

UMKM MEMBANGUN DESA BERPOTENSI SEBAGAI PENGGERAK PEREKONOMIAN DI MASA PANDEMI



Editor : Irwan Syahrir

Marista Oktaviani

**UMKM MEMBANGUN DESA
BERPONTENSI SEBAGAI
PENGGERAK PEREKONOMIAN
DI MASA PANDEMI**

Editor :
Irwan Syahrir

Lentera Optima Pustaka

**UMKM MEMBANGUN DESA
BERPONTENSI SEBAGAI
PENGGERAK PEREKONOMIAN
DI MASA PANDEMI**

Penulis :

Marista Oktaviani

ISBN : 978-602-97030-8-5

Desain/ Layout :

Rakha Abdi

Editor :

Irwan Syahrir

Cetakan Pertama : Nopember 2021

Penerbit

Lentera Optima Pustaka
Jl. Kejawan Putih Tambak BMA 110 A Surabaya

ix + 56 hlm : 15 x 23 cm

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan memanjatkan Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk buku monograf. Buku monograf disusun dengan tujuan agar dapat menjadi salah satu referensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Masa pandemi Covid-2019 tidak menghalangi terlaksananya kegiatan KKN yang merupakan salah satu mata kuliah wajib di UM Surabaya. Pada tahun 2020, LPPM Universitas Muhammadiyah Surabaya mengadakan kegiatan KKN berbasis domisili. Hasil-hasil kegiatan KKN tersebut dituangkan dalam bentuk buku monograf. Buku ini merupakan hasil kegiatan KKN yang diisenggarakan di wilayah Malang Raya pada tahun 2020. Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian ini adalah melihat dampak pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan UMKM dan upaya-upaya untuk tetap mempertahankan pertumbuhan UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian desa.

Dengan terbitnya buku Monograf ini tahun 2021 dengan judul UMKM Membangun Desa Berpotensi Sebagai Penggerak Perekonomian Di Masa Pandemi, sasaran program pengabdian masyarakat dengan KKN Berbasis domisili bertempat pada UMKM Cobek kota Batu dan UMKM Polkahsar di Kabupaten Blitar. Rasa terimakasih penulis sampaikan oleh beberapa pihak terkait yang mendukung dalam penyusunan buku Monograf. Saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan buku monograf, sehingga menjadi lebih baik.

Surabaya, September 2021

Penulis,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	5
C. Tujuan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	7
B. Kebijakan Pemerintah	8
C. Strategi Pemasaran	9
D. Unsur Bauran Pemasaran	9
BAB III METODELOGI PENELITIAN	13
A. Objek Penelitian	13
B. Sampel dan Populasi	14
C. Analisis Data	14
BAB IV PROFIL WILAYAH	17
A. Profil Kota Batu	17
B. Profil Kabupaten Blitar	18
BAB V UMKM PENGGERAK PEREKONOMIAN	21
A. UMKM Kota Batu	21
B. UMKM Kota Blitar	27
C. Penerapan Strategi UMKM	29
D. Hasil Luaran Mahasiswa KKN UMSurabaya	33
a. Hasil Produk Luaran Sari Toga	33
b. Sosialisasi Bahaya Covid 19 dan Sosiliasasi	

Perkembangan Wirausaha pada Masa Pandemi	34
c. Hasil Luaran Penerapan Strategi Pemasaran Basis On-Line	35
BAB VI PENUTUP	43
A. Simpulan	43
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
Lampiran – Lampiran	49
A. UMKM Cobek Kota Batu	49
B. UMKM Polkahsar	51
C. Proses KKN Mahasiswa UMSurabaya	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Marketing Mix	10
Gambar 2 Peta Kota Batu	17
Gambar 3 Peta Kabupaten Blitar	18
Gambar 4 Toko Penjualan Cobek Desa Rejoso, Kec. Junrejo, Kota Batu	24
Gambar 5 Sumber E-commerce Shopee	26
Gambar 6 Produk Sari Toga	34
Gambar 7 Contoh Produk yang di Pasarkan Melalui E-Commerce	37
Gambar 8 Contoh Desain Logo UMKM Polkahsar	39
Gambar 9 Akun E-Commerce	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nilai Aset UMKM UU No 20 Tahun 2008	8
Tabel 2 Daftar Nama Kecamatan di Kabupaten Blitar	19
Tabel 3 Perkembangan Produk Cobek dari Batu Asli dan Kayu	25
Tabel 4 Perkembangan UMKM Polkahsar	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era milenial UMKM sudah mulai banyak diperkenalkan mulai dari mengenal, sampai berperan aktif dalam penggerak UMKM. Pemerintah negara Indonesia mempunyai peraturan mengenai tata kelola UMKM dan proses pelaksanaannya hal ini di atur menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah pasal 5 ayat 1, Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UU 20, 2008). UU tersebut bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan andem yang merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan UUD Tahun 1945, UMKM merupakan kegiatan usaha mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Pengendali perekonomian di negara Indonesia salah satunya memajukan UMKM. Pada dasarnya UMKM berperan dalam mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia dengan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat. Perkembangan UMKM saat ini menghadapi banyak kendala, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan

dan teknologi (Sudaryanto et al., 2012). Hampir diseluruh penjuru desa yang ada dinegara Indonesia memiliki unggulan UMKM, mulai UMKM skala kecil sampai yang sudah besar, disisi lain jenis UMKM dinegara Indonesia juga beragam ada yang bergerak dibidang makanan, minuman, perabotan rumah tangga, souvenir, dll. Dari UMKM yang skala kecil dapat membawa nama negara lebih maju dan berkembang dalam memajukan perekonomian negara.

Pemerintah negara Indonesia telah memberikan keringatan pembayaran pajak selama enam bulan, sejak bulan April 2020 sampai September 2020 dan juga merelaksasi dan merestrukturisasi pembayaran pinjaman bagi pelaku UMKM dan koperasi, kementerian koperasi dalam Seminar Internasional bulan Mei 2020. Pimpinan pusat Wilayah Jawa Timur pada pertengahan tahun menerapkan PSBB dengan alasan penanganan dan pengamanan penyebaran virus covid 19 maka beberapa pedagang harus menutup dagangannya itulah yang dapat menyebabkan UMKM mengalami penurunan penjualan. Pengelola UMKM merasa terdampak penurunan distribusi serta adanya pengurangan modal.

Universitas Muhammadiyah Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki banyak program salah satunya pengabdian masyarakat. Tahun 2020 Universitas Muhammadiyah Surabaya mengadakan program KKN berbasis domisili melalui LPPM, dimana wabah penyakit muncul di awal tahun 2020 pandemi covid 19 tidak hanya di negara Indonesia namun diberbagai belahan dunia. Oleh sebab itu LPPM UMSurabaya melakukan pemetaan mahasiswa melalui program unggulan yaitu KKN berbasis domisili. Mahasiswa melakukan KKN pada wilayah masing-masing sesuai dengan tempat tinggal saat pandemi. Salah satunya kelompok KKN domisili pada wilayah Malang Raya yang meliputi Malang Kota, Kabupaten Malang, Kota Batu dan Kabupaten Blitar, terdiri dari 7 (tujuh) orang dan 1 (satu) orang dosen pendamping lapangan.

KKN domisili Malang Raya memiliki program sebagai penggerak UMKM pada sektor pedesaan. Mahasiswa KKN domisili Malang memiliki program memajukan UMKM desa dengan cara memberikan

pengetahuan, bimbingan dan penggunaan teknologi sehingga UMKM masih terus berkembang saat pandemi covid. Lokasi UMKM bimbingan KKN Domisili Malang ini di 2 (dua) wilayah kota Batu dengan UMKM Cobek, usaha ini sudah ada sejak tahun 80an dikelola oleh warga desa, sedangkan wilayah ke dua berada di Kabupaten Blitar dengan UMKM Polkahsar penghasil Bumbu Pecel, olahan ikan. UMKM ini juga sudah lama sejak tahun 90 an dan diolah dengan warga desa namun UMKM penghasil produk bumbu pecel, reginang, dan minuman toga saat ini mulai tumbuh berkembang dan mulai diperkenalkan ke konsumen dengan menciptakan inovasi baru.

Cobek merupakan salah satu jenis perabotan rumah tangga yang sering digunakan ibu-ibu untuk memasak setiap harinya. Jenis cobek ada dua berasal dari batu asli dan kayu, pastinya bahan baku utamanya ialah batu kali dan kayu. Permasalahan saat ini yang muncul pada UMKM ini salah satunya kesulitan pencarian bahan baku batu yang susah ditemukan, sedangkan untuk yang bahan baku kayu masih mudah ditemukan. Usaha cobek ini menjadi primadona pada masanya dimana hampir satu kampung memproduksi cobek ini, namun dengan seiring waktu apalagi saat ini wabah penyakit muncul pandemic covid 19 sangat berdampak pada UMKM Cobek ini penurunan penjualan sangat pandemi, produksi cobek tidak bisa dilakukan setiap harinya bahkan hanya seminggu 3x hal ini disebabkan minimnya permintaan konsumen. Pada UMKM cobek ini tidak hanya penghasil cobek batu dan kayu namun ada jenis produk lagi seperti telenan, parutan kayu, spatula, dll.

