

Pengembangan Keterampilan Pembuatan Desain Kemasan serta Pemanfaatan Pemasaran Digital sebagai Strategi Bertahan UMKM yang Terdaftar pada PLUT K-UMKM Kota Batu

Della Ayu Zona Lia^{1*}, Raisa Fitri²

¹ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

² Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

*Penulis Korespondensi, Della Ayu Zonna Lia Jurusan Manajemen FE Universitas Negeri Malang

Email: della.lia.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Tingginya tingkat persaingan antar pelaku UMKM di tengah era disrupsi digital dan menjamurnya *e-commerce*, mengharuskan pelaku UMKM memiliki keterampilan tambahan yang mampu memberikan nilai tambah pada produk yang mereka miliki. Pemberlakuan pembatasan pada kegiatan masyarakat dalam upaya penurunan penyebaran virus COVID-19, berdasarkan survei *Kata Data Insight Center (KIC)* sebesar 82,9% UMKM terdampak negatif selama pandemi COVID 19. Kondisi tersebut juga dikarenakan rendahnya pemanfaatan pemasaran digital, survei yang dilakukan *Kata Data Insight Center (KIC)* membuktikan bahwa hanya sekitar 4-10% UMKM memasarkan produknya pada platform digital. Upaya pemasaran digital ini juga harus disertai *product branding* yang baik, dimana hal tersebut diwujudkan dengan desain kemasan yang mewakili citra produk dan nilai tambah produk. Kedua strategi bertahan tersebut, diharapkan mampu diterapkan di Kota Batu yang memiliki total 14.750 unit UMKM, yang juga menjadi sumber pendapatan Kota Batu dan penyerap tenaga kerja. Menggunakan metode pelatihan dan pendampingan pada UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu, diharapkan mampu memberikan solusi baru agar UMKM di Kota Batu mampu bertahan dan melakukan ekspansi pada masa pandemi COVID 19.

Kata Kunci: Strategi; Pemasaran; Digital; Kemasan; UMKM

ABSTRACT

The high level of competition between MSMEs amid the era of digital disruption and the proliferation of e-commerce requires MSMEs to have additional skills that can add value to the products they have. The imposition of restrictions on community activities to reduce the spread of the COVID-19 virus, based on the Kata Data Insight Center (KIC) survey of 82.9% of MSMEs was positively affected during the COVID-19 pandemic. This condition is also due to the low utilization of digital marketing, a survey conducted by Kata Data Insight Center (KIC) proved that only about 4-10% of MSMEs market their products on digital platforms. This digital marketing effort must also be accompanied by good product branding, which is formed by packaging design that represents the image of the product and the added value of the product. Both survival strategies are expected to be implemented in Batu City which has a total of 14,750 MSME units, which is also a source of income for Batu City and labor absorbers. Using training and mentoring methods on MSMEs registered in PLUT K-UMKM Batu City, it is expected to be able to provide new solutions so that MSMEs in Batu City can survive and expand during the COVID 19 pandemic.

Keywords: Strategy; Marketing; Digital; Packaging; MSME

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Usaha mikro, kecil, Menengah (UMKM) di negara berkembang seperti Indonesia sering dikaitkan dengan upaya-upaya pemerintah untuk mengurangi pengangguran, memerangi kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. Oleh sebab itu, kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia sering dianggap sebagai kebijakan penciptaan kesempatan kerja atau kebijakan anti kemiskinan, atau kebijakan redistribusi pendapatan (Lesmana, 2021).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 64 juta. Angka tersebut mencapai 99,9 persen dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. Namun selama masa Pandemi Covid-19 seluruh UMKM di Indonesia terdampak, ada sekitar 30% pelaku UMKM yang terganggu hingga hampir tutup usaha dan sekitar 50-70% pelaku UMKM yang bangkit karena mendapat bantuan dari pemerintah dalam skema Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) seperti relaksasi KUR, subsidi bunga, modal kerja, serta Bantuan Presiden (Banpres) produktif untuk usaha mikro dalam bentuk hibah. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat setidaknya sejak pandemi terjadi, penjualan di *e-commerce* naik hingga 26 persen atau mencapai 3,1 juta transaksi per hari. Sehingga jumlah UMKM yang *go digital* pada tahun 2019 mulanya mencapai 13% atau 8 juta UMKM diharapkan mampu mencapai angka 10 juta UMKM di masa pandemi.

Menurut laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), pandemi Covid-19 ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja. Dan di sisi permintaan, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. OECD juga menyebutkan bahwa UMKM memiliki dampak yang cukup

signifikan terhadap kondisi Covid-19 ini. UMKM sangat rentan terdampak dalam gangguan bisnis, karena UMKM berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang sebagian besar mengharuskan target pasarnya untuk melakukan transaksi secara langsung.

