

KKN Tematik Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Digital Marketing* dan Inovasi Desain Kemasan pada UMKM Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar

Ainaya Nurhayati¹⁾, Aldrian Alexander Widodo²⁾, Bagus Alfin Difan Febian³⁾, Rahayu Febryanti⁴⁾,
Irvan Ali Mustofa⁵⁾

¹²³⁴⁵ Universitas Islam Balitar
email: irvanalimustofa@unisbablitar.ac.id

Abstrak: Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang merupakan aktivitas berbasis pengabdian masyarakat untuk meningkatkan empati mahasiswa terhadap kondisi masyarakat dan lingkungannya. KKN Tematik 2022 dilaksanakan di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar tepatnya di dusun Demangan dan Dadapan, dengan metode pengabdian seperti penyuluhan, pelatihan, demonstrasi dan pendampingan kelompok. Hasil menunjukkan adanya respon positif pemerintah serta partisipasi aktif masyarakat yang tinggi diantaranya mengikuti sosialisasi pelatihan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis teknologi. dapat dihasilkan: (1) Peningkatan daya saing dan penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) di masyarakat berupa pengetahuan *packing* produk menggunakan desain modern, alat dan *plastic press* serta teknik pemasaran *digital marketing*; (2) terdapat 2 kelompok usaha yang didampingi pengurusan Surat Izin Usaha dari Nomor Induk Berusaha (NIB) hingga Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT); (3) Teknologi yang tepat berupa penyerahan alat *plastic press* kepada pelaku UMKM; (4) Peningkatan kualitas, daya saing dan nilai tambah barang, (5) Legalitas usaha untuk UMKM agar bisa bersaing ke pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Kuliah Kerja Nyata, Pemberdayaan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Serta upaya peningkatan keterampilan melalui pelatihan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap *digital marketing*.

Digital marketing adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat mencapai konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan (Dewi & Mahyuni, 2022). Keberadaan ekonomi digital ditandai dengan adanya bisnis atau perdagangan yang memanfaatkan internet atau media digital sebagai media pemasaran produk yang mereka miliki. Sinergitas pemerintah desa, perguruan tinggi, dan masyarakat menjadi kunci keberhasilan program pengabdian masyarakat. Adanya perubahan dari digital

marketing yang lebih modern adalah salah satu bentuk nyata rangkaian pemulihan ekonomi pasca pandemi covid 19, selain menangani masalah krisis kesehatan, juga pada ekonomi seperti sektor informal atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Yang diharapkan Perguruan Tinggi menjadi instrumen utama dalam melahirkan kualitas sumberdaya anak bangsa yang kreatif dan inovatif.

Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 pasal 47 ayat (1) pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan Sivitas Akademika dalam mengamalkan dan membudayakan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan bangsa, dan ayat (3) hasil kepada masyarakat di gunakan sebagai proses pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, pengayaan sumber belajar dan/atau untuk pembelajaran dan pematangan Sivitas Akademik.

Kuliah Kerja Nyata merupakan bentuk pengabdian secara langsung kepada masyarakat yang bersifat khusus, karena

dalam Tri darma pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat dipadukan kedalamnya dan melibatkan sejumlah mahasiswa dan sejumlah staf pengajar ditambah unsur masyarakat (Saputra, 2022). Dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa secara interdisipliner dan lintas sektoral. Kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan kepekaan rasa dan kognisi sosial mahasiswa serta membantu proses pembangunan masyarakat di tengah dinamisnya perubahan zaman (Andriyanto, 2022) dan (Wahyuni dkk, 2022). Bagi perguruan tinggi penyelenggaraan program pengabdian masyarakat dilaksanakan agar meningkatkan hubungan pendidikan tinggi dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan IPTEK untuk melaksanakan pembangunan serta meningkatkan persepsi mahasiswa tentang hubungan antara materi kurikulum di kampus dengan realita pembangunan dalam masyarakat.

