

### UMKM GOES ONLINE : MEMPERSIAPKAN UMKM DALAM SEGI PEMASARAN PRODUK DAN PRODUKTIVITAS PELAKU UMKM SECARA ONLINE

*UMKM Goes Online: Preparing MSME in The Aspects of Online Product Marketing and Productivity of MSME Players*

**Aryo Subroto\***, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman

Email: [aryosubroto@fh.unmul.ac.id](mailto:aryosubroto@fh.unmul.ac.id)

**Zaky Naufal Dahan**, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman

**Ayu Ulfiani**, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman

**Brigitta Laura Vianniey Najooan**, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Mulawarman

**Annisa Puteri Avianty**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

---

**Abstract:** *The pandemic period was a tough time for micro, small and medium enterprises (MSMEs). In East Kalimantan, of around 309,000 MSMEs, there are 160,000 MSMEs or more than 50% affected by the Covid-19 pandemic. They have felt slumped and survived in very difficult conditions since the third quarter of 2020. The social penalty policy made it difficult for them to move their business. However, there are also MSMEs that are still surviving, including the Krunchy Moment MSME located in Samarinda, East Kalimantan. However, the problem that arises is that business actors are still minimal in terms of digital marketing knowledge and sales using social media. For this reason, community service in the form of Field Work Lecture (KKN) 47 at Mulawarman University is carried out to provide assistance to Krunchy Moment MSMEs so that they can survive and progress in the pandemic era. The activities were carried out boldly and attractively by students from various scientific fields and field assistant lecturers. Activities starting from coordination, implementation and evaluation. The results of this service are in the form of product catalogs, MSME profile videos, and online marketing. Evaluation of this activity is carried out by monitoring and evaluation by field assistant lecturers and the achievements perceived by MSME players are increased sales.*

**Keywords:** *UMKM, Pandemic, Krunchy Moments, KKN*

**Abstrak:** Masa pandemi adalah masa yang berat bagi pelaku Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Di Kalimantan Timur dari sekitar 309.000 UMKM, terdapat 160.000 UMKM atau lebih dari 50% terimbas pandemi Covid-19. Terpuruk dan bertahan dalam kondisi sangat sulit mereka rasakan sejak triwulan III tahun 2020. Kebijakan pembatasan sosial menyebabkan usaha mereka sulit bergerak. Namun ada juga UMKM yang masih bertahan, diantaranya UMKM Momen Krunchy yang berlokasi di Samarinda, Kalimantan Timur. Namun permasalahan yang muncul adalah, pelaku usaha masih minim dalam hal pengetahuan digital marketing dan penjualan menggunakan media sosial. Untuk itulah, pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) 47 Universitas Mulawarman ini dilakukan untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Momen Krunchy agar tetap bertahan dan makin maju di era pandemi. Kegiatan dilakukan secara daring dan luring oleh mahasiswa dari berbagai bidang keilmuan dan dosen pendamping lapangan. Kegiatan dimulai dari koordinasi, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari pengabdian ini adalah, berupa katalog produk, video profil

UMKM, dan pemasaran secara online. Evaluasi dari kegiatan ini adalah dilakukan monitoring dan evaluasi oleh dosen pendamping lapangan dan capaian yang dirasakan oleh pelaku UMKM, adalah penjualan meningkat.

**Kata Kunci:** UMKM, Pandemi, Momen Krunchy, KKN

## **A. PENDAHULUAN**

Masa pandemi yang telah melanda lebih dari satu tahun di Indonesia telah berdampak buruk ke berbagai sektor. Sektor transportasi, pendidikan, dan ekonomi merupakan beberapa sektor yang terdampak berat di masa pandemi. Di sektor ekonomi terutama, telah mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat, dan ini berdampak pula bagi pelaku usaha, khususnya Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Di Kalimantan Timur dari sekitar 309.000 UMKM, terdapat 160.000 UMKM atau lebih dari 50% terimbas pandemi Covid-19. Terpuruk dan bertahan dalam kondisi sangat sulit mereka rasakan sejak triwulan III tahun 2020. Kebijakan pembatasan sosial menyebabkan usaha mereka sulit bergerak (Humas Prov. Kaltim).

UMKM Momen Krunchy yang berlokasi di Samarinda, Kalimantan Timur tepatnya di Jalan Padat Karya Gg Mawar Loa Bakung, merupakan salah satu UMKM yang masih bertahan, namun rentan dengan situasi pandemi. Hal ini dikarenakan kurangnya wawasan tentang *digital marketing* dan pemasaran secara daring melalui media sosial. Untuk itulah pengabdian kepada masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk Kuliah kerja Nyata (KKN) 47 Universitas Mulawarman dilaksanakan. Kegiatan KKN oleh Universitas Mulawarman ini bertujuan memberikan pendampingan terhadap UMKM agar dapat lebih mengetahui mengenai digital marketing dan penjualan secara online. Kegiatan ini memberikan solusi kepada pelaku UMKM ini diantaranya adalah: pembuatan video profil UMKM, katalog produk, dan pemasaran dan penjualan secara online melalui media sosial (Facebook dan Instagram).

