

Peningkatan Pangsa Pasar Kelompok UMKM melalui Penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal

Endang Siswati^{1*}, Fakhri Achmad Rinaldi², Reti Istifadatul Qoiroh³,

Nadhila Alda Almira⁴, Riko Ramadhan Ariyanto⁵

^{1,2,3}Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ⁴Teknik Informatika Fakultas Teknik, ⁵Fakultas Hukum

^{1,2,3,4,5}Universitas Bhayangkara Surabaya

e-mail: ¹endang@ubhara.ac.id *(*corresponding author*)

Abstrak

Peningkatan pangsa pasar melalui penjualan *online* dan *offline* dengan sasaran UMKM, ibu-ibu PKK, dan kelompok Karang Taruna yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan merencanakan beberapa program pada masa pandemi Covid-19. Program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mencapai tujuannya itu membantu kelompok UMKM dikelurahan Rungkut Menanggal dalam meningkatkan pangsa pasar usahanya melalui pelatihan dan implementasi program serta keberlanjutan program. Metode pelaksanaan program menggunakan langkah, yaitu: 1) Tahap persiapan meliputi mengidentifikasi potensi dan menganalisis permasalahan didalam masyarakat perancangan program), 2) Tahap pelaksanaan antara lain mencakup metode observasi lapangan untuk mengetahui kondisi lapangan, 3) Tahap implementasi yaitu sosialisasi dan pelatihan, dan 4) Tahap evaluasi program antara lain mengevaluasi hasil program pengabdian kepada masyarakat terhadap kelompok UMKM. Kegiatan ini memberikan hasil antara lain pelatihan dan implementasi pemasaran *online* dan *offline* disertai pemberian bantuan sarana produksi dan pemasaran berupa stiker dan kemasan produk, serta penyebaran brosur sangat cocok dan mampu mengatasi permasalahan yang terjadi, serta mampu meningkatkan stabilitas UMKM.

Kata kunci: *offline*; peningkatan pangsa pasar; penjualan *online*

Abstrak

Increasing market share through online and offline sales targeting SMEs, PKK women, and Karang Taruna groups carried out by the service team by planning several programs during the Covid-19 pandemic. This community service program is expected to achieve the goal of helping the SMEs group in the Rungkut Menanggal sub-district in increasing its business market share through training and program implementation and program sustainability. The program implementation method uses steps, namely: 1) The preparation stage includes identifying potential and analyzing problems in the program design community, 2) The implementation stage includes field observation methods to determine field conditions), 3) The implementation stage is socialization and training, and 4) The program evaluation stage includes evaluating the results of community service programs for the SMEs group. This activity provides results, including training and implementation of online and offline marketing accompanied by the provision of production and marketing facilities in the form of stickers and product packaging, as well as distribution of brochures that are very suitable and able to overcome the problems that occur, and are able to increase the stability of SMEs.

Keywords: *increase in market share; online sales; offline*

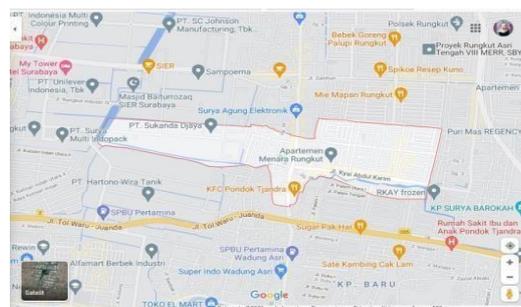
I. PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha perdagangan yang dijalankan secara perorangan atau suatu badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dan mengacu pada undang-undang Republik Indonesia no. 20 tahun 2008. Usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000 dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha [1]. Pada umumnya terdapat beberapa permasalahan UMKM yang sering timbul beberapa diantaranya adalah masalah pemasaran, permodalan, serta manajemen dan mental usaha [2]. Bertolak dari kondisi ini, tidak perlu ragu dengan eksistensi UMKM, telah terbukti bisa bertahan pada pasca krisis ekonomi [3].