Masyarakat adalah sasaran utama kehadiran mahasiswa pelaksana kuliah kerja nyata yang dapat memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang perekonomian baik secara teori maupun praktek. Oleh karena itu, mahasiswa harus dapat bertindak sebagai jembatan dalam proses pembangunan dan penerapan perekonomian di era 4.0 yang berbasis digital. Dalam pembangunan perekonomian di Indonesia, selain UMKM terdapat UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang selalu digambarkan sebagai sektor yang memiliki peranan penting.

UMKM juga memiliki peran yang strategis dalam pembangunan perekonomian nasional, oleh karena itu, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam perindustrian (Kusumawati dkk, 2022), (Ratnasari dkk, 2022), (Chusniyah & Fauza, 2022) & (Ahmas dkk, 2022). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Hardilawati, 2020) yang menyimpulkan bahwa *e-commerce* dan *digital marketing* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM, yang di mana pelaku UMKM dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan menggunakan *digital marketing*.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Pada tahun 2019 dunia mengalami pandemi, akibat penyebaran virus Corona yang sangat mematikan memaksa hampir semua negara memberikan tindakan mengamankan masyarakat dari penyebaran virus yang mematikan. Akibat Covid 19 dilakukan *social distance* dan menutup semua sektor pelayanan publik.

Bagi Perguruan Tinggi, melalui kegiatan kuliah kerja nyata dapat (a) membentuk empati dan partisipasi serta kepedulian mahasiswa terhadap masalah yang nyata dihadapi masyarakat di desa. (b) meningkatkan kemampuan memecahkan permasalahan secara nyata di lapangan. (c) meningkatkan jiwa kepemimpinan serta keorganisasian mahasiswa dalam melaksanakan program. (d) menerapkan kerjasama dan kekeluargaan yang kongkrit antar mahasiswa dan masyarakat. (e) menanamkan nilai kepribadian, yang meliputi kualitas kerja para mahasiswa dalam mengaplikasikan teori dan praktek untuk membangun suatu program yang berpengaruh dan berdampak nyata terhadap masyarakat di desa. (f) berinteraksi secara langsung serta berbaur di dalam masyarakat agar mengenal budaya ataupun adat istiadat masyarakat setempat (g) menjalin kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan tinggi dengan lembaga pemerintah desa.

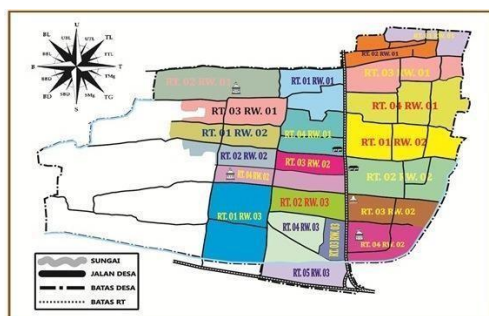
Terdapat tema yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu “PEMULIHAN EKONOMI BERBASIS TEKNOLOGI” dimana kegiatan ini Pengabdian kepada masyarakat merupakan yang terdiri dari cara-cara dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dalam upaya pengembangan wawasan, pengetahuan, sampai upaya untuk meningkatkan keterampilan yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai bentuk dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terlebih bagi masyarakat ekonomi lemah. Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat membantu UMKM yang memiliki kendala seperti surat izin Nomor Induk Berusaha

(NIB) hingga Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan pemasaran produk UMKM sehingga juga memotivasi masyarakat agar mau berusaha menjadi masyarakat yang produktif bukan hanya yang konsumtif sehingga perekonomian juga masyarakat bisa berimbang antara yang lainnya. Kegiatan ini membantu para pelaku UMKM dimana membuat label produk UMKM yang menarik sehingga bisa menarik daya masyarakat untuk membeli produk dan bisa memasarkannya secara luas baik secara online ataupun secara langsung antara lain UMKM yang dibantu adalah Kerupuk “AL-AMIN”, “SALE PISANG RIANAM” kedua UMKM tersebut juga dibantu dalam pembuatan label, surat NIB hingga P-IRT yang dimana kedua UMKM tersebut bisa memasarkan produk mereka lebih luas lagi.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat

Waktu dan tempat kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk kuliah kerja nyata ini dilaksanakan selama 1 bulan di mulai tanggal 6 Agustus - 6 September 2022, bertempat di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar (Gambar 1).



