

**PENGGUNAAN MEDIA PEMASARAN SEBAGAI BENTUK INOVASI DAN
PENGEMBANGAN PRODUK UMKM
(Studi di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan)**

Oleh :

Mohammad Redy¹⁾, Edoe Nanda Saputra²⁾, Mirza Nur Hidayatullah³⁾,
Ria Rachmawati⁴⁾, Moh. Hamzah⁵⁾ Zainurrafiqi⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Madura

E-mail : moh.redy@unira.ac.id

Abstrak

Sengitnya persaingan dalam dunia bisnis yang serba digital saat ini, sangat berpotensi melumpuhkan berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jika tidak mampu meresponnya dengan baik. Fenomena ini juga sangat berdampak dan dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan yang jenis usahanya sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan. Mitra dalam program pengabdian ini adalah Pemerintah di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dan pelaku UMKM. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dalam hal pengelolaan manajemen UMKM, produk UMKM, inovasi dan pengembangan yang berkaitan dengan optimalisasi media pemasaran produk yang bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran atau penjualan yang akan berdampak pada perekonomian masyarakat secara umum dan sentuhan teknologi dalam proses produksinya. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM mengenai pengelolaan manajemen UMKM meningkat, penggunaan media sosial (Instagram dan Facebook) dan aplikasi chat (Whatsapp) sebagai media pemasaran juga meningkat, keterampilan dalam penggunaan alat produksi pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) yang semakin baik dan inovasi-inovasi produk yang berupa varian rasa dan kemasan semakin beragam. Dengan menggunakan pendekatan yang positif berupa pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif UMKM di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan diharapkan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

Kata Kunci: Media Pemasaran, Inovasi, Pengembangan Produk, UMKM

1. Pendahuluan

Kemiskinan, pengangguran dan kesenjangan ekonomi merupakan permasalahan utama yang dihadapi negara-negara berkembang, salah satunya Indonesia. Kurangnya pemanfaatan sumber daya (SDM) yang

melimpah dengan banyaknya pekerja yang tidak terlatih berdampak pada tingkat produktivitas pekerja yang sangat rendah. Yang dimaksud dengan produktivitas adalah tingkat produksi yang dapat dihasilkan seorang pekerja per tahun. Jika dibandingkan dengan tingkat

produktivitas pekerja di negara maju maka tingkat produktivitas pekerja di negara berkembang relatif masih sangat rendah.

Isu ekonomi merupakan permasalahan yang tidak luput dari pembicaraan pemerintah. Dalam Rencana Strategis (Ren-Stra) yang digagas Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2015- 2019 dijelaskan bahwa pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan amanat UU salah satunya adalah UU. No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah, bahwa pemberdayaan UMKM merupakan integrasi dari pembangunan perekonomian nasional yang diharapkan mampu untuk meningkatkan dan melaksanakan pemerataan pendapatan serta menciptakan lapangan pekerjaan (O. Menurut Supriyanto (2006:1) UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Pengembangan UMKM dengan baik mampu memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu lebih dari 99,45% tenaga kerja dan diharapkan dapat mampu menanggulangi kemiskinan. UMKM juga memiliki kontribusi penting dalam pembangunan nasional. Menurut peneliti Saputro, dkk. (2010:140-145) melihat bahwa Usaha

Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia telah banyak memberikan berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional sebesar 55,56% berdasarkan data Biro Perencanaan Kementerian Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2008.

Peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai tempat penyedia lapangan pekerjaan dan tempat untuk mengembangkan potensi atau keterampilan yang mereka miliki. Dengan keberadaan UMKM, diharapkan untuk bisa terus berperan secara optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat setiap tahunnya. Namun dengan kondisi saat ini, hampir seluruh UMKM di Indonesia terkena dampak pademi Covid-19. Padahal UMKM merupakan salah satu barometer perekonomian nasional yang artinya dapat meningkatkan perkenomian di Indonesia ini. Untuk itu UMKM perlu adanya dukungan dan dorongan dari pemerintah khususnya agar para pelaku UMKM dapat bertahan di kondisi sekarang ini.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) punya peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dan sebagai pilar pembangunan ekonomi bangsa (Sarfiah,

Atmaja, & Verawati, 2019), tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju. UMKM di Indonesia sangat diharapkan dapat terus berperan optimal dalam penyerapan tenaga kerja untuk menanggulangi angka pengangguran (Suseno, Yusuf, Hidayat, & Surani, 2021).

Menurut (Rudjito, 2003) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan kekuatan ekonomi di Indonesia.