Kelurahan Rungkut Menanggal merupakan kawasan yang sebagian besar warganya berpenghasilan menengah keatas yang sebagian besar mata pencahariannya sebagai pegawai pemerintah maupun swasta, namun sebagian masyarakat juga ada yang menjalankan usaha yang masih dikelola secara tradisional. Saat ini Tren pemasaran sudah beralih yang tadinya pemasaran offline beralih menjadi online [4]. Dengan adanya internet semua bidang pekerjaan bisa menjadi ringan [5]. Promosi yang rendah bisa menyebabkan beberapa pelaku UMKM kurang berkembang [6]. Penelitian yang berjudul strategi digital marketing dan implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia, menemukan bahwa strategi pemasaran digital dapat berimplikasi pada keunggulan bersaing usaha kecil dan menengah yaitu dalam memasarkan produk [7].

Bertolak dari permasalahan tersebut, kelompok program pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Bhayangkara Surabaya yang bersifat tematik ini sangat cocok jika diterapkan di kelurahan tersebut, dan diharapkan mampu menjadi sarana penggerak partisipasi aktif masyarakat dalam menjalankan usahanya. Kelurahan Rungkut Menanggal, Kecamatan Gunung Anyar, Kota Surabaya merupakan kawasan dengan mayoritas masyarakatnya memiliki tingkat ekonomi yang tergolong menengah keatas yang rata-rata bekerja sebagai pegawai baik pemerintah maupun swasta. Kepala kelurahan dan stafnya menyambut baik program yang sudah di susun oleh tim. Kelurahan Rungkut Menanggal terdapat beberapa UMKM yang bergerak dibidang kuliner seperti UMKM roti gandum dan jamur, juga UMKM kue-kue basah. Seperti juga kelurahan-kelurahan pada umumnya, mempunyai organisasi seperti Ibu-ibu PKK dan Karang Taruna yang siap membantu kegiatan pengabdian ini.

Dari survei awal yang berupa wawancara terhadap staf kelurahan dan beberapa warga terdapat keterangan bahwa program kerja kelurahan mengenai Peningkatan Pangsa Pasar Kelompok UMKM Melalui Penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal belum terealisasi dengan baik, dimana ada beberapa pemilik UMKM yang belum memahami cara pemasaran yang efisien, sehingga tujuan dari pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk KKN ini adalah untuk membantu para UMKM tersebut dalam mengembangkan usahanya.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

II. SUMBER INSPIRASI

Pada usaha mikro di Kelurahan Rungkut Menanggal terdapat permasalahan dalam pengelolaan usaha yaitu masih memakai cara pemasaran yang lama atau pemasaran tradisional, belum menginjak ke sistem pemasaran yang baru, lebih modern, dan lebih cepat jangkauan pemasarannya seperti marketplace, web atau blog, email marketing, dan sosial media. Program-program yang dilakukan masyarakat kelurahan Rungkut Menanggal belum berjalan seperti yang diharapkan. Usaha mikro setempat sepakat dengan tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat untuk mencari solusi dalam permasalahan tersebut.

III. METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan dalam program Kuliah Kerja Nyata Kelompok 058 ini dilaksanakan melalui



Gambar 1. Skema Tahap Persiapan

empat tahapan, yaitu: 1) Tahap persiapan (mengidentifikasi potensi dan menganalisis permasalahan didalam masyarakat perancangan program) (Gambar 1), 2) Tahap pelaksanaan (menggunakan metode observasi lapangan untuk mengetahui kondisi lapangan) (Gambar 2), 3) Tahap implementasi (mensosialisasikan program serta melaksanakan pelatihan kelompok UMKM dan lingkungan masyarakat sekitar) (Gambar 3). Pelatihan pemasaran online dapat meningkatkan omset penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapat usaha [8]. Dalam mengadakan pelatihan, antara lain mengajarkan mengenai bagaimana cara menjual suatu produk secara online di *marketplace* sehingga bisa memperluas pangsa pasar [4], dan 4) tahap evaluasi program (mengevaluasi hasil program pengabdian yaitu sejauh mana progresnya) (Gambar 4).



