

Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan

Marfudin¹, M. Ghazi N², Ratih Purwasih³, Siti Musyafaah⁴, Mar Shofa R⁵

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Sumatera Selatan

^{2,3,4,5} Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Sumatera Selatan

Email: Marfudin211@gmail.com

Received: Maret 17, 2024

Reviewed: Maret 20, 2024;

Accepted: Maret 25, 2024;

Published: Maret 30, 2024;

DOI: <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2024 by Marfudin, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk pendampingan UMKM dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Bunda Syifa yang berlokasi di desa muara burnai II kecamatan lempuing jaya kabupaten ogan komering ilir provinsi sumatera selatan. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pelaksanaan program kuliah kerja nyata. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang cara peningkatan penjualan pada UMKM Bunda Syifa. Metode yang digunakan adalah bersifat deskriptif kualitatif dengan sumber data didapatkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasilnya bahwa pendampingan UMKM dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Bunda Syifa dilakukan dalam bentuk membuat brand, pembuatan bener, pembuatan media promosi di media social.

Kata Kunci: Pendampingan UMKM, Brand, Media Promosi

Abstract

This community service activity takes the form of assisting UMKM in increasing sales at Bunda Syifa UMKM located in Muara Burnai II village, Lempuing Jaya sub-district, Ogan Komering Ilir district, South Sumatra province. This activity is carried out in the form of implementing a real work study program. This activity aims to provide understanding to UMKM players about how to increase sales at Bunda Syifa UMKM. The method used is descriptive qualitative with data sources obtained from interviews, observation and documentation. The result is that assistance for UMKM in increasing sales at Bunda Syifa UMKM is carried out in the form of creating a brand, creating a brand, creating promotional media on social media.

Keywords: UMKM Assistance, Brand, Promotional Media.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, pembangunan sangat bergantung pada ekonomi sebagai ukuran dalam keberhasilan pemerintah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan suatu negara, khususnya pembangunan ekonomi. UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Skenario ini sangat mungkin muncul karena UMKM begitu dominan dalam perekonomian Indonesia. Bahkan setelah krisis ekonomi, UMKM terus tumbuh dari tahun ke tahun. Hal ini juga

menunjukkan bahwa usaha menengah dapat berkembang meskipun di tengah krisis ekonomi. UMKM juga telah menunjukkan perlunya perekonomian menyerap lebih banyak tenaga kerja. Sektor UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat karena menyerap banyak tenaga kerja. Oleh karena itu, UMKM memiliki peran yang penting untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Terkait kontribusi dan peran UMKM, sangat penting bagi pemerintah untuk selalu mendukung UMKM dengan memberdayakannya agar perannya sebagai pilar perekonomian nasional dapat berfungsi secara optimal.

UMKM adalah sektor yang sangat strategis bagi bangsa Indonesia. Hal ini karena UMKM memiliki kelebihan. Salah satunya, yaitu jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Adapun berbagai bidang usaha UMKM adalah diantaranya seperti usaha percetakan, usaha rumah makan, usaha pembuatan makanan dan minuman ringan, kerajinan tangan, jasa seperti tukang cukur, usaha jahit-menjahit dan sebagainya. Krisis ekonomi yang berkepanjangan, membuat kondisi perekonomian masyarakat melemah, yang ditandai dengan banyaknya usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun dalam hal ini ternyata UMKM dapat bertahan dan berkembang. Hal ini tentu membuat persaingan dunia usaha akan semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat tersebut, akan berdampak pada kinerja UMKM.

Guna meningkatkan peran dan kontribusi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi diperlukan terciptanya sebuah brand UMKM dan media social yang dijadikan sebagai media dalam melakukan promosi sehingga jangkauan pemasaran lebih luas dan dikenal oleh klayak umum dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan adalah bersifat deskriptif kualitatif dengan sumber data di dapatkan dari wawancara, observasi dan berbagai dokumentasi. Wawancara penulis gunakan untuk berinteraksi dengan berbagai pihak seperti karyawan, owner, dan masyarakat sekitar lokasi UMKM Buda Syifa. Observasi penulis lakukan dengan cara terlibat langsung dengan berbagai aktivitas yang ada di sana. Ikut merasakan, mencoba, dan memotret berbagai hal yang terjadi, kurang lebih 20 hari. Dokumentasi digunakan dengan cara mencari berbagai sumber yang tersedia baik dalam bentuk buku, jurnal, artikel ilmiah lainnya yang relevan dengan topik yang dikaji. Setelah semua di dapatkan, data di inventarisasi, di reduksi, dan dianalisis serta dijadikan dalam bentuk laporan tertulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan UMKM dalam meningkatkan penjualan ini dilaksanakan mulai tanggal 01 September 2023 sampai 30 September 2023. Kegiatan ini berorientasi pada penerapan ilmu, penambah wawasan dan pengetahuan, serta pengalaman dan meningkatkan kualitas dan kemampuan diri, sehingga siap untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja setelah selesai melaksanakan proses perkuliahan. Oleh karena itu, pendampingan UMKM dalam meningkatkan penjualan merupakan salah satu pengalaman berharga, sekaligus modal dasar untuk dapat menyerap berbagai pengalaman-pengalaman dunia kerja lainnya.

