

## Pendampingan Manajemen Produk pada Pelaku UMKM di Desa Sukorejo, Kabupaten Madiun

Endang Sri Maruti<sup>1\*</sup>, Anik Sulifah<sup>2</sup>, Nurcholis Darmawan<sup>3</sup>, Muhammad Yusril 'Izza Royyan<sup>4</sup>, Ratna Ramadhani Damayanti<sup>5</sup>, Restyono Ilham Syahputra<sup>6</sup>, Dea Ayu Melati Putri<sup>7</sup>

<sup>1,2</sup>PGSD, Universitas PGRI Madiun

<sup>3</sup>Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Madiun

<sup>4</sup>Teknik Kimia, Universitas PGRI Madiun

<sup>5</sup>Manajemen, Universitas PGRI Madiun

<sup>6</sup>Teknik Informatika, Universitas PGRI Madiun

<sup>7</sup>Akuntansi, Universitas PGRI Madiun

\*Korespondensi: [endang@unipma.ac.id](mailto:endang@unipma.ac.id)

---

**Abstrak:** Di Desa Sukorejo ditemukan masih banyak pelaku usaha yang kurang literat terhadap bidang usahanya, seperti belum adanya identitas usaha, belum adanya stiker produk pada kemasan, tidak adanya banner usaha, dan masih kurangnya minat untuk memasarkan produk melalui sosial media. Berdasarkan hal tersebut, program pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk pada bidang pemasaran agar pelaku UMKM di Desa Sukorejo merasakan dampak kegiatan promosi pada kegiatan jual beli. Pelaksanaan program dilakukan dengan pendampingan kepada para pelaku UMKM dengan tahapan 1) Persiapan, 2) Penyampaian materi dan pendampingan, dan 3) Evaluasi. Hasil program menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mendapatkan pengalaman dan penguatan identitas produk, identitas usaha, dan tampilan kemasan produk sehingga berdampak pada tingkat penjualan.

**Kata kunci:** *UMKM, identitas produk, identitas usaha, kemasan produk*

---

**Received** 28 Agustus 2022; **Accepted** 15 November 2022; **Published** 29 Desember 2022

Citation: Maruti, E.S., *et al.* (2022). Pendampingan Manajemen Produk pada Pelaku UMKM di Desa Sukorejo, Kabupaten Madiun. *Edu-Dharma*, 1(2), 40 – 47.



Published by Universitas PGRI Madiun. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

Saat ini, mayoritas pelaku ekonomi adalah usaha kecil, menengah, dan mikro yang mendukung stabilitas perekonomian nasional untuk terus tumbuh dan berkembang (Arifudin et al., 2020). Akan tetapi, keberadaan UMKM tidak lepas dari beberapa persoalan. Dalam mengembangkan usaha, selain produksi, manajemen, jaringan dan teknologi, masih terdapat berbagai permasalahan seperti pada bidang pemasaran (Sudjinan & Juwari, 2018). Permasalahan tersebut muncul karena pelaku UMKM hanya fokus pada kegiatan jual beli dan tidak menganggap kegiatan pemasaran itu penting (Sari et al., 2019).

Pemasaran produk merupakan kegiatan penting dalam dunia usaha (Sedyastuti, 2018). Pelaku usaha harus melakukan kegiatan pemasaran untuk mengenalkan produknya kepada banyak calon pelanggan. Sistem pemasaran pada dunia usaha sangat luas dan tidak sedikit ada pelaku usaha yang masih menggunakan sistem offline seperti pemasaran lewat brosur, spanduk, pamflet, stiker atau media lain (Junaidi et al, 2022.). Penggunaan media tersebut memiliki fungsi untuk mengenalkan dan mempengaruhi serta meyakinkan calon pelanggan untuk melakukan pembelian produk. Dengan begitu, jalannya penjualan akan dipercepat dengan banyaknya informasi produk yang telah diiklankan di masyarakat (Tanan & Dhamayanti, 2020).

Informasi produk yang disajikan pada media iklan juga tersaji pada kemasan produk. Dengan demikian desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi pola pembelian konsumen dengan cara desain kemasan yang memiliki gambar latar belakang, warna kemasan, serta font yang digunakan berguna untuk mendorong minat pembelian (Halim Saputra et al., 2022).

