



# **PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KERIPIK PISANG “BU IDA” MELALUI PEMBUATAN KATALOG PRODUK DAN PELATIHAN PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI DESA SIMOKETAWANG RT 01 RW 01 KEC. WONOAYU KAB. SIDOARJO**

Mila Sugmawati Dewi

*Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)*

*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

*E-mail : [milasugmadewi@gmail.com](mailto:milasugmadewi@gmail.com)*

## **Abstrak**

Pengaruh pandemi virus Covid-19 memberikan dampak yang merugikan bagi pemilik usaha karena menurunnya tingkat produktivitas usaha. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah yaitu kebijakan PPKM (Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Dalam hal ini pihak yang paling terdampak pada kebijakan yang berlaku adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang ada di Desa Simoketawang, yaitu UMKM yang memproduksi keripik pisang milik Bu Ida mengalami penurunan produktivitas usaha. Dengan demikian, Sehingga perlu adanya program kerja yaitu pendampingan kepada UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk dan membantu UMKM dalam membuat desain produk agar lebih menarik.

**Kata kunci :** *UMKM, produktivitas usaha, promosi produk*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang merugikan bagi berbagai bidang, mulai dari bidang ekonomi, pendidikan, bisnis dan lain sebagainya. Mewabahnya virus Covid-19 mengharuskan masyarakat untuk berada di rumah dan bekerja dari rumah. Dengan adanya aktivitas masyarakat yang mengalami perubahan semenjak virus Covid-19 masuk ke Indonesia, karena diberlakukannya kebijakan ataupun ketentuan dari Pemerintah yang harus ditaati untuk menekan penyebaran virus ini. Termasuk dalam memberi dampak bagi dunia usaha. Pengaruh pandemi virus Covid-19 memberikan dampak yang merugikan bagi pemilik usaha karena menurunnya tingkat produktivitas usaha. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah yaitu kebijakan PPKM (Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Dalam hal ini pihak yang paling terdampak pada kebijakan yang berlaku adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Salah satu UMKM yang ada di Desa Simoketawang, yaitu UMKM yang memproduksi keripik pisang milik Bu Ida mengalami penurunan produktivitas usaha karena adanya pandemi. Produksi keripik pisang menurun karena Bu Ida hanya memproduksi keripik ketika mendapatkan pesanan yang banyak dari orang lain yang akan mengadakan acara maupun beberapa pesanan dari konsumennya yang sudah memesan keripik ke Bu Ida.

UMKM Keripik Pisang Bu Ida merupakan usaha yang dirintis oleh Bu Ida sejak tahun 2012 sampai dengan saat ini bersama dengan suaminya. Produksi keripik pisang sebelum pandemi selalu menghasilkan keripik dengan jumlah yang banyak sampai dengan 10 karung untuk memenuhi pesanan konsumen dan memenuhi permintaan toko yang menyuplai keripik pisang buatan Bu Ida. Namun karena pandemi ini, Bu Ida hanya menerima sedikit pesanan karena jumlah permintaan yang sedikit dan toko mulai mengurangi suplai keripik pisang.

Permasalahan pada UMKM Keripik pisang Bu Ida karena tidak adanya penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Bu Ida untuk mempromosikan produknya melalui media sosial. Tidak adanya logo pada kemasan produk, hanya menggunakan stiker yang sederhana. Karena pada kemasan sangat simple dan polos membuat konsumen lain tidak mengetahui informasi dalam mengetahui produk keripik pisang buatan Bu Ida. Dengan demikian, Sehingga perlu adanya program kerja yaitu pendampingan kepada UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk dan membantu UMKM dalam membuat desain produk agar lebih menarik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Program pengabdian masyarakat adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan ilmu (disipliner) dan sektoral pada daerah tertentu di wilayah Indonesia yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan wawasan mahasiswa. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk pengalaman Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian dari mahasiswa kepada masyarakat secara langsung. Melalui kegiatan pengabdian ini, mahasiswa dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dialami masyarakat dengan memberikan kontribusi pada program-program yang telah tersusun dengan baik. Dalam pengabdian yang dilakukan, mahasiswa memberikan pengalamannya di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya dan agama untuk memberikan pengajaran serta solusi dalam memecahkan masalah secara tepat.

Lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berada di Desa Simoketawang RT 01/RW 01, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo yang dilaksanakan selama 12 hari terhitung mulai dari tanggal 11 Desember sampai dengan 22 Desember 2021. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, pelaksana pengabdian masyarakat harus melakukan survey dan merancang penyusunan program untuk Mitra, kemudian dilakukan bimbingan dan diskusi dengan Dosen Pembimbing Lapangan.

Metode dalam melaksanakan pengabdian masyarakat, yaitu sebagai berikut :

1. Identifikasi masalah meliputi survey dengan pemilik UMKM di Desa Simoketawang RT 01
2. Wawancara dengan Bu Ida terkait ketersediaannya dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat
3. Mengamati dan menggambarkan segala kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan prioritas terpenting dalam pengembangan UMKM
4. Memulai kegiatan Pengabdian masyarakat dengan membuat akun media sosial untuk UMKM dan mulai membuat rancangan untuk desain kemasan, logo dan foto produk.
5. Melakukan pendampingan untuk foto produk dan mengedit foto yang terpilih untuk disunting
6. Melakukan pendampingan untuk pembuatan video produk dengan durasi pendek untuk diunggah ke media sosial yang telah dibuat
7. Melakukan penyuntingan video produk dengan menggunakan aplikasi capcut karena aplikasinya mudah digunakan

