

PENGEMBANGAN BRANDING PRODUK UMKM DAN BUMDES MELALUI SARANA E-COMMERCE PADA MASA PANDEMI COVID-19

Efendi S Wirateruna*, Difadila Alif Tasarlik, Susmita Yasa Pertiwi, Iul Fatchurrochim, Rara Pangestu Quranta

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: efendi.s.wirateruna@unisma.ac.id

Abstrak

Di era masa pandemi Covid-19 ini, banyak sekali dampak yang dirasakan oleh masyarakat salah satunya permasalahan ekonomi. Beberapa dampak ekonomi yang sering muncul dan dialami oleh pedagang adalah menurunnya jumlah omset penjualan oleh pedagang karena diakibatkan menurunnya minat daya beli masyarakat. Selain itu, pemasaran produk UMKM dan Bumdes terbatas pada lingkungan sekitar atau secara konvensional sehingga penambahan omset sangat lambat. Bersama Bumdes dan perangkat desa yang ada, beserta masyarakat Desa kami menggunakan kesempatan ini untuk menjadi pendamping pemanfaatan digital marketing Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) dan Bumdes supaya dapat menambah omset nya melalui penjualan melalui E-commerce. Metode yang dilakukan adalah kegiatan observasi, sosialisasi, pemaparan materi, pelatihan dan evaluasi. Indikator keberhasilan kegiatan pendampingan digitalisasi produk adalah pemasaran produk minuman herbal (Katingku) dan pupuk kompos yang berada di Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang, serta produk APE (Mainan Edukasi Anak) di desa Mukuh, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Produk tersebut dipasarkan melalui salah satu platform e-commerce yang terkenal yaitu Shopee. Dengan edukasi pemasaran produk UMKM secara digital, produktivitas UMKM dapat meningkat dengan cepat dan dapat menginspirasi masyarakat sekitarnya. Sehingga, perekonomian masyarakat desa dapat berkembang secara mandiri.

Kata Kunci:

UMKM; minuman herbal; pupuk; ape (mainan edukasi anak); e-commerce.

PENDAHULUAN

Selama pandemi Covid-19 ini banyak dampak yang ditimbulkan di Indonesia bahkan dunia. Virus Covid-19 ini memiliki sifat penularan yang sangat cepat karena melalui udara sebagai media penyebaran virus tersebut, hal tersebut yang mengakibatkan pengurangan kegiatan atau mobilitas masyarakat diluar rumah (KEMENKES, 2021). Pada akhirnya berdampak pada munculnya permasalahan ekonomi yang dialami masyarakat.

Beberapa dampak ekonomi yang sering muncul dialami oleh pedagang adalah menurunnya jumlah omset penjualan oleh pedagang karena diakibatkan menurunnya minat daya beli masyarakat. Pada dasarnya dimasa pandemi dengan program PPKM yaitu pembatasan mobilitas masyarakat dan adanya himbauan untuk selalu menjaga jarak serta mengurangi kegiatan diluar rumah,

mengakibatkan masyarakat lebih sering berinteraksi melalui smartphone selama di dalam rumah.

Dalam menanggulangi penurunan omset penjualan para penjual khususnya Pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) dan memaksimalkan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Tim KSM-Tematik di desa Mukuh, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri beserta KSM-Tematik Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang memberikan ide untuk memberikan edukasi berupa digital marketing melalui E-commerce di beberapa platform yang ada di Indonesia. Produk yang terdampak adalah produk pupuk kompos dan produk minuman herbal yaitu jamu Katingku yang berada di lokasi Jombang, serta produk APE (Mainan Edukasi Anak) yang berada di Kediri.