Pada hasil observasi yang telah dilakukan kelompok 39 KKNT Universitas PGRI Madiun di Desa Sukorejo ditemukan banyak pelaku usaha yang tidak begitu mempedulikan pentingnya pemberian identitas usaha yang jelas. Seperti yang telah ditemukan, masih banyak pelaku usaha yang tidak memberikan stiker produk pada kemasan, tidak adanya banner usaha, dan masih kurangnya minat untuk memasarkan produk melalui sosial media. Dengan permasalahan tersebut, pendampingan usaha ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk pada bidang pemasaran agar pelaku UMKM di Desa Sukorejo merasakan dampak kegiatan promosi pada kegiatan jual beli.

## METODE

Menguraikan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah, tantangan, atau persoalan. Beberapa contoh metode sebagai berikut:

Kegiatan ini dilakukan di Desa Sukorejo Kabupaten Madiun pada bulan Januari 2023. Sasaran dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM sejumlah 11 orang. Pelaksanaan program dilakukan dengan pendampingan kepada para pelaku UMKM. Pendampingan dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan dengan mencuci tangan, menggunakan *handsanitizer*, memakai



masker dan *faceshield*, dan menjaga jarak. Adapun tahapan yang dilakukan pada kegiatan ini adalah 1) Persiapan, 2) Penyampaian materi dan pendampingan, dan 3) Evaluasi.

## PEMBAHASAN

Pelaksanaan pendampingan dilakukan dengan beberapa tahap seperti berikut.

### 1. Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan, tim pengabdian melakukan sejumlah koordinasi dan observasi.

#### a. Koordinasi Dengan Pemerintah Desa

Pada tahap ini peserta KKN menentukan objek pelaku UMKM dengan rekomendasi pihak pemerintah desa. Hal ini dilakukan agar target sasaran memang benar-benar pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan dari program Pendampingan Lingkungan Usaha UMKM.

#### b. Observasi dan Wawancara

Melihat dan mengunjungi secara langsung tempat usaha yang telah direkomendasikan oleh tokoh desa untuk mengetahui kendala dan hal-hal seputar kegiatan UMKM untuk dapat dilakukan pelatihan dan pengembangan dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh pelaku UMKM tersebut.

#### c. Persiapan dan Pembekalan

Beberapa persiapan dilakukan sebelum pelaksanaan pendampingan, di antaranya: (1) Melakukan koordinasi dengan kantor Desa Sukorejo dan tokoh public yang akan bersangkutan dengan jalannya kegiatan; (2) Melakukan sosialisasi dan pelatihan terhadap mahasiswa; (3) menyiapkan sarana dan perlengkapan pendukung; dan (4) menyiapkan materi.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Dalam proses pelaksanaan program kerja pendampingan usaha UMKM, tim melakukan pendampingan usaha dalam bidang produksi dan pemasaran yang kemudian secara langsung juga ikut mengedukasi pelaku UMKM dalam pentingnya identitas usaha yang kuat melalui media stiker kemasan, logo, dan penerapan pengemasan. Dalam kegiatan pendampingan ini, tim berperan aktif sebagai problem solver dan dinamisator untuk menuntun pelaku usaha dalam menentukan logo, stiker, dan kemasan produk yang memiliki kelayakan jual yang lebih tinggi.

Program pendampingan lingkungan usaha UMKM yang dilaksanakan pada hari Rabu, 16 Januari 2023 dalam pelaksanaannya program pendampingan lingkungan usaha UMKM ini berfokus pada penguatan identitas usaha ataupun produk yang dipasarkan. Kegiatan ini dilakukan pada tiga pelaku UMKM di Desa Sukorejo dengan profil usaha sebagai berikut.

