

Pelatihan Pemasaran Terorganisir Dan Desain Produk Pada Produsen Kerupuk Bunga Di Sidoarjo Pasca Covid-19

Safarinda Imani¹

Universitas Ibrahimy¹

Email: safarinda.imani@gmail.com¹

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 10 Agustus 2022

Direvisi: 25 Maret 2023

Disetujui: 28 Maret 2023

Dipublikasikan: 30 Maret 2023

Keyword:

Pemasaran,

Desain Produk,

Produsen Kerupuk Bunga

Abstract

UMKM di Sidoarjo mengalami dampak Covid-19 paling besar adalah sektor makanan atau minuman yang disebabkan menurunnya daya beli konsumen. Analisis tersebut signifikan dengan salah satu desa Ngelom, di kabupaten Sidoarjo yaitu terdapat UMKM yang belum dikenal banyak masyarakat. Jenis usaha desa Ngelom tersebut adalah makanan kerupuk mentah berbentuk bunga yang unik, selain itu mempunyai daya kreatifitas yang tinggi menghasilkan produk tersebut sebenarnya dapat bersaing dengan UMKM lainnya. maka perlunya sinergi dengan para praktisi untuk mengadakan pelatihan pemasaran terorganisir dan desain produk pada produsen kerupuk bunga agar dapat dikenal masyarakat luas dengan ciri khas kerupuk bunga yang unik dengan daya jual yang tinggi. Dari hasil pelatihan, produsen kerupuk bunga sendiri kini memiliki inisiasi terkait cara pengemasan dan pemasaran dengan cara kami memberikan sosialisasi tentang penggunaan sosial media dan pemasaran secara langsung. Selain itu, agar produk menarik dibeli dan menimbulkan kesan estetis dengan harga jual tinggi, kami melakukan pendampingan proses pembuatan kemasan menggunakan aplikasi *software CorelDraw*. Dengan demikian, dapat membantu meningkatkan perekonomian produsen kerupuk bunga di Sidoarjo pasca Covid-19.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY

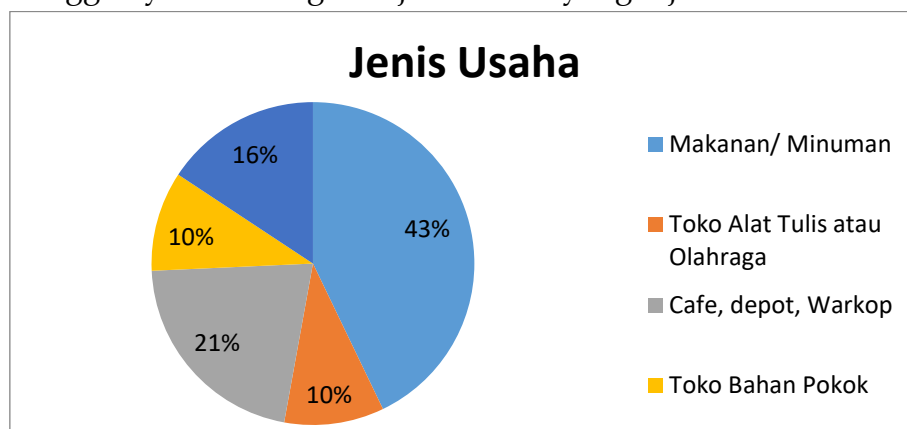


Pendahuluan

Pandemi covid-19 menyebabkan beberapa UMKM menurun. Hal ini berdampak pada penurunan pendapatan pada UMKM. Dilihat dari data penurunan UMKM pada dinas koperasi dan UMKM di Provinsi Jawa Timur tahun 2021. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku usaha mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya (Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan (Soetjipto, 2020). Sedangkan sebelum pandemi, pertumbuhan jumlah UMKM tahun 2016 - 2019 mengalami peningkatan sebesar 4,2 persen setiap tahunnya dan rata-rata kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia selama 3 tahun terakhir lebih dari 50%. Hal ini membuktikan bahwa UMKM mampu mendongkrak sektor perekonomian masyarakat secara mandiri dan mendukung laju pertumbuhan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Soetjipto, 2020).

Daerah Sidoarjo dalam menanggulangi UMKM karena terdampak Covid-19, menjalankan kerjasama dengan Pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo dalam menyusun beberapa kebijakan ekonomi untuk meringankan beban pelaku UMKM, kebijakan ekonomi tersebut antara lain pembebasan denda pajak daerah, pembebasan retribusi pasar, sewa *flat*, dan relaksasi kredit UMKM (Jawapos, 2020). Relaksasi ekonomi terdiri dari tiga bentuk, yaitu kemudahan perpanjangan kredit; penurunan suku bunga pinjaman, dan penghapusan denda (Jawapos, 2020). Selain itu Pemkab Sidoarjo juga bekerjasama dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dalam meluncurkan Kredit Usaha Rakyat Daerah (Kurda) dalam mendukung pemberdayaan UMKM (Surya.co.id, 2021).

