

**PROPOSAL PENGABDIAN MASYARAKAT  
SKEMA PKM**

**UPAYA PENINGKATAN USAHA KRIPIK SAYURAN  
DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID 19**

**Ketua Tim :**

**Dr. Muchammad Ichsan, MA/ 0525126501**

**Anggota :**

**Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si/0528086601**

**RINGKASAN**

Di era pandemi covid 19 sekarang ini banyak kelompok usaha yang mengalami penurunan dalam produksi maupun pemasaran. Kelompok usaha yang biasanya merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) biasanya lebih tangguh dan fleksibel dalam menghadapi perubahan sekarang ini. UMKM menjadi katub pengaman dalam perekonomian kita karena mampu menopang sebagian hidup masyarakat kecil.

Tidak dipungkiri lagi bahwa UMKM masih menemui kendala untuk bangkit menghadapi pandemi sekarang ini. Kendala yang dihadapi tidak hanya pada permodalan tetapi juga dalam memahami pengetahuan tentang berbisnis di era pandemi dan dalam melakukan pemasaran produk. Dari hasil survey dan wawancara dengan mitra yang bergerak dalam kripik sayuran yaitu dengan ibu Erni Siwi Karyanti, dapat diketahui bahwa mitra juga mempunyai keterbatasan dalam pemahaman berbisnis di era pandemi serta dalam melakukan pemasaran produk. Permasalahan yang bisa diidentifikasi antara lain: 1) Perlunya pelatihan manajemen usaha agar dapat menggairahkan mitra dalam melakukan usaha kripik sayuran di era pandemi, 2) Perlunya perbaikan dalam packing produk, dan 3) Perlunya pemasaran yang berbasis digital.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut pada program PKM ini akan ditawarkan berbagai kegiatan untuk menyelesaikan permasalahan itu. Beberapa kegiatan yang akan dilakukan meliputi: 1) pelatihan manajemen usaha di era pandemi, 2) memberikan peralatan untuk menunjang packing agar lebih menarik, 3) membuat media promosi berbasis digital dan media sosial, dan 4) melakukan pendampingan manajemen untuk dapat memasarkan produk lebih ekspansif serta membuat jaringan pemasaran yang lebih luas.

Kata kunci: kripik sayuran, pemasaran, Kulon Progo

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

Situasi pandemi yang disebabkan oleh penyebaran covid 19 sekarang ini membawa krisis ekonomi di berbagai negara, tidak terkecuali Indonesia. Dalam krisis ekonomi ini banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun sektor UMKM lebih fleksibel dalam merespon krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis moneter beberapa dekade yang lalu, maka dapat dikatakan bahwa UMKM menjadi katub pengaman dalam perekonomian bangsa.

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah, masyarakat maupun perguruan tinggi agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Namun berbagai kendala masih dihadapi oleh UMKM selama ini biasanya menyangkut permodalan, namun penelitian mutakhir menunjukkan bahwa di era pandemi sekarang ini permasalahan utama UMKM terletak pada pengetahuan tentang kreatifitas dalam memahami perubahan dan pemasaran.

Permasalahan pengetahuan berbisnis dan pemasaran yang minim pada UMKM diperlukan adanya dorongan dari luar untuk melakukan akselerasi. Perguruan tinggi sebagai basis pengembangan ilmu pengetahuan bisa hadir sebagai katalisator untuk menggerakkan dan mendorong UMKM untuk lebih produktif. Kegiatan yang sifatnya pelatihan dan pendampingan manajemen sangat dibutuhkan oleh kelompok usaha ini.

Dari pendapat tersebut dapat diidentifikasi bahwa persoalan UKM dapat dicarikan solusinya antara lain dengan melalui peningkatan pengetahuan kreatifitas dalam berbisnis dan pemasaran. Peningkatan pengetahuan dalam hal kreatifitas bisnis penting untuk segera dilakukan melalui pelatihan yang aplikatif sedangkan pemasaran dapat dilakukan dengan membuat media promosi yang kreatif berbasis digital.