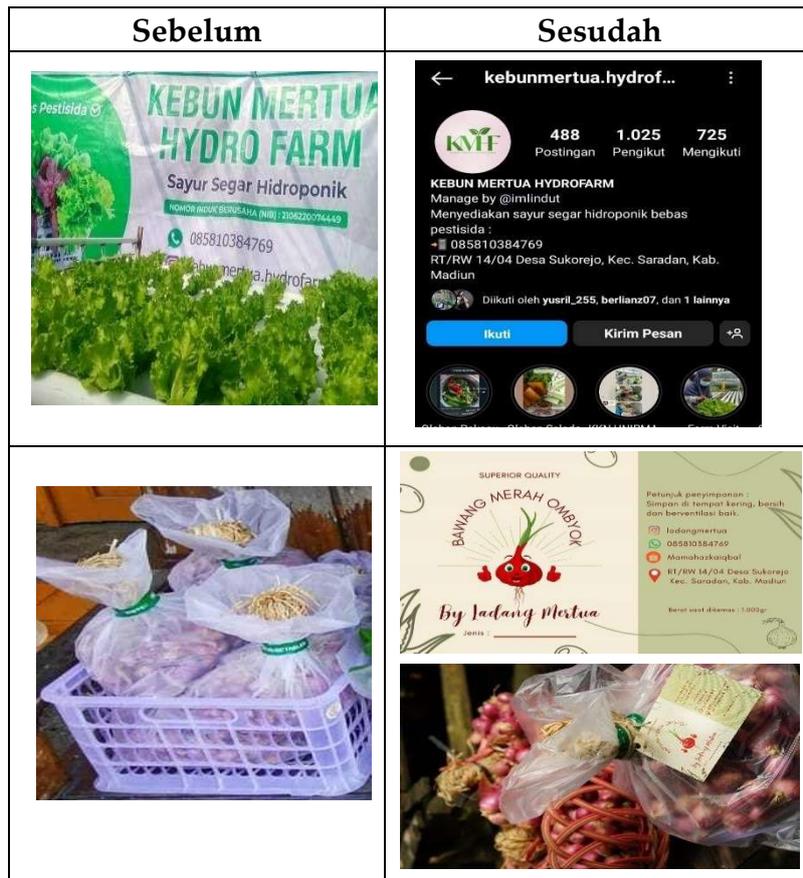


a. Kebun Mertua *Hydrofram*

Kebun Mertua *Hydrofram* merupakan usaha di bidang pertanian yang berada di Kecamatan Saradan, Desa Sukorejo, Rt 14 Rw 04. Usaha ini selain mengelola sayur-sayur *hydroponik* juga mengelola pertanian bawang merah dan produksi bawang goreng. Usaha ini sudah berjalan selama tiga tahun, dimulai sejak adanya pandemic covid-19. Tujuan pertama kali usaha ini berdiri hanya untuk sekedar memenuhi hobi menanam. Karena adanya peminat melalui kerabat terdekat akan hasil panen, Kebun Mrtua *Hydrofram* mulai melakukan penjualan secara *preorder*.

Dalam kegiatan pemasaran, Kebun Mertua *Hydrofram* sudah dapat menentukan target pasar dan mampu mengoperasikan pasar secara digital. Media pemasaran produk yang digunakan meliputi *whatsapp*, *Instagram*, dan *youtube* pribadi. Selain pemasaran, penggunaan kemasan juga sudah mengikuti standart kemasan sayur yang ada di supermarket. Begitu juga kemasan bawang merah dan bawang merah goreng. Penjualan dilakukan melalui online dengan menggunakan aplikasi shopee dan penjualan secara offline.

Berikut hasil pelaksanaan program yang dilakukan.



