
Pendampingan UMKM Meningkatkan Hasil Produksi dan Penjualan Pemasaran Digital Usaha Bakso Wakid

Maulana fariq ibrahim¹, Nurnaningsih², M Chandra Budi S³, Suhadiono⁴, Ulfa Apriliya⁵, Achmad Hady A⁶, Setiawarni Nanda R⁵, Adib Mukhtar F⁸, Achmad Usikum⁹, Galuh Puspita Sari¹⁰, Dwi Lutfiana¹¹, Darno^{5*}

¹ Teknik Mesin, Universitas Maarif Hasyim Latif

² Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif

³ Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁴ Teknik Desain Komunikasi Visual, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁵ Akutansi, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{6,11} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁸ Hukum, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{9,10} Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

*Email: darno@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT

UMKM is a program that can also increase employment opportunities, provide clear financial advice to the wider community, and be efficient in the process of increasing the population and equal distribution of the population, all of which contribute to national stability. Responding to the Covid-19 Pandemic, it is planned that in 2020 we will discuss Large-Scale Social Restrictions with a focus on stopping factory workers while urging people to stand up for themselves if necessary. This also has a negative impact on the operational efficiency of MSMEs and consumer prices. causing businesses to experience a decline.. Countless MSMEs are experiencing various problems, including decreased sales, capital, uncertain administration, raw material difficulties, decreased manufacturing, and many aspects of application disconnection and labor interconnection which then become a burden on the national economy. long-standing economic growth slumped in both stocks and manufacturing. MSMEs as actors in the domestic economy and hard workers are concerned about the decline in productivity which results in a sharp decline in profits.

According to the search results of the KKN members at the MSME location in the village of Kramat Jegu, there are many things that are still an obstacle, including obstacles in branding or naming, obstacles in marketing and in production operations. The team took the initiative and compiled a work program according to the needs of these MSMEs. The KKN team consists of a number of disciplines, ranging from finance, law, engineering, design, even health. Each team member has a role specifically designed to achieve the meeting's stated goals.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, Covid-19 Pandemic

ABSTRAK

UMKM merupakan program yang juga dapat meningkatkan kesempatan kerja, memberikan nasihat keuangan yang jelas kepada masyarakat luas, serta efisien dalam proses peningkatan jumlah penduduk dan pemerataan jumlah penduduk yang semuanya berkontribusi terhadap stabilitas nasional. Menyikapi Pandemi Covid-19, direncanakan pada Tahun 2020 akan membahas Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan fokus menghentikan para tukang pabrik sambil mengimbau masyarakat untuk berdiri sendiri jika perlu. Hal ini juga berdampak negatif pada efisiensi operasional UMKM dan harga konsumen. menyebabkan para usaha mengalami penurunan.. Tak terhitung banyaknya UMKM yang mengalami berbagai masalah, antara lain penurunan penjualan, permodalan, administrasi yang tidak menentu, kesulitan bahan baku, penurunan manufaktur, dan banyaknya aspek keputusan aplikasi dan interkoneksi buruh yang kemudian menjadi beban ekonomi nasional. pertumbuhan ekonomi yang lama menurun baik

di bursa maupun manufaktur. UMKM sebagai pelaku ekonomi domestik dan pekerja ulet prihatin dengan penurunan produktivitas yang berimbas pada penurunan tajam keuntungan. Sesuai hasil penelusuran anggota KKN di tempat UMKM tersebut di desa Kramat Jegu banyak terdapat al- hal yang masih menjadi kendala antara lain kendala di brand atau penamaan, kendala di pemasaran dan pada operasi produksi. Tim berinisiatif dan menyusun program kerja sesuai kebutuhan UMKM tersebut. Tim KKN terdiri dari sejumlah disiplin ilmu, mulai dari keuangan, hukum, teknik, desain, bahkan kesehatan. Setiap anggota tim memiliki peran yang dirancang khusus untuk mencapai tujuan pertemuan yang dinyatakan..

