

Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
23 Oktober 2021, Hal. 939-943
e-ISSN: 2686-2964

Pendampingan UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran produk di masa pandemi COVID-19

Isana Arum Primasari *, Endah Utami, Choirul Bariyah

Universitas Ahmad Dahlan
Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Bantul, D.I. Yogyakarta, Indonesia
Email: isana_prisa@ie.uad.ac.id *

ABSTRAK

UMKM VIEA CRAFT JOGJA merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di RT 50 RW 8 berdiri di saat pandemi berawal dari keterpurukan ekonomi warga RT 50 yang sebagian besar berlatar belakang wirausaha. Produk-produk yang dihasilkan berupa rajutan tali macrame, kerajinan dari eceng gondok dan kerajinan dari debog pisang. Berdasarkan analisis kondisi internal UMKM VIEA memiliki beberapa kelemahan diantaranya penataan manajemen yang masih belum terkondisi dengan baik, media promosi baru sebatas hubungan secara personal, inovasi produk yang masih minim, serta kemampuan ketrampilan diantara pekerja yang tidak merata. Kegiatan pendampingan dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar melalui pelatihan pembuatan katalog produk dan pelatihan Digital Marketing. Buku katalog dibuat berdasarkan berbagai jenis produk hasil inovasi dari UMKM yang berjumlah 30 jenis produk. Pembuatan katalog diawali dari pendataan produk beserta data bahan, bentuk, ukuran, warna dan harga sehingga memudahkan konsumen saat akan memesan produk tersebut. Sedangkan pelatihan digital marketing dilaksanakan selama 2 hari menggunakan aplikasi canva dan pendampingan secara kontinyu sampai mahir. Hasil dari pengabdian ini mampu meningkatkan ketrampilan dalam pemasaran menggunakan digital marketing. Harapan dari hasil kegiatan pengabdian ini mampu meningkatkan penjualan produk serta memperluas jejaring pemasaran di masa pandemi COVID 19. Selanjutnya program ini perlu mendapatkan perhatian dan pendampingan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM DIY secara berkelanjutan.

Kata kunci: Pendampingan, Peningkatan Kualitas Produksi, Pemasaran

ABSTRACT

MSME VIEA CRAFT JOGJA is one of the MSMEs located in RT 50 RW 8 which was established during the pandemic starting from the economic downturn of the residents of RT 50, most of whom have entrepreneurial backgrounds. The products produced are knitted macrame rope, crafts from water hyacinth and crafts from banana debog. Based on the analysis of the internal conditions, VIEA SMEs have several weaknesses including management arrangements that are still not well conditioned, promotional media are only limited to personal relationships, product innovation is still minimal, and the ability of skills among workers is not evenly distributed. Mentoring activities are carried out to increase market share through product catalog creation training and Digital Marketing training. The

catalog book is made based on various types of products that are the results of innovations from VIEA SMEs, totaling 30 types of products. Catalog creation begins with data collection of products along with data on materials, shapes, sizes, colors and prices to make it easier for consumers to order these products, while digital marketing training is carried out for 2 days using the Canva application and continuous assistance until proficient. The results of this service are able to improve skills in marketing through social media. It is hoped that the results of this service activity will be able to increase product sales and expand marketing networks during the COVID-19 pandemic. Furthermore, this program needs to receive attention and assistance from the Department of Industry, Trade, Cooperatives and DIY SMEs on an ongoing basis.

Keywords : *Mentoring, Production Quality Improvement, Marketing*

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memiliki kontribusi besar dan krusial bagi perekonomian Indonesia. Kriteria UMKM Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan (Suci, 2017). Berdasarkan situs Bappenas, di Indonesia UMKM memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu: Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), serta penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif. UMKM mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi yang dirasakan sampai di negara-negara maju dan berkembang. Perlakuan *Physical distancing* dan PSBB di beberapa wilayah Indonesia berimbas pada operasional perusahaan termasuk UMKM (BPS, 2020). Pandemi Covid-19 menyebabkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan mengalami kontraksi sebesar 2,07 persen sehingga membawa Indonesia Kembali ke *lower middle income country* (antaranewc.com, 2021).