Gambar 2. Skema Tahap Pelaksanaan



Gambar 3. Tahap Implementasi



Gambar 4. Tahap Evaluasi



Gambar 5. Survei Lokasi

IV. KARYA UTAMA

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk KKN Tematik di Kelurahan Rungkut Menanggal, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tim melakukan koordinasi dengan tokoh masyarakat dan staf kelurahan terkait informasi mengenai usaha mikro dan kecil yang terdapat di Kelurahan serta mencari informasi mengenai program-program pemerintah yang ada di kelurahan serta output yang sudah dicapai, sehingga diharapkan dapat diselaraskan dengan program kerja tim pengabdian. Dari sini tim mendata dan melakukan survei lokasi UMKM di kelurahan tersebut, disini kemudian tim dibagi menjadi tiga kelompok kecil yaitu tim survei, tim analisa dan tim penyuluhan dimana masing- masing kelompok kecil ini memiliki tugas sesuai program yang telah disusun. Tugas tim survei adalah melakukan pengumpulan data terkait pengelolaan UMKM yang ada di Kelurahan dimana data yang telah terkumpul akan direkap dan dianalisa permasalahannya oleh tim analisa.

Setelah tim analisa menarik kesimpulan atas permasalahan pengelolaan yang dihadapi UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal adalah pengelolaan usaha adalah pengelolaan usaha yang masih memakai cara pemasaran yang lama, belum menginjak ke sistem pemasaran yang baru, lebih

modern, dan lebih cepat jangkauan pemasarannya seperti marketplace, web atau blog, email marketing, dan sosial media. Berdasarkan permasalahan diatas maka tim memutuskan untuk melakukan Peningkatan Pangsa Pasar Kelompok UMKM Melalui Penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini dimulai dari pengambilan keputusan mengenai materi pelatihan sesuai dengan permasalahan yang ada di UMKM yaitu kurangnya pengertian mengenai cara pemasaran yang efektif yaitu pemasaran yang lebih modern dan luas jangkauannya. Sehingga tim memutuskan mengungkap materi Peningkatan Pangsa Pasar Kelompok UMKM Melalui Penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal yang berdasarkan teor, dimana dalam teori tersebut diajarkan metode-metode pemasaran yang handal dan modern yang kami rasa akan sedikit sulit diterima oleh masyarakat yang mayoritas berusia paruh baya seperti yang ada di desa Rungkut Menanggal ini, sehingga kami mengolah teori tersebut menjadi metode pemasaran yang ringkas dan mudah dipahami oleh masyarakat [7]. Tim juga memutuskan akan memberikan bantuan kepada pihak mitra berupa stiker produk, kemasan produk, penyebaran brosur, dan pembuatan web atau blog sehingga membantu produknya lebih cepat terjual sehingga penjualannya bertambah.

3. Tahap Implementasi

Pada tahap ini tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan sosialisasi kepada mitra dengan tujuan memperkenalkan metode pemasaran yang modern yaitu dengan memperkenalkan *marketplace*, web atau blog, email *marketing*, dan sosial media yang dalam pelatihan ini yaitu Instagram, serta bagaimana *me-manage* produk pemasaran *offline* agar dikenal oleh masyarakat luas. Kemudian tim juga melakukan sosialisasi kepada karang taruna dengan tujuan agar mereka dapat melanjutkan sistem pemasaran yang sudah dibuat sebagai bentuk keberlanjutan program dari program yang sudah dibuat. Diharapkan program yang sudah dibuat tidak berhenti sampai program pengabdian kepada masyarakat selesai saja



Gambar 6. Pengenalan Produk

namun harapannya program tersebut dapat berlanjut dan juga dapat berkembang dengan penambahan mitra baru.

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap terakhir, dimana tim mengukur tingkat pemahaman Karang Taruna dan pemilik UMKM terhadap pelatihan yang telah diberikan oleh tim. Dalam hal ini tim juga masih memantau jalannya proses pemasaran apakah terjadi perubahan misalnya terjadi kenaikan penjualan atau tidak ada perubahan sama sekali dan apabila terjadi kendala dalam proses pemasaran tersebut sebagai tindakan keberlanjutan, nantinya kelompok karang taruna yang sudah mendapat pelatihan akan menghubungi tim untuk mencari solusi bersama.