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, Pandemi covid-19*

PENDAHULUAN

UMKM adalah suatu cara bagi suatu organisasi saja yang dapat meningkatkan lapangan kerja, memberikan bimbingan ekonomi yang cukup kepada penduduk pada umumnya, dan secara langsung terlibat dalam prosedur peningkatan penduduk dan pemerataan penduduk, yang semuanya berkontribusi pada stabilitas nasional. Selain itu, UMKM merupakan satu-satunya pilar ekonomi dalam negeri yang harus mendapat pendanaan pokok, perlindungan dari campur tangan pihak luar, dan pendanaan berkelanjutan tanpa campur tangan Perdana Menteri Amerika Serikat. badan Usaha Milik Negara (L R Rinandiyana1a, D L Kusnandar1, 2020). Mempertimbangkan kondisi diskala pembekuan masyarakat, terungkap bahwa PP No. 21 Tahun 2020 akan menanggapi kondisi masyarakat fokus memperlambat migrasi penumpang dan barang sekaligus mendorong penduduk untuk mulai berdiri dan jika perlu. Juga sangat berpengaruh pada efektivitas organisasi UMKM dan belanja konsumen(Daniel, 2020).

Di Indonesia, para usaha yang terkena imbasnya, terutama para usaha pedagang saat dikondisi pandemic telah mengalami penurunan menyebabkan ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMK) yang merupakan bagian terpenting dari penurunan perekonomian sangat merasakan dampaknya oleh para pedagang (Fristiohady, 2020). Di Indonesia, hampir semua segmen mengalami kesulitan, terutama perekonomian kita yang selama beberapa tahun ini menjadi tumpuan penduduk. Dengan banyak lika-liku, Covid-19 telah menyebabkan sektor krisis keuangan di Indonesia gagal. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang akan menjadi sektor utama perekonomian sangat mengkhawatirkan konsekuensinya(Abidin Achmad et al., 2020).

Salah satunya pemerintah memberikan kebijakan peraturan untuk masyarakat dihimbau menjaga jarak. Digital marketing adalah kegiatan tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan pengenalan merek barang atau jasa di antara konsumen, serta memberdayakan pembeli untuk membeli barang dan jasa dari bisnis melalui media berbasis internet(Gawade, 2019). banyak konsumen yang kemudian melakukan penipuan dan merusak pembelian online (W. Adda et al., 2020b). Kondisi UMKM di seluruh Indonesia saat ini mengalami masalah yang dimana masyarakat mengalami ekonomi yang kurang stabil. Terjadi penurunan dalam penjualan bahkan tidak memiliki pendapatan, namun setiap harus membayar pengeluaran rutin seperti gaji, sewa, cicilan dan bunga bank, dan lain-lain(W. Adda et al., 2020a).

Salah satunya UMKM berada di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur yaitu Trosobo. UMKM Bakso Pak Wakid merupakan usaha keluarga yang telah berdiri di tahun 1995. Awal usaha adalah berdagang melalui rombongan tradisional yang dikelilingkan di kampung-kampung. Akan tetapi karena usaha semakin berkembang, akhirnya di tahun 2001 mulai membuka warung di depan rumah tinggal di daerah Kramat Jegu. Hal tersebut mengakibatkan Kecamatan Trosobo menjadi kecamatan dengan jumlah penduduk yang cukup besar dan beragam, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah jam bangun dan pusat perdagangan.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk sadar yang memadukan pembelajaran dan komunikasi dengan masyarakat luas. KKN ini mengasumsikan bahwa mahasiswa mampu meningkatkan jiwa sosialisasi, selain pengabdian untuk mendukung pengembangan ilmu pengetahuan sebelumnya(Fandatiar et al., 2015). KKN juga memiliki keterampilan dalam mengatasi dan menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi ditengah masyarakat sebagai media untuk belajar membangun hubungan yang basic dalam masyarakat, sebagai obyek utama yang akan dihadapi kelak setelah menyelesaikan studi(Wahyunengseh, 2020). Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo tahun ini mengangkat tematik kewirausahaan dan tertarik memasuki usaha bakso tersebut sebagai materi KKN

tahun ini. Ketertarikan yang dimiliki usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang juga dilakukan pemilihan sebelumnya adalah dikarenakan kesederhanaan yang dimilikinya.

Dengan bantuan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa UMKM mampu mengembangkan program penyadaran bagi pak wakid untuk memantau kondisinya selama pandemi COVID-19. Hal ini mengindikasikan bahwa digital marketing tidak hanya berfokus pada communication marketing tetapi juga memiliki kemampuan untuk menggambarkan channel marketing. Digital marketing kini menjadi prioritas utama bisnis karena memiliki sejumlah keunggulan, seperti informasi yang mudah digunakan, interaktif, up-to-date, dan tepat waktu, serta mudah dan membantu selama proses pembelian.(Zanuar Rifai & Meiliana, 2020). Oleh karena itu mahasiswa memanfaatkan media social untuk membantu digital marketing.