8. Memulai mengunggah foto-foto produk yang telah disunting ke media sosial dengan merangkai kalimat untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen (pengikut terbaru)
9. Melakukan pelatihan pemasaran digital dengan UMKM lain di Desa Simoketawang RT 01 untuk memberikan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial di dunia usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

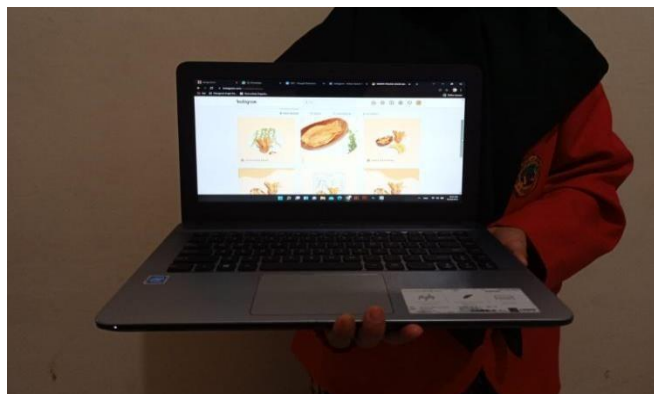
Hasil dari Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Simoketawang RT 01, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo menghasilkan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dan Mitra dengan berbagai program yang dijalankan. Berikut ringkasan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan selama 12 hari, yaitu pada hari pertama penulis meminta izin kepada Bapak RT 01 dan pada hari kedua penulis melakukan diskusi dengan pemilik UMKM Keripik Pisang dan menjelaskan program kegiatan yang telah disusun. Setelah mendapat persetujuan, penulis merancang satu persatu program, mulai dari desain yang akan dibuat untuk UMKM dengan koordinasi bersama anak Bu Ida tentang model desain yang diinginkan.

### 1. Capaian Kegiatan



Gambar 1 Pembuatan akun media sosial

- a) Pembuatan akun media sosial untuk Mitra, pembuatan akun media sosial Instagram diharapkan dapat menjadi wadah untuk UMKM agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menambah pengikut baru. Penulis memilih media sosial Instagram karena telah dilakukan diskusi dengan Mitra untuk media sosial apa yang akan diinginkan dan dapat dioperasikan dengan baik yaitu Mitra memilih Instagram.



Gambar 2 membuat karya desain

- b) Membuat karya desain, pembuatan karya desain juga dilakukan diskusi bersama Mitra untuk dapat menyatukan ide dalam pembuatan desain. Sehingga pada desain logo menggunakan gambar animasi pisang yang lucu, pada re-desain kemasan menggunakan ornamen-ornamen pisang dibagian depan dan belakang kemasan agar menjadi ciri khas dan pada pembuatan foto produk memadukan warna yang cerah agar lebih menarik dimata konsumen.



Gambar 3 Melakukan pendampingan untuk membuat foto produk dan konten video.

- c) Melakukan pendampingan dalam membuat foto produk dan video produk, dalam kegiatan ini penulis memberikan pemahaman tentang teknik pengambilan foto dan penyuntingan foto kepada Mitra agar foto dapat diubah menjadi lebih bagus.



Gambar 4 Pelatihan pemasaran digital

- d) Melakukan pelatihan pemasaran digital, pada pelatihan ini penulis menjelaskan manfaat fitur insatagram bisnis kepada UMKM terkait media sosial instagram.

## 2. Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat

Pada saat akan melakukan kegiatan pelatihan dengan UMKM di rumah Bapak RT 01 pada jam 10 pagi terjadi hujan dari pagi sampai dengan sore hari, sehingga pelaksanaan pelatihan diundur pada hari berikutnya karena hujan yang tak kunjung berhenti. Namun, pada hari berikutnya program pelatihan dapat dilaksanakan dengan lancar.

## SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan selama 12 hari mulai dari tanggal 11 desember sampai dengan 22 desember 2021 dengan program Pengembangan Usaha



Mikro Kecil Dan Menengah Keripik Pisang “Bu Ida” Melalui Pembuatan Katalog Produk Dan Pelatihan Pemasaran Menggunakan Media Sosial Di Desa Simoketawang RT 01 RW 01 Kec.Wonoayu Kab. Sidoarjo dapat membantu pelaku UMKM dalam memulai untuk belajar menggunakan media sosial sebagai media promosi produk. Tercapainya rangkaian program pada sasaran yang ditetapkan dan menjadi masukan untuk UMKM tentang pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat dapat berjalan dengan baik karena adanya dukungan dari berbagai pihak yang terlibat, khususnya pada pemilik UMKM yang berkenan merima penulis melaksanakan pengabdian masyarakat di tempat usaha.

## SARAN

Saran yang dapat penulis sampaikan yaitu pada pelaku usaha UMKM di desa harus berani dalam mempelajari hal-hal baru dan perlahan menerapkan strategi-strategi yang sesuai dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal. Pemasaran digital menjadi strategi utama dalam kegiatan pemasaran produk. Hal ini terjadi karena kemudahan dan kemampuan pemasaran digital dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital ini, diharapkan UMKM dengan konsisten terus membuat promosi produk ke media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Pengembangan media promosi berbasis digital memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar. Pada saat pandemi Covid-19 berlangsung interaksi antara penjual dengan pelanggan menjadi terbatas. Dengan perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 1(1), 120-142.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding*, 9(1).
- Rahman, A., Susanti, D. A., & Sinaga, A. (2021). Analisis Pengembangan UMKM di Era New Normal Dengan Prinsip Syariah. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi islam*, 3(2), 58-64.
- Yuwinanto, H. P. (2018). Pelatihan keterampilan dan upaya pengembangan UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 13(1), 79-87.
- 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>