Pada penelitian Tiara Anggarista dan Rida Perwita Sari (2021) di UMKM Desa Ngelom, Kabupaten Sidoarjo, yang dilakukan pada 100 informan dengan berbagai jenis usaha yang dilakukan pelaku usaha. menunjukkan bahwa jenis usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha sebanyak 30% membuka usaha makanan atau minuman dalam bentuk usaha rumahan (*home industry*), kemudian 14% pelaku usaha membuka usaha warung kopi, *café*, atau rumah makan yang seluruhnya menyewa tempat. Kemudian sebanyak 7% pelaku usaha memiliki usaha toko bahan pokok yang lokasi dagangannya berada di pasar tradisional maupun di rumah tempat tinggalnya. Berikut grafik jenis usaha yang dijalankan:



Gambar 1: Grafik Jenis Usaha

Sumber: Analisis Jurnal Tiara Anggarista Firdaus Sanjaya dan Rida Perwita Sari (2021)

UMKM di Sidoarjo yang mengalami dampak Covid-19 paling besar adalah sektor makanan atau minuman yang disebabkan menurunnya daya beli konsumen. Didukung dengan Ali (2020), UMKM yang paling berdampak paling besar adalah makanan dan pakaian. Analisis tersebut signifikan dengan salah satu desa Ngelom, di kabupaten Sidoarjo yaitu terdapat UMKM yang belum dikenal banyak masyarakat. Jenis usaha desa Ngelom tersebut adalah makanan kerupuk mentah berbentuk bunga dan keranjang yang unik, selain itu mempunyai daya kreatifitas yang tinggi menghasilkan produk tersebut sebenarnya dapat bersaing dengan UMKM lainnya.

Mereka memasarkan produknya di pasar tradisional dan rumah tempat tinggalnya. Mempunyai keunikan pada produk dengan cita rasa ikan tersebut perlu perhatian khusus bagi UMKM desa Ngelom Kabupaten Sidoarjo karena produk tersebut memiliki daya *survive* dalam meningkatkan ekspansi pasar agar produk dikenal tidak hanya di Sidoarjo tetapi juga penjuru Indonesia hingga mancanegara. Maka dari itu selain bersinergi antar pemerintah daerah akibat turunnya pendapatan UMKM, maka perlunya sinergi dengan para praktisi untuk mengadakan pelatihan pemasaran terorganisir dan desain produk pada produsen kerupuk bunga agar dapat dikenal masyarakat luas dengan ciri khas kerupuk bunga yang unik dengan daya jual yang tinggi. Harapannya dapat berkembang menjadi sebuah oleh-oleh khas sidoarjo sampai memasuki ke ranah mancanegara.

Metode

Sasaran dalam pengabdian kepada masyarakat adalah produsen kerupuk bunga, pelaku usaha dilingkungan RT 01/RW 02 dan RT 02/RW02 Desa Ngelom, Kabupaten Sidoarjo. Adapun waktu pelaksanaan 31 Juli 2022, bertempat di salah satu rumah warga produksi kerupuk bunga.

Metode yang digunakan dalam pelatihan manajemen pemasaran dan desain desa Ngelom, Kabupaten Sidoarjo, Kota Surabaya menggunakan metode pendampingan, diskusi, workshop dan bimbingan.

1.) Metode Pelaksanaan dalam Bidang Pengajaran

- a. Metode pendekatan pada produsen sejauh mana mengetahui tentang pemasaran dan pentingnya desain kemasan sehingga dapat diketahui kondisi tentang pengetahuan produsen mengenai usaha yang dijalankannya.
- b. Melakukan pengajaran pertama berupa teori tentang dasar-dasar pemasaran dan bagaimana menerapkannya dengan baik
- c. Melakukan pengajaran kedua berupa teori dasar untuk menyelenggarakan pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Selain itu bagaimana mempercantik suatu kemasan produk agar layak untuk dijual
- d. Memberikan pendampingan dalam mempraktikkan pemasaran dan mendesain produk.

2.) Metode Pelaksanaan dalam Bidang Manajemen

- a. Berkoordinasi dengan produsen untuk proses belajar mengajar
- b. Pembagian jadwal untuk proses belajar mengajar
- c. Membuat tugas kepada produsen untuk mengimplementasikan pengetahuan yang dimiliki dalam memasarkan usaha produknya.

3.) Evaluasi

Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan kekurangan dari program disetiap tahapan yang dilaksanakan. Agar setiap ada masalah dapat langsung diselesaikan dengan cepat dan tidak mengganggu tahapan berikutnya. Dengan mengetahui permasalahan, maka secara bersama-sama dapat dicari jalan keluarnya. Monitoring untuk proses evaluasi ini dilakukan setiap selesai melaksanakan tahapan program.