### **1.2 Permasalahan Mitra.**

Perlunya peningkatan SDM dalam kreatifitas berbisnis serta penambahan pengetahuan dalam pemasaran produk di era pandemi covid 19 sekarang ini dapat dilakukan melalui pelatihan maupun pendampingan usaha. Terdapat kelompok usaha yang perlu memperoleh pelatihan dan pendampingan usaha yaitu kelompok usaha ibu-ibu yang dipimpin oleh ibu Erni Siwi Karyanti yang sedang mengembangkan usaha kripik sayuran. Usaha kripik sayuran

pimpinan ibu Erni Siwi Karyanti ini mempunyai merek “Aremania Jogja”. Dari segi aspek produksi usaha tersebut sudah mulai berkembang dengan pengelolaan usaha yang masih sederhana.

Setelah melalui observasi dan wawancara dengan pimpinan kelompok usaha tersebut dapat diketahui bahwa manajemen usaha yang dilakukan masih belum optimal, dan tentu saja dalam menghadapi situasi pandemi ini mengalami penurunan omset yang cukup berarti. Ada beberapa permasalahan yang masih dihadapi antara lain permasalahan eksternal berupa covid 19 dan permasalahan internal belum maksimalnya dalam melakukan pemasaran berbasis digital. Sebagaimana yang dialami oleh usaha mikro lainnya, dalam melakukan packing produk masih seadanya.

Perkembangan dari kelompok usaha ini meskipun dari proses penjualan belum memunculkan komplain dari konsumen tetapi ibu Erni Siwi Karyanti merasa belum mampu untuk memasarkan secara lebih luas lagi. Hal ini terungkap ketika dilakukan wawancara kepada pemimpin usaha tersebut. Sebagaimana dikemukakan oleh ibu Erni Siwi Karyanti berikut ini :

Usaha kripik sayuran ini merupakan upaya ibu-ibu yang ada di pedusunan ini untuk menyalurkan kreatifitasnya. Dengan bekal pengetahuan seadanya kami koordinasi dan pasarkan produk ke berbagai pasar tradisional, Alhamdulillah sambutan masyarakat cukup baik. Usaha ini bisa berjalan tetapi ya itu dengan adanya covid 19 sekarang ini omset menurun dan perlu pemasaran yang lebih luas lagi. Saya juga masih memikirkan agar kripik sayuran ini dapat dikenal masyarakat luas dan mempunyai packing yang lebih bagus sehingga menarik perhatian calon pembeli. (Wawancara, 12 Desember 2020)

Produk makanan kripik sayuran ini sebagai usaha masyarakat diproduksi oleh industri rumah tangga yang sederhana. Dalam penyajian produk juga masih menggunakan kemasan yang sederhana dengan diberi lebel atau merek untuk mengenal produk tersebut dengan cara disablon.

Mitra mempunyai tempat usaha di Desa Banyuroto Nanggulan, Kulon Progo. Hingga sekarang ini dalam menjual produknya dengan memakai label atau nama produk yang melekat pada palstik atau kardus. Peralatan yang dipakai juga masih sederhana dan belum menggunakan vacuum dalam proses pembuatan kemasan. Kemasan untuk memasarkan kripik sayuran tersebut tampak pada gambar 1 berikut ini:

Gambar 1. Kemasan Kripik Sayuran “Aremania Jogja”



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dengan melihat kemasan dan juga hasil observasi serta wawancara dengan mitra kelompok usaha tersebut maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam rangka untuk meningkatkan kemampuan kreatifitas berbisnis dan pembuatan kemasan yang lebih baik lagi, antara lain:

1. Pemahaman dan pencarian ide kreatifitas bisnis yang masih kurang.
2. Packing yang masih kurang menarik.
3. Pemasaran yang masih menggunakan media konvensional.