Kabupaten Blitar memiliki makanan khas ialah bumbu pecel, di Kab. Blitar banyak UMKM binaan desa tujuannya untuk meningkatkan perekonomian desa. Mahasiswa KKN UMSurabaya membantu UMKM di kabupaten Blitar pada Poklahsar Sumber Rejeki. Permasalahan pada UMKM ini kurangnya pengelolaan pada sistem promosi, tenaga kerja pemasaran, pengemasan produk. UMKM ini sebenarnya sudah lama berdiri namun fakum dikarenakan pengelolaan tidak maksimal dalam menjalankan UMKM. UMKM ini merupakan binaan dari desa Tugurejo,

Kecamatan Wates, Kabupaten. Blitar. Apalagi saat ini era pandemic covid 19 dimana penurunan penjualan pada UMKM oleh sebab itu mahasiswa KKN selama pandemic membantu pengelolah usaha memberikan beberapa masukan dan andemic dalam perbaikan pemasaran, pengemasan dll.

Penelitian ini mencangkup permasalahan yang muncul pada UMKM yang berada di wilayah Malang Raya. Adapun permasalahan yang muncul pada kedua UMKM ini adalah sistem pemasaran serta pengemasan produk dikarenakan kurangnya strategi dalam memasarkan produk dan juga tidak ada teknologi untuk pengembangan produk. Kurangnya ilmu pengetahuan pada pelaku UMKM juga sangat mempengaruhi terhadap pengembangan pemasaran. Namun di sisi lain pada awal tahun 2020 UMKM yang ada diwilayah Kota Batu maupun Kabupaten Blitar menghadapi permasalahan yang serius hampir tidak ada proses produksi setiap harinya dan tidak ada produk yang terjual, hal ini disebabkan adanya wabah penyakit Covid 19.

Covid 19 merupakan penyakit menular disebabkan oleh sindrom pernapasan akut corona virus (*severe acute respiratory syndrome* corona virus atau SARS-CoV- 2). Virus ini merupakan keluarga besar Corona virus yang dapat menyerang hewan, saat menyerang manusia, Corona virus biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*) (Amri, 2020). Pandemi Covid 19 ini memiliki dampak buruk hampir seluruh UMKM adanya penurunan penjualan yang terjadi. Menurut Kementrian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa penjualan industry UMKM merosot hampir 23% tahun 2020 ini akibat andemic Covid 19 selain itu 20% pelaku UMKM mengalami hambatan distribusi dan kesulitan permodalan (Saleh, 2020).

Penelitian ini mencangkum dua UMKM di wilayah Kota Batu dan Kabupaten Blitar, dari adanya pandemic covid 19 ini kedua UMKM sangat berdampak penurunan penjualan hampir tidak ada proses produksi perharinya. Hal ini sangat merugikan masyarakat desa dikarenakan

pemenuhan kebutuhan sehari-hari dari hasil UMKM tersebut, penurunan saat pandemic di prediksi 40% sampai 70%. Mahasiswa KKN UMSurabaya mencoba membantu UMKM ini dengan melakukan program peningkatan penjualan pada sekmen promosi, dan membantu mengembangkan usaha ini memberikan penyuluhan dan memberika ide terkait desain produk, pengemasan, serta perhitungan kalkulasi biaya pengeluaran.

B. Permasalahan

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UMSurabaya tahun 2020 di saat pandemic yang berada di wilayah Malang Raya, meliputi Kota Batu dan Kabupaten Blitar.

1. Kota Batu merupakan kota Wisata ada banyak UMKM yang membuat produk khas Kota Batu sendiri, dalam penelitian ini Mahasiswa KKN hanya berfokus pada 1 UMKM di Kota Batu ialah UMKM Cobek berbahan baku Batu asli dan Kayu serta peralatan dapur lainnya yang berbahan baku kayu. Permasalahan yang muncul pada UMKM ini adalah sulitnya bahan baku, serta cara pemasarannya kurang maksimal.
2. Kabupaten Blitar memiliki makanan khas ialah bumbu pecel. Dalam penelitian ini mengambil objek penelitian UMKM bergerak pada pembuatan bumbu pecel, minuman toga, olahan ikan, dll. Pokok permasalahan yang muncul pada UMKM ini salah satunya kurangnya tenaga kerja, cara pemasaran dan minimnya teknologi.

Mahasiswa UMSurabaya mencoba membantu kedua UMKM untuk memecahkan permasalahan. Banyak program yang disusun oleh Mahasiswa KKN UM Surabaya yang di fokuskan untuk mendorong UMKM Desa. Permasalahan yang dihadapi kedua UMKM ini salah satunya cara memasarkan produk sehingga mahasiswa mengadakan sosialisasi terkait metode pemasaran, dll.

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui potensi perkembangan di era pandemic covid 19 untuk UMKM membangun desa berpotensi UMKM sebagai penggerak perekonomian desa pada wilayah Kota Batu dan Kabupaten Blitar. Tujuan lain untuk memperbaiki proses pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM sehingga tingkat penjualan bisa naik dan banyak konsumen yang minat membeli produk lokal olahan warga desa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM berdasar kriteria tertentu :

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil dalam Undang-Undang
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini

Berdasarkan peraturan UU No 20 tahun 2008 tentang UMKM nilai asset yang harus dimiliki adalah

Keterangan	Asset	Omset
Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 milyar
Usaha Menengah	>500 juta – 10 Milyar	>2,5 milyar – 50 milyar

Tabel 1 Nilai Aset UMKM UU 20 tahun 2008

B. Kebijakan Pemerintah

UMKM di negara Indonesia menjadi primadona untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian hal ini dikarenakan UMKM unit usahanya lebih banyak dibandingkan jumlah industry berskala besar. Beberapa peraturan pemerintah Indonesia UUD 1945 Pasal 5 ayat(1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No.9 Tahun 1995, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Peraturan Presiden No.5 Tahun 2007 mengenai program Kredit Usaha Kecil bagi pembiayaan operasional UMKM.

Menurut Putri, 2021 berita dimedia massa mengenai perkembangan nilai KUR subsidi terhadap UMKM Menteri Sri Mulyani dalam konferensi pers Februari 2021 menyatakan Kebijakan tambahan anggaran KUR 2021 yang sudah dianggarkan dalam APBN 2021, baik untuk KUR Reguler maupun perpanjangan insentif subsidi bunga KUR diberikan subsidi bunga 3% selama 6 bulan. Kemudian plafon kredit lebih dari Rp 500 juta diberikan subsidi 1,5% selama 6 bulan. Namun belum termasuk untuk PNM, BLU/Koperasi. Kebijakan pemerintah mengenai UMKM

pada masa pandemi juga sangat menguntungkan dikarenakan nilai KUR mengalami penurunan.

C. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu strategi yang harus di terapkan dalam penjualan suatu produk, hal yang terpenting dalam pengembangan strategi pemasaran harus memiliki hubungan baik dengan masyarakat (Rosmaniar et al., 2021). Hubungan masyarakat dapat membangun hubungan sehingga dapat memperoleh publisitas yang diinginkan, mebangun citra perusahaan yang baik, menghadapi rumor, cerita, dan kejadian yang tidak menyenangkan (Lontoh, 2016). Menurut Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra, 2012 strategi pemasaran meliputi

- (1) Pemilihan pasar,
- (2) Perencanaan produk,
- (3) Penetapan harga,
- (4) Sistem distribusi dan
- (5) Promosi.

Kemampuan strategi pemasaran suatu usaha untuk menanggapi setiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis faktor lingkungan dan faktor kondisi pasar.

D. Unsur Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan gambaran dari kombinasi empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Konsep bauran pemasaran menurut Kotler, 2016 terdiri dari 4P yaitu

a. Produk

Suatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian konsumen sehingga produk yang dijual dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan konsumen

b. Harga

Nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari penggunaan produk atau jasa yang nilainya di tetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar sehingga ditetapkan menjadi satu harga yang sama.

c. Tempat

Tempat didefinisikan sebagai saluran distribusi yang ditunjukkan untuk mencapai target konsumen

d. Promosi

Promosi terdiri dari aktivitas yang menyampaikan manfaat produk bertujuan membujuk konsumen untuk membeli.

Marketing mix merupakan strategi campuran kegiatan-kegiatan marketing agar dicari kombinasi maksimal sehingga hasil bisa memuaskan. Namun marketing mix sendiri merupakan faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dapat dibentuk oleh suatu system pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan pada pasar sasaran. Marketing mix sangat bagus diterapkan pada UMKM sehingga proses pemasaran dapat berkembang dan terarah dengan baik. UMKM yang sudah memiliki brand yang terkenal dan produknya sudah laku dipasar dengan lancar mereka juga menentukan bauran pemasaran dengan cara marketing mix tujuannya untuk menumbuhkan minat beli konsumen atas suatu produk.

Berikut marketing mix menurut Kotler dan Keller (2012:25) :



Gambar 1 Marketing Mix

Dari gambar 1 merupakan cakupan dari marketing mix terdiri dari *product, place, price* dan *promotion*. Cakupan tersebut harus saling memenuhi satu sama lain sehingga dapat meningkatkan penjualan tanpa adanya salah satu itu tidak dapat sistem pemasaran berjalan dengan baik.

UMKM Membangun Desa Berpotensi Sebagai Penggerak Perekonomian Di Masa Pandemi

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini berkaitan dengan tema UMKM Membangun Desa Berpotensi, yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya melalui KKN berbasis Wilayah Domisili Malang Raya. Objek dalam pelaksanaan KKN berada di dua lokasi yang pertama di daerah Kecamatan Junrejo, Kota Batu dan untuk lokasi yang ke dua berada di Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 terdiri dari 7 mahasiswa yang berada di wilayah Malang Raya, pembagian lokasi 4 mahasiswa berdomisili Malang dan Batu sedangkan 3 Mahasiswa berdomisili di Kab. Malang, dan Blitar. Pembagian kelompok mahasiswa KKN berdasarkan wilayah tempat tinggal mereka saat pandemi.

