

PENGEMBANGAN PELUANG KEMITRAAN UMKM ANEKA KERIPIK BUAH KOTA MALANG DAN SIVITAS AKADEMIKA PERGURUAN TINGGI

Setiabudi Sakaria

Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, Malang, Indonesia

email: setiabudi@stiki.ac.id

Abstrak

Pada saat kondisi pascacovid-19 yang tidak pasti, para UMKM berusaha mempertahankan omset penjualan dan tetap memproduksi barang agar terjamin kelangsungan hidupnya. Minat beli konsumen saat ini menurun akibat PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang diterapkan pemerintah. Oleh karena itu diperlukan pengembangan peluang kemitraan UMKM Aneka Keripik buah kota Malang dan Sivitas Akademika Perguruan Tinggi dalam bentuk pengabdian masyarakat. Metode untuk pelaksanaan kegiatan ini menggunakan partisipasi kelompok UMKM Aneka Keripik melalui Studi permasalahan UMKM Aira Food Malang. Adapun Hasil kegiatan dari pengabdian masyarakat berupa pembuatan website untuk media pemasaran Aira Food, pelatihan pemasaran dalam media sosial, pemberdayaan mahasiswa dalam kegiatan magang/kerja praktek, penjualan produk secara luring dan daring.

Kata Kunci:

peluang kemitraan; UMKM; sivitas akademika

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan bentuk usaha masyarakat yang tangguh dalam menghadapi persaingan dan pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia saat ini. Pada tahun 2019 UMKM di Indonesia berjumlah 65,5 juta dan terdapat peningkatan jumlah UMKM sebanyak 1,98% dari tahun 2018 yang sebanyak 64,2 juta unit. UMKM juga menyerap 119,6 juta orang atau 96,92% dari total tenaga kerja Indonesia (Kementerian KUKM, 2021). Pemerintah telah mengambil kebijakan dan menjaga kelangsungan usaha KUMKM (Koperasi dan UMKM) dampak wabah corona melalui pendataan KUKM melalui call center 1500-58 sejak 17 Maret 2020. Ada 5 masalah yaitu penjualan/permintaan menurun; bahan baku sulit; distribusi/operasionalnya terhambat, produksi dan masalah permodalan (Kementerian KUMKM, 2020). Pandemi yang terjadi sangat berat membebani UMKM, sehingga perlu disiapkan UMKM yang unggul dengan produk dan model bisnis yang kreatif dan inovatif. Oleh karena itu Menkop UKM, Teten Masduki mengajak Perguruan Tinggi turut membantu untuk merancang desain startup UMKM. Dengan menitikberatkan pada teknologi terbaru, kemungkinan peluang ekspor akan segera meningkat (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2021).

Oleh sebab itu UMKM kota Malang ditantang untuk menghadapi persaingan dalam dunia digital saat ini. Hasil analisis dengan metode SWOT

(strengths, weaknesses, opportunities, threats) dapat disimpulkan bahwa kondisi UMKM yang berbasis digital di Indonesia harus diprioritaskan pada strategi antara lain meningkatkan pangsa pasar ke Luar Negeri, menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan proses marketing online (Idah & Pinilih, 2020).

Tahun 2020 Diskopindag telah mendata ada 9.871 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang harus dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Malang. Terdapat 110 usaha mikro dan anggota koperasi usaha mikro sejumlah 60 anggota yang dibina dengan Dana Alokasi Khusus (DAK) dalam bidang technopreneur. Dan sejumlah 40 pelaku usaha mikro yang didampingi mulai proses produksi, manajemen, hingga pemasarannya yang mencakup mulai dari hulu sampai hilir (Malangkota.go.id, 2019).

Pemanfaatan *platform e-commerce* bagi UMKM kota Malang telah dilakukan dengan bekerjasama sebagai mitra penjual *platform e-commerce* tersebut, sehingga memberi kesempatan para pelaku UMKM semakin mudah meluaskan pemasaran barang secara online. Program Malang 4.0 telah diluncurkan oleh pemerintah kota Malang juga yang merupakan strategi digitalisasi UMKM kota Malang sekaligus dapat menguatkan ekonomi daerah. Jadi peluang kemitraan untuk UMKM Kota Malang perlu ditingkatkan khususnya dengan Perguruan Tinggi kota Malang hingga seluruh Indonesia.

