



**PENINGKATAN PRODUK UMKM SEBAGAI BENTUK STRATEGI
PEMULIHAN EKONOMI MASYARAKAT PASCA PANDEMI
MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK
DAN DIGITAL MARKETING.
(UMKM “JURAGAN LELE” dan UMKM “NASI KUCING”)**

**Bagus Hari Sugiharto^{1*}; Muhammad Buyung Saputra²;
Ahmad Dwiky Ali Hakim³; Mochamad Saiful Rizal⁴; Moh Nurus Shobah⁵;
Muhammad Nasi Khudin⁶; Tsania Al Adawiyah⁷**

Institut Teknologi Dan Bisnis Yadika Pasuruan

E-mail: lalusaparwadi@gmail.com^{1*}

Article History:

Received: 12 April 2023

Revised: 02 Mei 2023

Accepted: 20 Juni 2023

Keywords: Deflation, covid-19 virus

Abstract: Based on data from the Central Statistics Agency (BPS), Indonesia will experience a contraction in economic growth in 2020. This will cause the economy to experience deflation or a drastic decline because economic development in Indonesia has an unstable movement. The changes that have taken place are due to the COVID-19 pandemic. The Indonesian government issued a policy to reduce the spread of the Covid-19 virus. However, this policy led to a reduction in household consumption. Uncontrolled consumption in Indonesia causes the economy to decline, for this reason the government issues policies to restore the economy, the government implements policies and builds cooperation with the community or MSME business actors as the main role in the movement of Indonesia's economic recovery and encourages acceleration of economic effectiveness in each region. (Nainggolan, n.d.)

Abstrak : Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS), Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. Hal ini menyebabkan perekonomian mengalami deflasi atau penurunan drastis karena perkembangan ekonomi di Indonesia mempunyai pergerakan yang kurang stabil. Perubahan yang terjadi dipengaruhi adanya pandemi covid-19. Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan guna mengurangi penyebaran virus covid-19. Namun kebijakan tersebut menyebabkan berkurangnya jumlah konsumsi rumah tangga. Konsumsi di Indonesia yang tidak terkendali menyebabkan perekonomian mengalami penurunan, untuk itu pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk memulihkan perekonomian, pemerintah melaksanakan kebijakan dan membangun kerjasama dengan masyarakat ataupun pelaku usaha UMKM sebagai peran utama pada pergerakan pemulihan ekonomi Indonesia dan mendorong percepatan efektivitas ekonomi di setiap daerah. (Nainggolan, n.d.)

Kata Kunci: Deflasi, virus covid-19

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS), Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. Hal ini menyebabkan perekonomian mengalami deflasi atau penurunan drastis karena perkembangan ekonomi di Indonesia mempunyai

pergerakan yang kurang stabil. Perubahan yang terjadi dipengaruhi adanya pandemi covid-19.

Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan guna mengurangi penyebaran virus covid-19. Namun kebijakan tersebut menyebabkan berkurangnya jumlah konsumsi rumah tangga. Konsumsi di Indonesia yang tidak terkendali menyebabkan perekonomian mengalami penurunan, untuk itu pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk memulihkan perekonomian, pemerintah melaksanakan kebijakan dan membangun kerjasama dengan masyarakat ataupun pelaku usaha UMKM sebagai peran utama pada pergerakan pemulihan ekonomi Indonesia dan mendorong percepatan efektivitas ekonomi di setiap daerah. (Nainggolan, n.d.)

Masyarakat dan pelaku usaha memiliki peran strategis dalam pergerakan pemulihan ekonomi. Pemerintah memberikan kemudahan dalam kebijakan fiskal maupun kebijakan moneter. Kedua kebijakan tersebut di apresiasi dan disambut dengan positif oleh masyarakat oleh pelaku usaha UMKM dan di Indonesia inovasi lebih banyak dimainkan oleh usaha mikro, kecil, menengah. Terutama pada pangan fungsional dengan bahan aktif yang berasal dari bahan baku lokal serta keanekaragaman hayati yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

Dan sasaran utama suatu inovasi produk adalah untuk memberikan manfaat bagi konsumen, penerimaan maupun penolakan suatu inovasi ditentukan oleh sejauh manfaat yang diterima konsumen.