## **B. METODE**

Kegiatan pengabdian yang diwujudkan dalam bentuk KKN 47 pendampingan UMKM ini dilakukan mulai bulan Juli hingga Agustus 2021. Kegiatan dilaksanakan oleh 4 orang mahasiswa dari berbagai bidang, yaitu: Kesehatan Masyarakat, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Hukum, Ekonomi dan Bisnis serta dibimbing oleh dosen pendamping lapangan.

Kemitraan diawali dengan koordinasi untuk menggali masalah yang ada dengan wawancara langsung dan melalui media whatsapp. Setelah identifikasi masalah, maka dilanjutkan dengan target solusi, Pelaksanaan dan evaluasi. Adapun hal-hal yang menjadi solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian KKN 47 adalah:

1. Pembuatan video profil
2. Pembuatan buku katalog produk
3. Foto Produk
4. Promosi melalui media sosial



Gambar 1. Koordinasi dengan mitra/pemilik UMKM Momen Krunchy



Gambar 2. Proses pembuatan video profil UMKM Momen Krunchy

### C. PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan pengabdian dalam wujud KKN 47 tematik kemitraan dengan UMKM ini yaitu berupa video profil (Gambar 3) UMKM Momen Krunchy:



Gambar 3. Video Profil Momen Krunchy

Sementara itu katalog produk (Gambar 4) juga telah selesai dikerjakan dan diserahkan kepada pemilik, serta di unggah di media sosial.



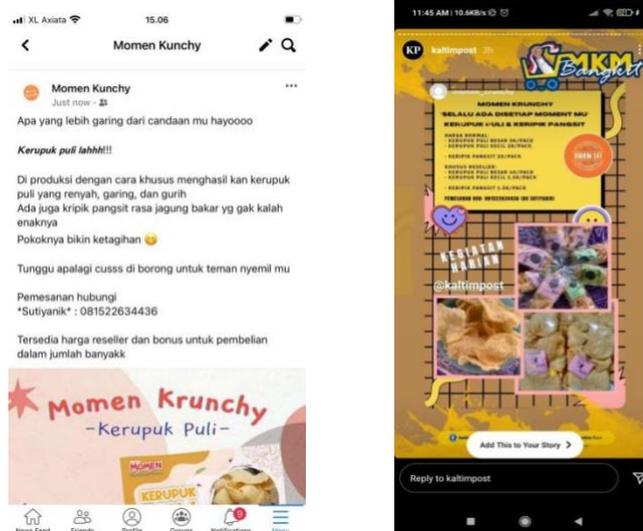
Gambar 4. Katalog Produk Momen Krunchy

Untuk meningkatkan nilai jual produk yang mendukung program digitalisasi pemasaran, foto produk ini lah yang akan membuat konsumen yakin dan tertarik serta menjadi pembeda dari produk lain agar produk ini bisa lebih siap bersaing.



Gambar 5. Foto Produk Momen Krunchy

Untuk melancarkan penjualan melalui system digital marketing, UMKM Momen Krunchy ini di promosikan melalui media sosial, yaitu Facebook, dan Instagram agar dapat menjangkau lebih luas lagi kepada konsumen.



Gambar 6. Promosi melalui media sosial Facebook dan Instagram

Hasil dari kemitraan tersebut selesai kegiatan diserahkan semua kepada pemilik UMKM dan dapat dikelola dengan baik, untuk dapat memperlancar usaha agar dapat bertahan di masa pandemi dan terus berkembang. Evaluasi program kemitraan KKN 47 UMKM dengan mitra ini juga dievaluasi oleh dosen pembimbing lapangan dalam bentuk monitoring dan evaluasi dan mendapatkan testimoni dari pemilik UMKM.

#### **D. PENUTUP**

Kegiatan KKN 47 UMKM dan bermitra dengan UMKM Momen Krunchy telah berjalan lancar dan mendapat respon positif dari Mitra UMKM. Produk kegiatan yang dihasilkan adalah video profil, katalog produk, promosi dan pemasaran melalui media sosial dan adanya respon yang positif dari pemilik UMKM. Diharapkan dengan adanya produk luaran kegiatan tersebut, UMKM ini tetap bertahan dan makin berkembang di masa pandemi dan setelahnya.

#### **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung kegiatan KKN 47 Universitas Mulawarman ini. Terutama, Ucapan terima kasih ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Mulawarman, pemilik UMKM Momen Krunchy, serta berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Siagian, Ade Onny, Cahyono, Yoyok. 2021. Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif, Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, Vol 03, No 01, Hal 13-14
- Alwi, Taufik, Handayani, Esti, Keunggulan Bersaing UKM Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk, Vol 20, No 3, Hal 200-201
- Hardilawati, W. Laura, 2020, Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, Vol 10, No 01, Hal 91-92
- Wijoyo, H., Haudi, H., 2021, Penyuluhan Teknik Pemasaran Kerupuk Rasa Jengkol “DONG DONG SNACK” Pekanbaru, Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 01, No 01, Hal 645-647)
- Humas Prov. Kaltim, 2021, Menyelamatkan UMKM di Tengah Kepungan Pandemi, <https://kaltimprov.go.id/berita/menyelamatkan-umkm-di-tengah-kepungan-pandemi>. Diakses 12 Agustus 2021 Pukul 22.00 WITA