Peran UMKM juga dipermudah dalam proses pengurusan administrasi, di antaranya dengan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang kemudian dapat dilanjutkan dengan registrasi Halal dan P-IRT yang juga relatif mudah. Dengan demikian, keberadaan UMKM sebenarnya sangat telah didukung oleh pemerintah. Ditambah lagi,

peran kelompok-kelompok pengusaha juga sangat penting karena mendampingi UMKM dalam proses pengurusan legal dan keberlangsungan hidup UMKM yang tergabung di dalamnya. Namun demikian, berlangsungnya kegiatan UMKM yang cenderung natural umumnya digerakkan oleh individu atau anggota keluarga, membuat kepakaran dalam hal pengelolaan upaya penjualan cenderung lemah. Sedikitnya anggota penggerak dalam suatu unit UMKM membuat fokus pekerjaan hanyalah pada produksi produk. Walaupun saat ini terdapat kemudahan wadah pemasaran seperti penjualan secara online melalui shopy, lazada, buka lapak, facebook, what app dan lain – lain ternyata upaya penjualan masih dirasa cukup sulit.

Hal ini salah satunya diakibatkan oleh tampilan kemasan produk UMKM, media promosi, brand yang belum ada dan terkendala sarana prasarana serta pengetahuan untuk itu, padahal produk itu sendiri sebenarnya sudah sangat baik, terutama kuliner. Sulitnya UMKM untuk membenahi tampilan ini tentu karena struktur organisasi UMKM yang relatif sederhana dan tidak memiliki bagian khusus untuk mengurus soal kemasan, penciptaan brand dan promosi. Akibatnya, daya saing produk UMKM terbilang masih rendah, salah satunya yang terjadi di UMKM Bunda Syifa.

Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah program yang bertujuan untuk membantu perkembangan dan pertumbuhan usaha yang tergolong dalam kategori mikro, kecil, dan menengah. Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilakukan melalui beberapa langkah strategis. Berikut adalah gambaran umum tentang bagaimana program ini dilakukan :

1. Pendataan UMKM

Para pelaku UMKM yang akan dipilih untuk program pendampingan diadakan pendataan terlebih dahulu. Setelah itu, akan dimemilih UMKM yang akan dijadikan Pendampingan UMKM.

2. Analisis dan Evaluasi

Selanjutnya, tim pendampingan akan melakukan analisis dan evaluasi terhadap usaha yang telah dipilih. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha serta potensi perkembangan yang dimiliki.

3. Pembinaan dan Bimbingan

Pada tahap ini, pendampingan akan memberikan pembinaan dan bimbingan kepada pemilik usaha.

4. Pemantauan dan Evaluasi

Setelah dilakukan pembinaan, tim pendampingan akan terus memantau perkembangan usaha yang sedang dibimbing. Mereka akan melakukan evaluasi untuk mengevaluasi hasil dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan lebih lanjut.

Gambar 1.1
Pendataan UMKM di Desa Muara Burnai II Lempuing Jaya



Adapun mekanisme pendampingan UMKM Bunda Syifa dalam meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut:

1) Pembuatan Brand UMKM

Branding produk untuk UMKM lebih dari sekadar menunjukkan logo pada kemasan atau media pemasaran. *Branding* adalah cara yang bisa dilakukan untuk menunjukkan usaha secara utuh, termasuk bagaimana cara memperlakukan pelanggan. Cara *Branding* Produk untuk UMKM sebagai berikut :

a. Definisikan Identitas *Brand*

Branding produk lebih dari sekadar menunjukkan logo pada kemasan. Sebelum membuat logo (atau mungkin tertarik menggunakan jasa logo) dan melakukan langkah taktis, pastikan memahami dengan baik identitas usaha yang dijalankan dan tahu siapa yang jadi target pasar.