Inovasi merupakan faktor kunci yang memungkinkan perusahaan untuk merespon kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saingnya. Inovasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan agar kinerja bisnisnya tetap terjaga. Inovasi dikelompokkan menjadi beberapa kategori yaitu inovasi produk, proses, pemasaran dan organisasi (OECD, 2005). Di industri pangan khususnya produsen pangan fungsional, inovasi produk merupakan jenis inovasi yang sangat menentukan kesuksesan perusahaan (Prihadyanti & Sari, 2020)

Maka para pelaku usaha tersebut melakukan upaya agar bisa melanjutkan program dari pemerintah tersebut yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan menjaga keberlangsungan usahanya dengan banyak melakukan suatu inovasi di setiap bidang usaha yang di jalani setiap pelaku usaha tersebut guna menstabilkan harga dan menjadi poros penggerak yang mampu memperbaiki deflasi yang sedang terjadi di Indonesia dan di era 4.0 ini sedang banyak-banyaknya sistem penjualan online yang menjadi patokan di setiap sektor usaha, oleh karena itu setiap pelaku usaha harus menyesuaikan agar bisa bertahan dan bersaing.

Perkembangan teknologi telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari face to face menjadi screen to face. Hal ini yang menyebabkan peningkatan pengguna

internet serta pengguna media sosial di Indonesia yang berdampak pada peningkatan minat berbelanja secara online.

Dengan peningkatan minat customer untuk berbelanja secara online ini, digital marketing mempunyai potensi yang sangat besar dan memiliki dampak sangat signifikan terhadap para pelaku UMKM.

Umkm “Juragan Lele” dan Umkm “Mina Terbang” adalah dua pelaku UMKM yang akan menjadi objek dalam pelaksanaan kegiatan Diversifikasi Produk dan Digital Marketing. Umkm “Juragan Lele” hanya fokus pada bagaimana mengembangkan benih lele menjadi lele siap konsumsi, tidak ada inovasi produk lain dari hasil panen yang dihasilkan. Sedangkan Umkm “Mina Terbang” menjual nasi bungkus dengan porsi minimalis, kemudian dititipkan (konsinyasi) ke warung – warung kaki lima atau warung – warung tongkrongan orang – orang kelas menengah kebawah.

Pelaksanaan kegiatan Diversifikasi Produk dan Digital Marketing diharapkan bisa menambah nilai lebih kepada pelaku Umkm agar bisa bangkit dari keterpurukan musibah Pandemi covid 19 dan menambah nilai daya saing tersendiri dalam hal varian produk olahan dan strategi penjualan / promosi.

B. FOKUS KEGIATAN

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, beberapa pengembangan harus dilakukan agar menunjang keberhasilan program Diversifikasi Produk dan Digital Marketing. Adapun fokus kegiatan Pelaksanaan Diversifikasi Produk dan Digital Marketing Umkm “Juragan Lele” dan Umkm “Mina Terbang” adalah sebagai berikut :

1. Diversifikasi pembibitan , pemijahan dan pembesaran Ikan lele.

Beberapa pembenahan perlu dilakukan, khususnya pada proses ternak, karena ada beberapa proses ternak dan bahan / tempat yang digunakan, menjadi penghambat dalam pelaksanaan diversifikasi produk, beberapa pengembangan yang harus dilakukan adalah sbb :

- Pembuatan waduk/tandon air
- Pemijahan bibit ikan lele
- Pemberian antibiotik alami dan penggunaan bakteri psb

2. Diversifikasi penambahan varian lauk pada Produk nasi bungkus.

Karena sebelumnya Nasi bungkus yang disuguhkan cuman ada 1 lauk, maka akan ditambahkan varian lauk lain, dengan mengkolaborasikan hasil produk olahan dari UMKM “Juragan Lele”

3. Diversifikasi olahan produk ikan lele

Pembuatan kerupuk Lele, Rengginang Lele

4. Digital Marketing dan Promosi

- Pebaruan identitas usaha UMKM berupa banner.
- Pemasaran melalui sosial media
- Pembaruan label kemasan produk
- Pembaruan kemasan produk
- Pengembangan transaksi penjualan di market place (GoFood).

Bab II

Gambaran Lokasi dan Profil UMKM

A. Profil UMKM "Juragan Lele"

Usaha budidaya ikan lele ini milik bapak "Fathur" merupakan salah satu usaha budidaya ikan lele konsumsi yang ada di Dusun babat, Desa Randu Pitu, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan.