Program inovasi dan pengembangan UMKM dari beberapa faktor sangat dibutuhkan (Hardilawati, 2020), selain untuk keberlangsungan usaha sekaligus dalam rangka pengembangan usaha tersebut, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini penggunaan media pemasaran produk (Zanuar Rifai & Meiliana, 2020) yang salah satu tujuannya adalah memaksimalkan pemasaran dari produk yang dibuat. Selain hambatan dalam mengakses modal, salah satu hambatan yang melingkupi UMKM adalah dalam hal strategi pemasaran khususnya komunikasi pemasaran dan

kemampuan menggunakan teknologi (Elsandra & Yulianto, 2013; Ayunin et al., 2021).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah Information and Communication Technology (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Jauhari, 2010). Dengan adanya internet dan Information and Communication Technology (ICT) proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Jauhari, 2010). Program ini juga sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional (Sarfiah et al., 2019), mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian (Sarfiah et al., 2019) di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi

masyarakat (Anggraeni, Hardjanto, 2013). Selain itu, pengembangan UMKM juga perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pengembangan UMKM melalui inovasi dan pendekatan pemberdayaan usaha, perlu memperhatikan aspek sosial dan budaya di masing-masing daerah, mengingat UMKM pada umumnya tumbuh dari masyarakat secara langsung. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dalam hal pengelolaan manajemennya (Idah & Pinilih, 2020).

Di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan banyak terdapat UMKM yang cukup potensial, Persoalan yang terjadi terutama dalam hal produksi, pengelolaan manajemen dan pemasarannya. Saat ini para pelaku UMKM di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dalam proses produksinya

masih bersifat sederhana, hal ini bisa dilihat dari proses produksi yang digunakan masih menggunakan alat-alat tradisional. Tentu saja hal ini membuat kurang maksimalnya produksi yang menggunakan tenaga manusia sebagai tenaga pemipihnya, bentuknya tidak sempurna dan banyak yang rusak. Selain proses produksi, hal lain yang masih sederhana adalah dalam hal pengelolaan manajemen administrasi pembukuan dan pemasarannya. Dalam pemasaran produknya para pelaku UMKM masih menggunakan tipe pemasaran konvensional atau biasa disebut “door to door” dan dalam proses administrasi pembukuan bisa dibilang belum sama sekali dilakukan.

Solusi yang ditawarkan berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan beberapa solusi. Solusi yang diberikan berupa pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap. Pelatihan dilakukan dengan pemberian materi dan inovasi-inovasi baik dari sisi pemasaran ataupun produksinya yang dilanjutkan tanya jawab dan praktik langsung serta pembahasan hasil praktik sebagai evaluasi. Selain itu, pelatihan dilakukan secara gratis atau tidak dipungut biaya. Hal

ini dilakukan dengan tujuan agar peserta lebih tertarik dan antusias dalam mengikuti pelatihan yang diadakan. Pelatihan diberikan oleh para pengabdi yang berkompeten dengan bidang yang berkaitan dengan persoalan mitra.

Tujuan dari kegiatan ini adalah bagaimana pelaku UMKM memiliki pengetahuan, pemahaman dan keterampilan tentang pengelolaan manajemen UMKM yang baik dan benar, mampu berinovasi dan mengembangkan penggunaan teknologi dalam hal media pemasaran produk untuk optimalisasi pemasarannya dan penggunaan teknologi dalam proses produksinya.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis atau bertahap. Adapun tahapannya sebagai berikut :

a. Persiapan, pada tahap persiapan ini tim melakukan koordinasi kesemua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggung jawab dari kegiatan pelaksanaan dilapangan.

b. Pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini tim melakukan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pemberian materi,

pendampingan praktek pembuatan media pemasaran, penyerahan alat pemipihan emping melinjo yang di buat dan di kreasikan oleh tim dan praktek penggunaannya. Pada tahapan ini tim pengabdi menggunakan metode konseptual dan partisipatif yakni dengan cara menggerakkan dan melibatkan anggota mitra di dalam setiap kegiatan yang berlangsung baik kegiatan pelatihan, penyuluhan dan kegiatan-kegiatan lainnya, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.

c. Evaluasi, tahapan ini menggunakan metode reflektif, yaitu metoda yang bertujuan untuk mengevaluasi program bersama mitra, untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya akan dapat diperbaiki, monitoring keberlanjutan program, dengan melakukan pendampingan pada masyarakat untuk memastikan keberlanjutan dan keberlangsungan program. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi kegiatan seperti: pengamatan, kuisioner dan wawancara/diskusi

3. Hasil Dan Pembahasan

Tahap Persiapan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di mulai dari bulan Desember 2022 di Desa Gugul Kabupaten

Pamekasan dan dilaksanakan oleh Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Madura yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa.

Pada tahapan ini tim pengabdi melakukan kunjungan dan koordinasi ke Pemerintah Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dan melakukan survey lokasi ke tempat pelaku UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan. Dari hasil kegiatan ini tim pengabdi bisa mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra untuk selanjutnya menentukan solusi yang ditawarkan dan langkah kegiatan yang akan dilaksanakan di lapangan.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini tim pengabdi melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut :

1. Penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan manajemen UMKM, inovasi-inovasi produk usaha yang dihasilkan dalam bentuk varian rasa, kemasan dan bentuknya, pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing baik dengan menggunakan aplikasi chat

seperti WhatsApp, atau media sosial seperti Instagram atau Facebook.