Di Kota Batu, berdasarkan data dari PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) Kota Batu, jumlah pelaku UMKM mencapai 14.570 orang. Dari keseluruhan jumlah pelaku UMKM tersebut hanya sebanyak 1.128 UMKM yang menerima bantuan langsung tunai (BLT) oleh Kementerian Koperasi dan UKM sebagai upaya menyelamatkan pelaku UMKM yang ada (Jatimtimes.com). Selain itu, ada sekitar 30 UMKM di Dusun Rejoso, Desa Junrejo, Kota Batu yang terancam mundur (kabarmalang.com). Hal ini dilatarbelakangi oleh menurunnya jumlah wisatawan Kota Batu secara drastis yang menyebabkan pemasukan produksi ikut menurun sedangkan pemilik usaha harus tetap membayar gaji karyawan, sehingga banyak pelaku UMKM yang terilit hutang.

Seiring dengan situasi pandemi yang sangat berdampak terhadap pelaku UMKM dan meningkatnya digitalisasi dalam segala aspek, terutama transaksi jual beli. Tren pemasaran pun kini telah beralih dari era konvensional ke era digital. Namun, tidak pada UMKM yang ada di Kota Batu. Pelaku UMKM di Kota Batu sangat jarang ditemukan bekerja sama dengan *market place* besar di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan lain sebagainya. Pemasaran digital melalui website dan media sosial juga berada dalam jumlah yang sedikit, sehingga tidak banyak masyarakat atau pelanggan potensial yang mengetahui keberadaan usaha-usaha tersebut.

Hal ini menandakan bahwa UMKM di Kota Batu belum melakukan digitalisasi usaha baik dari segi penjualan dan pemasaran, sehingga masih membutuhkan banyak edukasi dan praktik langsung. Selain itu permasalahan

selanjutnya yang terjadi pada UMKM Kota Batu adalah terbatasnya kemampuan pembuatan desain kemasan yang menarik, terbatasnya permodalan baik dari segi jumlah maupun sumbernya, terbatasnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi serta terbatasnya pengetahuan akan proses akuntansi usaha. Hal-hal tersebut muncul dikarenakan minimnya informasi dan edukasi langsung kepada pelaku UMKM di Kota Batu. Sehingga dibutuhkan eksistensi strategi yang cukup efektif untuk bertahan dari situasi Pandemi Covid-19 dan lingkungan usaha yang kompetitif.

Tujuan Kegiatan

Sejalan dengan rencana kegiatan, pengabdian masyarakat yang dilakukan memiliki target capaian atau tujuan diantaranya:

- a) Memberikan pelatihan terkait desain kemasan pada pelaku UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu.
- b) Memberikan pelatihan terkait pemasaran digital terhadap pelaku UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu.
- c) Memfasilitasi pengembangan kemampuan para pelaku UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu agar memiliki strategi bertahan di masa pandemi COVID 19.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menysasar para pelaku UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu. Dalam praktiknya, selain para pelaku UMKM kegiatan pengabdian masyarakat ini juga melibatkan, pengelola PLUT K-UMKM Kota Batu, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu, dan pihak Universitas Negeri Malang. Keterlibatan dari berbagai pihak ini diharapkan mampu meningkatkan keberhasilan pelatihan bagi Pelaku UMKM di Kota Batu, Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PLUT K-UMKM), serta Dinas Koperasi.

Lokasi kegiatan

Pelaksanaan observasi dan pelatihan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada: **Waktu:** Minggu ke-4 bulan Agustus - Minggu ke-1 bulan September 2021.

Tempat: Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Batu (PLUT K-UMKM Kota Batu) yang berlokasi di Jalan Abdul Gani Atas No. 2 Batu Jawa Timur.

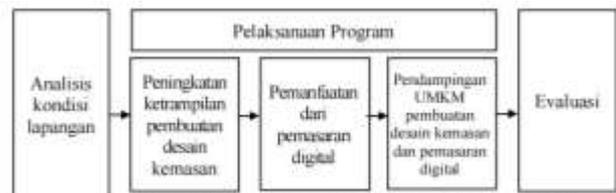
Sedangkan untuk pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM dilakukan pada IRT Ramayana Agro Mandiri pada:

Waktu: Minggu ke-2 bulan September 2021.

Tempat: IRT Ramayana Agro Mandiri, Jalan Koprak Kasdi, Bumiaji, Kota Batu.