Jenis UMKM yang berlokasi di wilayah Kecamatan Junrejo, Kota Batu produknya adalah salah satu perabotan rumah tangga yaitu cobek berbahan baku batu dan kayu serta perabotan dapur misalnya telenan, spatula, parutan kelapa, dll. Sedangkan untuk UMKM yang berada di Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar produknya adalah olahan makanan yaitu sambal pecel, sambal ikan, reginang, sari toga, dll. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripsi dengan menggunakan analisis kualitatif melalui proses penyusunan yang sistematis berupa wawancara,

catatan lapangan, observasi dan dokumentasi.

B. Sampel dan Populasi

Pemilihan sampel dan populasi adalah pelaku usaha UMKM Cobek dan UMKM Polkahsar serta warga yang berada di sekitar tempat pelaksanaan KKN berbasis domisili. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah

1. Penelitian lapangan

- a. Interview yaitu Teknik pengumpulan data dengan wawancara langsung dengan pihak pelaku UMKM, yang berkaitan dengan data permasalahan yang ada pada UMKM. Wawancara dilakukan dengan Kepala desa dan Seketaris desa serta pelaku UMKM tersebut.
- b. Pengamatan dilakukan dalam penelitian ini, dilakukan untuk mengetahui cara pembuatan produk UMKM baik UMKM Cobek yang berada di Kecamatan Junrejo Kota Batu maupun UMKM Poklahsar berada di Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar.
- c. Dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan objek penelitian.
- d. Observasi yaitu mahasiswa KKN melakukan pengamatan pada lokasi UMKM melihat bagaimana proses produksi dan bagaimana sistem kerja, serta pemasaran yang berada pada kedua UMKM ini.

2. Tinjauan Kepustakawan

Bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku, literatur, jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penulisan.

C. Analisis Data

Mahasiswa KKN UMSurabaya berkontribusi dalam pengembangan kedua UMKM ini. Kontribusi berupa cara penanganan dampak pandemi Covid terhadap penurunan penjualan UMKM. Kontribusi mahasiswa sebagai berikut :

1. Sosialisasi berupa Webinar terkait protokol kesehatan dan bahayanya virus covid serta perbagian brosur dan masker pada pelaku UMKM dan warga sekitar.
2. Sosialisasi yang berkaitan dengan kewirausahaan dan perkembangan bisnis saat pandemi covid
3. Sosialisasi cara menerapkan strategi pemasaran serta pembuatan akun *e-commerce* (Shopee, Lazada, dll) dan media sosial (Instagram dan Facebook) sebagai penerapan strategi penjualan.
4. Pelatihan terkait pembuatan logo dan desain pengemasan pada produk UMKM
5. Pelatihan pembuatan produk minuman herbal berbahan baku tanaman toga untuk memperkuat imun tubuh tempat pembuatan berada di UMKM Polkhsar Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar

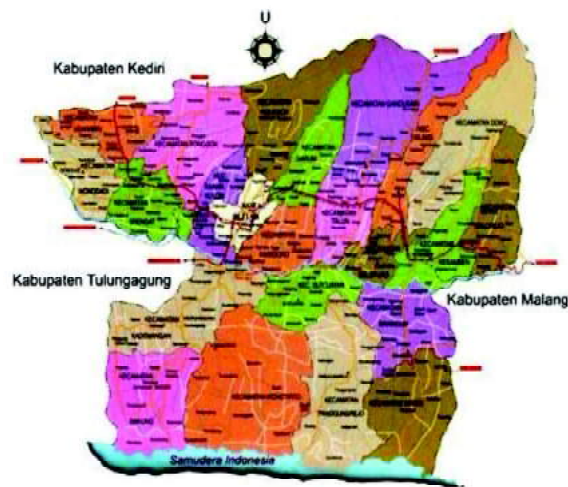
UMKM Membangun Desa Berpotensi Sebagai Penggerak Perekonomian Di Masa Pandemi

Kota Batu memiliki 3 kecamatan yang terdiri dari:

- a. Kecamatan Kota Batu → Oro-oro ombo, Pasanggrahan, Sidomulyo, Sumberjo
- b. Kecamatan Bumiaji → Bulukerto, Bumiaji, Gripurno, Gunungsari, Pandanrejo, Punten, Sumber Brantas, Sumber Gondo, Tulungrejo
- c. Kecamatan Junrejo → Beji, Junrejo, Mojorejo, Pendem, Tlekung, Torongrejo

B. Profil Kabupaten Blitar

Luas wilayah Kabupaten Blitar adalah 1.588,79 km² dimana sekitar 38,02 persen merupakan wilayah dataran tinggi yang berada pada ketinggian 300-420 dari permukaan laut. Oleh karena di sebelah selatan berbatasan langsung dengan Samudra Indonesia, maka beberapa kecamatan mempunyai wilayah pantai, yaitu Kecamatan Panggungrejo, Wonotirto, dan Wates. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Malang Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung (Pemerintah, 2021).



Gambar 5 Peta Kabupaten Blitar, 2021

Visi : Terwujudnya **Kabupaten Blitar** Yang Mandiri dan Sejahtera Berlandaskan Akhlak Mulia. Baldatun, Toyyibatun, Warobbun Ghofur

Misi :

1. Meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat Blitar berlandaskan iman dan takwa dengan kearifan lokal budaya
2. Meningkatkan taraf hidup masyarakat Blitar yang memiliki mutu dan nilai kompetensi tinggi, dengan mengoptimalkan potensi generasi muda Kabupaten Blitar
3. Pengoptimalan kinerja Pemerintah yang akuntabel, inovatif dan berintegritas
4. Percepatan dan pemerataan pembangunan yang adil dan merata melalui pengembangan potensi ekonomi daerah dengan mengedepankan pemberdayaan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

Kecamatan di kabupaten Blitar terbagi menjadi 22 kecamatan dan 28 kelurahan. Daftar kecamatan sebagai berikut :

Daftar Nama Kecamatan		
1. Bakung	9. Kanigoro	16. Selopuro
2. Binangun	10. Nglegok	17. Srengat
3. Doko	11. Panggungrejo	18. Sutojayan
4. Garum	12. Ponggok	19. Talun
5. Kademangan	13. Sanankulon	20. Undanawu
6. Kesamben	14. Selorejo	21. Wates
7. Wlingi	15. Wonodadi	22. Wonotirto
8. Gandusari		

Tabel 2. Daftar nama Kecamatan di Kab. Blitar, 2021

Pekerjaan warga kab. Blitar mayoritas dibidang nelayan, pertanian dan perkebunan, dikarenakan masih banyaknya persawahan dan perkebunan. Hasil perkebunan salah satunya adalah kacang-kacangan, dan tanaman toga. Hampir disetiap rumah di daerah sana memiliki kebun sendiri sehingga melimpahnya hasil perkebunan. Wilayah kecamatan Wates merupakan salah satu penghasil tanaman toga dan kacang-kacangan yang melimpah. Mahasiswa UM Surabaya melalui KKN berbasis domisili di kecamatan Wates mencoba membantu warga untuk memanfaatkan hasil perkebunan melalui UMKM yang sudah dirintis oleh ibu-ibu PKK setempat.

BAB V

UMKM PENGGERAK PEREKONOMIAN

A. UMKM Kota Batu

Perekonomian kota Batu ditunjang oleh beberapa sektor yaitu sektor pariwisata, pertanian dan UMKM. Perekonomian di kota Batu terus mengalami peningkatan sehingga tidak kalah dengan kota lainnya. Adanya objek wisata yang beragam di kota ini maka UMKM yang binaan desa-desa juga mengalami kenaikan penjualan. Jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM adalah

- a. Alat rumah tangga seperti cobek dari batu asli dan kayu
- b. Kripik buah dan sari buah yang berasal dari perkebunan kota Batu
- c. Tas dari anyaman bambu
- d. Olahan susu sapi murni
- e. Olahan dari bahan baku limbah kayu
- f. Dll

UMKM pada kota wisata ini beragam, hampir di setiap kecamatan memiliki jenis UMKM sendiri-sendiri, keunikan dari UMKM di kota ini karna yang mengelolah warga setempat dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada dikota Batu ini. Dapat dicontohkan kota Batu terkenal dengan buah apelnnya oleh sebab itu warga desa memanfaatkan buah apel itu menjadi kripik apel atau pun minuman sari apel. Namun disisi

lain kota Batu juga dikelilingi oleh pegunungan sehingga udara masih asri. Pada kecamatan Junrejo terdapat UMKM pembuatan cobek yang berasal dari batu asli, yang batunya di ambil dari pegunungan dan sungai di sekitar kota ini. Oleh sebab itu mahasiswa KKN UM Surabaya melakukan observasi dan pengamatan pada kecamatan Junrejo pada UMKM Cobek berbahan dasar batu asli dan kayu.

Pada penelitian ini mahasiswa KKN mengambil objek penelitian di daerah kecamatan Junrejo Kota Batu dengan jenis UMKM desa tersebut ialah cobek yang terbuat dari batu asli dan kayu serta hasil produk olahan lainnya adalah perabotan dapur yang terbuat dari kayu. UMKM cobek ini sudah lama ditekuni oleh masyarakat Dusun Rejoso, Kecamatan Junrejo mulai tahun 1980 an sampai saat ini, saat ini kerajinan cobek sudah merambah kepada industri pariwisata sebagai oleh-oleh khas kota Batu bagi wisatawan. Selain itu cobek juga di pasarkan pada kota-kota di sekitar kota Batu.