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 1. Lokasi Kolam Ikan Lele

B. Sejarah Usaha

Awal mula memulai usaha budidaya ikan lele konsumsi bapak "Fathur" dilakukan pada tahun 2018 dengan alasan memanfaatkan lahan yang kosong dan lama sudah tidak terpakai, selain itu lokasi lahan yang cukup strategis untuk budidaya ikan karna tempat irigasi airnya yang bagus dan posisi kolam terasering.

Diawal budidaya memakai kolam terpal sebanyak 2 kolam, melihat perkembangan yang bagus dan selama proses pembesaran ikan lele tersebut tidak ada komplain dari warga setempat dikarenakan lokasi kolam yang jauh dari rumah warga, sehingga tidak mengganggu aktivitas warga setempat. Selanjutnya permintaan juga berjalan dengan stabil kemudian mulai berkembang menjadi 3 kolam tanah dan terus berkembang hingga saat ini menjadi 6 kolam secara keseluruhan.

C. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Proses pada sirkulasi air terlalu memakan banyak biaya
- 2) Masih mengandalkan pembelian pada benih ikan lele dan kurangnya pemanfaatan pada indukan yang unggul.
- 3) Cuaca yang berubah-ubah dapat menggagu kestabilan Ph air dan dapat menyebabkan terjadinya penyakit aeromonas , sirip merah
- 4) Belum adanya logo pada UMKM “ JURAGAN LELE”
- 5) Dari segi inovasi produk baru yang diciptakan perlu adanya penyelesaian bahan komponen produk sehingga terciptanya rasa yang pas dilidah dan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat umum.
- 6) Untuk proses pemasarannya harus yang tepat dan konsisten untuk mengenalkan pada masyarakat umum agar mudah dikenal.

D. Profil UMKM “Mina Terbang”



Gambar 1 : Lokasi UMKM “Mina Terbang”

UMKM "Mina Terbang ini terletak di kediaman Ibu Indayati Jalan Widuri No 282 Desa Tambakan, Kec. Bangil, Kab. Pasuruan, Prov. Jawa Timur.

E. SEJARAH UMKM

Mina Terbang merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner (Nasi Kucing) . Usaha ini didirikan pada tahun 2013 oleh Ibu Indayati yang berlokasi di Jalan Widuri No 282 Desa Tambakan, Kec. Bangil, Kab. Pasuruan, Prov. Jawa Timur.

Usaha nasi kucing ini berawal dari ibu indayati yang melihat peluang saat banyak karyawan pabrik yang masuk kerja di pagi hari belum sempat makan, dari sini ibu indayati mencoba untuk memberikan solusi untuk para karyawan pabrik tadi untuk makan nasi kucing yang simpel, praktis, dan tentunya penyajiannya yang cepat. Maka dari itu, dengan teakd yang kuat serta ada peluang yang mendukung, Ibu Indayati memutuskan untuk membuka usaha nasi kucing di tempat tinggalnya saat ini.

F. JENIS USAHA

Nasi Kucing merupakan penyajian nasi dengan porsi kecil. Lauk pada nasi kucing ini beragam sesuai menu yang disediakan, dan tentunya menu yang disajikan sangat praktis. Nasi kucing ini sangat ditujukan ke buruh pabrik dan para pelajar untuk bekal makan pagi mereka.

G. IDENTIFIKASI MASALAH

Setelah melakukan observasi lokasi UMKM "Mina Terbang", kami menemukan beberapa permasalahan yang terjadi di UMKM. Objek permasalahan tersebut dianalisis dan dipilih sesuai kemampuan serta kebutuhan pemilik UMKM. Identifikasi masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut :

1. LABEL KEMASAN

Pemilihan warna yang digunakan kurang menarik dan Label kemasan juga kurang memuat informasi produk.

2. KEMASAN PRODUK

Kemasan yang digunakan menggunakan kertas minyak serta kertas koran sehingga untuk keamanan isi produk kurang terjaga.

3. IDENTITAS TEMPAT

Tidak adanya identitas di tempat produksi. Banner ini sangat penting dimiliki oleh pelaku UMKM sebagai identitas usahanya, namun UMKM Mina Terbang belum memiliki identitas usaha.

4. MARKET PLACE

Pelaku UMKM Mina Terbang belum terdaftar di market place GoFood.