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar

3.2 Khalayak Sasaran

Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Dermojayan tepatnya dusun Demangan dan Dadapan.

3.3 Metode Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan dengan beberapa tahapan, meliputi observasi, survei dan kunjungan ke lokasi guna mendapatkan informasi potensi yang dapat dikembangkan dan permasalahan yang harus diselesaikan (Hardianti & Martini, 2016) & (Damayanthi dkk, 2021). Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara kepada pelaku UMKM, dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan antara lain :

1. Pengemasan produk yang kurang menarik,
2. Metode pemasaran yang masih menggunakan *direct marketing*, sehingga pemasaran masih belum meluas dan menjangkau khalayak umum seperti pusat oleh-oleh.
3. Masih belum memanfaatkan *digital marketing* dalam pemasaran produk mereka seperti *facebook*, *whatsapp status*, *Instagram* dll.
4. Masih belum memiliki surat izin usaha baik NIB ataupun PIRT yang pada prinsipnya sebagai legalitas untuk berusaha.

Selanjutnya menentukan metode pelaksanaan pengabdian yang terimplementasi dalam program-program kerja yang juga mengarah ke pada *promotion*, *service excellent*, *customers rewards*, afiliasi kemitraan, dan media sosial. Metode pengabdian dibuat secara terpadu meliputi observasi yang berupa survei UMKM, penyuluhan, pelatihan, demonstrasi dan pendampingan pelaku UMKM. Kemudian program kerja disusun sebagai upaya memecahkan permasalahan masyarakat seperti pembuatan label kemasan yang menarik dan unik, pelatihan pemasaran *Digital marketing*, pengajuan dan pengurusan surat izin usaha berupa P-IRT, peningkatan mutu produk .

3.4 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan ditunjukkan adanya respon positif masyarakat setempat, seperti pada saat pelaksanaan program kerja pelatihan pengembangan UMKM. Dari 45 undangan sosialisasi pelatihan pemasaran UMKM, hampir semua dari tamu undangan hadir dalam acara sosialisasi tersebut baik karang taruna maupun pelaku UMKM. Ini menandakan antusias masyarakat yang sangat tinggi terhadap program kerja kita. Indikator keberhasilan lainnya adalah berupa :

- Peningkatan daya saing dan penerapan IPTEK berupa pelabelan produk yang menarik, serta teknik pemasaran *marketing* yang berupa media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*.
- Melengkapi beberapa jenis usaha dengan pengurusan surat izin usaha (PIRT).



Gambar 2. Hasil pembuatan label produk Kerupuk Al- Amin



Gambar 3. Hasil pembuatan label produk sale pisang Rianam

4. PEMBAHASAN

4.1 Keberhasilan

Program kerja dibuat dan dilaksanakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Dalam melaksanakan program kerja kami melakukan sosialisasi yang bertemakan pengolahan media sosial dalam pemasaran melalui media digital yang berjudul "Pengolahan Media Sosial dalam Digital Marketing". Pemasaran ini melalui platform media digital, pembuatan label, kemasan yang menarik dan melakukan pendampingan pengurusan surat izin usaha yang berupa NIB dan P-IRT. Hasil yang dicapai adalah terbentuknya kelompok UMKM yang memahami tentang proses perizinan NIB hingga P-IRT, pengemasan produk dengan desain modern alat dan *plastic press* dan peningkatan pengetahuan tentang pemasaran melalui *digital marketing*.