Gambar 7. Sosialisasi pada Karang Taruna

V. ULASAN KARYA

Keunggulan pemasaran dengan metode *online* dan *offline* adalah tercapainya jangkauan pemasaran yang lebih luas, cepatnya pengenalan produk kepada sosial media, dan tercapainya kuantitas penjualan yang diinginkan. Sedangkan kelemahannya adalah

pemilih UMKM yang telah paruhbaya tidak begitu paham teknologi yang sedang berkembang dikalangan masyarakat oleh sebab itu tim pengabdian memerlukan kelompok karang taruna untuk membantu pihak UMKM dalam mengelola penjualan di dalam *marketplace*-nya.

VI. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan interpretasi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk KKN yang berjudul Peningkatan Pangsa Pasar Kelompok UMKM Melalui Penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal yang dilaksanakan melalui pelatihan tentang metode pemasaran yang online dan offline ini serta pemberian bantuan sarana produksi dan pemasaran seperti stiker dan kemasan produksi, serta penyebaran brosur terbukti mampu mengatasi permasalahan yang terjadi, disamping itu juga mampu meningkatkan stabilitas UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal.

VII. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak serta manfaat dari implementasi kegiatan peningkatan pangsa pasar kelompok UMKM melalui penjualan *Online* dan *Offline* di Kelurahan Rungkut Menanggal yaitu setelah masyarakat menjalankan program tersebut meskipun usia rata-rata sudah paruh baya tetapi mampu menjalankan kegiatan usaha, mampu mengambil peluang dalam *marketplace* yang telah dibuat, dan mampu bersaing dengan sesama UMKM lain yang menggunakan pemasaran online. Untuk menangani UMKM supaya berkelanjutan diperlukan keterlibatan berbagai pihak antara lain dinas koperasi dan UMKM Kota Surabaya, perlu adanya peningkatan perhatian kepada pemilik UMKM khususnya usia tua dibagian wilayah kelurahan untuk lebih diperhatikan dengan pendekatan masyarakat akan pelatihan-pelatihan pengelolaan usaha terhadap pemilik UMKM guna mengembangkan usahanya agar menjadi lebih baik.

VIII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Undang-Undang Republik Indonesia. 2008. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemerintah Pusat. Jakarta. 20 Halaman.
- [2] Utama, A.A.G.S dan Pratama, D. 2019. Pengabdian Masyarakat Desa Taman Sari: Optimalisasi Kinerja UMKM melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana. In Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian LPPM Universitas PGRI Madiun. Madiun. ISBN: 2549-7936. Halaman 357-360.
- [3] Harto, D., Pratiwi, S.R., Utomo, M.N., dan Rahmawati, M. 2019. Penerapan Internet Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1): 39-45.
- [4] Purwana, D., Rahmi, R., dan Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1):1-17.
- [5] Nursari, S.R.C dan Immanuel, Y. 2017. Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(2):107-116.
- [6] Evasari, A.D., Utomo, Y.B., dan Ambarwati, D. 2019. Pelatihan dan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Pemasaran Produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2):75-84.
- [7] Wardhana, A. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV*. Bandung. ISBN: 978-602-17225-4-1. Halaman 327-337.
- [8] Kurniawati, E., Santoso, A., dan Widowati, S.Y. 2019. Pelatihan Pemasaran Online bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI". *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2):132-138.

- [9] Rahmawati, K. 2021. Pelatihan Penjualan online Menggunakan Marketplace pada UKM di Bantul. *Dharma LPPM*, 2(1):79-85.
- [10] Santoso, T. 2011. *Marketing Strategy*. Oryza. Yogyakarta.

IX. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang terlibat dan paling berperan dalam membantu kelancaran kegiatan dan keberhasilan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, disampaikan kepada Ibu Lurah beserta jajaran Kelurahan Rungkut Menanggal Surabaya, para tokoh masyarakat serta semua masyarakat. Terimakasih yang tak terhingga disampaikan kepada Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya, ketua LPPM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dekan Fakultas Teknik, dan Dekan Fakultas Hukum serta para mahasiswa yang terlibat dalam keberhasilan program ini antara lain Indah Yulianingrum, Yohana Selvi, Pita Noviantika, Mega Cahya Agustin, Amelisyia Variela Sevita, Ranita Permatasari, Anisah Firdausi Rachmani, Ovinita Viona S, Masyuni Ramadhan, Basukarno Whinno, dan Muhammad Refaldi Islamudin.