b. Tentukan Konsep Yang Orisinal

Cara *branding* produk untuk UMKM tidak akan berhasil jika tidak punya pembeda dengan kompetitor. Karena itu, jangan lupa berikan sentuhan unik yang tidak dimiliki para pesaing.

c. Tampilkan *Brand* Dengan Visual Yang Menarik

Seperti layaknya *brand* besar, juga harus bisa menampilkan visual produk dengan baik. Menggunakan jasa desain logo berkualitas untuk membuat logo, kemasan, hingga kartu nama akan membantu *brand*.

d. Mengikuti Bazar

Bazar bisa menjadi peluang yang bagus dan efektif bagi sebuah usaha untuk mulai memperkenalkan *brand*. Namun, jangan lupa untuk memastikan bahwa pameran yang diikuti memang cocok dengan identitas produk yang ingin jual.

Gambar 1.2
Plang Nama Brand UMKM Bunda Syifa



2) Pembuatan Akun Media Sosial

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video sehingga bisa digunakan sebagai media promosi para pelaku UMKM.

UMKM Bunda Syifa yang bergerak dibidang makanan seperti kue kering, kue basah, makanan ringan kripik dan lain – lain. Mengingat pemilik usaha UMKM Bunda Syifa ini kurang memaksimalkan promosi penjualan di media sosial dikarenakan fokus

pada pengembangan usaha. Pendampingan dalam bentuk pembuatan akun sosial media seperti facebook, whatsapp, IG dan memberikan penjelasan tentang cara penggunaan serta manfaat dari penjualan di social media tersebut.

3) Pembuatan Benner

Banner merupakan salah satu produk cetak yang seringkali digunakan untuk pemasaran bisnis. Banyak pebisnis yang memanfaatkan *banner* untuk sarana promosi, karena dianggap efektif. Banner juga memiliki varian jenis dan ukuran, yang sesuai dengan kebutuhan. Berikut fungsi *banner* untuk meningkatkan Penjualan UMKM sebagai berikut :

1. Meningkatkan Promosi

Meningkatkan promosi UMKM. Media promosi dengan menggunakan *banner* dianggap lebih efektif. Ada berbagai jenis *banner* dan ukurannya yang dapat dipilih menyesuaikan kebutuhan. Apabila ingin memasang *banner* untuk promosi, sebaiknya gunakan visual dan kalimat yang persuasif dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, pasang *banner* di tempat strategis, agar bisa dilihat oleh khalayak umum.

2. Menambah Daya Tarik Konsumen

Selain meningkatkan promosi, banner juga berguna untuk menambah daya tarik konsumen. Apabila memasang *banner* usahamu di lokasi strategis, maka banyak pengunjung akan penasaran dan melihatnya. Dari rasa penasaran, konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli dan mencoba produk yang ditawarkan.

3. Media Informasi untuk Pengunjung

Di samping sebagai promosi dan daya tarik, banner bermanfaat untuk media informasi konsumen. Cantumkan kalimat-kalimat yang informatif dan jelas, agar mudah dipahami oleh pengunjung maupun calon konsumen. Hindari penggunaan kalimat basa-basi.

Gambar 1.3
Pemasangan Benner UMKM Bunda Syifa



SIMPULAN

Dari hasil penjelasan singkat di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah program yang bertujuan untuk membantu perkembangan dan pertumbuhan usaha yang tergolong dalam kategori mikro, kecil, dan menengah. Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilakukan melalui beberapa langkah strategis. Pendampingan UMKM Bunda Syifa dalam meningkatkan penjualan yakni pendampingan pada penciptaan brand, pembuatan akun media sosial dan pembuatan benner sebagai media promosi sehingga banyak pengunjung akan penasaran dan melihatnya serta memiliki

rasa penasaran, konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli dan mencoba produk yang ditawarkan .

DAFTAR PUSTAKA

- Sarfiah, S.N., Atmaja, H.E., & Verawati, D.M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekon. Pembangunan)*.
- Burhanuddin Abdullah, (2006). *Menanti Kemakmuran Negeri Kumpulan Esai Tentang Pembangunan Sosial Ekonomi Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama..
- Zamzam. F. Aravik. H (2016). *Kamus Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Deepublish.
- Suci, Y. R. (2008). *Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. UU No. 20 Tahun 2008.*