4.) Target Luaran

Target luaran yang diharapkan :

- a. Meningkatkan daya *survive* produsen dan ekspansi pasar dalam pendistribusian kerupuk
- b. Meningkatkan tingkat kesejahteraan para produsen kerupuk.
- c. Produsen kerupuk dapat mempraktekkan keterampilan dalam pengemasan pada dunia usahanya sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan
- d. Meningkatkan omset penjualan

Hasil dan Pembahasan

ketercapaian target yang kami dapatkan yaitu produsen kerupuk bunga mulai memiliki arahan serta inspirasi tentang meningkatkan produksi dan penjualan. Dari hasil belajar bersama dan sharing bersama bisa diterima pembelajaran yang kami sampaikan dengan cara mudah diterapkan. Beberapa produsen kerupuk sendiri kini memiliki inisiasi terkait cara pengemasan dan pemasaran.

Pelaksanaan pemasaran pada UMKM kerupuk bunga Desa Ngelom, Kabupaten Sidoarjo.

- 1.) Materi pelatihan diberikan kepada peserta sangat baik karena materi disampaikan dengan jelas, mudah diikuti dan *relevan* dengan peserta
- 2.) Tempat pelatihan sangat baik, karena peserta merasa nyaman dalam mengikuti seluruh kegiatan pelatihan dari awal sampai akhir.
- 3.) Konsumsi dan *coffe break/snack* yang disediakan sangat baik.

Adapun dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat dengan pemasaran dan desain kemasan pada gambar berikut:



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran dilakukan di Rumah Produksi UMKM

Ketercapaian target yang kami dapatkan yaitu produsen kerupuk mulai memiliki arahan serta gambaran bagaimana meningkatkan produksi dan penjualan. Dari hasil sharing ide-ide yang diberikan sangat bervariasi dan masuk akal untuk diterapkan. Beberapa produsen kerupuk sendiri kini memiliki inisiasi terkait cara pengemasan dan pemasaran.

Selanjutnya kami memberikan sosialisasi tentang penggunaan sosial media pasca pandemi Covid-19, seperti melalui WhatsApp, facebook, instagram, beserta pelatihan *marketplace* yaitu Shopee, Tokopedia, dan untuk menunjang proses tersebut kami juga melakukan pelatihan tentang standar pengemasan jasa kurir. Selain itu, kami memberikan arahan untuk memasarkan produk dengan cara *buy two/three get one* dan diskon kepada konsumen dari rumah ke rumah, ke toko, maupun menjalin kerjasama di tempat oleh-oleh agar minat membeli konsumen semakin meningkat dan produk dikenal khalayak ramai.

Pelaksanaan Desain produk pada UMKM kerupuk bunga Desa ngelom, Kabupaten Sidoarjo

Agar dapat meningkatkan penjualan selain dengan proses pemasaran secara langsung maupun secara tidak langsung (*online*) kepada konsumen. Maka agar produk menarik dibeli dan menimbulkan kesan estetik dengan harga jual mahal, dilakukan proses pembuatan kemasan menggunakan aplikasi *software CorelDraw*. Berikut produk dan kemasan yang estetik agar diterima oleh masyarakat dan menjadi oleh-oleh khas Sidoarjo:



Gambar 3. Produk UMKM

Dalam tahap ini, produsen kerupuk diberi pelatihan keterampilan yang diberikan akan menunjang kemampuan atau *soft skill* mereka dalam berwirausaha. Pelatihan keterampilan ini sebagai pendampingan selama proses pendesainan kemasan. Hal ini bertujuan agar jika nanti terdapat masalah dalam jalannya usaha dapat langsung diselesaikan atau dicari jalan keluarnya. Sebaliknya, jika sukses tahapan apa yang harus dilakukan. Selama realisasi didampingi oleh tim.

Simpulan

Pengabdian masyarakat berupa pelatihan yang dilakukan di Desa Ngelom, Kabupaten Sidoarjo sangat bermanfaat untuk meningkatkan ekspansi pasar dan daya *survive* dalam pemasaran dan desain produk kerupuk bunga. Melakukan metode pelaksanaan dalam bidang pengajaran, pelaksanaan dalam bidang manajemen, target luaran yang ingin dicapai hingga kegiatan evaluasi, berdampak positif bagi pelaku usaha kerupuk bunga. Materi pelatihan yang disampaikan bisa diterapkan dengan baik terkait pemasaran mereka menjalan pemasaran secara langsung dan tidak langsung (secara *online*). Membimbing produsen kerupuk bunga terkait kemasan produk semakin menarik dengan memberikan desain semenarik mungkin agar dapat meningkatkan penjualan.

Daftar Pustaka

- Ali, I., & Warraich, N. F. (2020). *The relationship between mobile self-efficacy and mobile-based personal information management practices: A systematic review*.
- Soetjipto, Noer. 2020. Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19. Yogyakarta: K-Media.
- Tiara Anggarista Firdaus Sanjaya dan Rida Perwita Sari. (2021). Analisis Ketahanan Umkm Di Sidoarjo Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Menggunakan OODA LOOP. *Prosiding Senapan*, 1 (1), 223-245
- Surya.co.id. Jawapos (2020)