5. GOOGLE MAPS

Pelaku UMKM Mina Terbang belum memiliki informasi mengenai lokasi usaha di Google Maps.

6. DIVERSIFIKASI PRODUK

Menu yang disediakan pelaku UMKM Mina Terbang masih dalam 1 jenis lauk saja.

Bab III

Landasan Teori

A. PENGERTIAN UMKM

Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.(Yuli Rahmini Suci, 2008)

B. PENGERTIAN DIGITAL MARKETING

Digital Marketing merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media online seperti website dan marketplace agar bisa menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan lebih luas dan cepat. Secara sederhana digital marketing merupakan sebuah istilah yang mencoba mendeskripsikan jasa pemasaran terintegrasi yang digunakan untuk menarik perhatian dan melibatkan konsumen secara online (Rubiyanti et al., 2020).

C. PENGERTIAN DIVERSIFIKASI PRODUK

Menurut Tjiptono (2008 : 132), pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

Menurut Ismanthono (2006:65), diversifikasi produk adalah upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada.

Sedangkan menurut Assauri (2007:198), diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar- pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam macam produk yang diproduksi perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan suatu kebijakan dalam strategi perusahaan untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen melalui penganekaragaman produk dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas dengan jalan menciptakan produk atau jasa baru tanpa bergantung pada satu jenis produknya saja. Produk yang beranekaragam akan membuat konsumen percaya bahwa berbagai kebutuhannya dapat terpenuhi oleh pengusaha itu. Semakin beragam produk yang ditawarkan kepada konsumen, semakin besar ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. (Hermawan, 2015)

D. PENGERTIAN DAYA SAING

Salah satu faktor penting yang membuat suatu perusahaan unggul di dalam pasar adalah kemampuannya menciptakan daya saing terhadap kompetitornya. Porter (1985) mengemukakan bahwa suatu unit usaha disebut memiliki daya saing jika unit usaha tersebut memiliki kemampuan menunjukkan kinerja yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitornya. Anantan dan Lena Ellitan (2007) menjelaskan daya saing

perusahaan sebagai kemampuan suatu unit usaha untuk memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Porter (2000) mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan atau keunggulan yang digunakan untuk bersaing di pasar tertentu. Daya saing tercipta melalui pengembangan yang berkesinambungan di semua lini organisasi, terutama di sektor produksi. (Simamora et al., 2020)

E. PENGERTIAN PASAR MODERN

Pasar modern adalah pasar yang dikelola oleh manajemen modern pada umumnya di sebuah perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Di pasar modern, pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi secara langsung, tetapi pembeli melihat label harga (barcode) yang tertera pada barang, dan di dalam gedung, mereka melakukannya secara mandiri (swalayan) atau memberikan layanan oleh staf penjualan. (Studi et al., 2022)

Pemasaran online merupakan pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik. Pemasaran internet atau pemasaran berbasis internet bisa diartikan sebagai penggunaan internet dan teknologi digital yang berhubungan untuk mencapai tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern. Teknologi ini termasuk media sosial. Pemasaran media sosial adalah strategi, teknik atau proses mendapatkan trafik (pengunjung) website atau perhatian melalui situs media sosial. (Adityasari, n.d.)

Bab IV

Pembahasan

UMKM “Juragan LELE”

A. Target perencanaan kegiatan

Untuk memajukan UMKM dalam segi ekonomi sesuai covid-19 dengan melakukan inovasi untuk memaksimalkan hasil pada kolam pembesaran ikan lele tersebut, dan melakukan sosialisai untuk melakukan pemijahan sendiri yang bertujuan untuk memanfaatkan ikan yang tidak masuk pada permintaan pasar dan melakukan konsinyasi untuk pemasaran produk baru yang berupa rengginang lele dan krupuk lele.

B. Identifikasi masalah

Tabel 1. Identifikasi Masalah

NO.	IDENTIFIKASI MASALAH	SOLUSI
1.	Memerlukan banyak biaya dan juga estimasi waktu untuk proses penambahan air dan pergantian air pada kolam.	Dengan membuat penampungan air atau tandon air sehingga tidak terlalu memerlukan biaya untuk pembelian bahan bakar diesel.
2.	Umur ikan lele untuk indukan yang belum matang mengakibatkan bibit yang dihasilkan mudah terserang penyakit.	Memastikan umur indukan sudah memasuki masa produktif dan juga pemberian bakteri PSB untuk penguraian amoniak pada bibit lele yang ada didasar kolam.
3.	Komposisi bahan pada pembuatan krupuk ikan masih belum pas	Terus mencoba memadukan komposisi bahan sampai dirasa pas.
4.	Kurangnya pemasaran pada penjualan online	Dengan melakukan banyakn promosi di sosial media dan juga melakukan konsinyasi.