METODE

Pada pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik Kewirausahaan dilaksanakan melaiputi 3 kegiatan antaranya : tahap persiapan, pada tahap persiapan mahasiswa pengabdian melakukan survei tempat melakukan pertemuan di kediaman salah satu anggota KKN bertujuan untuk pembentukan struktur keanggotaan dan menetapkan UMKM yang dibidik dengan berbagai macam pertimbangan yang relevan dengan tujuan KKN tematik kewirausahaan sesuai arahan dari LPPM saat sosialisasi pelaksanaan KKNT. Selanjutnya dilakukan konsolidasi dengan mitra yang dibidik dengan mendatangi di usaha Bakso Pak Wahid di Desa Kramat Jegu Kecamatan Troboso Kabupaten Sidoarjo. Tujuan konsolidasi adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang apa yang akan dilakukan melalui program Program Kerja Mahasiswa Kewirausahaan Tematik (KKNT) dalam waktu dekat sehingga proyek dapat berjalan dengan sukses dan sesuai prediksi. Dengan jadwal pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan diumkm tersebut.

Tahap pelaksanaan, meliputi melakukan sesuai program kerja yang telah direncanakan sebelumnya. Pelaksanaan perbaikan dan peningkatan dalam berbagai macam aspek, diantaranya aspek Manajemen : Penyusunan perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi) awal Aspek pemasaran : Pembuatan logo, pemasangan banner, packing yang modern dan hygenis, pembagian brosur, pembuatan marketing di Shopee Food, Aspek Produksi : Pengadaan peralatan berupa pemberian alat penggiling daging. Penyerahan semua pengadaan di semua aspek dilakukan secara bertahap dalam kurun waktu 2 (dua) minggu. Untuk Aspek Manajemen penerbitan Sertifikasi Halal, UMKMBakso Pak Wakid belum berkenan dikarenakan program tersebut membutuhkan NIB (Nomor Induk Berusaha) di mana untuk penerbitannya dibutuhkan pegurusan NPWP sehingga terdapat kewajiban dari UMKM untuk melaksanakan pembayaran pajak secara rutin. Tahap Penyelesaian, Minggu pertemuan, tim KKNT saya mengikuti tugas membuat rencana aksi dan membuat artikel dengan tujuan publikasi. Hari ketiga program pengabdian ini adalah saat pembuatan artikel dan rencana kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di usaha bakso pak wakid ini disajikan pada table berikut :

No	Jenis Luaran	Detail aspek	Indikator Capaian
1	Aspek Manajemen	a. UMKM paham pengelolaan Kewirausahaan melalui perhitungan laporan laba rugi	Pola hitung dipakai oleh UMKM
		b. UMKM memiliki Sertifikat Halal	UMKM Bersedia
2	Aspek Pemasaran	a. UMKM mengetahui perihal Berwirausaha Secara Daring (On-line)	Kepahaman UMKM
		b. Pemasaran secara modern dan mengikuti perkembangan jaman	Hasil penjualan
		c. Kemasan hygenis dan modern	Hasil penjualan
3	Aspek Produksi	UMKM memiliki peralatan produksi penggilingan daging	Memiliki

Solusi yang diberikan dalam diskusi ini terdiri dari fakultas hukum, ekonomi dan bisnis, teknologi, dan hukum, yang semuanya bekerja sama untuk membantu pengembangan bisnis Bakso Pak Wakid Desa Kramat Jegu Kecamatan Troboso Kabupaten Sidoarjo dengan berbagi tugas antara anggota tim dalam merealisasikan tercapainya program kerja yang telah dicanangkan sesuai kondisi sebenarnya di UMKM dtersebut.



Gambar 1. Hasil pelaksanaan dari aspek pemasaran dilaksanakan di dua tempat yang berbeda. Yaitu bantuan pemasangan banner yang memberikan pengaruh yang luar biasa untuk UMKM Bakso Pak Wakid.

