

## Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Unggul melalui Inovasi Pemasaran dan Optimalisasi Digital Marketing di Desa Banjarwaru Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor (Studi Kasus: UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies)

Palahudin<sup>1\*</sup>, Abdul Rahman Nulhakim<sup>2</sup>, Alfian Maulana<sup>3</sup>, Anastasia Mince Ria<sup>4</sup>, Denna Amelya Septyani<sup>5</sup>, Dika Wahyu Setianingrum<sup>6</sup>, Fadillah Nur Hikmah<sup>7</sup>, Fani Agustiani<sup>8</sup>, Kamila Fadhiya<sup>9</sup>, Muhammad Kemal I.A<sup>10</sup>, Rizki Muhamad<sup>11</sup>  
Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda Bogor

**Corresponding Author:** Palahudin [Palahudin@unida.ac.id](mailto:Palahudin@unida.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Pengabdian Kepada Masyarakat, UMKM, Digital Marketing, Inovasi Pemasaran

*Received :* 07, October

*Revised :* 17, October

*Accepted:* 27, October

©2022 Palahudin, Nulhakim, Maulana, Ria, Septyani, Setianingrum, Hikmah, Agustiani, Fadhiya, Kemal, Muhamad: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk aksi nyata peran serta mahasiswa untuk terjun langsung untuk membantu masyarakat, dengan diadakannya kegiatan pengabdian ini diharapkan seorang mahasiswa semakin matang disiplin keilmuannya. UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah yang terletak di desa Banjarwaru, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, salah satu topik permasalahan umum yang mereka hadapi yaitu mengenai pemasaran produk, diantaranya yaitu kurangnya inovasi pemasaran produk dan tidak mengoptimalkan penggunaan digital marketing. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut kelompok 12 memberikan solusi dengan menyusun program kerja yang terdapat pada hasil dan pembahasan seperti diantaranya, pembuatan desain logo, banner dan brosur, pemanfaatan sosial media Instagram, hingga pelatihan pembukuan sederhana.

## **PENDAHULUAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk aksi nyata peran serta mahasiswa untuk terjun langsung untuk membantu masyarakat. Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan seorang mahasiswa semakin matang disiplin keilmuannya. Pengabdian kepada masyarakat juga berupaya untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat selama di bangku perkuliahan di lingkungan masyarakat. Karena hal ini diharapkan agar mahasiswa tidak hanya mengetahui teori dan materi saja, akan tetapi dapat mengetahui praktik sebenarnya yang terjadi di lingkungan masyarakat dengan menganalisis permasalahan yang terjadi di lapangan dan kemudian memberikan solusi atau cara penyelesaian sesuai dengan teori keilmuan yang dipelajari selama perkuliahan. Dengan harapan dapat menghasilkan output yang memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dewasa ini UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu bangsa, termasuk Indonesia. Salah satu kekuatan ekonomi yang menopang perekonomian Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah dengan hadirnya pelaku UMKM. Maka dari itu perlu adanya pengembangan UMKM yang berkelanjutan untuk membantu kemajuan perekonomian bangsa. Namun dalam kegiatannya di lapangan pelaku UMKM sering kali menemui beberapa hambatan dalam usahanya, dan biasanya permasalahan yang umum dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah pada proses pemasaran produk karena persaingan bisnis yang begitu ketat di era digital saat ini, permasalahan yang umum dihadapi diantaranya yaitu pada terbatasnya inovasi pemasaran dan kurangnya optimalisasi pemanfaatan digital marketing serta pengemasan produk yang kurang menarik. Padahal pemasaran produk merupakan hal terpenting dalam kegiatan usaha karena menjadi ujung tombak kemajuan suatu usaha kedepannya.