Permasalahan pada UMKM cobek saat ini banyak yang gulung tikar hal ini di picu dari banyak aspek salah satunya minat beli konsumen terhadap produk lokal. Awal tahun 1990an UMKM cobek ini sangat diminati oleh masyarakat hampir satu dusun Rejoso Kec Junrejo ini penghasilan utama selain petani juga sebagai wirausaha cobek dari batu asli. Hasil wawancara dengan seketaris desa Junrejo menyatakan bahwa produk cobek desa Rejoso ini memiliki kualitas yang bagus beda dengan cobek lainnya dimana bahan bakunya di daerah Batu yang dikelilingi pegunungan sehingga mudah mendapatkan bahan baku batu asli namun dari pergolakan zaman bahan baku tersebut sudah susah di cari dikarenakan banyak hutan atau perbukitan yang lahannya sudah berubah menjadi pemukiman.

Tahun 2000an UMKM cobek dari batu ini mengalami penurunan penjualan dikarenakan sulitnya bahan baku, oleh sebab itu wirausahawan tersebut mempunyai ide atau inovasi ialah membuat cobek dari kayu dan semen. Menurut seketaris desa Junrejo adanya inovasi ini pelaku umkm ini terus bisa memproduksi cobek meski tidak hanya focus dengan 1

bahan baku saja, namun dari kayu atau pun semen. Dari ketiga bahan baku tersebut cobek dari batu masih menjadi primadona pada konsumen. Adanya kelangkaan bahan baku sehingga cobek yang berasal dari batu asli harganya juga tinggi beda dengan harga cobek yang terbuat dari kayu atau pun semen harganya pasti jauh di bawah harga batu asli. Tingkat kualitas pun juga berbeda yang batu asli kekokohan, tahan lamanya juga sudah teruji bisa sampai melebihi 5 (lima) tahun penggunaan. Namun kalau cobek yang terbuat dari semen atau pun kayu sering pecah dan daya tahannya tidak sampai bertahun-tahun. Sulitnya bahan baku batu asli warga desa Rejoso Junrejo membuat inovasi untuk menciptakan produk lain selain cobek mereka menciptakan produk dari olahan limbah kayu pabrik disekitar UMKM tersebut.

Tingkat penjualan UMKM cobek sudah sampai keluar kota bahkan sudah sampai luar pulau, kirim ke Kalimantan, Bali dll. Penjualan di kota Batu sendiri relatif stabil, cobek ini dijadikan sebagai oleh-oleh para wisatawan jadi pusat oleh-oleh dikawasan kota ini banyak yang memasok cobek ini untuk dijual kembali. Selain cobek penjualan produk olahan dari limbah kayu seperti telenan, spatula, parutan kayu, sendok kayu dll juga sangat digemari wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh. Peneliti menemukan beberapa permasalahan yang muncul dari penjualan UMKM cobek :

1. Kurangnya promosi kepada konsumen
2. Cobek hanya dijual seadanya tanpa ada pengemasan yang mendukung
3. Harga jualnya yang murah tidak sebanding dengan biaya pencarian bahan bakunya
4. Tidak ada inovasi penjualan (misal secara online)
5. Desain produk masih kurang
6. Tenaga kerja kurang pengetahuan
7. Dll

Permasalahan yang muncul tersebut dikarena oleh beberapa faktor salah satunya kurangnya pengetahuan pelaku UMKM terkait mode, dan teknologi mereka pun tidak mengikuti perubahan zaman. Keterbatasnya teknologi juga menyebabkan UMKM ini masih menggunakan cara manual

untuk proses produksi. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM mengenai proses produksi pembuatan cobek batu asli ialah :

1. Mencari bahan baku batu yang memiliki kualitas bagus
2. Tahap selanjutnya memahat batu tersebut secara tradisional dan membentuk batu menjadi bulat atau oval
3. Setelah berbentuk seperti cobek tahap selanjutnya memoles sampai struktur cobek halus
4. Cobek sudah bisa dipasarkan untuk di jual ke konsumen.

Pembuatan cobek dengan bahan baku kayu pun prosesnya hampir sama dengan batu asli. UMKM dusun Rejoso sangat teliti terhadap pemilihan bahan baku dengan tingkat kualitas yang nomor 1 (satu) sehingga mutu UMKM ini sangat terjamin dari tahun ke tahun.



Gambar 4 Toko Penjual Cobek Desa Rejoso Kec. Junrejo, Kota Batu

Gambar 4 merupakan salah satu toko yang menjual hasil UMKM Cobek, pada gambar tersebut terlihat berbagai ukuran cobek dari batu asli mulai ukuran sedang sampai besar dan harganya juga bervariasi. Selain itu pada gambar ke 4 toko ini tidak hanya menjual cobek saja namun menjual peralatan perdapuran lainnya seperti panci, dandang, dll alasannya kenapa toko tersebut menjual beraneka ragam peralatan

perdapuran karna jika hanya berfokus pada penjualan cobek saja minat konsumen yang beli berkurang. Kata penjual “*jualan cobek zaman sekarang dengan zaman dulu berbeda*” hal ini disebabkan adanya penurunan penjualan terhadap cobek. Tidak hanya produk cobek saja yang mengalami penurunan penjualan, produk lainnya pun juga sangat berpengaruh terhadap penurunan penjualan apalagi saat munculnya wabah covid 19.

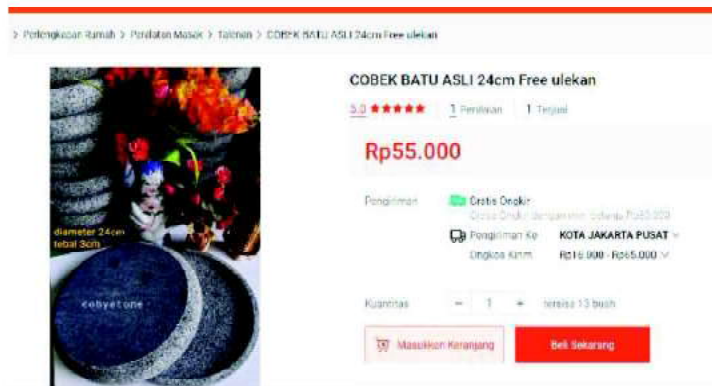
Selanjutnya permasalahan muncul di era milenial adanya penurunan penjualan yang sangat dratis banyak wisatawan yang kurang melirik hasil produk UMKM cobek dari batu atau pun kayu. Karna kurangnya inovasi dan dukungan teknologi sehingga tidak ada perubahan atau pembaruan terhadap produk tersebut sehingga dapat memicu penurunan tingkat penjualan. Marketing mix juga harus di terapkan dalam UMKM ini sehingga ada perkembangan. Jenis-jenis marketing mix adalah produk, tempat, harga, dan promosi

Marketing Mix	Keterangan
Produk	Cobek dari Batu Asli dan Kayu
Tempat	Pusat di Desa Rejoso, Kecamatan Junrejo batu
Harga	Cobek Batu Asli a. Ukuran Sedang : ± Rp. 20.000 b. Ukuran Besar : ± Rp. 35.000 Ulekan Batu asli : ± Rp. 3.000 Cobek Kayu a. Ukuran Sedang : ± Rp. 12.000 b. Ukuran Besar : ± Rp. 20.000 Ulekan Kayu : ± Rp. 2.000 Piring Kayu : Rp. 10.000 Spatula : Rp. 2.000 Parut Kelapa : 10.000 DII
Promosi	Pusat oleh-oleh di wilayah Batu dan Malang Toko kecil didepan rumah pelaku UMKM (Minim promosi secara online)

Tabel 3. Perkembangan Produk Cobek dari Batu Asli dan Kayu 2020

Tabel 3 menjelaskan mengenai marketing mix pada UMKM cobek, dimana jenis produk bahan baku ada 2 (dua) dari batu dan kayu, selain itu

permasalahan yang terlihat pada bagian promosi karna UMKM ini tidak menggunakan promosi secara online. Pada zaman milenial semua jenis penjualan barang harus mengikuti perkembangan zaman banyak *e-commerce* yang menyediakan jasa melalu laman website untuk penjualan barang contohnya shopee, Lazada, Tokopedia, dll. Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha masih belum ada promosi secara online hanya *offline* dikarenakan keterbatasnya pengetahuan, pelaku usaha hanya masyarakat pedesaan yang buta terkait pengembangan teknologi. Penelitian memberikan masukan dan arahan terkait penggunaan *e-commerce* dengan tujuan pelaku usaha dapat mempromosikan melalui e-commerce tersebut.



Gambar 4 sumber *e-commerce* shopee, Maret 2021

Gambar 4 merupakan contoh bahwa produk UMKM cobek ini sudah masuk ke *e-commerce*, adanya contoh tersebut supaya menarik para pelaku UMKM Cobek lainnya di desa Rejoso ini juga memasarkan hasil cobeknya ini melalui e-commerce. Hal ini terkendala dikarenakan kurangnya pengetahuan terhadap teknologi. Pelaku UMKM mayoritas bapak-bapak dan ibu-ibu umur diatas 45 tahun yang tidak didukung dengan penguatan teknologi informasi serta dari sisi pengetahuan mengenai kewirausahaan dan perkembangan bisnis juga masih kurang. Mereka hanya memproduksi lalu dijual meski keuntungan yang mereka peroleh

tak sebanding dengan pencarian bahan bakunya. Tujuan mereka hanya usaha cobek ini dapat berjalan terus meski profit yang dihasilkan tidak banyak, hanya usaha ini yang merupakan satu-satunya sumber kehidupan mereka. Selain itu produk olahan kayu lainnya untuk tingkat penjualannya tidak terlalu mengalami penurunan dikarenakan produk kayu biasanya digunakan oleh konsumen untuk souvenir pernikahan, seminar, dll. Namun saat pandemi banyak kota mengalami *lockdown* sehingga acara pernikahan, seminar, hajatan lainnya juga tidak diperbolehkan ini yang menyebabkan produk olahan itu mengalami penurunan juga.