Metode yang digunakan:

Secara umum pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan metode sebagai berikut:



Gambar 1. Rancangan Program Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pendekatan yang akan dijalankan dengan rincian sebagai berikut:

- Tahap Pra Kegiatan
 1. Kunjungan observasi pada kantor Pusat Layanan Usaha Terpadu K-UMKM Kota Batu untuk menentukan sosialisasi dan pelatihan, apakah memungkinkan menggunakan webinar karena terlebih di masa PPKM yang tidak kunjung usai dan mencari solusi terbaik agar kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan sesuai dengan harapan.
 2. *Survey* ke salah satu pemilik UMKM di Kota Batu untuk observasi sekaligus menanyakan kesediaan untuk diundang dalam sosialisasi dan pelatihan untuk pengabdian masyarakat.

3. Melakukan pengamatan dan identifikasi kebutuhan biaya dan sarana prasarana untuk menunjang pengabdian masyarakat.

● Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Memberikan sosialisasi dan pelatihan desain kemasan maupun digital marketing kepada pelaku UMKM di Kota Batu.

2. Memberikan bantuan proses pembuatan desain kemasan bagi pelaku UMKM Kota Batu.

3. Melakukan pendampingan pada proses pembuatan desain kemasan dan pemanfaatan platform pemasaran digital dengan menunjuk satu UMKM di PLUT K-UMKM Kota Batu yaitu IRT Ramayana Agro Mandiri.

● Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan evaluasi atas seluruh kegiatan yang dilakukan, dengan mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin muncul dalam prosesnya, dan melakukan penyelesaian masalahnya. Kegiatan evaluasi dilaksanakan secara internal dengan melibatkan beberapa pengurus PLUT K-UMKM Kota Batu sebagai perantara komunikasi antara pelaku UMKM dan tim pengabdian masyarakat.

Dan pelaksanaan kegiatan evaluasi dilakukan secara daring melalui platform *Zoom Meeting*, pada minggu ke-3 bulan September 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan penjabaran hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan:

● Tahap Pra Kegiatan



Gambar 2. Kunjungan Lapangan Tim Pengabdian ke PLUT K-UMKM Kota Batu

Kegiatan kunjungan lapangan yang dilakukan tim pengabdian disambut baik oleh pengurus PLUT K-UMKM Kota Batu. Dalam kegiatan kunjungan lapangan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pengurus PLUT K-UMKM Kota Batu mengenai teknis pelaksanaan sosialisasi atau pelatihan pada UMKM. Terlebih target dari pengabdian masyarakat adalah 25 UMKM, dimana hal tersebut cukup riskan mengingat kebijakan PPKM masih diterapkan. Dari koordinasi tersebut, tim pengabdian masyarakat mendapat beberapa poin permasalahan yang dihadapi UMKM di Kota Batu diantaranya:

- Menurunnya omset UMKM akibat kebijakan PPKM dan pengurangan jumlah produksi.
- Peralihan produk jual UMKM menjadi produk jual yang biaya produksinya lebih terjangkau dan lebih dibutuhkan masyarakat.
- Pelaku UMKM membutuhkan kegiatan pelatihan dengan tema pemasaran digital dan penambahan nilai pada produk.

Selanjutnya, tim pengabdian juga melakukan kunjungan pada IRT Ramayana Agro Mandiri guna mengamati secara langsung bagaimana tiga permasalahan tersebut mempengaruhi UMKM secara langsung.



Gambar 3. Kunjungan Lapangan Tim Pengabdian ke IRT Ramayana Agro Mandiri



Gambar 4. Kunjungan Lapangan Tim Pengabdian ke IRT Ramayana Agro Mandiri

● Tahap Pelaksanaan

Dalam proses pelaksanaan tim pengabdian masyarakat sukses mencapai target sasaran yaitu 25 pelaku UMKM di Kota Batu secara luring.



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan UMKM di PLUT K-UMKM Kota Batu

Keberagaman sektor UMKM yang terdaftar di PLUT K-UMKM Kota Batu mengakibatkan pendekatan dan pelatihan

sedikit memiliki perbedaan. Meski demikian, dalam konteks pembuatan desain kemasan, mayoritas pelaku UMKM sudah mengerti mengenai cara mengemas produk sehingga layak di mata konsumen, terutama pada UMKM yang bergerak pada sektor F&B. Sementara pada UMKM yang bergerak pada sektor non-F&B, pelaku UMKM cenderung sedikit mengabaikan hal tersebut. Pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini, pelaku UMKM terlebih dahulu diajarkan mengenai bagaimana kriteria desain kemasan yang baik dan mampu menambah nilai produk sebelum dilakukan pemasaran. Meski demikian penambahan nilai produk melalui desain kemasan juga tetap harus memperhatikan aspek keterjangkauan biaya, mengingat umumnya upaya pengemasan produk dengan desain menarik cukup menghabiskan anggaran produksi UMKM (Apriyanti, 2018).



Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan UMKM di PLUT K-UMKM Kota Batu

Erat kaitannya dengan pembangunan citra atau *branding* UMKM, pembahasan mengenai pemasaran digital juga dilakukan dengan cara mensosialisasikan bagaimana cara pemanfaatan platform digital seperti; Shopee, Gojek, Grab dan platform digital lain yang sejenis. Mayoritas pelaku UMKM dalam pemanfaatan platform digital ini masih sangat awam, masih banyak pelaku UMKM yang bukan dari generasi Milenial ataupun Z merasa bahwa penggunaan platform digital tergolong sulit. Padahal dalam praktiknya pemasaran digital berpengaruh hampir 78% pada kenaikan pendapatan UMKM, hal ini dikarenakan pemasaran digital dapat membantu UMKM agar lebih dikenal dan membantu

mengidentifikasi pelanggan baru (Wardhana, 2015). Dalam praktiknya, terjadi kegiatan diskusi interaktif antara pelaku UMKM dan juga tim pengabdian masyarakat terutama pada topik pelatihan pemasaran digital, mengingat hal tersebut merupakan hal krusial dalam menyongsong strategi bertahan UMKM di Kota Batu.



Gambar 7. Pelaksanaan Pelatihan UMKM di PLUT K-UMKM Kota Batu

● Tahap Evaluasi

Dari serangkaian kegiatan yang telah dilakukan tim pengabdian, terdapat beberapa poin yang menjadi catatan adalah perlunya pelaksanaan pendampingan yang lebih menyeluruh. Agar kedepannya tidak hanya satu UMKM saja yang dikunjungi, melainkan lebih luas jangkauannya.

Meski secara keseluruhan seluruh kegiatan berjalan dengan lancar dan mencapai target yang diinginkan. Terlebih lagi dengan *feedback* positif pada adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan di PLUT K-UMKM Kota Batu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kondisi pandemi COVID 19 yang tak kunjung membaik ditambah dengan adanya kebijakan PPKM untuk mencegah penyebaran virus COVID 19. Secara tidak langsung memberikan dampak yang cukup besar bagi pelaku UMKM di Kota Batu. Rendahnya tingkat pemanfaatan platform *e-commerce* di era disrupsi digital, membawa dampak signifikan terhadap penurunan pendapatan UMKM. Latar belakang tersebutlah yang mendasari adanya kegiatan pelatihan dan pengembangan keterampilan pada pembuatan

desain kemasan dan juga pemasaran digital pada UMKM yang terdaftar pada PLUT K-UMKM Kota Batu.

Dalam pelaksanaannya seluruh kegiatan mampu berjalan dengan baik dan mencapai target, dimana terjadi dialog interaktif mengenai solusi penanganan tiga problem utama yang sedang dihadapi UMKM di Kota Batu. Meskipun pada praktiknya masih banyak pelaku UMKM yang kurang akrab dengan teknologi dan juga cara pengemasan yang baik, namun *feedback* positif setelah pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan membuktikan bahwa akademisi juga mampu memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan UMKM agar lebih memiliki daya saing selama pandemi COVI 19.

Namun, kedepannya upaya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan lebih mampu meluas sarannya dan dilakukan dan diikuti oleh para pelaku UMKM yang lebih banyak mengingat pertumbuhan UMKM yang juga pesat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih diucapkan kepada pengelola PLUT K-UMKM Kota Batu dan Dinas Koperasi selaku fasilitator dan juga media penghubung antara tim pengabdian masyarakat dan pelaku UMKM. Terimakasih juga diucapkan kepada pihak Universitas Negeri Malang sebagai pendukung pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan. Selanjutnya, rasa terimakasih diucapkan kepada para pelaku UMKM yang telah hadir dan mensukseskan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada kegiatan pengabdian masyarakat. Dan yang terakhir, diucapkan terimakasih kepada anggota tim pengabdian yang telah membantu mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan masyarakat hingga terlaksana sesuai rencana.

DAFTAR PUSTAKA**Jurnal**

- Apriyanti, M.E., 2018. Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), pp.20-27.
- Lesmana, R., 2021. Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2).
- Wardhana, A., 2015, April. Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (pp. 327-337).

Internet

- Batu, P., 2021. *Data UMKM Kota Batu - PPID Kota Batu*. [online] Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Batu. Available at: <https://ppid.batukota.go.id/daftar_informasi/detail/data-umkm-kota-batu_tahun-2019_dinas-koperasi-usaha-mikro-dan-perdagangan> [Accessed 24 October 2021].
- Katadata.co.id. 2021. *Digitalisasi, Strategi UMKM Selamat dari Krisis*. [online] Available at: <<https://katadata.co.id/katadatainsightscenter/analisisdata/5f03cf11e0198/digitalisasi-strategi-umkm-selamat-dari-krisis>> [Accessed 24 October 2021].