Sejak tahun 2019 Ristek Dikti meluncurkan beberapa program pengabdian pada masyarakat, salah satunya adalah Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPUPIK). Program ini memberi akses perguruan tinggi mewujudkan pengetahuan dan *technopark* dengan cara memanfaatkan pengetahuan, pendidikan maupun hasil riset dosen. Wujud PPUPIK berupa unit usaha, sebagai pusat produksi, konsultasi/desain dan pelatihan pengembangan serta dapat dengan Bank, BUMN, Pemda, Investor dan kelompok industri (Ristek Dikti, 2020).

Oleh karena itu STIKI Malang juga turut berpartisipasi dalam program pengabdian masyarakat dalam upaya membentuk sinergi kemitraan antara UMKM Kota Malang khusus pada keripik buah yang menjadi primadona penjualan camilan seperti keripik tempe. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan partisipasi kelompok UMKM Aneka Keripik melalui Studi permasalahan UMKM Aira food Malang. Dari hasil pengamatan secara langsung dan wawancara yang telah dilakukan, maka para UMKM Aneka Keripik kota Malang saat ini tidak memiliki website sebagai media penjualan dan berkomunikasi dengan pelanggan secara online. Masalah lain yaitu dari sisi pengetahuan tentang pemasaran produk ke sosial media masih kurang sehingga diperlukan pelatihan tentang pemasaran secara online. Tujuan pengabdian masyarakat ini berupa pembuatan website untuk media pemasaran Aira Food, pelatihan pemasaran dalam media sosial, pemberdayaan mahasiswa dalam kegiatan magang, penjualan produk secara luring dan daring. Dengan demikian diperlukan pengembangan peluang kemitraan antara UMKM Kota Malang dan Perguruan Tinggi dalam bentuk nota kesepahaman yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan yang telah dilakukan dalam pengabdian masyarakat pada UMKM Kota Malang ini antara lain :

1. Diawali dengan kunjungan dan pengamatan langsung pada proses produksi pembuatan keripik buah pada beberapa UMKM Aneka Keripik.
Para dosen turut hadir dan mahasiswa yang mengikuti mata kuliah Kewirausahaan dan E-Commerce telah bersama sama melakukan pengamatan langsung pada UMKM Aneka Keripik.
2. Melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan pelaku/pemilik UMKM tentang segala permasalahan yang dihadapi saat ini Kegiatan ini dilakukan dengan menanyakan secara langsung kendala dan permasalahan yang dialami para UMKM selama ini. Berdasarkan kegiatan wawancara tersebut kemudian dicari solusi permasalahan apa yang cocok bagi mereka dalam menjalankan kegiatan usaha agar dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang mereka harapkan.
3. Mendefinisikan permasalahan yang dihadapi saat ini dan bentuk solusinya yang diharapkan para UMKM. Berdasarkan pengamatan langsung dan wawancara khususnya pada lokasi UMKM Aira Food dan didapatkan masalah yang mereka alami antara lain:
 - a. Pemasaran produk yang telah dilakukan berbentuk penyebaran brosur dan katalog produk kepada masyarakat serta melakukan penjualan secara langsung ke toko/gerai penjualan di kota Malang dan luar kota Malang.
 - b. Strategi pemasaran ke sosial media belum optimal dan belum memiliki website yang dapat dijadikan media untuk penjualan dan berkomunikasi dengan pelanggan secara online.
 - c. Kurangnya pengetahuan UMKM dalam dalam menentukan strategi pemasaran yang baik di sosial media yang dapat meningkatkan penjualan.
4. Merumuskan dan melaksanakan bentuk solusi yang diperlukan oleh UMKM Aneka Keripik kota Malang yaitu melalui serangkaian kegiatan berikut ini :
 - a. Memastikan bentuk fitur penjualan pada website yang akan digunakan oleh UMKM untuk media promosi yang dapat direlasikan dengan akun media sosial mereka seperti Facebook dan instagram.
 - b. Mengadakan webinar berbentuk pelatihan secara online tentang strategi penjualan pada website khusus konten dan produk yang dijual serta terkoneksi dengan akun media sosial mereka
 - c. Melakukan pemagangan dan pemberdayaan mahasiswa STIKI Malang dalam mengelola website yang telah diciptakan tersebut.Dengan demikian tujuan yang diharapkan dalam pengabdian masyarakat pada UMKM aneka keripik buah ini antara lain :
 - a. Pembuatan website UMKM Aira Food sebagai salah satu obyek pengabdian yang akan dijadikan model pengembangan dalam strategi pemasaran produk.
 - b. Membentuk kerjasama dalam hal pemagangan mahasiswa untuk membantu pengelolaan website yang telah diciptakan.

