

EDUKASI BRANDING UMKM KERIPIK PISANG UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI DAN PEMASARAN

Sri Wahyuni¹, Anita Suprihatiningrum², Lusiana Wati³, Afiyah Kurniyah⁴, Atikah Qothrun
Nada⁵, Rama Adityas F⁶, M. Bagus S⁷, M. Ari Fachrudin⁸, Beni Saputra⁹, Dedi Hidayat¹⁰,
Lilla Puji Lestari¹¹

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

1Suprihatinigruma@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

2lusiana082001@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

3imamwahyuni711@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

4Muhbagus241@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

5Beni.s7944@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

6afiyahkurniyah@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

7Atikahnada934@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

8ramaaditya0902@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

9ngambulan99@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

10m.ari.fachrudin@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

11lillapuji@gmail.com

Abstrak

KKNT-KWU Tematik pada dasarnya merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk masyarakat dengan fokus pada tema kewirausahaan. Tujuannya agar masyarakat dapat mengembangkan usahanya secara lebih modern, efektif, inklusif dan memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk dapat berintegrasi dengan lingkungan sekitar, melayani masyarakat secara langsung, menemukan, dan belajar menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Hasil dari kegiatan KKNT-KWU yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT-KWU terdapat pada industri makanan yaitu salah satu produknya adalah “ Branding Produk Keripik Pisang “Wiliyah” di kabupaten sidoarjo. Selama pelaksanaan KKNT-KWU ini kami memberikan bantuan dan bimbingan usaha di bidang pemasaran dan pengemasan produk.

Kata kunci : Keripik Pisang, Kewirausahaan, pengabdian masyarakat

Abstract

KWU-Thematic KKN is basically an activity organized for the community with a focus on the theme of entrepreneurship. The goal is that the community can develop their business in a more modern, effective, inclusive manner and provide experiences for students to be able

to integrate with the surrounding environment, serve the community directly, discover, and learn to deal with various problems faced by the community. The result of the KKNT-KWU activities carried out by KKNT-KWU students are found in the food industry, namely of the product is "Branding Product of Banana Chips "Wiliyah" in the sidoarjo regency . During the implamentation of this KKNT-KWU we provide assistance and bussines guidance in the field of marketing and product packaging .

Keywords : *Banana Chips,Enterpreanurship,community dedication*

1. PENDAHULUAN

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo, memiliki sebuah program pengabdian masyarakat bagi mahasiswa yang dinamakan dengan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) yang bertema kewirausahaan. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) diberikan kepada mahasiswa sebagai wahana penerapan dan pengembangan ilmu yang dilaksanakan diluar kampus dengan mekanisme dan persyaratan tertentu (Rofifah, 2020).

Program KKN Tematik ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan sentuhan ilmu dan teknologi, serta meningkatkan dan mengembangkan ekonomi lokal masyarakat melalui manajemen usaha dan strategi pemasaran pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Driyorejo Kabupaten Gresik.

Menurut situs UMAHA (2021), KKN KWU dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) agar mendorong kampus untuk memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk belajar dengan lebih fleksibel. Kegiatan ini juga melibatkan dosen yang nantinya dapat mengaplikasikan risetnya langsung di lapangan agar mampu menghasilkan manfaat secara nyata.

Langkah awal yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan memberdayakan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bentuk pelatihan pengelolaan manajemen, administrasi, keuangan usaha, serta strategi pemasaran produk yang baik dan benar, sehingga diharapkan kualitas, kemasan, harga

mampu bersaing dan perluasan saluran distribusi melalui media sosial. Hal ini tentunya mendorong meningkatnya pendapatan mayarakat pelaku UMKM (Zhou et al., 2020).

Perekonomian Indonesia didominasi oleh kegiatan usaha yang berbasis pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Jumlah unit UMKM sampai dengan tahun 2010 berjumlah 53.823.732 unit yang terbagi atas usaha mikro berjumlah 53.207.500 unit, usaha kecil berjumlah 573.601 unit dan usaha menengah berjumlah 42.631 unit, sedangkan usaha besar berjumlah 4.838 unit. Persentase total unit UMKM di Indonesia berdasarkan data sebelumnya adalah 99,99% dan usaha besar mempunyai persentase 0,01% (Akuntansi et al., 2005)

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, memiliki omzet tahunan maksimal Rp300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha (Mekari. 2020).

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Kewirausahaan (KKNT - KWU) dilaksanakan pada tanggal 08 September – 08 Oktober 2021 yang dilakukan di Dsn. Tundungan, Ds. Sidomojo, Krian kabupaten Sidoarjo.

Kegiatan Awal sebelum dilakukannya Program KKNT-KWU

dengan target ke dalam bidang kewirausahaan yaitu mahasiswa KKN Tematik turun ke lokasi yaitu Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) melakukan pertemuan bersama dengan mahasiswa dengan tujuan untuk membekali mahasiswa terkait dengan program yang akan dijalankan kedepannya.

Kemudian, melakukan pembagian dan koordinasi kelompok untuk menentukan jumlah UMKM yang akan menjadi target serta pembagian pengurus kelompok KKNT-KWU ini .

Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu pencarian tempat kegiatan UMKM yang akan dituju, lalu melakukan observasi dan diskusi yang dilakukan bersama dengan mitra UMKM keripik pisang wilyah . diskusi dilakukan untuk mencari permasalahan di dalam mitra tersebut yang ternyata berfokus pada bagian pemasaran dan re-design kemasan kripik pisang wilyah. Untuk penyelesaian masalah ini kelompok 10 KKNT-KWU melakukan diskusi dan pendampingan dengan bagian mitra Keripik pisang wilyah yang dapat dilakukan secara offline dan juga online. Pemasaran secara online dilakukan dengan pembuatan website khusus dan di Instagram dengan tampilan yang lebih menarik serta pembuatan design baru dengan tampilan design lebih menarik dan pengemasan yang lebih modern .

Selain melakukan program re-design kemasan dan bagian pemasaran secara online. Kelompok 10 juga melakukan kegiatan pemasaran secara offline yang dilakukan di pasar Krian, sidoarjo .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan KKNT-KWU ini yaitu:

1. Langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan survei dan observasi di lokasi usaha tempat UMKM “Keripik Pisang Wilyah” yang dimiliki oleh Ibu Wilyah Puji Astutik yang bertempat di Dsn. Tundungan, Ds. Sidomojo, Krian

yang didirikan sejak tahun 2019 yang memiliki berbagai produk usaha yaitu keripik pisang, keripik mbote, dan keripik gadung. Hasil dari observasi ini kelompok 10 memutuskan untuk melakukan kegiatan pengembangan dalam bidang pemasaran dan pengembangan design.



Gambar 1
Survei dan observasi di lokasi



Gambar 2
Survei dan observasi di lokasi

2. Melihat dari permasalahan yang dihadapi oleh Ibu wilyah yang

terdapat pada bagian pemasaran dan design, kelompok 10 melakukan segala upaya dalam hal mendesign ulang kemasan produk keripik pisang wilyah menjadi kemasan modern yang terlihat lebih menarik dengan pengeluaran budget yang sedikit.



Gambar 3
Produk kripik Wilyah

3. Dari produk keripik pisang wilyah ini, kelompok 10 juga melakukan inovasi banding produk dengan produk terbaru yaitu “Visang”



Gambar 4
Hasil inovasi banding produk dengan produk terbaru yaitu “Visang”

4. Melakukan pembaharuan penamaan keripik Mbote menjadi Ribot'e untuk menarik perhatian dan rasa penasaran pembeli .



Gambar 5
Hasil pembaruan penamaan produk

5. Selain melakukan perubahan nama pada keripik Mbote, kelompok 10 juga melakukan re-design atau mendesign ulang kemasan pada keripik mbote dengan tujuan agar penyimpanan lebih efisien dan menarik .



Gambar 6
Perbandingan produk lama dengan baru setelah pembaharuan

6. Melakukan Promosi Pemasaran di jejaring social media yaitu pada youtube, Instagram, whatsapp dan juga di website, agar lebih banyak yang tahu mengenai keripik pisang wilyah.



Gambar 7
Bentuk promosi

7. Selain Melakukan Pemasaran dan promosi secara online, kelompok 10 juga melakukan pemasaran secara offline yang dilakukan di pasar Krian dalam rangka untuk membantu mitra dalam permasalahan di bidang pemasaran.



Gambar 8 dan 9
Pemasaran offline dari mahasiswa

4. SIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya transfer pengetahuan dan pelatihan dalam bidang manajemen usaha dan strategi pemasaran, masyarakat dan mahasiswa telah mampu memperbaiki proses manajemen dan pemasaran UMKM yang dituju sehingga dapat meningkatkan omzet dan kualitas produk dari UMKM Keripik pisang Wilyah yang berlokasi di Dsn. Tundungan, Ds. Sidomojo, Krian kabupaten Sidoarjo.

Selain adanya program pelatihan dan pendampingan di wilayah UMKM yang dilakukan mahasiswa bersama dengan mitra, mahasiswa juga sudah mulai paham mengenai perencanaan program, pengorganisasian, dan pelaksanaan terhadap perencanaan yang sudah diharapkan UMKM agar dapat meningkatkan kegiatan ekonomi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya kegiatan KKNT-KWU yang di laksanakan dari tanggal 08 September – 08 Oktober 2021 dapat berjalan dengan lancar. Tak lupa juga kami haturkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu wilyah puji astutik selaku pemilik dari mitra kami dari UMKM “keripik pisang wilyah”
2. Kepada bapak Sehman S.Kom,M.Kom, sebagai dosen pembimbing lapangan kami di kelompok 10

3. Serta Kepada Bapak Khairul Ngibad, selaku ketua LPPM Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, P., Program, P., Akuntansi, S., & Kristen, U. (2005). Arabella. *Opera*, 56(9 SUPPLEMENT), 10. <https://doi.org/10.2307/j.ctt6wq448>. 53
- Rofifah, D. (2020). MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA IAIN BENGKULU SETELAH PROGRAM KKN TEMATIK KEWIRUSAHAAN DI BOYOLALI (Studi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Zhou, Yang, & Wang. (2020). *LAPORAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT KKN TEMATIK UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO*. 21(1), 1–9.
- Mekari.(2021). PENGERTIAAN, JENIS, DAN PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA. *Jurnal.id*