



OPTIMASI POTENSI DESA MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT GUNA MENCIPTAKAN UMKM UNGGUL DI DESA SANGEH

I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi¹, Putu Gede Wahyu Satya Nugraha²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

²Fakultas Teknik dan Perencanaan, Universitas Warmadewa

Article Information

Article history:

Received February 02, 2023

Approved February 20, 2023

Keywords:

UMKM, Marketing, Digital

ABSTRACT

UMKM are individual businesses run by residents in the Sangeh Village area, Abiansema District, Badung Regency. In managing their business, there are several problems faced by these UMKM players, namely they do not understand the use of digital technology as promotional media and marketing media. The implementation of the Warmadewa University KKN program is a form of the Tri Darma of Higher Education, namely community service as well as an effort to support the development of UMKM in the surrounding area. There are several problems in UMKM areas, including not understanding the use of technology as a marketing medium and promotional media. So that in carrying out this KKN we are helping UMKM to promote on Instagram accounts, Helping UMKM in registering on the Google Maps application and making UMKM menus and banners.

ABSTRAK

UMKM merupakan usaha perorangan yang dijalankan oleh penduduk yang berada di wilayah Desa Sangeh, Kecamatan Abiansema, Kabupaten Badung. Dalam pengelolaan usahanya terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini yaitu belum mengerti penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan media pemasaran. Pelaksanaan program KKN Universitas Warmadewa merupakan salah satu bentuk Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat juga sebagai upaya untuk mendukung perkembangan UMKM di daerah sekitar. Ada beberapa permasalahan di tempat UMKM diantaranya adalah belum memahami pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran dan media promosi. Sehingga dalam pelaksanaan KKN ini kami membantu UMKM untuk mempromosikan pada akun Instagram, Membantu para pelaku UMKM dalam pendaftaran pada aplikasi Google Maps serta Pembuatan menu UMKM dan Banner atau Spanduk

© 2023 EJOIN

*Corresponding author email: rpdiga@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dari waktu ke waktu semakin canggih, banyak inovasi- inovasi baru bermunculan demi mendukung kebutuhan manusia. Pada dasarnya teknologi bertujuan untuk memberikan kemudahan dari berbagai aspek kehidupan, baik dalam bekerja, berkomunikasi bahkan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat (Garaika, 2020). Namun terkadang teknologi juga dapat memberikan dampak negatif terhadap kehidupan sosial di masyarakat. Perkembangan teknologi dan aplikasi yang ada saat ini bahkan telah mempengaruhi perilaku sosial seseorang seperti dalam memesan makanan melalui aplikasi seperti gofood, grabfood, dan bahkan berbelanja melalui berbagai platform E-Commerce.

Electronic commerce atau E-commerce adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik. Dengan demikian pada prinsipnya bisnis dengan E-commerce adalah bisnis tanpa warkat paperless trading (Munir Fuady, 2002). Kegiatan bisnis dalam E-commerce terdiri dari konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediateries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer network) yaitu internet (Renny Sari Dewi, 2019) (Siska Candra Ningsih, 2020) (Martinus Maslim, 2020) (Ananta Kusuma Yoga Pratama, 2020). Perkembangan internet yang pesat juga menjadi faktor pendorong berkembangnya E-Commerce serta meningkatnya pengguna social media. Seiring dengan perkembangan E-Commerce, Media Sosial menjadi sarana komunikasi bagi pelaku usaha dan konsumen. Bahkan dalam pemanfaatannya media sosial juga dijadikan sebagai sarana promosi bagi para pelaku usaha. Sebagaimana diketahui bahwa perkembangan teknologi informasi telah membuka jalan bagi peluang-peluang baru dalam bisnis, melalui E-commerce. E-commerce tidak saja memperluas arus barang dan jasa, namun juga menciptakan kesempatan bagi individu untuk terlibat sebagai pelaku usaha.

UMKM merupakan usaha perorangan yang dijalankan oleh penduduk yang berada di wilayah Desa Sangeh, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Dalam pengelolaan usahanya terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini yaitu belum mengerti penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan media pemasaran. Untuk itu dibutuhkan strategi yang tepat agar UMKM dapat berkembang dan mengikuti perkembangan yang serba digital seperti sekarang ini. Pengenalan ilmu ekonomi menjadi peran penting bagi pelaku usaha agar lebih berkembang lagi dalam mengelola usahanya. Dalam kegiatan KKN yang diselenggarakan Universitas Warmadewa merupakan wadah mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat dikampus kemudian diterapkan ke masyarakat.

Adapun dalam prosesnya, Mahasiswa mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut lalu kami membuat program kerja dan mengimplementasikannya sesuai harapan para pelaku UMKM. Kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi untuk media promosi dapat menyebabkan kerugian dalam usahanya. Melalui kegiatan KKN ini diharapkan mahasiswa lebih peduli akan permasalahan yang ada di masyarakat sekitar dan membantu memecahkan permasalahan yang ada di masyarakat khususnya di sektor UMKM tempat KKN.