Sumber : Dokumentasi penulis

C. Pelaksanaan Kegiatan

1. Tandon/Waduk Air



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 2. Area tandon waduk yang belum dibersihkan

Area kosong yang berada di bagian paling atas di lahan yang di bagian bawahnya terdapat 6 petak kolam.



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 3. Proses pembersihan area yang akan di buat tandon air

Proses pembersihan lahan untuk di jadikan tandon air dengan menggunakan parang yang di lakukan anggota kelompok.



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 4. Proses penggalian tandon air

Proses penggalian tandon air yang membutuhkan waktu penggalian sekitar 1 minggu dengan 3 jam penggalian perharinya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 5. Kolam tandon baru

Kondisi kolam tandon yang baru selesai dengan ukuran 4x5 m dengan kedalaman 1 meter. Pada hari pertama tanggal 4 juli kami melakukan pemetaan aliran irigasi guna melihat jalur air yang bisa digunakan untuk irigasi ke kolam ikan lele , kami memulai kegiatan setelah melakukan pemberian pakan untuk semua ikan lele pada pukul 09.00 kami melakukan pembersian lahan untuk tempat pembuatan dengan ukuran 4x5 meter setelah selesai melakukan pembersihan lahan kami memulai penggalian tanah 3 orang melakukan penggalian tanah yang 1 orang memasukan tanah bekas galian ke wadah karung bekas guna untuk membuat pembatas pada kolam , dihari pertama ini kami dapat $\frac{1}{2}$ meter .

Dan untuk hari kedua kami selalu menyiapkan pakan untuk ikan lele dan segala peralatan yang di butuh kan untuk melanjutkan penggalian tanah untuk tandon air , di hari kedua ini kami menyelesaikan 1 meter untuk panjang kolam dengan kedalaman $\frac{1}{2}$ meter , dan di hari selanjutnya kami menyelesaikan pembuatan tandon di hari ketujuh dengan panjang 4x5 meter dengan kedalaman 1 meter untuk mengairi kolam dengan system sirkulasi .

untuk lokasi tandon air ini berada di atas dari kolam pembesaran ikan lele yang berjumlah 6 petak kolam yang ber ukuran 4x5 m . dan posisi tandon air atas yang ber terassering ini berperan aktif untuk menjaga sirkulasi air selama proses pembesaran dikarenakan pakan aiternatif biasanya banyak mengandung minyak yang bisa mengakibatkan penyakit pada ikan lele terlebih lagi untuk bibit pasca tebar yang sangat sensitif terhadap penyakit .

Irigasi tetes adalah teknik yang paling cocok untuk proses sirkulasi ikan lele ini karena proses penambahan kekurangan air pada tanah yang dilakukan secara terbatas dengan menggunakan tube (wadah) sebagai alat penampung air yang disertai lubang tetes dibawahnya. Air akan keluar secara perlahan lahan dalam bentuk tetesan ketanah yang secara terbatas membasahi tanah. Lubang tetes air dapat diatur sedemikian rupa sehingga air cukup hanya membasahi tanah sekitar perakaran.

Kegunaan dari irigasi tetes :

- 1) Untuk menghemat penggunaan air tanaman
- 2) Mengurangi kehilangan air yang cukup cepat akibat dari penguapan dan infiltrasi
- 3) Membantu memenuhi kebutuhan air tanaman pada awal penanaman sehingga akan meningkatkan pemanfaatan unsur hara tanah oleh tanaman.
- 4) Mengurangi treseting atau mempercepat adaptabilitas bibit sehingga meningkatkan keberhasilan tumbuh tanaman
- 5) Melakukan pemanenan air hujan lewat wadah irigasi tetes secara terbatas sehingga dapat digunakan tanaman