Pesatnya perkembangan teknologi atau dunia digital pasti akan berdampak pada dunia ekonomi. Tren pemasaran berubah dari offline menjadi online, sehingga para pelaku usaha harus bersiap dan dituntut untuk mengikuti tren tersebut dengan menerapkan strategi pemasaran yang berbasis digital marketing. Menurut (Sumarni, 2019) Digital Marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui digital marketing diperlukan strategi yang baik agar menciptakan personal branding yang dapat dikenal masyarakat dengan memberikan informasi produk yang lengkap dan kemasan produk yang menarik serta dengan memanfaatkan media internet sebagai perantaranya. Selain itu, inovasi pemasaran produk juga diperlukan agar menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies merupakan UMKM yang terletak di desa Banjarwaru, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Kedua UMKM tersebut sama-sama bergerak dibidang Makanan, dimana UMKM Makyusss memproduksi Kripik Bawang dan Manisan Pala. Sementara itu, UMKM Happy Cake & Cookies memproduksi berbagai macam kue basah

diantaranya gabin, risol dan brownies. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, salah satu topik permasalahan umum yang mereka hadapi yaitu mengenai pemasaran produk, diantaranya yaitu kurangnya inovasi pemasaran produk dan tidak mengoptimalkan penggunaan digital marketing. Berikut merupakan uraian permasalahan kedua UMKM tersebut dalam bidang pemasarannya :

1. Logo usaha yang kurang menarik.
2. Tidak memiliki spanduk atau banner produk.
3. Kemasan produk yang dianggap kurang menarik.
4. Jaringan pemasaran yang kurang luas.
5. Pelaku UMKM belum menguasai digital marketing.
6. Tidak adanya pencatatan pembukuan.

## **PELAKSANAAN DAN METODE**

Pengabdian kepada masyarakat Kelompok 12 ini dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 23 Juli - 23 Agustus 2022. Dimana objek kegiatan pengabdian ini adalah UMKM yaitu pada UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies, yang terletak di Desa Banjarwaru, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Pada pengabdian ini, kami menggunakan beberapa metode atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan kemudian mengolahnya untuk dijadikan bahan penelitian agar pengabdian ini sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dan tepat sasaran pada objek yang akan dilakukan penelitian. Karena itu yang dilakukan adalah:

### **1. Observasi**

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam kegiatan produksinya, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Observasi ini dilakukan oleh peserta pengabdian di lingkungan sekitar tempat produksi UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies.

### **2. Wawancara**

Wawancara ini dilakukan kepada narasumber yang bersangkutan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang sebanyak-banyaknya. Wawancara ini bisa bertanya mengenai berbagai tahap kegiatan usaha mulai dari kegiatan produksi, pengemasan sampai ke pemasaran. narasumber dalam wawancara ini yaitu pelaku usaha UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil foto maupun video seluruh kegiatan yang berlangsung dalam kegiatan usaha dan pelaksanaan program kerja yang dilakukan. Dokumentasi ini dapat digunakan sebagai bukti atau lampiran pendamping data lainnya yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menanggapi permasalahan yang dihadapi oleh kedua UMKM diatas maka kelompok 12 pengabdian masyarakat pada Desa Banjarwaru menindak lanjutinya dengan program kerja yang telah dirancang untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies mengenai inovasi pemasaran produk dan optimalisasi digital marketing. Program kerja tersebut diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan tersebut. Berikut merupakan hasil program kerja dan output yang dihasilkan oleh kelompok 12 diantaranya yaitu:

### 1. Pembuatan Desain Logo Usaha

Logo usaha merupakan bagian terpenting dalam suatu produk karena menjadi pembeda atau ciri khas tersendiri yang membedakan produk kita dengan produk lainnya. Disini kami mencoba mendesain ulang logo usaha kedua UMKM yang kurang menarik perhatian konsumen dengan output yang dihasilkan yaitu menciptakan logo usaha baru yang sudah diperbaiki.



Gambar 1. Logo Produk

Menanggapi hal tersebut pihak UMKM baik Makyusss maupun Happy Cookies merasa puas dengan perbaikan desain logo yang telah kelompok kami lakukan. Dan untuk kedepannya kedua UMKM tersebut akan menggunakan logo diatas sebagai logo pada produknya.

### 2. Pembuatan Banner dan Brosur Produk

Terdapat juga kebutuhan yang diperlukan oleh UMKM untuk memberdayakan atau memajukan usahanya yaitu pembuatan banner dan brosur produknya. Tujuan adanya pembuatan banner dan brosur ini adalah agar masyarakat sekitar tahu akan tempat tersebut yang memproduksi makanan kuliner dan dapat menarik perhatian dari konsumen.



Gambar 2. Pembuatan Desain Banner dan Brosur

Untuk brosurnya hanya dibuatkan untuk UMKM Happy Cake & Cookies karena UMKM tersebut memproduksi berbagai jenis kue basah dan Ibu Ai Haryati selaku pemilik merasa senang dan terbantu dengan output dari pembuatan banner dan brosur produk ini.