METODE PELAKSANAAN

Program Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan di Desa Sangeh, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Adapun dalam pelaksanaannya yaitu pada hari Sabtu dan Minggu, yang dilaksanakan selama 1 bulan dari tanggal 1 Februari sampai dengan 2 Maret 2023. Peserta pelatihan ini adalah pelaku UMKM. Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN ini meliputi wawancara dan observasi

Setelah dilakukan survei dan wawancara terdapat 1 permasalahan yang dihadapi oleh UMKM disertai dengan strategi untuk memecahkan permasalahan tersebut.

Tabel 1. Kerangka Pemecahan Masalah

No	Masalah	Proses	Hasil
1	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Sangeh yang tingkat penjualannya masih rendah dan belum terekspos	Metode Pelaksanaan yang kami pergunakan atau lakukan dalam merealisasikan atau mewujudkan Program Kerja yakni dengan memberikan Edukasi berupa penyuluhan terhadap bagaimana agar usaha atau penjualan dapat berkembang dan mampu bersaing, strategi pemasaran, Analisa Pasar dan Analisa Usaha berdasarkan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan berupa Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) seperti melakukan iklan di Media Sosial (advertising), Lalu pendaftaran Tempat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Platform seperti Google Maps (untuk memudahkan pencarian lokasi dan tracking alamat untuk keperluan penunjang kemudahan Promosi atau Penjual bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	Terdata, Teredukasi serta Terpromosikannya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Dengan adanya kegiatan ini Hasil atau Dampak yang kami harapkan agar Program ini mampu meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Sangeh terutama Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) secara mandiri dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Sangeh.

Dalam pengabdian masyarakat di UMKM menggunakan 3 metode diantaranya adalah **Metode Observasi**

Kegiatan ini merupakan pengumpulan data dimana dilakukan pengamatan secara langsung kegiatan UMKM untuk mengetahui kondisi yang terjadi yang nantinya dijadikan sebagai objek penelitian.

Metode Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara peneliti dengan subjek penelitian dengan tujuan memperoleh informasi dan permasalahan yang terjadi pada UMKM.

Metode Pelatihan

Metode pelatihan adalah cara untuk menacapai tujuan yang direncanakan melalui diskusi sebelumnya. (Raihan dkk, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Membantu Pemasaran Produk-Produk melalui Digital Marketing

Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran atau mempromosikan sebuah produk menggunakan media internet. Kami membuat akun instagram `kkndesasangeh_unwar2023`. Pemanfaatan teknologi dilakukan agar produk UMKM ini

dapat mencapai pangsa pasar yang luas sehingga produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Gambar 1. Survey Awal UMKM



Gambar 2. Promosi Pada Story Instagram



Saat ini penggunaan Social Media semakin meningkat, banyak orang yang memanfaatkan Social Media sebagai media komunikasi dengan orang terdekat. Selain untuk berkomunikasi Social Media juga dimanfaatkan untuk media pemasaran dan media promosi produk. Oleh sebab itu, kami membantu UMKM untuk menggunakan Social Media sebagai media promosi dengan dibuatkan akun instagram agar produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas.

B. Membantu para pelaku UMKM dalam pendaftaran pada aplikasi Google Maps

Google Maps dapat untuk memudahkan pencarian lokasi dan tracking alamat untuk keperluan penunjang kemudahan Promosi atau Penjual bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

C. Pembuatan daftar menu UMKM dan Banner atau Spanduk

Selain melalui Digital Marketing, penggunaan banner sebagai media promosi menjadi salah satu cara terbaik dan cukup mudah dalam menawarkan serta menginformasikan suatu usaha. Kami membuatkan banner untuk lebih memperkenalkan produk ke masyarakat sekitar dan mendapat perhatian lebih banyak dari para calonkonsumen.

Gambar 2. Pembuatan banner untuk UMKM



Buka Jam 10.00 - 17.00 

UNIVERSITAS WARMADEWA

KKN-PPM SANGEH 2023

Toko Sridana

Menjual:

- Tedung
- Wastra
- Dulang
- Ider-Ider
- Alat/Sarana Upacara Lainnya

Kontak dan Alamat:

☎ 0812-8435-5349 📍 Link. Br. Pemijian



Dulang



Ider-Ider



Wastra



Tedung

WARUNG MAKAN

KAK AGUS

Sedia:

- Lele Krispy
- Sop Lele
- Nasi Sela
- Sayur Daun Sela
- Es Teh Botol
- Es Temulawak
- Air Mineral
- Dll

🕒 08.00 WITA - 19.00 WITA

☎ Menerima Pesanan. Hubungi : 0878-6171-2998



UNIVERSITAS WARMADEWA

KKN-PPM SANGEH 2023



WARUNG SATE

Man Ces

Sedia:

- Sate Babi
- Rawon Babi
- Pepes Ayam
- Pepes Celengis
- Kerupuk
- Lontong/Nasi
- Es Kelapa Muda
- Es Teh
- Es Jeruk
- Dll