## **B. SOLUSI PERMASALAHAN**

Pengembangan kreativitas memegang peranan yang sangat penting dalam berbisnis. Berbagai kesuksesan pebisnis di dunia diawali dengan kreativitasnya dalam menemukan inovasi pengembangan produk, baik barang maupun jasa. Persaingan yang ketat dalam berbisnis dan menjalankan usaha mendorong para pebisnis untuk memiliki kreativitas tinggi. Daya kreativitas tersebut harus dilandasi dengan cara berpikir yang maju, gagasan-gagasan

baru, dan berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada sebelumnya. Dengan memaksimalkan kreativitas dan cara pandang untuk melahirkan suatu inovasi ini, bisnis yang dikelola akan mampu tampil *outstanding* dibandingkan dengan bisnis serupa yang telah ada (Amir, 2014). Ide tentang kreatifitas harus dipersiapkan melalui pelatihan yang aplikatif menyangkut proses dan hasil (Widjaya, 2015). Dalam situasi pandemi sekarang ini dalam berbisnis harus kreatif untuk membuat produk-produk yang menarik konsumen.

Dari segi proses ibu-ibu dapat dilatih agar mampu memilih dan memilah bahan sayuran yang menjadi favorit dari konsumen, kemudian mencari gandum yang cocok dengan karakteristik sayuran yang akan dijadikan bahan pokok. Dari segi penyajian harus dibuat semenarik mungkin dengan desain yang informatif dan sesuai dengan kandungan yang ada di dalamnya.

Sedangkan aspek teknologi pemasaran diberi pendampingan untuk dapat mengelola sistem pemasaran secara online (*digital marketing*) berbasis *social media*. Pemasaran mempunyai arti penting bagi pengenalan produk UMKM terutama digital marketing. Menurut Urban (2004:2) digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactive marketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital marketing”. Sedangkan menurut Coviello, Milley And Marcolin (2001:26) digital marketing ialah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Dan menurut Tarigan (2009:47) digital marketing ialah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

No	Solusi yang ditawarkan	Target Luaran
1.	Pelatihan kreativitas dan inovasi bisnis dengan menggunakan teknik yang aplikatif.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitra mampu untuk berfikir kreatif dan inovatif sehingga dapat adaptif dalam menghadapi perubahan di era pandemi sekarang ini.</li> </ul>
2.	Workshop pembuatan konten media untuk pemasaran produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tim kerja yang paham dengan pembuatan konten media untuk pemasaran, baik itu konten audio visual maupun tulis.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video konten promosi</li> </ul>
3.	Pendampingan pembuatan packing produk yang lebih menarik	Mitra mampu membuat desain produk secara mandiri.
4.	Membantu peralatan untuk mempercantik tampilan packing.	Packing produk lebih menarik dan mempunyai daya jual.

Luaran pokok berupa: artikel jurnal yang disubmit ke jurnal pengabdian masyarakat sinta 4, artikel yang disampaikan pada seminar nasional hasil pengabdian masyarakat, video kegiatan, dan video kegiatan yang diunggah di youtube. Disamping luaran pokok, terdapat juga luaran tambahan berupa kemasan produk yang baru dan Haki hasil difersifikasi produk.

### C. METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini melibatkan stakeholder antara lain mitra kelompok usaha itu sendiri, para pelaksana pengabdian masyarakat sesuai dengan bidang keahliannya, dan para asisten lapangan untuk membantu dalam menyiapkan perlengkapan program/kegiatan.

Tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

#### 1) Penilaian awal permasalahan

Identifikasi kebutuhan dilakukan dengan melalui survey ke lokasi, wawancara dengan pimpinan kelompok, dan FGD dengan para anggota kelompok. Hasilnya akan digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi yang dimiliki guna mencari solusi kebutuhan yang paling mendesak yaitu peluang menjual kembali produknya secara normal dan berharap bisa meningkatkan omset.

#### 2) Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman akan Kreativitas Bisnis

Peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang permasalahan mengenai perubahan pola pengelolaan usaha di era industri 4.0 perlu diberikan kepada ibu-ibu agar memahami tentang pentingnya pengelolaan pemasaran produk barang dan jasa berbasis media sosial. Tahap ini dilakukan melalui penyuluhan berbentuk forum diskusi dan pelatihan yang dihadiri oleh ibu-ibu anggota kelompok. Materi yang diberikan adalah pemahaman tentang perlunya kreatifitas dan inovasi usaha di era pandemi covid 19 sekarang ini dan pentingnya digital marketing untuk menawarkan produk.

#### 3) Workshop Pembuatan Desain Packing;

Tahap ini diisi dengan melakukan pembuatan desain packing dengan berbagai program yang aplikatif, dengan mengikuti workshop ini mitra mampu untuk membuat desain packing sendiri.