4.2 Evaluasi Program Pengabdian Masyarakat

Hasil evaluasi secara menyeluruh bahwa kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan kelompok memberikan dampak positif terkhusus pelaku UMKM masyarakat Desa Dermojoyan. Keberhasilan program tidak terlepas adanya keterlibatan dan partisipasi aktif mitra selama kegiatan pengabdian berlangsung, seperti dukungan pemerintah kecamatan dan desa serta masyarakat yang memberikan informasi terkait survei. Selain itu, melalui program kerja yang telah dirancang teman-teman dari kelompok kami memberikan pengetahuan dan pemahaman yang signifikan bagi masyarakat, karena berbagai masalah telah berhasil diselesaikan. Masalah perluasan pemasaran produk melalui internet telah terselesaikan, bahkan beberapa jenis usaha telah memiliki surat izin usaha berupa P-IRT. Diharapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka dapatkan, mampu dijaga dan diterapkan secara menyeluruh dan berkesinambungan serta dapat lebih memotivasi produktivitas masyarakat desa yang ada di Dermojoyan,

untuk desa yang lebih maju dan berkembang



Gambar 3. Penyerahan Surat Izin Usaha PIRT

5. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Peningkatan daya saing dan penerapan IPTEK di masyarakat berupa pengetahuan *packing* produk menggunakan desain modern, alat dan *plastic press* serta teknik pemasaran *digital marketing*.
2. Terdapat dua kelompok usaha yang didampingi pengurusan Surat Izin Usaha, dari NIB hingga menjadi P-IRT yaitu Sale Pisang Rianam dan Kerupuk AlAmin;
3. Teknologi tepat guna berupa penyerahan alat *plastic press* kepada kelompok usaha agar mampu membuat kemasan yang lebih menarik, higienis dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.
4. Peningkatan kualitas, daya saing dan nilai tambah barang.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dalam segala kegiatan ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi tingginya juga disampaikan kepada Kepala Desa dan

Perangkat Desa Dermojayan. Secara khusus apresiasi kepada masyarakat Desa Dermojayan atas partisipasi dan kerjasama yang baik selama kegiatan ini. Terakhir ucapan terimakasih diberikan kepada rekan – rekan KKN yang turut membantu dan mengsucceskan program kerja secara baik dan maksimal.

7. REFERENSI

- Andriyanto, D., Utama, A. A. G. S., & Solikhah, T. I. (2022). Edukasi Strategi Bisnis BUMDes Berbasis Revitalisasi-Optimalisasi dan Canvas Business Model. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 322-331.
<https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16525>
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149.
<https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>
- Damayanthi, N. P. D., ADH, I. P. W., Januhari, N. N. U., Putra, I. M. S. A., Muliawan, I. G. A. I., Putra, I. P. K. S., Putra, K. N. T., Gautama, I. M. B., Hendrawan, I. N. R., & Saputra, I. M. A. B. (2021). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Pada UKM Sari Ne Lemon. *Journal of Community Development*, 2(2), 102–106.
<https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.50>
- Wahyuni, E. D., Mustofa, I. A., & Mucholifah, M. (2022, September). Manajemen Penyaluran dan Penggunaan Plastik Beridentitas untuk Pendistribusian Daging Kurban. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung* (Vol. 2, pp. 211-216).
- Hardianti, Y., & Martini, E. (2016). Analisis Strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan STP (*Segmenting*,

- Targeting, Positioning) PT. Cipta Master Perkasa. *E- Proceeding Of Management*. 3(9). 1149-1154.
- Hardilawati, W. Iaura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kadek Novayanti Kusuma Dewi, & Luh Putu Mahyuni. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Kusumawati, D., Kusumah, W., & Wibisono T, R. W. (2022). ANALISIS DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM MAKANAN TRADISIONAL LEMPER BERBAHAN ALAMI MEMILIKI DAYA TARIK DAN KETAHANAN MUTU PRODUK. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41-49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2022). PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN PEMASARAN PADA PRODUK - PRODUK UMKM DI KABUPATEN KARAWANG. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.36982/jam.v6i1.2078>
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). PENERAPAN MANAJEMEN POAC: PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN POAC) . *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316-328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.733>
- Ahmas, A. A. N., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124-128. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>.