Gambar 1. Penjualan Produk

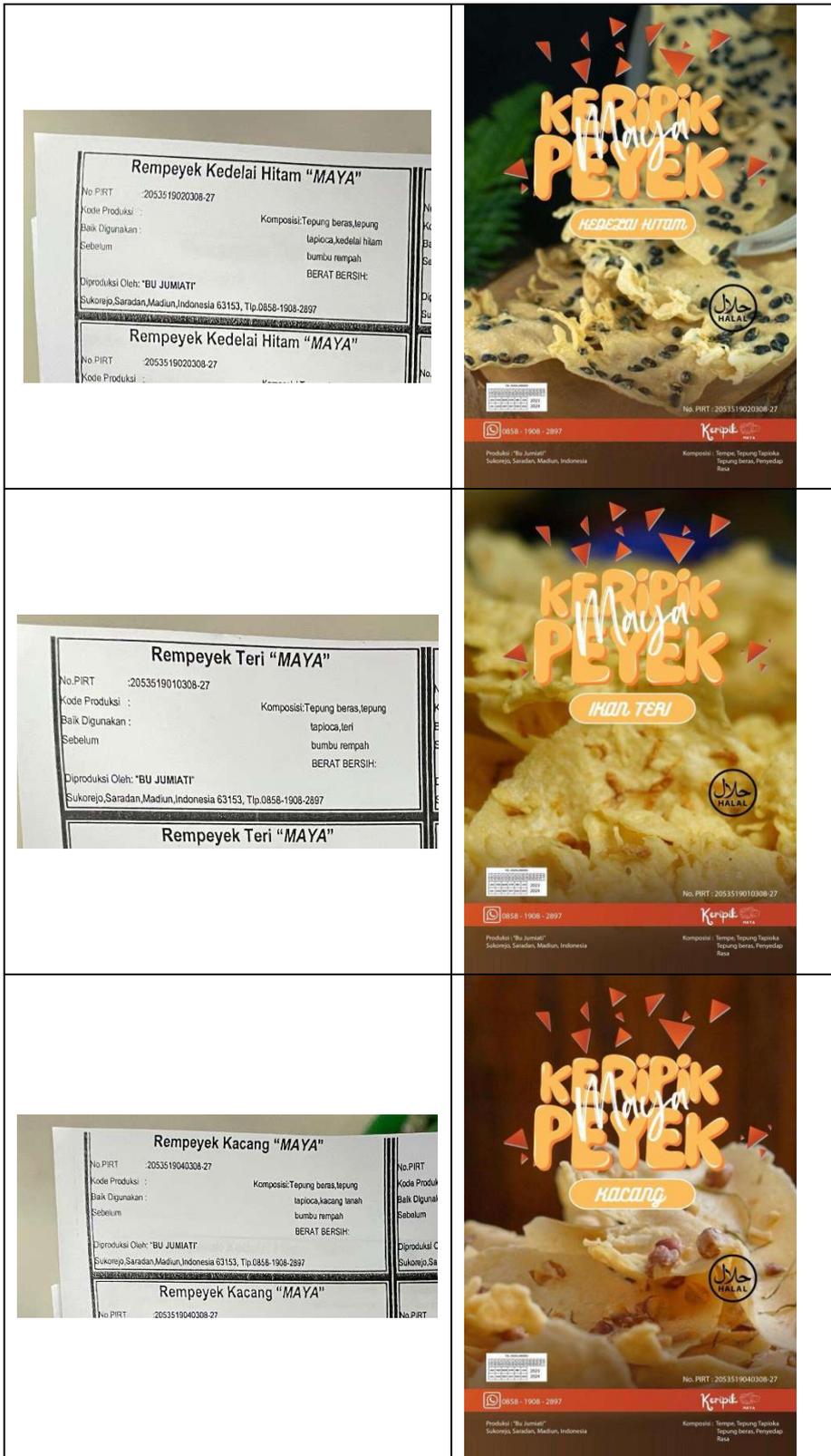
b. Kripik Tempe Maya

Kripik Tempe Maya merupakan salah satu usaha UMKM di Kecamatan Saradan, Desa Sukorejo pada bidang kuliner. Usaha ini mulai berdiri pada tahun 2016 dan kata Maya diambil dari nama anak pemilik usaha. Kripik Tempe Maya bukan hanya memproduksi kripik tempe tetapi juga memproduksi kripik peyek dengan topping kacang tanah, kacang kedelai hitam, dan ikan teri.

Dalam melakukan produksi kripik tempe maupun peyek, usaha ini masih menggunakan cara tradisional. Dari segi pemasaran produk, kripik tempe dan peyek dipasarkan melalui *whatsapp* dan mengisi di beberapa toko *offline*. Selain itu, semua produk Kripik Tempe Maya juga sudah memiliki nomor Produk Industri Rumah Tangga (PIRT).

Berikut hasil pelaksanaan program yang dilakukan.