#### 4) Pendampingan Operasional dan Implementasi Teknologi

Pada tahap pendampingan operasional ini merupakan program keberlanjutan dari pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan sebelumnya. Produk barang yang terus dihasilkan membutuhkan media promosi yang baru pula, sehingga mitra mulai berlatih untuk secara mandiri dapat membuat konten digital dan mengelola media sosial.

#### D. JADWAL KEGIATAN

No	Nama Kegiatan	Bulan												Keterangan
		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	FGD Pemahaman Sistem Informasi bagi Pemasaran Produk	■												Peserta aktif menyampaikan informasi
2.	Workshop tentang kreativitas dan inovasi bisnis.		■	■										Peserta mampu berfikir kreatif dan inovatif.
3.	Bimbingan Teknis pembuatan desain packing			■	■									Peserta menyiapkan bahan untuk dilakukan layout.
4.	Pendampingan Pembuatan pemasaran digital				■	■								Peserta mampu untuk membuat konten media sosial
5.	Pendampingan Penyusunan HAKI						■	■						Mengisi form sesuai ketentuan
6.	Workshop Kewirausahaan									■				Peserta tergugah kembali
7.	Pendampingan Manajemen										■	■	■	Rutin setiap hari
8.	Pembuatan Laporan Akhir											■	■	Sesuai ketentuan yang berlaku
9.	Seminar Hasil											■	■	Sesuai jadwal penawaran
10.	Publikasi Hasil												■	Jurnal Abdimas Sinta 3



## E. DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Faisal, (2014), *Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis: Menggali potensi diri untuk berkreasi dan berinovasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001), "Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing", *Journal of Interactive Marketing*, vol. 15 No. 4, pp. 18-33.
- Tarigan, Joshua dan Sanjaya, Ridwan (2009), *Creative Digital Marketing*, Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Urban, Glen L, (2004), *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*, New York: Person Education.
- Widjaja, Yeni Restiyani, dan Widi Winarso, (2015), *Bisnis Kreatif dan Inovatif*, Jakarta: Yayasan Bercode.

## F. GAMBARAN IPTEK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mempunyai luaran berupa: sistem informasi pemasaran dan sistem pelatihan daring akan diimplementasikan sebagai berikut:

No.	Luaran	Bentuk Trnasfer Iptek	Hasil
1.	Meningkatnya pemahaman terhadap pemasaran berbasis digital	Mitra diberi bekal keterampilan untuk dapat membuat media promosi berbasis online.	Mitra mampu untuk mengoperasikan sendiri apabila program telah selesai.
2.	Penyusunan desain packing	Mitra didampingi dalam membuat desain packing.	Mitra mampu untuk membuat desain packing yang menarik.
3.	Penyusunan konten digital	Mitra diberi pelatihan untuk dapat menyusun konten digital secara berkelompok.	Di kemudian hari apabila sudah selesai program ini bisa melakukan sendiri.
4.	Pengurusan Haki	Mitra didampingi dalam mengurus Haki secara online.	Mitra mampu untuk mengurus sendiri apabila program ini telah selesai..



## H. LAMPIRAN : SURAT KESEDIAAN MITRA

### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI MITRA PELAKSANAAN PROGRAM PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Erni Siwi Karyanti  
Pimpinan Mitra : Kripik Sayuran “Aremania Jogja”  
Alamat : Banyuroto, Nanggulan, Kulon Progo

menyatakan **Bersedia untuk Bekerjasama** dengan Pelaksana Kegiatan **Program Pengabdian Masyarakat**

Nama Ketua Tim Pengusul : Dr. Muchammad Ichsan, MA  
Program Studi : Magister Hukum  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Judul Pengabdian : Upaya Peningkatan Usaha Kripik Sayuran Dalam Menghadapi Pandemi Covid 19

guna melaksanakan Program Pengabdian Masyarakat serta menerapkan dan/atau mengembangkan IPTEKS pada masyarakat.

Bersama ini kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan dari pihak manapun dan dapat digunakan seperlunya.

Yogyakarta, 26 Desember 2020

Yang menyatakan,



( Erni Siwi Karyanti )