- c. Pelatihan dalam bentuk diskusi mencari ide bisnis kemudian menerapkan strategi pemasaran tersebut pada media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan pengabdian masyarakat dalam upaya pengembangan peluang kemitraan yang dihasilkan antara UMKM Aneka Keripik dan Perguruan Tinggi Kota Malang, maka kegiatan pengabdian dilakukan secara bertahap seperti berikut ini:

1. Menentukan peluang kemitraan dengan UMKM kota Malang khusus Aneka keripik buah dan melakukan kunjungan ke 6 lokasi UMKM yang memproduksi aneka keripik buah.

Berawal dari pencarian referensi para UMKM yang memproduksi produk tersebut dan menentukan jadwal kunjungan langsung ke lokasi mulai dari bahan baku, proses produksi, pengepakan(packing) hingga pemasaran. Dari berbagai kunjungan lokasi pengabdian difokuskan pada Aira Food yang dapat menjadi proyek awal pengabdian yang dapat mewakili kelompoknya. Hasil kunjungan yang didapatkan bahwa UMKM Aneka Keripik buah selama ini tidak bermasalah dengan bahan baku atau proses produksi tetapi kurangnya sumber daya manusia dan strategi pemasaran produk mereka. Permasalahan penjualan yang menurun akibat kondisi pandemi Covid-19 yang belum pasti dan penerapan PPKM / Prokes di masyarakat, berakibat pada penurunan penjualan dan pemasukan. Solusi dilakukan dengan membantu penjualan produk mereka ke beberapa toko/gerai penjualan secara langsung ke masyarakat kota Malang. Membuat website adalah solusi kedua yang dapat digunakan untuk penjualan dan dapat menampilkan produk mereka secara online serta memudahkan komunikasi dengan pelanggan secara cepat.



Gambar 1. Beberapa Produk aneka keripik UMKM Aira Food Malang



Gambar 2. Nota penjualan dari gerai oleh-oleh di Malang

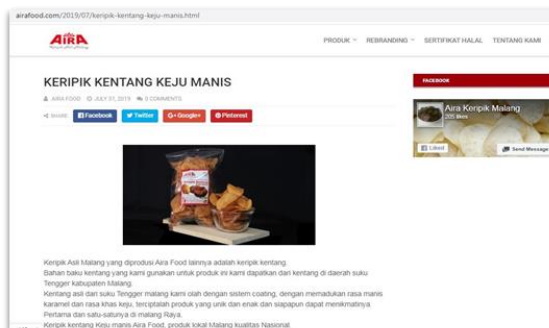


Gambar 3. Kunjungan dan wawancara ke Aira Food Malang

Bentuk kemitraannya yaitu sebagai penjual/reseller dengan cara mengambil untung dari selisih harga jual dan harga beli. Para dosen dan mahasiswa yang turut memasarkan sebagai distributor produk UMKM tersebut.

2. Merencanakan sekaligus membuat analisis sebuah website yang dibutuhkan oleh UMKM sesuai dengan permasalahannya.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara menghubungi pemiliknya setiap UMKM dan memastikan bentuk dan fitur website apa saja yang dibutuhkan untuk penjualan produknya. Website diujicoba guna memastikan adanya fitur tampilan produk, fasilitas pemesanan barang dan pengiriman. Pembayaran dilakukan masih melalui bank atau ATM (belum menggunakan fintech), sehingga pembayaran via transfer antar rekening bank. Hasil yang diharapkan adanya sebuah website UMKM ini sudah tercapai namun terkendala pada kebutuhan Sumber daya Manusia dan tenaga admin/ operator untuk menangani penjualan secara online.