Bantuan yang diberikan dari aspek manajemen telah mengajarkan cara menghitung laba/rugi untuk usaha Bakso Pak Wakid yang selama ini tidak pernah dilakukan perhitungan secara tertulis. Dari aspek pemasaran, tim KKNT memberikan banner sebanyak dua buah di dua tempat usaha yang berbeda yaitu di rumah tinggal Bakso Pak Wakid dan di warung di sebelah jalan raya Troboso. Disamping itu dilakukan pembuatan packing yang hygenis dan modern menyesuaikan pasar saat ini dan diharapkan packing tersebut digunakan terus menerus oleh UMKM Bakso Pak Wakid dengan menyesuaikan harga bakso per porsi. Usaha lain untuk pengembangan pemasaran yaitu dengan pembuatan Go Food di Shopee, di mana telah dilakukan penjualan secara on-line agar lebih dapat mengikuti perkembangan jaman.



Gambar 2. Pemasangan banner di dua tempat yang berbeda oleh Tim KKNT untuk usaha Bakso Pak Wakid



Gambar 3. *Packing baru yang modern dan hygenis untuk UMKM Bakso Pak Wakid*

Dari aspek produksi, pemberian peralatan penggilingan daging menjadi alternative penting untuk proses pembuatan Bakso karena selama ini penggilingan harus antri ke pasar. yang jaraknya lumayan jauh dari tempat usaha Bakso Pak Wakid, di samping itu harus mengeluarkan biaya transportasi untuk menuju ke tempat penggilingan daging untuk bahanbakso.



Gambar 4. *Proses penyerahan alat penggiling daging ke UMKM Bakso Pak Wakid*

SIMPULAN

Hasil kegiatan selama Kuliah Kerja Nyata Tematik Kewirausahaan diusaha bakso pak wakid sebagai berikut:

- Sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan timKKNT UMAHA di UMKM Bakso Pak Wakid Kramat Jegu telah menghasilkan pengetahuan kepada UMKM bagaimana cara menghitung laba/rugi atas usaha yang telah dijalankan puluhan dari dari cara manual menjadi memiliki data real perhitungan laba/rubi. Semoga pola perhitungan yang disampaikan menjadi berguna dan dipakai seterusnya untuk monitor pengeluaran dan pemasukan usaha.
- Dengan adanya digital marketing yang lebih gencar lewat banner, media on-line dan packing yang menarik, telah mendongkrak jumlah penjualan dari awal sebesar 50% (awal sebelum dilakukan pemasaran on-line 90-100 porsi perhari telah meningkat menjadi 120-150 porsi dalam sehari). Ini adalah peningkatan yang luar biasa. Konsistensi untuk up-date media on-line dan penggunaan packing yang hygenis dibutuhkan untuk mempertahankan penjualan tersebut agar dapat lebih meningkat lagi.
- Efisiensi waktu dan biaya telah terbukti dalam proses penggilingan daging bakso karena tidak perlu antri di pasar untuk menggiling karena alat penggilingan daging telah disediakan oleh Tim KKNT Umaha. Diperlukan perawatan terhadap peralatan penggilingan daging tersebut agar bisa awet dan tahan lama dalam pemakaian.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Daniel, S. J. (2020). Education and the COVID-19 pandemic. *Prospects*, 49(1–2), 91–96. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09464-3>
- Fandatiar, G., Supriyono, S., & Nugraha, F. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Kuliah Kerja Nyata (Kkn) Pada Universitas Muria Kudus. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 6(1), 129. <https://doi.org/10.24176/simet.v6i1.247>
- Fristiohady, A. (2020). Peranan Peserta KKN Tematik Dalam Meningkatkan Kepatuhan Penggunaan Masker Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Kendari. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 181–187. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4505>
- Gawade, M. S. (2019). Fostering Innovation, Integration and Inclusion through Interdisciplinary Practices in Management. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Special Issue(Special Issue-FIIIPM2019)*, 91–94. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd23072>
- L R Rinandiyana1a, D L Kusnandar1, A. R. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (Siapik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan Umkm Utilization of Android Based Accounting Application (Siapik) To Improve Financial Administration of Msmes. 6(April), 73–78.
- W. Adda, H., Chintya Dewi Buntuang, P., & Sondeng, A. (2020a). Strategi Mempertahankan Umkm Selama Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 390. <https://doi.org/10.32832/abdidos.v4i4.717>
- W. Adda, H., Chintya Dewi Buntuang, P., & Sondeng, A. (2020b). STRATEGI MEMPERTAHANKAN UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN BUNGKU TENGAH KABUPATEN MOROWALI. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.32832/abdidos.v4i4.717>
- Wahyunengseh, R. D. (2020). KKN Mandiri untuk Resiliensi Masyarakat di Masa Covid-19. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 1059–1065. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.861>
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>