🕒 09.00 WITA - 18.00 WITA

☎ Menerima Pesanan. Hubungi : 0821-5503-7281



UNIVERSITAS WARMADEWA

KKN-PPM SANGEH 2023



Gambar 3. Pembuatan daftar menu untuk UMKM



**DAFTAR MENU
WARUNG SATE MAN CES**

MAKANAN

- Sate Babi
- Raw on Babi
- Pepes Ayam
- Pepes Celengis
- Nasi Putih
- Kerupuk

MINUMAN

- Es Teh Manis
- Es Kelapa
- Es Jeruk

📍 LINGKUNGAN BANJAR
MULUK BABI

☎ 0821-5503-7281

The menu board features several illustrations of food and drinks. At the top right, there is a plate of sate (skewers) with a side of green chutney. Below that is a plate of pepes (steamed rice cakes) wrapped in banana leaves. In the center, there is a bowl of nasi putih (white rice) with a side of kerupuk (fried crackers). At the bottom, there are two drinks: a glass of iced tea with a straw and a coconut drink with a straw and a cherry.

DAFTAR MENU WARUNG KAK AGUS

MAKANAN

- Lele Krispy
- Sop Lele
- Nasi Sela
- Sayur Daun Sela Ubi



MINUMAN

- Es Teh Botol
- Es Temulawak
- Air Mineral



📍 LINGKUNGAN BANJAR
MULUK BABI

☎ 0878-6171-2998

DAFTAR MENU WARUNG JEMENG MESARI

MAKANAN

- Rujak Gula
- Rujak Kuah Pindang
- Rujak Colek
- Tipat Cantok/Plecing
- Sayur Plecing
- Mie Goreng/Kuah
- Snack



MINUMAN

- Aneka Jus
- Es Kacang Hijau
- Es Gula
- Es Campur
- Es Buah
- Extrajoss
- Es Sachet
- Air Mineral



📍 LINGKUNGAN BANJAR
PEMIJHAN

☎ 0819-1128-5446

KESIMPULAN

Pelaksanaan program KKN Universitas Warmadewa merupakan salah satu bentuk Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat juga sebagai upaya untuk mendukung perkembangan UMKM di daerah sekitar. Ada beberapa permasalahan di tempat UMKM diantaranya adalah belum memahami pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran dan media promosi. Sehingga dalam pelaksanaan KKN ini kami membantu UMKM untuk mempromosikan pada akun Instagram, Membantu para pelaku UMKM dalam pendaftaran pada aplikasi Google Maps serta Pembuatan menu UMKM dan Banner atau Spanduk

Selain itu, kehadiran mahasiswa di Desa Sangeh ini mampu memberikan peningkatan kualitas UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM lain. Diharapkan dengan terlaksananya program KKN ini para pelaku UMKM dapat mengembangkan produknya, dapat memperluas target pasarnya dan keuangan UMKM dapat terkelola dengan baik. Program KKN ini menjadi ajang silaturahmi serta kerjasama dengan berbagai pihak juga sebagai wadah mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dari kampus untuk masyarakat.

Bagi pemilik UMKM harus memiliki ide baru untuk produk inovasi supaya produk lebih bervariasi bukan hanya satu. Spanduk atau banner produk rencananya akan dipasang di depan rumah tapi menurut kami sebaiknya dipasang di depan gang rumah, Jalan menuju tempat UMKM sebaiknya ada petunjuk jalan atau rute sebagai patokan arah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Rektor Universitas Warmadewa yang mengadakan kegiatan KKN ini. Juga terimakasih kepada pihak UMKM atas Kerjasama dalam kegiatan KKN ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ananta Kusuma Y. P., Oktavima W., Magdalena P. N. (2020). Pendampingan dan Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 275-284.
- [2] Garaika. Fauzi. Muslihudin, M. (2020). Pengenalan Mobile Commerce Pada Anggota Koperasi Gentiaras Untuk Meningkatkan Penghasilan Rumah Tangga. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 300-305.
- [3] Muhamad Raihan, Fitri Desta Wijaya, Ahmad Rifaldi Putra Semenda ya, Aulia Sari Anur, Dicky Candra Wiana, Elsa Novia Ramdani, Galang Sadya Ogbona, Gunawan Al Mahendra, Suci Utami Sudirawarda, Syita Oktaviani Zuniarti. Membangun UMKM Unggul melalui Peningkatan Strategi Pemasaran dengan Digital Marketing serta Pencatatan Pembukuan Laporan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa (JPMF) Vol.1, No.4,2022: 341-350.*
- [4] Martinus M., Stephanie P. A., Andreas H. T. N. (2020). Pembangunan Sistem Informasi Penjualan Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Studi Kasus : Pahala Fotokopi dan Digital Printing). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 95-105.
- [5] Renny S. D., Oki A. C. D., Rizky N. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36- 43.
- [6] Siska C. N., Kintoko, Puji H. P. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada*