ke media sosial. Selama ini promosi yang dilakukan hanya melalui status whatsapp yang bisa dikatakan lingkungannya kurang besar. Foto produk yang digunakan juga kurang menarik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat kali ini yang berjalan selama 12 hari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan tentunya saya sebagai mahasiswa sudah melakukan pekerjaan apa yang saya lakukan sesuai dengan yang saya ajukan di proposal. Berikut ialah hasil kegiatan yang mahasiswa lakukan :

### 1. Capaian Luaran

Luaran yang dicapai oleh mahasiswa ialah karya design. Design yang dikerjakan ialah design logo, stiker dan banner. Untuk memperluas penjualan, dibuat juga akun media sosial instagram. Katalog foto produk dan juga pembuatan video iklan singkat akan di post di media sosial instagram.

### 2. Capaian Kegiatan

#### a. Hari Pertama (10 Desember 2021)

Meminta izin kepada bapak khusaini selaku ketua RT 01. Disini mahasiswa juga memaparkan kegiatan apa saja yang akan dilakukan selama pengabdian masyarakat berlangsung.



#### b. Hari Ke Dua (11 Desember 2021)

Mendatangi mitra UMKM untuk bertanya tentang masalah yang dihadapi. Kemudian menyerahkan surat kerja sama.



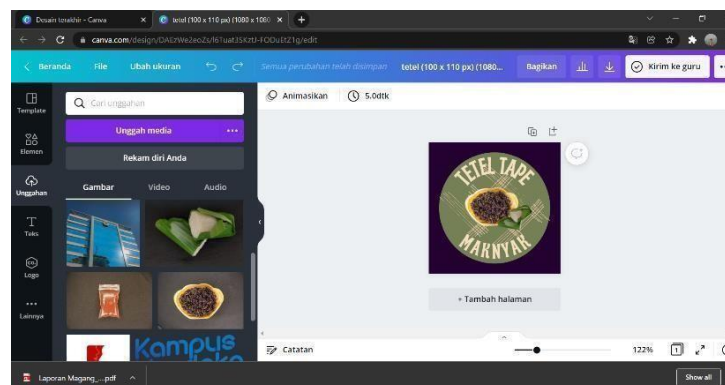
**c. Hari Ke Tiga (12 Desember 2021)**

Pembelian bahan properti yang akan digunakan untuk shoot foto dan video produk.



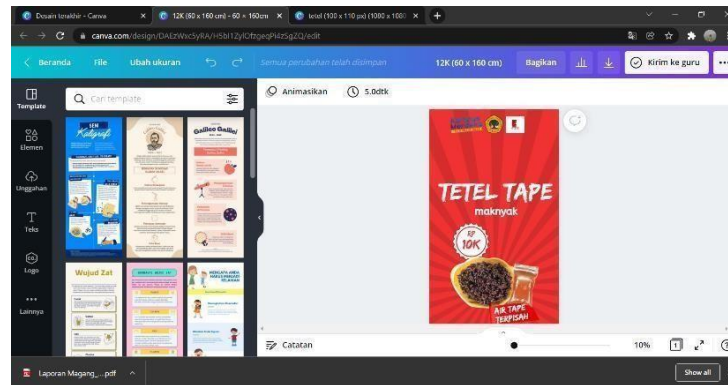
**d. Hari Ke Empat (13 Desember 2021)**

Pembuatan logo dan stiker untuk digunakan di kemasan produk.



**e. Hari Ke Lima (14 Desember 2021)**

Pembuatan design stand banner yang digunakan sebagai identitas dan promosi di rumahmitra.



**f. Hari Ke Enam (20 Desember 2021)**

Melakukan print sticker untuk ditempel pada kemasan produk.



**g. Hari Ke Tujuh (21 Desember 2021)**

Melakukan pengambilan foto produk yang akan di post pada akun media sosial instagram.



**h. Hari Ke Delapan (22 Desember 2021)**

Pengambilan video produk. Video ini akan digunakan sebagai video iklan promosi singkat yang akan di post pada akun media sosial instagram.



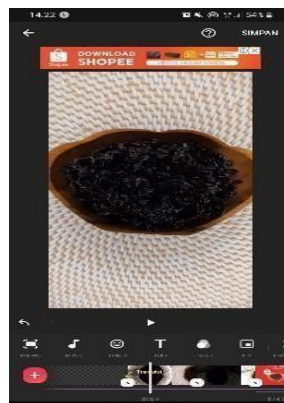
**i. Hari Ke Sembilan (23 Desember 2021)**

Pengambilan banner yang sudah dicetak.



**j. Hari Ke Sepuluh (24 Desember 2021)**

Melakukan edit pada video yang sudah di take.



**k. Hari Ke Sebelas (25 Desember 2021)**

Pembuatan media sosial instagram dan mentata rapih feeds agar terlihat menarik.





### 1. Hari Ke Duabelas (26 Desember 2021)

Hari terakhir dilaksanakannya pengabdian masyarakat, mahasiswa mulai Menyusun laporan akhir.



## SIMPULAN

Dampak pandemi covid-19 ini membuat banyak UMKM kesulitan. Diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat membantu pihak mitra UMKM yang terdampak. Pada wilayah Dsn Klagen RT 01/RW01 ini masyarakat masih sedikit tau cara melakukan promosi secara digital melalui media sosial. Pengambilan gambar dan video juga dilakukan secara monoton dan kurang menarik. Dengan adanya mahasiswa yang melek akan teknologi zaman sekarang, dapat mempermudah mitra dalam melancarkan kegiatan promosi guna untuk meningkatkan hasil penjualan.

## SARAN

Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan mahasiswa yang lain dapat membantu permasalahan masyarakat yang berada pada lingkungan sekitar tempat tinggal. Untuk program yang akan dibentuk diharapkan semakin berkembang dan semakin kreatif dan juga inovatif lagi.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) bapak MuchamadRizqi, S.I.Kom selaku dosen Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG Surabaya) yang telah membimbing saya selaku mahasiswa dalam kegiatan pengabdian masyarakat dari awal hingga akhir. Selain itu, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada ketua RT 01Dsn. Klagen, Desa Durensewu yaitu bapak M. Khusaini yang telah memberikan saya selakumahasiswa izin untuk melakukan pengabdian masyarakat ini dengan lancar sampai akhir. Terima kasih juga sayaucapkan kepada mitra UMKM Tetel Tape Maknyak yang sudah bersedia untuk melakukan Kerjasama dan koordinasi sehingga pengabdian masyarakat dapat dilakukan sesuai dengan yang direncanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ihza, N. K. (2020). DAMPAK COVID -19 TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) ( Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal LenteraBisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari*, 2022(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>