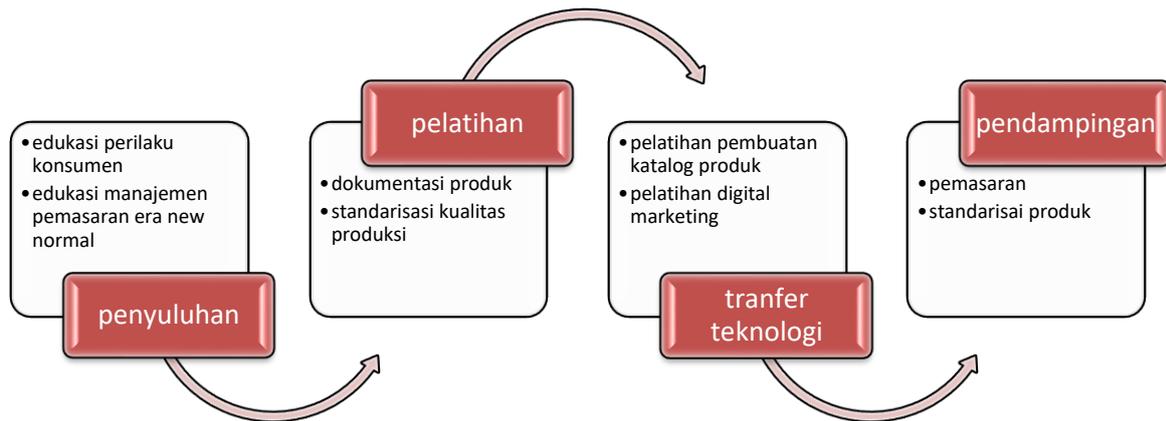
UMKM VIEA CRAFT JOGJA berdiri di awal pandemi COVID-19, berangkat dari keterpurukan ekonomi warga RT 50 yang sebagian besar berlatar belakang usaha. Perlahan-lahan usaha tersebut mulai berkembang meskipun dimasa pandemi saat diberlakukannya PSBB sempat mengalami penurunan produksi. Tenaga kerja tetapnya berjumlah 10 orang, berasal dari kalangan ibu-ibu RT 50 demi membantu suami dalam memenuhi kebutuhan hidup. Produk-produk yang dihasilkan adalah rajutan tali macrame, kerajinan dari eceng gondok dan kerajinan dari debog pisang.

UMKM VIEA CRAFT JOGJA telah mempunyai 4 (empat) pelanggan yaitu 2 (dua) pelanggan dari daerah sentra Kasongan dan 2 (dua) konsumen di Bali. Sebagai industri rumahan tentu saja masih memiliki kekurangan antar lain: penjualan prosuk masih sebatas hubungan personal dengan beberapa kolega, inovasi produk yang masih minim, kemampuan ketrampilan diantara pekerja yang tidak merata.

Tujuan dari pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat antara lain: memberikan edukasi kepada mitra terkait perubahan-perubahan pada perilaku dan preferensi konsumen akibat pandemi COVID-19, memberikan pendampingan pembuatan katalog produk, memberikan pendampingan kepada mitra dalam bidang pemasaran, serta memberikan pelatihan *digital marketing*.

METODE

Program Pengabdian kepada Masyarakat untuk mendampingi UMKM VIEA CRAFT JOGJA dalam pemasaran Produk di masa pandemi COVID-19 dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan berupa penyuluhan, pelatihan, transfer teknologi dan pendampingan mitra. Kegiatan ini melibatkan 2 orang mahasiswa sebagai pendamping dalam pembuatan katalog produk dan pelatihan digital marketing, juga bertugas untuk mengambil foto dokumentasi kegiatan. Adapun penggambaran metode yang dilaksanakan sebagaimana tersaji pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PPM

Tahapan dalam pelaksanaan program adalah sebagai berikut:

1. Persiapan dilakukan sebagai tahap peninjauan terkait pengetahuan tenaga kerja terhadap pemasaran produk.
2. Pelaksanaan program PPM dimasa new normal tetap memperhatikan protokol Kesehatan dengan menerapkan 5M. PPM dilaksanakan melalui serangkai kegiatan berupa pemberian edukasi majemen pemasaran di era new normal dan perilaku konsumen sebagai pengantar dari program transfer teknologi, selanjutnya pemberian pelatihan bagaimana melakukan dokumentasi produk dan penetapan standar produksi untuk mengatasi kualitas produk yang tidak sama antar pekerja. Berikutnya dilaksanakan 2 jenis transfer teknologi yaitu pembuatan katalog produk (tanggal 5 April sampai 17 Juni 2021) dan pembuatan konten untuk digital marketing menggunakan Canva (tanggal 13 Juni sampai 28 Juli 2021), diharapkan program ini dapat membantu mempermudah dalam hal promosi dan pemasaran produk. Program terakhir berupa pendampingan yang dilaksanakan sampai mahir dalam membuat konten digital marketing. Pelaksanaan serangkaian kegiatan ini dilaksanakan bersama 2 orang mahasiswa selama 5 bulan sejak bulan Maret sampai Juli.
3. Pengukuran capaian program PPM dilaksanakan setelah serangkaian kegiatan selesai. Angket diberikan kepada semua peserta pelatihan pada saat sebelum dan setelah pelatihan, hasilnya akan menjadi tolok ukur keterserapan ilmu dan peningkatan ketrampilan tenaga kerja.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Capaian program PPM diukur menggunakan angket untuk melihat keterserapan program terhadap peningkatan pengetahuan dan ketrampilan tenaga kerja. Hasil yang dicapai dari program PPM dilihat dari hasil angket yang diberikan kepada semua peserta pelatihan sejumlah