B. UMKM Kota Blitar

Kecamatan Wates berada di sisi selatan kabupaten Blitar dikelilingi oleh pantai yang bagus-bagus. UMKM di kabupaten Blitar tersebar luas di berbagai kecamatan dimana kabupaten ini terkenal dengan pengelolaan hasil sumber daya alam. Wates merupakan salah satu kecamatan yang mengelola hasil sumber daya alam menjadi sebuah produk yang bisa di manfaatkan dan dapat di jual belikan. Mahasiswa UMSurabaya melakukan KKN berbasis domisili pada kecamatan Wates kabupaten Blitar pada tahun 2020 dimana sektor yang difokuskan pada UMKM yang dikelola oleh warga desa untuk menmanfaatkan hasil alam.

KKN Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya berbasis domisili salah satunya berada di kabupaten Blitar yang posisi di kecamatan Wates. Pada daerah ini terdapat UMKM yang dikelola oleh warga desa setempat sehingga mahasiswa tertarik untuk membantu mengembangkan UMKM ini kearah yang lebih baik dengan fokus peningkatan penjualan dan desain produk. Salah satu UMKM yang dikelola oleh ibu-ibu PKK desa adalah Poklalsar Sumber Rejeki yang bertempat di desa Tugurejo. Berbagai jenis produk telah dihasilkan oleh UMKM Poklalsar Adapun produk olahan dari UMKM berbasari peningkatan ekonomi desa :

- a. Bumbu pecel
- b. Sambal Ikan
- c. Reginang

d. Sari Toga

e. dll

Pengelolaan UMKM ini memiliki beberapa permasalahan salah satunya tidak ada pengelolaan secara khusus pada desain produk dan sistem penjualan sehingga UMKM Poklahsar ini mengalami kemunduran kalah dengan UMKM lain yang sudah berfokus pada strategi pemasaran berbasis teknologi yang baik. Pimpinan atau penggerak UMKM ini bernama Tri Utami yang beralamat di Wonosari RT 27 RW 06 Desa Tugurejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Ibu Tri Utami di bantu oleh ibu-ibu PKK warga sekitar untuk pengelolaan UMKM ini dari proses pencarian bahan baku selanjutnya, proses produksi sampai pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan dalam UMKM ini masih manual hanya dijual pada warga sekitar desa. Sudah masuk ke pasar namun masih pasar di wilayah kabupaten Blitar belum keluar dari kabupaten Blitar. Analisis marketing mix pada UMKM ini yang meliputi produk, tempat, harga, dan promosi

Marketing Mix	Keterangan
Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bumbu Pecel 2. Reginang 3. Sambel Ikan 4. Kripik Gurita 5. Sari Toga
Tempat	Wonosari RT 27 RW 06 Desa Tugurejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar, Jawa Timur
Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bumbu Pecel (250 gram) : Rp. 15.000 2. Reginang Rasa Gurita (400 gram) : Rp. 17.000 3. Sambal Ikan (180 gram) : Rp. 20.000 4. Gurita Crispy (50 gram) : Rp. 11.00 5. Emping Mlinjo (1 kg) : Rp. 45.000 6. Sari Toga <ol style="list-style-type: none"> a. Sari Jahe (125 gram) : Rp. 15.000 b. Sari Temulawak dan kunyit asem (125 gram) : Rp. 10.000 7. Kripik Pisang (500gram) : Rp. 20.000
Promosi	Kegiatan promosi hanya di warga sekitar dan pasar sekitar. Belum ada pemasaran secara online atau pun keluar kota

Tabel 4 Perkembangan UMKM Polkhsar, 2020

C. Penerapan Strategi UMKM

Strategi merupakan tongkat utama sebuah UMKM dalam menjalankan visi dan misi sehingga bisa meraih cita-cita yang diinginkan di tahun mendatang. Penerapan strategi merupakan target untuk berlangsungnya hidup UMKM sehingga bisa mempertahankan keunggulan kompetitif. UMKM merupakan salah satu pendapatan daerah dan juga menjadi ciri khas dari daerah masing-masing. Contoh kasus pada kabupaten Blitar merupakan sentral penghasil bumbu pecel, banyak masyarakat yang bilang bahwa bumbu pecel Blitar tidak kalah dengan bumbu pecel Madiun dimana Kabupaten Madiun juga penghasil UMKM bumbu pecel yang sudah terkenal.

Tolak ukur suatu UMKM dapat berjalan atau tidaknya tergantung pada penerapan strategi benar atau salahnya dan berjalan atau tidaknya. UMKM pada objek KKN berbasis domisili Mahasiswa UMSurabaya juga memiliki berbagai strategi. Dalam penerapan strategi juga ada berbagai risiko yang harus di terima mulai risiko kecil, menengah dan risiko tinggi, namun risiko tersebut tidak bisa dihilangkan namun hanya bisa diminimalkan dikarna UMKM tersebut bukan merupakan pasar monopoli. Kedua UMKM pada tempat KKN UMSurabaya ini, produk yang dihasilkan sudah banyak pasar hal ini membuktikan bahwa banyak pesaing UMKM yang sejenis sehingga UMKM tersebut hal itu disebut tergolong miliki risiko. Cara menganalisis risiko salah satunya dengan analisis SWOT sehingga pelaku UMKM mengetahui pada posisi mana mereka berada dipasar. Tahapan pertama dalam penentuan risiko ialah analisis SWOT melihat apa keunggulan, kelemahan, kekuatan serta ancaman baik dari sisi internal atau pun eksternal.

a. Analisis SWOT UMKM Cobek Kota Batu

Strengths (Kekuatan)

Kekuatan pada UMKM ini salah satunya Kota Batu merupakan salah satu kota wisata dimana cobek merupakan salah satu khas oleh-oleh kota Batu. Banyak para wisatawan yang berbondong-bondong untuk membeli cobek dan perlengkapan dapur lainnya pada UMKM sebagai

oleh-oleh atau pun bisa di gunakan sendiri untuk peralatan dapur. Disisi lain kualitas yang dihasilkan UMKM ini merupakan kualitas premium dengan pemilihan bahan baku yang bagus dan pengerjaan yang halus dan berkualitas tinggi.

Wilayah kota Batu banyak penjual oleh-oleh khas namun untuk yang menghasilkan produk olahan dari batu atau kayu tidak lah banyak, hanya berada di desa Rejoso, Junrejo. Sehingga dapat menjadi kekuatan, dan terus memajukan UMKM dengan cara membuat terobosan dan inovasi yang baru atas produk olahan cobek batu, cobek kayu dan peralatan dapur lainnya yang berbahan baku kayu dari limbah pabrik kayu setempat.

Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan pada UMKM ini salah satunya menggunakan teknologi dikarenakan proses pembuatan cobek dan peralatan dapur lainnya masih tergolong manual hanya menggunakan alat atau mesin yang masih sederhana. Selain itu pada strategi pemasaran UMKM ini tidak ada orang yang fokus dalam proses pemasaran, karna keterminimnya tenaga kerja mengenai pengetahuan penerapan strategi pemasaran yang baik.

Kelemahan dari UMKM ini juga dari bahan baku pembuatan cobek batu, dimana susahnya mencari bahan batu. Permasalahan juga muncul banyak ditemukan pada saat mencari batu di kali, atau di pegunungan banyak orang / tenaga kerja yang mengalami kecelakaan kerja karna lokasi pencarian bahan baku yang terjang, selain itu pula langkahnya batu besar dengan kualitas yang bagus sehingga produk cobek batu lama kelamaan bisa tidak lagi diproduksi.

Opportunities (Peluang)

Peluang pada UMKM ini salah satunya dari penerapan strategi pemasaran yang bagus sehingga dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan UMKM ke pasar yang lebih besar. Produk UMKM ini sudah menerima pesanan sampai luar pulau, sehingga kedepanya dapat ditingkatkan dan bisa kirim produk sampai keluar Indonesia. Strategi

terutama penerapan visi misi juga harus di tingkatkan sehingga produk lokal bisa terkenal dan UMKM bisa menjadi eksportir.

Peluang lainnya adalah sedikitnya UMKM yang membuat olahan bahan baku kayu. Hal ini bisa dijadikan inovasi baru dengan cara menciptakan produk jenis baru misalnya tempat tisu, hiasan dinding dll, yang berbahan dasar kayu sehingga jenis produk yang dijual bisa beraneka ragam. Pengemasan yang bagus juga bisa menjadi peluang sehingga konsumen tertarik bisa dijadikan souvenir wedding, seminar, dll

Threats (Ancaman)

Ancaman pada UMKM ini salah satunya munculnya pesaing baru produk yang sejenis dengan kualitas yang sama dan harganya yang rendah. Pesaingan harga merupakan ancaman yang sangat mematikan harga pasar, sehingga UMKM ini harus memiliki strategi yang jitu terkait ancaman tersebut. Selain itu bahan baku batu untuk pembuatan cobek yang langka juga merupakan ancaman, UMKM ini harus memiliki inovasi atau mencari terobosan guna mempertahankan UMKM.

Tahun 2020 Indonesia diserah orang wabah penyakit covid 19, hampir semua pengusaha atau pembisnis mengalami penurunan penjualan. Pada UMKM ini pandemi Covid juga merupakan ancaman terberat, yang berdampak penurunan penjualan sehingga hampir tidak ada pembelian produk perharinya dan proses produksi terhenti.

b. Analisis SWOT UMKM Polkhsar Kabupaten Blitar

Strengths (Kekuatan)

Kekuatan Blitar merupakan salah satu penghasil produk olahan dari kacang yang berupa sambal pecel. UMKM Polkhsar salah satu produk yang dihasilkan adalah sambal pecel, disisi lain UMKM ini juga dekat dengan laut selatan sehingga banyak nelayan yang menghasilkan ikan, sehingga UMKM Polkhsar memiliki ide untuk membuat produk olahan dari bahan baku ikan hasil luaranya adalah sambal ikan, reginang ikan, dan gurita crispy.

UMKM polkhsar merupakan satu-satunya UMKM di Kabupaten Blitar yang mengelolah hasil laut selatan sebagai produk olahan dan siap di pasarkan, sehingga ini dapat menjadi kekuatan dari UMKM ini. Selain itu mahasiswa KKN UMSurabaya juga memiliki inovasi atau trobosan mengenalkan produk baru yang memiliki manfaat untuk peningkatan daya tahan tubuh. Produk yang dihasilkan adalah sari toga berupa minuman sari jahe, sari temulawak, dll

Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan UMKM Polkhsar masih kurangnya fokus terhadap sistem pengelolaan UMKM, dimana minimnya tenaga kerja untuk pengembangan pemasaran, produksi dan administrasi. Tenaga kerja pada UMKM ini juga sangat minim mengenai pengetahuan dikarenakan faktor pendidikan yang rendah rata-rata pengelola UMKM ini lulusan SMP dan SMA sehingga pengetahuan mengenai pengembangan bisnis masih kurang sekali.

Kelamahan lainnya adalah dari bentuk kemasan produk UMKM polkhsar. Hal ini di picu pengemasan produk masih kurang bagus, packing masih menggunakan plastik kiloan yang kurang memiliki kualitas baik, dan sehingga hal tersebut menjadi titik kelemahan pada UMKM ini. Jika pengemasan hanya menggunakan plastik maka dapat menurunkan mutu yang disebabkan masa penyimpanan atau kadarluarsa sangat mempengaruhi. UMKM Poklksar juga harus memperbaiki pengemasan, adanya perbaikan pengemasan nantinya juga meningkatkan penjualan.

Opportunities (Peluang)

Peluang UMKM Polkhsar sangatlah bagus, dimana lokasi UMKM dekat dengan laut penghasil ikan, sehingga dapat menciptakan produk olahan yang jauh lebih banyak selain sambal ikan, gurita crispy. Selain itu banyak juga tanaman obat-obatan keluarga (kunyit, kencur, laos, dll) yang berada diperkebunan warga sehingga memiliki peluang menciptakan produk inovasi yang berbahan dasar tanaman obat keluarga, apalagi jamu

toga memiliki efek sebagai memperkuat imun / daya tahan tubuh yang saat ini negara Indonesia di serang oleh wabah penyakit virus covid.

Threats (Ancaman)

Ancaman pada UMKM Polkhasar salah satunya mayoritas UMKM di Kabupaten Blitar adalah menghasilkan produk olahan bumbu pecel sehingga Polkhasar memiliki banyak pesaing. Tingkat rasa bumbu pecel yang dihasilkan oleh UMKM ini juga kualitasnya kurang kalah dengan UMKM yang memiliki kualitas premium. Pada tahun 2020 wabah virus covid juga menjadi ancaman UMKM ini atas penurunan tingkat penjualan yang secara terus menerus jika tidak ada terobosan maka diprediksi UMKM ini terancam kebangkrutan.

D. Hasil Luaran Mahasiswa KKN UMSurabaya

a. Hasil Produk Luaran Sari Toga

Poklhasar Sumber Rejeki menjual berbagai jenis produk olahan makanan. Mahasiswa KKN UMSurabaya tahun 2020 bersama dengan UMKM ini melakukan kerjasama untuk menciptakan produk yang berupa Sari Toga dimana produk ini memiliki manfaat yang sangat baik guna meningkatkan imun tubuh. Pada tahun 2020 pandemi covid 19 melanda di Indonesia oleh sebab itu mahasiswa KKN UMSurabaya Bersama UMKM Poklhasar berinisiatif menciptakan minuman sari toga. Macam-macam sari toga adalah :

- a. Sari Toga Kunyit Asam
- b. Sari Toga Temulawak
- c. Sari Toga Jahe

Keunggulan dari sari toga ini merupakan bahan rempah-rempah tradisional asli produk lokal Indonesia menggunakan bahan segar dan tanpa bahan pengawet sehingga aman di produksi. Pasokan bahan baku berasal dari perkebunan warga sekitar, pada saat permintaan pasar tinggi maka pasokan bahan baku sebagian kita beli dari petani di desa sebelah atau pun pasar. Produk sari toga ini sudah di memiliki izin edar ke

masyarakat karna sudah ada P-IRT (Izin Produk Industri Rumah Tangga). P-IRT merupakan izin edar suatu produk pangan, yang legal diedarkan atau dipasarkan sertifikat ini diberikan oleh Bupati/Walikota melalui Dinas Kesehatan.



Gambar 6. Produk Sari Toga

Spesifikasi produk, dengan berat 125 gram, pengemasan menggunakan plastik klip yang sudah di setrilisasi, dan masa kadaluarsa kurang lebih 6 bulan dikarenakan tidak ada campuran bahan pengawet lainnya sehingga masa kadaluarsa tidak bisa tahan lama. Komposisi rempah-rempah yang sudah di giling halus di campur dengan gula asli. Cara konsumsi ukuran cangkir 200ml, tinggal ambil 1 sendok makan sari toga diseduh dengan air panas/hangat tanpa di tambahkan gula lagi sudah manis.

b. Sosialisasi Bahaya Covid 19 dan Sosialisasi Perkembangan Wirausaha pada Masa Pandemi

Pandemi covid 19 masuk ke negara Indonesia pada tahun 2020, hampir semua masyarakat Indonesia menerima dampak dari bahayanya virus covid 19 ini. Virus covid 19 sudah menelan banyak korban jiwa

mulai usia masih bayi sampai dewasa bahkan yang paling rentang adalah lansia (60 tahun keatas). Selain itu pula covid juga sangat berdampak pada perekonomian terutama sektor UMKM banyak UMKM yang gulung tikar setelah pandemi covid ini muncul. Mahasiswa KKN UMSurabaya berbasis KKN Domisili memiliki program sosialisasi mengenai bahaya covid pada masyarakat di daerah Kota Batu dan Kabupaten Blitar dan sosialisasi mengenai perkembangan wirausaha pada masa pandemi.

Mahasiswa KKN UMSurabaya yang pertama dalam sosialisasi penanggulangan pandemi covid

1. Penyuluhan program cuci tangan dengan cara penyebaran brosur dan video cuci tangan hasil karya mahasiswa KKN
2. Pembagian masker kepada masyarakat dan tenaga kerja di UMKM
3. Sosialisasi terkait dengan cara webinar mendatangkan narasumber (tenaga medis) mengenai bahaya covid 19

Sosialisasi yang kedua mengenai perkembangan wirausaha pada masa pandemi. Program mahasiswa KKN adalah

1. Mengadakan penyuluhan pada UMKM Cobek di Kota Batu dan UMKM Polkashar di Kabupaten Blitar mengenai perkembangan wirausaha melalui webinar, dengan pakar Ekonomi .
2. Mahasiswa terjun langsung (sesuai protocol Kesehatan) ke UMKM untuk membantu memberikan pengetahuan mengenai sistem pemasaran, perkembangan bisnis berbasis digitalisasi, dan penyusunan laporan keuangan.

c. Hasil Luaran Penerapan Strategi Pemasaran Basis On-Line

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan suatu usaha, berbagai jenis aspek pemasaran yang dapat diterapkan guna peningkatan penjualan akan suatu produk barang / jasa. Penerapan strategi yang baik juga sangat mempengaruhi aspek pemasaran dimana strategi di rumuskan untuk meningkatkan dan memperbaiki nilai jual suatu produk. Teknik pemasaran yang baik adalah dari respon konsumen terhadap promosi suatu barang jika konsumen tidak diperkenalkan terhadap produk

maka konsumen tidak akan memutuskan untuk melakukan pembelian (Heriyanto, 2016).

Mahasiswa KKN UMSurabaya berdomisili Malang Raya, penempatan UMKM berada di wilayah Kota Batu dan Kabupaten Blitar dengan sektor industri yang berbeda sekmen pasarnya. Permasalahan pada kedua UMKM ini hampir sama dari sektor pemasaran dimana UMKM ini belum ada seseorang yang benar-benar berfokus pengelolaan pemasaran. Selain pemasaran ada pula permasalahan mengenai desain produk, desain produk yang digunakan sudah ketinggalan zaman sehingga pesaing mereka yang sudah menggunakan desain produk yang bagus missal pesaing sudah menggunakan packing yang modern, unik dan menarik namun UMKM ini packingnya hanya plastik biasa lalu di masukkan ke kantong kresek. Hal tersebut dapat memicu larinya konsumen terhadap minat pembelian produk.

Mahasiswa KKN UMSurabaya membantu UMKM pada sektor pemasaran dan desain produk. Pada UMKM cobek yang berada di Desa Junrejo, Kota Batu mahasiswa KKN membantu sistem pemasaran, dengan cara memberikan sosialisasi mengenai bauran pemasaran, dan sosialisasi mengenai digital marketing. Namun tidak hanya itu mahasiswa juga membantu memasarkan produk cobek dari batu dan kayu ini melalui media sosial dengan membuat akun *e-commerce* seperti Shoppe, Tokopedia, *market place* dll. Selain itu juga memberikan masukan mengenai desain produk.