Hasil analisis dari kegiatan yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa:

1. Motivasi mitra (para pelaku UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan) sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme, jumlah peserta yang hadir dan banyaknya pertanyaan peserta kepada narasumber pada saat penyuluhan dan pelatihan berlangsung.
2. Pengetahuan peserta mengenai pengelolaan manajemen UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan meningkat, hal ini bisa dilihat dari sudah adanya manajemen pembukuan dan pencatatan dari aktivitas usaha dalam bentuk pemasukan dan pengeluaran.
3. Praktek pendampingan pembuatan media sosial untuk memaksimalkan pemasaran produk (Instagram dan Facebook), pembuatan variasi rasa emping menjadi emping rasa manis, pedas, asin dan gurih, variasi kemasan.

Tahap Evaluasi

Evaluasi keberlangsungan kegiatan dalam meningkatkan inovasi dan pengembangan UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dari segi pemasaran dan produksi dilakukan dengan cara monitoring. Monitoring dilakukan secara online melalui WA group mengingat situasi saat ini masih

pandemi Covid-19. Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu: tingkat partisipasi, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan.

4. Kesimpulan

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Tim dari Universitas Madura yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa telah melaksanakan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM Desa Gugul Kabupaten Pamekasan dalam upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran dalam hal ini adalah pemanfaatan media sosial (Instagram dan facebook) dan aplikasi chat (Whatsapp) untuk memaksimalkan penjualannya dan variasi-variasi yang dibuat meliputi variasi rasa, kemasan dan bentuknya dalam proses produksinya untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih baik.

UMKM di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan merupakan usaha yang bisa diandalakan dan mampu menopang perekonomian masyarakat Desa Gugul Kabupaten Pamekasan secara khusus serta memiliki peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan

ekonomi secara umum. Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi, pemahaman dan keterampilan masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Desa Gugul Kabupaten Pamekasan agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

5. Ucapan Terima Kasih.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dari penulisan hasil pengabdian kepada masyarakat berbasis Kuliah Kerja Nyata ini tidak akan dapat diraih apabila tidak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Terima kasih disampaikan kepada seluruh anggota kelompok 3 KKN Universitas Madura yang telah bekerja sama dengan baik untuk menukseskan pelaksanaan kegiatan “PENGGUNAAN MEDIA PEMASARAN SEBAGAI BENTUK INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK UMKM”. Terima kasih juga disampaikan kepada Zainurrafiqi, A.Md., S.AB., M.AB., M.BA. selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah banyak memberikan arahan dalam pelaksanaan kegiatan ini maupun dalam penulisan jurnal sehingga dapat berjalan lancar. Terima kasih juga disampaikan

kepada Dr. Moh. Zali, S.Pt., M.Agr. selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Madura yang tiada hentinya untuk selalu memacu semangat dan arahan dalam penulisan jurnal ini maupun pelaksanaan program kegiatan. Dan tidak lupa pula disampaikan terimakasih kepada pihak Pemerintah Desa Gugul dan seluruh masyarakat yang telah dengan baik menerima dan ikut mensukseskan program kegiatan ini. Semoga semua pihak yang telah memberikan bantuan terhadap penyelesaian jurnal ini baik secara langsung maupun tidak langsung selalu diberkati oleh Tuhan Yang Maha Esa.

6. Daftar Pustaka

- Ayunin, N., Fitri, F., & Raflyani, F. (2021). Inovasi Mesin Duta Baru sebagai Pengaduk dan Pencetak Kue Kembang Waru di UMKM Kotagede Yogyakarta. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 63–73.
<https://doi.org/10.37680/amalee.v2i1.638>
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6).

Dwi Anggraeni, Feni, Imam Hardjanto, A.

H. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6).

Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Usaha Kecil, Menengah berbasis Industri Kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).

Firdaus Thaha, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1).

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1).
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

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).
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Memanfaatkan E- Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1).
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0). <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Kemenkop dan UKM. (2015). Renstra_Kementerian_Koperasi_da_n_UKM_2 015-2019. <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/perencanaan-program/>
- Supriyanto. 2006. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*. Vol. 3 No (1) Hal:1-16.
- Budiyanto, Arief dan Aidil Amin Effendy. 2020. Analisis Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Memberdayakan Peranan UMKM dan Koperasi Terhadap Perekonomian Kota Tangerang Selatan. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni,*

dan Teknologi, Vol. 4, No. 1

Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Survey UMKM



Gambar 2: Kemasasan awal produk



Gambar 3. Proses desain kemasan



Gambar 4. Finishing Kemasan



Gambar 5. Pameran produk di acara Car Free Day Pada hari minggu tanggal 1 Januari 2022



Gambar 6. Proses inovasi penambahan varian rasa balado