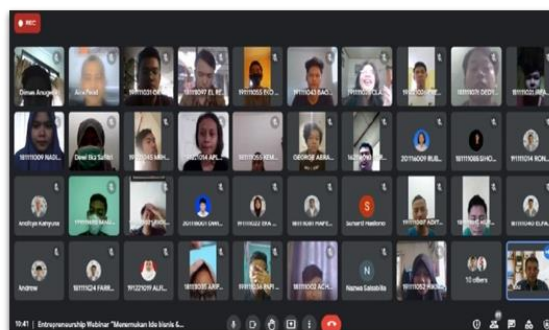


Gambar 4. Website yang sudah dibuat (www.airafood.com)

3. Selanjutnya dilakukan pelatihan berkelanjutan dimulai dari menemukan ide kreatif untuk bisnis hingga strategi penjualan produk ke sosial media yang dapat dikaitkan dengan pusat layanan website yang telah dibuat. Pelatihan online dengan Webinar untuk masyarakat ini pada umumnya dan melibatkan peserta sivitas akademika seperti dosen, alumni dan mahasiswa serta para UMKM menjadi peserta webinar.



Gambar 5. Banner webinar



Gambar 6. Bukti peserta yang hadir dalam webinar

4. Melakukan MOU perjanjian kerjasama/kemitraan antara STIKI sebagai PT yang melakukan pengabdian masyarakat dengan Aira Food Kota Malang. Kegiatan yang telah dilakukan adalah melakukan tanda tangan antara kedua belah pihak dalam kerjasama pengabdian masyarakat dengan kerjapraktek atau magang mahasiswa yang akan mengelola website UMKM dalam hal penjualan dan konten marketing online.



Gambar 7. bentuk MOU yang telah dilakukan

Dari hasil dan pembahasan tersebut, pengabdian masyarakat ini dapat menjadi solusi permasalahan UMKM Kota Malang selama ini, khususnya dalam pemasaran dan strategi penjualan secara online. Hal ini sejalan dengan paparan dari kementerian KUMKM salah satu dari 5 klaster masalah yang ada pada UMKM saat ini yaitu penjualan/permintaan menurun.

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan penjualan dan pendapatan UMKM aneka keripik buah kota Malang pada saat pandemi pasca-covid-19 bila masih melakukan penjualan secara langsung(offline), sehingga perlu pembuatan website yang dapat menampilkan semua jenis produk dan media komunikasi dengan pelanggan.
2. Pembuatan website Aira Food dapat menjadi media penyebaran konten informasi produk dan katalog produk yang dapat diakses secara online

3. Peningkatan kemampuan dan pengetahuan pengelolaan website serta strategi marketing untuk UMKM dalam bentuk webinar agar dapat memahami strategi marketing dalam kaitannya (link) dengan media sosial.
4. Keberlanjutan informasi, pelayanan dan konten penjualan memerlukan admin yang dapat diperbantukan melalui MOU (nota kesepahaman) antara UMKM dan PT dalam mengelola website melalui program magang kerja ke tempat UMKM yang membutuhkan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Juli Iswandi S.E, pemilik Aira Food dan komunitas Amang Tiwi semua semua komunitas terkait dengan UMKM kota Malang,

DAFTAR RUJUKAN

- Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah - kemenkopukm.go.id. Retrieved from Press Release Nomor: 168/Press/SM.3.1/VI/2021 website: <https://kemenkopukm.go.id/read/target-pemerintah-30-juta-umkm-masuk-ekosistem-digital-pada-tahun-2024>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"*9(1), 195–204.
- Kementrian KUKM. (2021). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar. *Www.Depkop.Go.Id*, 2000(1), 1. Retrieved from <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Kementrian KUMKM. (2020). # SiapBersamaKUMKM Lawan Corona. *Cooperative*, (Edisi No.02/April 2020), 3–9.
- Malangkota.go.id. (2019). UMKM Arsip - Pemerintah Kota Malang. Retrieved from <https://malangkota.go.id/tag/umkm/>
- Ristek Dikti. (2020). *Panduan-Penelitian-dan-Pengabdian-kepada-Masyarakat-Edisi-XIII*.