### 3. Inovasi Pengemasan Produk

Menurut Drucker (2012), inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh kelompok kami yaitu dengan memberikan perubahan pada pengemasan produk, dengan harapan produk tersebut dapat menarik perhatian konsumen.



Gambar 3. Inovasi Pengemasan Produk

Gambar diatas merupakan output yang dihasilkan berupa kemasan yang lebih menarik dan lebih praktis. Karena pada kemasan sebelumnya masih menggunakan kemasan yang masih sederhana dan belum mencirikan produk.

### 4. Pembuatan Akun Instagram dan Melengkapinya dengan Feed Menarik

Salah satu cara untuk memperluas jaringan pemasaran saat ini yaitu melalui sosial media, salah satunya melalui Instagram. Namun sayangnya kedua UMKM baik Makyusss maupun Happy Cake & Cookies belum memiliki akun Instagram dan memanfaatkannya dalam proses pemasaran. Maka dari itu, kelompok kami menyusun program kerja untuk memberikan pelatihan pembuatan akun Instagram kepada pemilik UMKM. Dengan Output yang dihasilkan berupa akun Instagram disertai dengan feed yang menarik didalamnya. Selain itu diadakan juga pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran dengan harapan pelaku UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies dapat mengoperasikan sosial media dalam kegiatan pemasaran produknya.



Gambar 4. Pembuatan dan Pelatihan Akun Instagram

## 5. Pelatihan Digital Marketing

Wardhana (2015) menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan output yang dihasilkan yaitu pelaku UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & cookies dapat memahami dan menguasai teknik digital marketing dalam kegiatan pemasaran produk kedepannya.



Gambar 5 Pelatihan Digital Marketing

## 6. Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies mengenai pencatatan pembukuan, diperoleh informasi bahwa kedua UMKM tersebut belum melaksanakan pencatatan pembukuan dikarenakan kurangnya pengetahuan dan minimnya informasi mengenai cara pembukuan. Maka dari itu, kelompok kami menyusun program kerja memberikan pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana kepada pelaku UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies, dengan metode pembukuan yang paling sederhana yaitu melalui buku kas. Dengan harapan bisa memberikan pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan pencatatan pembukuan di masa yang akan datang dan bisa mengatur keuangan usaha.



Gambar 6. Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Kepada Pelaku UMKM

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah suatu bentuk pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat dan merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma perguruan tinggi. Pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat Kelompok 12 Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor ini dilaksanakan pada tanggal 23 Juli - 23 Agustus 2022. Objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu pada UMKM Makyusss dan Happy Cake & Cookies, yang terletak di Desa Banjarwaru, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Metode pelaksanaannya dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Permasalahannya sendiri meliputi minimnya strategi inovasi pemasaran produk dan kurangnya optimalisasi pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut kelompok 12 memberikan solusi dengan menyusun program kerja yang terdapat pada hasil dan pembahasan seperti diantaranya, pembuatan desain logo, banner dan brosur, pemanfaatan sosial media Instagram, hingga pelatihan pembukuan sederhana.

Semoga dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan kelompok 12 di UMKM Desa Banjarwaru dapat memberikan manfaat yang membangun kedepannya, baik itu bagi Mahasiswa, UMKM, Universitas, Desa, maupun masyarakat umum. Serta program kerja dan solusi yang telah diberikan dapat mengatasi permasalahan pada UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies di bidang inovasi pemasaran produk dan optimalisasi digital marketing untuk menuju UMKM unggul dan dapat bersaing.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelompok kami. Terima kasih kepada Universitas Djuanda Bogor, Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi dan Manajemen, pihak Desa Banjarwaru, Dosen Pembimbing Lapangan, UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies, serta rekan-rekan Mahasiswa anggota kelompok 12.

*Palahudin, Nulhakim, Maulana, Ria, Septyani, Setianingrum, Hikmah, Agustiani, Fadhiya, Kemal, Muhamad*

## **DAFTAR PUSTAKA**

Drucker, P. F. (2012). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga

Sumarni, nuslih jamiat & teti. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pengrajin Tahu Bungkeng Kabupaten Sumedang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 67– 88.