Penjualan yang dilakukan di *e-commerce* tidak hanya cobek batu dan kayu saja namun ada jenis lain yang diperjual belikan dalam akun tersebut contohnya, telenan, sendok sayur, spatula, parutan kelapa, dll semua itu berbahan baku dari kayu. Pengambilan bahan baku berasal dari limbah pabrik kayu di sekitar UMKM sehingga memanfaatkan limbah, dan diolah menjadi produk jadi. Tujuan utama UMKM melakukan penjualan di *e-commerce* selain cobek adalah untuk meningkatkan aspek penjualan, jika jualannya bervariasi dan banyak yang dipasarkan maka pembeli berminat untuk menentukan keputusan pembelian.



Gambar 7. Contoh produk yang dipasarkan melalui *e-commerce*

Pelaksannya penjualan secara online sangat membantu UMKM ini untuk mengembangkan usahanya, apalagi saat pandemi covid dimana kota Batu yang merupakan kota wisata orang-orang dari daerah sekitar Batu pada berwisata di kota ini. Misalnya masyarakat kota Surabaya, Sidoarjo, Kediri, Mojokerto, dan kota lainnya. Namun setelah adanya pandemi objek wisata di kota Batu ditutup (*lockdown*) sementara dari hal ini berdampak pada pusat oleh-oleh yang sepi hampir tidak ada pembeli setiap harinya. Penurunan penjualan secara langsung sangat dikeluhkan oleh penjual, oleh sebab itu mahasiswa KKN UMSurabaya memiliki peran dalam menerapkan strategi penjualan secara online.

Peran serta mahasiswa dalam penjualan online bertujuan untuk menaikkan tingkat penjualan sehingga pendapatan bisa stabil. Hal ini sudah dibuktikan adanya penjualan secara online, sedikit demi sedikit produk cobek dari batu dan kayu ini sudah dikenal luas se-Indonesia bahkan ke

Luar Negeri sekali pun. Progress penjualan secara online yang dilakukan kurang lebih selama 1 (satu) bulan, hampir sudah ada pembeli disetiap minggunya hal ini diharapkan kedepannya tetap dilakukan penjualan secara online sehingga bisa membuat tingkat pendapatan naik dan omset memenuhi target. Strategi pemasaran secara online tidak hanya dilakukan pada UMKM di cobek batu dan kayu, namun UMKM Poklahsar di Kabupaten Blitar juga merapkan strategi pemasaran secara online dibantu dengan mahasiswa KKN UMSurabaya hal ini banyak yang harus dipertimbangkan dalam penerapan strategi pemasaran secara online pada UMKM Poklahsar.

Strategi pemasaran pada UMKM Poklahsar masih kurang maksimal dikarenakan ada beberapa aspek yang tidak mendukung pelaksanaan strategi pemasaran, dimana UMKM ini bertempat di desa sehingga pengelola masih kurang mengenai wawasan terkait marketing dan perkembangan teknologi saat ini. Kurangnya Pendidikan pada wilayah UMKM ini, ibu-ibu yang bergabung pada pengemabngan UMKM Poklahsar tingkat Pendidikan SMP – SMA selain itu tidak ada tim khusus memantau jalannya strategi pemasaran dan perkembangan terkait desain produk mereka hanya memproduksi dan langsung dipasarkan ke pasar terdekat tanpa memperhatikan segmen pasar dan pesaingnya.

Segmen pasar UMKM pada Kabupaten Blitar yang bergerak dibidang makanan sangat banyak sehingga pesaing terus berdatangan yang dapat menyebabkan terancamnya UMKM Poklahsar apalagi jika tidak mengikuti alur pemasaran berbasis teknologi. Oleh sebab itu mahasiswa KKN yang berdomisili di Malang Raya berkerjasama dengan UMKM ini untuk pengembangan produk dan sistem pemasaran. Awalnya mahasiswa melakukan observasi terkait kendala dalam UMKM Poklahsar ditemukan bahwa ada tidak ada tim yang berfokus dalam pengembangan produk. Selanjutnya mahasiswa membentuk tim khusus bertujuan untuk pengembangan lebih baik lagi atas produk yang dihasilkan. Selain itu mahasiswa juga membantu dalam beberapa hal seperti:

1. Sosialisasi terkait kewirausahaan pada era pandemi covid

2. Perbaiki kualitas
3. Desain produk
4. Sosialisasi terkait pengembangan pemasaran berbasis teknologi
5. Pembuatan akun *e-commerce*, dan media sosial
6. Melatih karyawan UMKM untuk alur transaksi pada penggunaan *e-commerce*
7. Evaluasi dan Memonitoring terkait tingkat penjualan

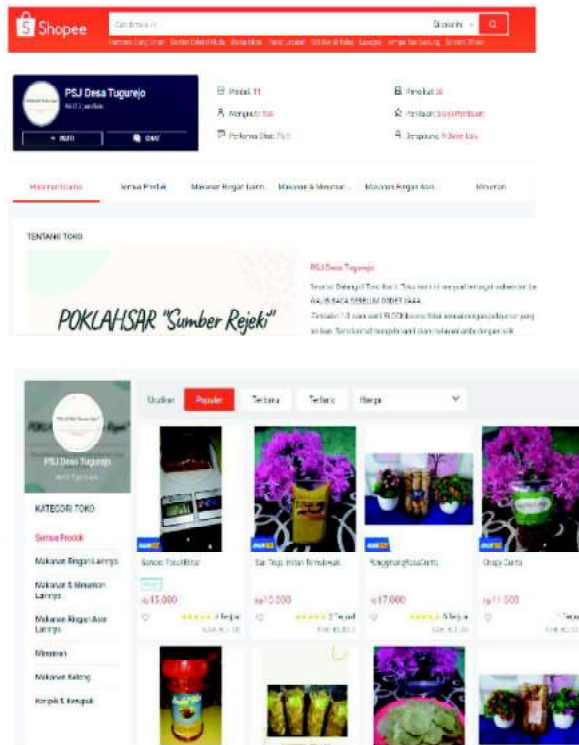
Hasil dari program yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa guna kemajuan UMKM adalah desain produk dimana mahasiswa KKN membuat logo yang awalnya UMKM ini masih asal-asal terkait desain logo, dan membantu dalam perbaikan packing/pengemasan produk mahasiswa memberikan inovasi pengemasan menggunakan kantong plastik klip yang plastiknya tebal dan aman untuk makanan, untuk packing rencananya menggunakan kardus yang bertulisan oleh-oleh khas desa Tugurejo namun hal ini terkendala sulit mencari bahan untuk pemesanan kardus.



Gambar 8. Contoh Desain Logo UMKM Poklahsar

Hasil luaran selanjutnya guna peningkatan strategi pemasaran adalah pembuatan akun *e-commerce* dan pelatihan terhadap transaksi jual beli pada *e-commerce*. Akun *e-commerce* yang dibuatkan oleh mahasiswa adalah *shoppe* dan *tokopedia*. Berikut adalah salah satu bukti bahwa

UMKM Poklashar sudah terdaftar di akun shopee.



Gambar 9. Akun *E-commerce* (Shopee)

Gambar 6 merupakan salah satu contoh akun *e-commerce* dan sudah ada produk yang siap untuk dipasarkan. Produk Poklashar sudah diperkenalkan ke konsumen luas dengan cara menawarkan melalui aplikasi shopee hal ini sama dengan adanya peningkatan terhadap sistem penjualan akan produk. Tidak hanya shopee saja namun ada *e-commerce* lainnya adanya hal ini memiliki tujuan peningkatan penjualan sehingga permintaan pasar juga naik. Prospek perkembangan penjualan setelah dipasarkan melalui *e-commerce* sangat baik, sudah ada konsumen yang minat terhadap pembelian produk, meski belum terlalu laku keras. Namun lambatlaun berjalannya waktu konsumen online pasti mengalami

peningkatan.

Permasalahan yang belum bisa diatasi adalah mencari orang yang berkompeten dalam penanganan sistem pemasaran dalam UMKM ini. Mahasiswa KKN UMSurabaya melakukan KKN di UMKM polkhsar hanya 1 (satu) bulan setelah mahasiswa selesai melakukan KKN maka yang memegang pengelolaan masih belum ad aini adalah tugas dari pemilik UMKM mencarikan orang untuk mengelolah sistem pemasaran. Namun disisi lain pandemi Covid belum juga hilang, sehingga pemilik UMKM berfikir untuk sementara pengelolaan pemasaran akan di handle oleh beliau sendiri karna jika mencari pegawai baru untuk pengelolaan pemasaran itu masih tidak mungkin karna pendapatan belum stabil, sehingga tidak ada penambahan pegawai baru.

UMKM Membangun Desa Berpotensi Sebagai Penggerak Perekonomian Di Masa Pandemi

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

UMKM merupakan salah satu pendorong untuk pertumbuhan suatu daerah (kota / kabupaten) salah satunya sektor industri rumah tangga. Program pemerintah mendorong UMKM untuk terus menciptakan produk yang siap jual ke pasar atau konsumen dan UMKM juga mendorong masyarakat untuk berinovasi menciptakan produk olahan. UMKM di Jawa Timur sangat beragam jenis dan macam-macamnya dari olahan hasil laut, perkebunan, pertanian, sampai olahan limbah sampah dan industri. UMKM di kota Batu merupakan jenis UMKM yang memanfaatkan hasil alam merubah batu menjadi peralatan dapur ialah cobek dan ulekan selain itu UMKM ini juga berinovasi dari limbah kayu industri disekitar desa Rejoso, Kecamatan Junrejo Kota Batu menjadi produk yang bermanfaat dan mempunyai nilai jual. Produk tersebut adalah cobek kayu, ulekan kayu, telenan, parutan kelapa, sendok kayu, dll.