Minuman herbal di desa Mukuh masih terbatas penjualan hanya di area desa tersebut. Konsumsi dan penjualan jamu hanya dijual di daerah pedesaan jauh dari perencanaan dan pengorganisasian yang lebih baik dari segi kuantitas dan kualitas produk (Awaluddin & Hendra., 2018). Selain itu penjual jamu harus memperhatikan atas mutu, keamanan dan manfaat jamu diproduksi dan diedarkan kepada masyarakat (Muliasari, Ananto, & Andayani, 2019) (Sari, 2019). Penjualan produk saat ini dapat menggunakan sosial media yang baik dan benar untuk teknis pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital melalui platform penjualan yang ada (Kurniawati, Santoso, & Widowati, 2019). *Packaging* produk UMKM dan Bumdes di Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang, serta produk APE (Mainan Edukasi Anak) di desa Mukuh, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri masih menggunakan metode konvensional yaitu pemasaran produk hanya sebatas lingkungan sekitar tanpa ada pemanfaatan teknologi informasi atau internet. Sehingga, pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan pemasaran digital untuk produk minuman herbal (jamu Katingku), produk pupuk kompos dan produk APE perlu dilaksanakan. Pendampingan ini sangat dibutuhkan masyarakat karena keterbatasan pengetahuan tentang *platform* pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dijelaskan dalam bentuk diagram alir gambar 1. Untuk memulai suatu kegiatan diawali dengan pembentukan sebuah tim organisasi agar pengabdian berjalan secara efektif dan efisien, dengan dibentuk tim dengan tugas pokok dan fungsi masing – masing, rumusan tujuan dapat ditentukan untuk mencapai goal dari pengabdian masyarakat yaitu pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mandiri.

Identifikasi stakeholder atau tokoh masyarakat desa Mukuh, Kecamatan Kaye Kidul, Kabupaten Kediri dan Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang dilakukan. Kemudian, dengan bekerja sama Bersama kepala desa dan tokoh masyarakat, kebutuhan dalam menyelesaikan permasalahan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat dianalisa. Sehingga perumusan prioritas masalah dan kebutuhan dapat ditentukan sehingga kegiatan dapat berjalan secara tepat. Rencana pelaksanaan selanjutnya

disosialisasikan dengan masyarakat yang terlibat terkait timeline kegiatan yang akan diimplementasikan.

Pemaparan materi dan pelatihan branding produk UMKM dilaksanakan agar masyarakat desa mempunyai gambaran tentang pentingnya branding dan pemasaran melalui platform digital. Dengan pelatihan pembuatan, dapat terbentuk kader-kader masyarakat yang mempunyai keahlian dalam branding produk umkm dan bumdes. Agar para kader yang terlatih mampu mengimplementasikan branding produk umkm dan BUMDES, pendampingan sangat dibutuhkan agar produk dapat dibranding dan dipasarkan melalui platform digital dengan tepat dan mampu menjalankan secara mandiri. Kegiatan pengabdian diakhiri dengan kegiatan evaluasi baik secara internal maupun secara eksternal yang melibatkan masyarakat desa.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan pembentukan suatu organisasi atau tim sehingga pembagian tugas sesuai tugas pokok masing – masing dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien. Selanjutnya tim merumuskan tujuan kegiatan pengabdian dan dilanjutkan dengan identifikasi mitra atau stakeholder. Identifikasi dilaksanakan baik melalui survei secara langsung dengan mitra maupun melalui pihak ketiga, kepala desa. Data pemerintah yang diperoleh, selanjutnya, dianalisa terkait kebutuhan masyarakat mitra tersebut yang berhubungan dengan perekonomian masyarakat tersebut.

Setelah target kebutuhan masyarakat diperoleh, kegiatan sosialisasi kepada masyarakat diselenggarakan dengan melibatkan tokoh masyarakat dan pemerintah desa setempat. Kegiatan sosialisasi ini penting dilakukan agar persamaan persepsi terkait program dapat tercapai. Selanjutnya adalah kegiatan inti seperti pelatihan teknis pemasaran digital melalui *platform* yang sudah ada. Agar ada keberlanjutan program, maka ada pendampingan kepada para kader yang siap dilatih dan melatih masyarakat lainnya dalam pemanfaatan *platform* pemasaran digital. Semua program yang terlaksana akan dievaluasi untuk perbaikan dan peningkatan program selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan KSM-Tematik pengabdian kepada masyarakat ini ditargetkan mampu memberikan dampak positif sebagai salah satu solusi yang tepat dimasa

pandemi seperti ini. Pada penelitian ini penulis melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan target yaitu masyarakat setempat di desa Mukuh, Kecamatan Kaye Kidul, Kabupaten Kediri dan Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang.

1. Persiapan dan Sosialisasi

Kegiatan pertama yang kami lakukan adalah survey lokasi yang akan promosikan berguna sebagai perbandingan dan bahan perundingan kami untuk memilih UMKM. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan hasil selanjutnya sesuai dan tepat sasaran ke pihak yang bersangkutan. Selain itu survey dilakukan untuk mengetahui pemahaman masyarakat tentang penggunaan pemasaran digital. Dari hasil survey diperoleh bahwa belum ada masyarakat yang memanfaatkan *platform* pemasaran digital untuk pemasaran produk yang lebih luas. Sehingga hasil survey menuntut tim untuk mengadakan program sosialisasi.