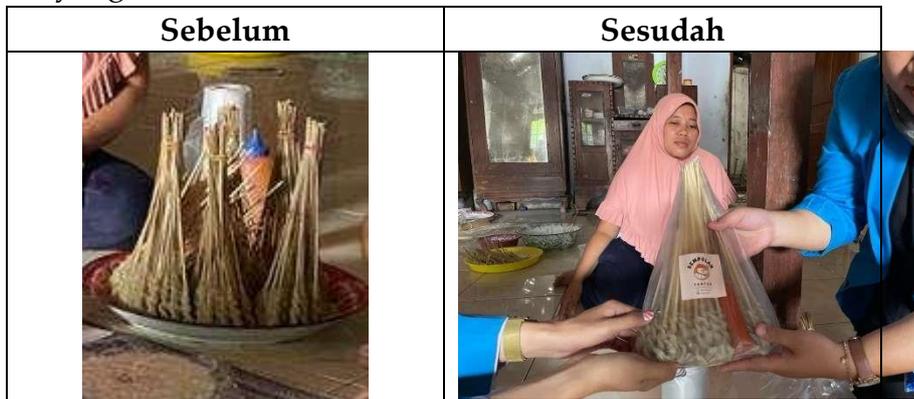


**Gambar 2.** Produk Tempe dan Rempeyek

c. Sempolan dan *Frozen Food* Yanter

Sempolan dan *Frozen Food* Yanter merupakan usaha kuliner di Desa Sukorejo yang berdiri pada tahun 2017. Usaha ini melakukan kegiatan penjualan dengan target penjual jajanan pinggir jalan. Dengan peran sebagai tangan pertama, sempolan dan *Frozen Food* Yanter bukan hanya memproduksi sempolan tetapi juga cimol, kulit lumpia, dan pentol corah.

Dari segi pemasaran dan penjualan produk, usaha ini menggunakan media *wahtsapp* dan *facebook* sebagai media *digital marketing*. Selain itu, Sempolan dan *Frozen Food* Yanter juga melakukan penjualan secara offline untuk menjual secara ecer per kilo. Dari penjualan produk, kemasan yang digunakan masih sangatlah sederhana. Produk dijual tanpa menggunakan label usaha dengan kemasan plastik biasa. Berikut hasil pelaksanaan program yang dilakukan.



**Gambar 3.** Sempolan dan *Frozen Food* Yanter

### 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan, kekurangan, dan hambatan yang terjadi pada pelaksanaan kegiatan. Evaluasi ini bisa menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kinerja tim untuk melaksanakan program kerja selanjutnya. Evaluasi dilaksanakan bersama



seluruh tim KKNT MBKM pada rapat anggota. Melalui evaluasi , diharapkan akan menemukan titik terang program yang dilaksanakan.

## SIMPULAN

Program Pendampingan Lingkungan Usaha UMKM yang telah dilaksanakan di Desa Sukorejo dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan ini dibutuhkan pelaku UMKM untuk menguatkan identitas produk, identitas usaha, dan tampilan kemasan produk. Dari kegiatan yang telah terlaksana, dapat disimpulkan pula bahwa pelaku usaha masih belum menganggap penting logo dan stiker usaha dalam kegiatan penjualan.

Secara keseluruhan kegiatan berlangsung dengan lancar. Dari 3 pelaku UMKM yang didampingi 2 diantaranya telah melakukan perubahan yang sangat signifikan. Meski ada hambatan namun dapat diatasi dengan baik. Hambatan tersebut antara lain kendala bahasa, masalah koordinasi, dan waktu pelaksanaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322.
- Halim Saputra, H., Fadli, U., Ratu Khalida, L., Perjuangan Karawang Jalan Ronggo Waluyo Sirnabaya, B., Timur, T., & Barat, J. (2022). Penerapan Strategi Brand Equity Sebagai Identitas Produk Keripik. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.2145>
- Junaidi, F., Zaenal Abidin, R., & Fatmawati, A. (n.d.). *Optimalisasi Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing pada UMKM Cendol Dawet Sagu Lasah Desa Tawangargo*
- Sari, Y. P., Farida, I., & Hetika, H. (2019). Model Pendampingan Umkm Pengolahan Hasil Laut Dengan Metode Pendekatan Pendampingan Terintegrasi. *Monex: Journal of Accounting Research*, 8(1), 293–302.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sudjinar, S., & Juwari, J. (2018). Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampingan UMKM Dan Koperasi Di Kelurahan Telaga Sari Kota Balikpapan. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (JAMIE)*, 1(01), 40–49.
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha guna peningkatan ekonomi masyarakat di distrik abepura jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185.