10 orang tenaga kerja, hal ini menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan dari 3 orang menjadi semua tenaga kerja faham mengenai manajemen pemasaran dan perilaku konsumen di masa new normal. Hasil dari berbagai pelatihan dan transfer teknologi diperoleh hasil dari awalnya hanya 1 orang saja yaitu pemilik UMKM menjadi semua peserta pelatihan sejumlah 9 orang karena satu orang berhalangan hadir. Sehingga capaian program PPM telah mampu meningkatkan pengetahuan sebesar 70% dan peningkatan ketrampilan sebesar 89%. Tabel 1 menunjukkan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari seluruh peserta pelatihan.

Tabel 1. Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan

No	Program Pelatihan	Sebelum	Setelah	Peningkatan
1.	Manajemen Pemasaran	3	10	70
2.	Digital Marketing	1	9	89

Berdasarkan tabel 1, Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan diperoleh peningkatan pengetahuan dan ketrampilan secara signifikan sehingga tidak ada lagi tenaga kerja yang tidak faham dalam melaksanakan promosi dan pemasaran produk dimasa pandemi COVID-19. Namun hal ini masih belum bisa menjamin peningkatan penjualan dikarenakan pandemi masih berlangsung sehingga berdampak pada penurunan semua fungsi perekonomian dunia.



Edukasi Manajemen Pemasaran



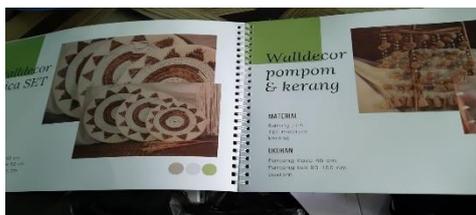
Edukasi Standarisasi Produksi



Dokumentasi Katalog Produk



Pelatihan Canva



Katalog Produk



Katalog Produk

Gambar 2. Pelaksanaan Program PPM

Beberapa dokumentasi dari serangkaian kegiatan pelaksanaan PPM di UMKM VIEA CRAFT JOGJA sebagaimana tersaji pada Gambar 2 berupa pelatihan pembuatan katalog produk dan pelatihan digital marketing menggunakan Canva. Pelatihan Canva ini sangat dirasakan manfaatnya dalam peningkatan kualitas pemasaran produk Purnomo (2020) bahwa pelatihan *digital marketing* telah mampu menghasilkan 15 akun yang dapat menjadi alat atau sarana pemasaran secara digital di saat pandemic COVID-19.

Dampak secara nyata dari hasil program PPM ini bahwa semakin banyak orang mengenal keberadaan UMKM VIEA CRAFT JOGJA, hal ini dapat dilihat dari jumlah view dan like dari promosi di media sosial. Adapun media sosial yang digunakan untuk pemasaran adalah Instagram dan facebook. Rencana ke depannya jika pelanggan sudah mulai banyak maka akan dibuatkan web UMKM VIEA agar memudahkan lagi dalam pemasaran dan pemesanan produk oleh konsumen. Dampak digital marketing sebagai media pemasaran dapat dikatakan cukup baik, berpengaruh terhadap minat beli ulang (Sukma, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan uraian yang sudah disampaikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini berdampak pada peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra. Diharapkan program ini dapat dilanjutkan dengan pendampingan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk peningkatan kualitas produksi dan pemasarannya

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1). LPPM UAD yang telah menyediakan dana kegiatan PPM sehingga serangkaian kegiatan dapat terlaksanakan dengan baik, 2). UMKM VIEA CRAFT JOGJA yang telah memberi peluang kepada kami untuk berbagi ilmu dan pengalaman selama pelaksanaan program PPM, juga atas keikut-sertaannya pada seluruh rangkaian kegiatan hingga selesai, dan 3). Pihak-pihak yang berkontribusi secara langsung dalam pelaksanaan program UMKM yaitu mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan dari Program Studi Teknik Industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Antaraneews.com, 2021, Bappenas: *Pemulihan Ekonomi Berfokus Pada Sektor Industri*, <https://www.antaraneews.com/berita/2237674/bappenas-pemulihan-ekonomi-berfokus-pada-sektor-industri>, diakses pada 3 Oktober 2021.
- BPS RI, 2020, Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha, *Katalog 3101038 no publikasi: 07330.2012*, ISBN: 978-602-438-350-3
- Purnomo, Nanto, Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing, *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, Desember 2020
- Suci, YR, 2017, Perkembangan UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Indonesia, *Jurnal Cano Ekonomos* vol. 6 (1), hal
- Sukma A., Hermina N., Novan D., Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk UMKM Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19, *Jurnal MANNERS*, Vol .III, No. 2, Oktober 2020