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan setelah mendapatkan persetujuan dari seperangkat desa dan tokoh masyarakat di desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang dan di desa Mukuh, Kecamatan Kaye Kidul, Kabupaten Kediri. Proses sosialisasi menggunakan teknik metode ceramah melalui presentasi program dan curah pendapat masyarakat tentang program kegiatan tim yang akan dilaksanakan. Antusias masyarakat sangat tinggi dalam kegiatan sosialisasi dengan adanya keaktifan masyarakat dalam curah pendapat.



Gambar 2. Proses Sosialisasi dan pemilihan Usaha yang akan di kembangkan

2. Hasil dan proses produksi

Kegiatan sosialisasi ini adalah kegiatan utama yang kami lakukan nantinya, diharapkan target bisa menangkap apa yang kami sampaikan dan dapat di implementasikan berdasarkan pengalaman yang mereka miliki.



Gambar 3. Hasil Produksi APE di KSM-Tematik Kediri



Gambar 4. Hasil Produksi Pupuk Kompos yang dilakukan KSM-T Jombang



Gambar 5. Hasil Produksi Pupuk Jamu Katingku yang dilakukan KSM-T Jombang

3. Hasil Platform E-commerce

Hasil dari semua kegiatan adalah platform *E-commerce* yang bertujuan supaya omset produk kedepannya dapat mengalami peningkatan. Adapun para pelaku produksi bisa mengelola Platform *E-commerce* dengan baik sesuai dengan apa yang sudah kami buat sebelumnya.



Gambar 6. Hasil Platform E-Commerce yang telah dibuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada program pengabdian kepada masyarakat desa Mukuh, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri dan di Desa Banjarsari, Kecamatan Bandarkedungmulyo, Kabupaten Jombang diperoleh kesimpulan yaitu, Efek pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada ekonomi masyarakat luas serta pelaku usaha di Indonesia.

Indikator keberhasilan kegiatan pendampingan digitalisasi produk adalah pemasaran produk minuman herbal (Katingku) dan pupuk kompos yang berada di Desa Banjarsari, kecamatan Bandarkedungmulto, kabupaten Jombang, serta produk APE (Mainan Edukasi Anak) di desa Mukuh, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Produk tersebut dipasarkan melalui salah satu *platform e-commerce* yang terkenal yaitu Shopee. Dengan edukasi pemasaran produk UMKM secara digital, produktivitas UMKM dapat meningkat dengan cepat dan dapat menginspirasi masyarakat sekitarnya. Sehingga, perekonomian masyarakat desa dapat berkembang secara mandiri.

Untuk keberlanjutan program, kegiatan kedepannya bisa melibatkan masyarakat lebih luas agar kader pemasaran digital bertambah banyak sehingga keberlanjutan program dapat tercapai. Target produk pemasaran digital dapat diperluas serta variasi *platform* pemasaran digital yang semakin banyak.

DAFTAR RUJUKAN

- Awaluddin, & Hendra. (2018). Fungsi Manajemen Dalam Pengadaan Infrastruktur Pertanian Masyarakat Di Desa Watatu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tadulako Indonesia*, 2(1), 1–12. Diambil kembali dari <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/pub/article/view/10037>
- KEMENKES. (2021, Agustus 3). *Covid-19*. Diambil kembali dari Infeksi Emerging: <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/>
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI". *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 2(2), 132–138. doi:<https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2722>

- Muliasari, H., Ananto, A. D., & Andayani, Y. (2019, September 1). Inovasi Dan Peningkatan Mutu Produk Jamu Pada Perajin Jamu Gendong di Kota Mataram. *Prosiding PEPADU*, hal. 72–77. Diambil kembali dari <http://jurnal.lppm.unram.ac.id/index.php/prosidingpepadu/article/view/12>
- Sari, D. E. (2019). Sosialisasi dan Edukasi Literasi Keuangan Untuk Warga ‘Aisyiyah Kabupaten Sukoharjo Guna Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Remaja dan Anak-Anak. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 2(2), 88–99. doi:<https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2694>