UMKM yang kedua adalah UMKM yang berdomisili di Kabupaten Blitar dengan nama UMKM Polkahsar. UMKM Polkahsar memanfaatkan olahan dari hasil laut dan perkebunan disekitar wilayah UMKM. Produk yang dihasilkan pada UMKM ini sambal ikan, reginang ikan, sari toga (sari jahe, sari temulawak, sari asem), sambal pecel dll. Kedua UMKM ini permasalahan yang muncul hampir sama pada sistem pemasaran yang kurang baik dan tenaga kerja yang masih minim pengetahuan mengenai

dunia bisnis dan penciptaan inovasi produk. Namun mahasiswa KKN UMSurabaya mencoba mengabdikan pada kedua UMKM ini dengan tujuan memperbaiki dan memecahkan permasalahan yang muncul saat ini dapat kedua UMKM tersebut.

Luaran yang dihasilkan oleh Mahasiswa KKN UMSurabaya pada kedua UMKM ini selama KKN Domisili kurang lebih 1 (satu) bulan yang dibagi menjadi 2 wilayah Kota Batu dan Kabupaten Blitar total mahasiswa sebanyak 7 orang. Berikut luaran dari mahasiswa KKN UMSurabaya yang berdomisili di Kota Batu dan Kabupaten Blitar yaitu:

1. Sari Toga terdiri dari Sari Jahe, Sari Temulawak, Sari Asem memiliki manfaat untuk peningkatan daya tahan tubuh (imun) pada UMKM Polkahsar di Kabupaten Blitar.
2. Webinar Sosialisasi mengenai bahaya covid 19 dan sosialisasi perkembangan wirausaha pada masa pandemi covid 19 pada UMKM Cobek di Kota Batu dan UMKM Polkahsar Kabupaten Blitar
3. Penerapan marketing mix dengan cara membantu kedua UMKM ini menciptakan peluang pemasaran. Membuatkan akun *e-commerce* dan memasukkan item-item produk dan deskripsi produk pada akun *e-commerce*
4. Pemantauan dan mengajarkan tenaga kerja mengenai sistem penjualan yang ada di *e-commerce* (point 3 dan 4 sama-sama dilakukan pada kedua UMKM)
5. Pembuatan desain pada logo UMKM Polkahsar dan pecetakan stiker yang ditempel sebagai icon pada produk UMKM
6. FGD mengenai perbaikan kemasan pada kedua UMKM cobek dan UMKM Polkahsar dengan tujuan memperbaiki desain produk (pengemasan) sehingga memicu konsumen untuk tertarik akan minat pembelian produk.

B. Saran

UMKM Cobek dan UMKM Polkhsar masih banyak permasalahan yang belum terpecahkan Mahasiswa KKN UMSurabaya hanya membantu dan berkontribusi sesuai dengan bidangnya dan terbatas oleh waktu KKN-nya. Saran pada kedua UMKM ini adalah

1. Memperbaiki sistem pemasaran dengan memajukan pemasaran secara online dikarenakan era sekarang sudah masuk masa digitalisasi
2. Kemasan produk lebih di perhatikan
3. Memberikan pelatihan dan kemampuan pengetahuan pada tenaga kerja
4. Menciptakan inovasi baru untuk pembuatan produk baru yang lebih bervariasi

UMKM Membangun Desa Berpotensi Sebagai Penggerak Perekonomian Di Masa Pandemi

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). *Dampak Covid 19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal BRAND*, 2(1).
- Batu Kota. (2021). *Shining Batu*. Pemkot Batu. batukota.go.id
- Heriyanto, I. (2016). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lontoh, M. N. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendea. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.
- Pemerintah, K. B. (2021). *Kondisi Umum Wilayah Kabupaten Blitar*. <https://www.blitarkab.go.id/kondisi-umum-wilayah-kabupaten-blitar/>
- Putri, C. A. (2021). *Subsidi Bunga UMKM Diperpanjang, Simak Ketentuannya! CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210201210717-4-220304/subsidi-bunga-umkm-diperpanjang-simak-ketentuannya>
- Rosmaniar, A., Oktaviani, M., & Mauliddah, N. (2021). *Public Relation Moderates Between Sales Promotion With Purchase Decisions On XX Ready Foods In 2020. Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 27–36.

- Saleh, T. (2020, November). *Omzet Ambles 23%, Begini Upaya UMKM Biar Selamat dari Corona*. *CNBC Indonesia*, 1. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201121233203-4-203655/omzet-ambles-23-begini-upaya-umkm-biar-selamat-dari-corona>
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2012). *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean*. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*. 1–32.
- Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). ANDI.
- UU 20. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

Lampiran – Lampiran

A. UMKM Cobek Kota Batu

a. Proses produksi pembuatan cobek kayu



b. Produk UMKM

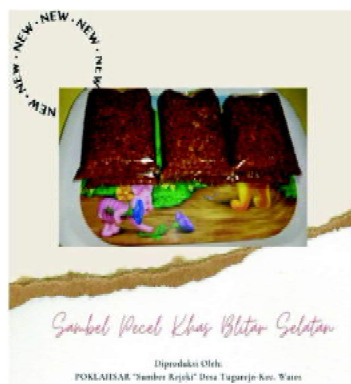


B. UMKM Polkabsar

a. Proses Packing



b. Produk UMKM





c. Proses KKN Mahasiswa UMSurabaya



Day - 13
Proses Pembuatan Desain Logo dan Stiker

kknums_malang2020

kknums_malang2020
Assalamualaikum Wr.Wb
Hallo Perkenalkan Kami dari KKN Malang - 2020

[KEGIATAN HARI KE-13]
📅 • Sabtu, 22 Agustus 2020
🕒 • 8.00 - 16.00 WIB
📍 • Di Desa Tugurejo, Kec. Wates, Kab.Blatar

Kegiatan : Proses pembuatan desain logo dan stiker untuk UKM

Hari ini kegiatan kelompok kkn domisili malang 2020 adalah melakukan Proses pembuatan desain logo dan stiker UKM dengan produk rengginang, sari tega dan tas batik.



Day - 10
Perbincangan dengan kepala RT

kknums_malang2020

[KEGIATAN HARI KE-10]
📅 • Rabu, 19 Agustus 2020
🕒 • 8.00 - 15.00 WIB
📍 • Di Desa Puresoran, Puresoran

Kegiatan : Perjinan penempelan poster protokol covid-19

Hari ini kegiatan kelompok kkn domisili malang 2020 adalah melakukan proses perjinan penempelan poster. Kegiatan tersebut harus mendapatkan ijin dari ketua rt dan rw. Alhamdulillah masyarakat sangat mendukung program kami untuk menempel poster protokol covid-19 di masyarakat sekitar.

@lppm_umsurabaya
#lppmumsurabaya



Day - 5
Perbincangan Penempelan Poster

kknums_malang2020

kknums_malang2020
Assalamualaikum Wr.Wb
Hallo Perkenalkan Kami dari KKN Malang - 2020

[KEGIATAN HARI KE- 5]
📅 • Rabu, 12 Agustus 2020
🕒 • 8.00 - 15.00 WIB
📍 • Di Desa Junrejo, Batu

Kegiatan : Perjinan penempelan poster dan pembagian masker

Hari ini kegiatan kelompok kkn domisili malang 2020 adalah melakukan proses perjinan penempelan poster dan pembagian masker. Kegiatan tersebut harus mendapatkan ijin dari kepala desa Junrejo, Batu. Alhamdulillah kepala desa junrejo, batu sangat mendukung program kami untuk menempel poster

👍 Disukai oleh dinny.awalia dan 13 lainnya



Buku yang berjudul “UMKM membangun desa berpotensi sebagai penggerak perekonomian di masa pandemi” ini mencoba mengangkat permasalahan UMKM di beberapa daerah pada masa Pandemi Covid-19.. Pandemi yang muncul diawal tahun 2020 memiliki dampak yang sangat mengkuatirkan dikalangan UMKM, terutama UMKM yang masih baru berkembang. UMKM yang terkena imbas dari pandemi covid 19 salah satunya UMKM Poklashar Sumber Rejeki di daerah Kabupaten Blitar, UMKM ini bergerak pada sektor makanan. Produk yang dihasilkan adalah sambal pecel, reginang, dan sari toga. Sedangkan UMKM yang kedua juga terkena dampak pandemi covid 19 adalah UMKM Cobek di Kota Batu produk yang dihasilkan UMKM tersebut adalah cobek, dan peralatan rumah tangga lainnya yang berbahan dasar kayu. Kedua UMKM ini mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan, sehingga perlu adaya pendampingan usaha agar dapat keluar dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Mahasiswa UMSurabaya melalui kegiatan “ KKN Berbasis Domisili Era Pandemi Covid-19 ” berinisiatif untuk membantu UMKM agar dapat kembali bangkit dan bergerak usahanya. Usaha yang dilakukan adalah dengan cara memberikan pelatihan terkait kewirausahaan, marketing digital dan pengemasan produk. Dengan pelatihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM. Mahasiswa UMSurabaya juga memberikan inovasi pembuatan sari toga pada UMKM Poklashar agar dapat menambah jenis produk yang akan dipasarkan. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM dapat terus berkembang dan meningkatkan penjualannya, serta selalu berinovasi untuk pengembangan produk dan perbaikan kualitas.



ISBN 978-602-97930-8-5