Tabel 2 Jadwal kegiatan

NO	HARI/TANGGAL	JAM	KEGIATAN
1	Senin,04 Juli 2022	08.00 – 09.00	- Pemetaan jalur irigasi
		09.00 – 12.00	- Pembersihan lahan
2	Selasa,05 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air
3	Rabu,06 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air
4	Kamis,07 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air
5	Jum'at,08 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air
6	Sabtu,09 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air
7	Minggu,10 Juli 2022	09.00 – 12.00	- Penggalian tandon irigasi air

Sumber: dokumentasi penulis

2. Pemijahan Lele secara mandiri

Alasan kami melakukan melakukan program kerja pemijahan induk ikan lele secara mandiri beralaskan banyak nya minat daya beli pada ikan lele mulai membaik dengan mulainya wabah covid 19 yang sudah mulai berkurang ini maka dari itu

permintaan bibit bibit lele ini tidak sepadan dengan hasil dari pemijahan yang kadang terkendala oleh cuaca yang menyebabkan banyaknya kematian , oleh karena itu kami melkukan inisiasi bagaimana agar pembudidaya ini tidak memikirkan sulitnya mendapatkan bibit ikan lele yang unggul dengan musim yang panca robah ini .

Kami mengupayakan hasil yang semaksimal mungkin dengan melakukan sesuai tata cara yang sudah kami pelajari adapun cara- cara dan langkahnya sebagai berikut ini:

- 1) Penyiapan kolam induk pemijahan berlangsung dengan ketinggian air sekitar 25-30 cm dan di endapkan semalaman , serta di berikan sirkulasi gemricik air dan pemberian kakaban (alat untuk tempat induk lele menaruh telur yang sudah dibuahi oleh indukan jantan .Proses ini meletakkan kakban ataupun waring untuk tempat ikan lele meletakkan telur yang hasil pemijahan



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 6. Proses penyiapan kolam induk pemijahan

- 2) Pemijahan induk lele yang siap untuk dipijah dengan indicator matang gonad alat kelamin pada ikan lele sudah berwarna merah dan pada sirip bagian atas apabila di pegang akan mekar,Proses pemilihan indukan yang sudai memenuhi kriteria matang untuk dijadikan indukan



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 7. Proses pemilihan indukan

- 3) Dilakukan dengan memasukkan induk ikan lele bersama-sama antara jantan dan betina siap pijah pada bak pemijahan dengan masa estimasi waktu 1x24 jam. Proses

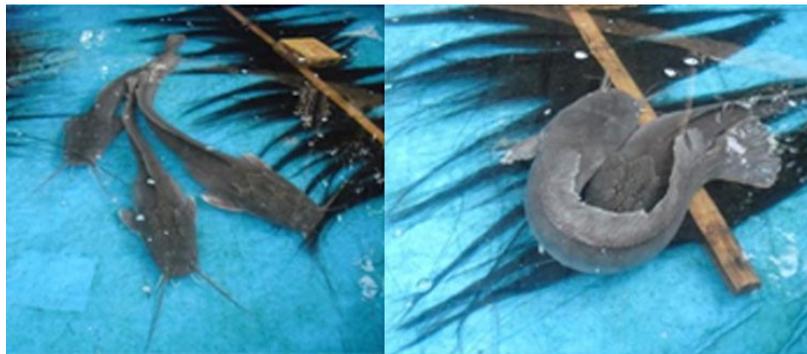
meletakkan indukan yang sudah di pilih sebelumnya untuk di jadikan indukan. Proses meletakkan indukan yang sudah di pilih sebelumnya untuk di jadikan indukan



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 8. Proses pemasukan induk lele

- 4) Langkah selanjutnya adalah mengamati pasangan lele tersebut sampai berpijah di keesokan harinya. Proses ini memerlukan waktu 1x 24 jam agar bisa menghasilkan telur yang di letakkan di kakabanyang sudah di siapkan



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 9. Proses pemijahan berlangsung

- 5) Lele merupakan ikan yang bersifat kanibal, sehingga untuk menghindari induk lele memakan telurnya sendiri, maka kedua induk harus segera dipindahkan setelah memijah ke tempat lain dan telur dibiarkan menetas di tempat tersebut



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 10. Proses pengangkatan indukan

Tabel 3. Jadwal kegiatan

NO	HARI/TANGGAL	JAM	KEGIATAN
1	Jum'at,15 Juli 2022	09.00 - 15.00	- Penyiapan kolam pija dan peletakan induk lele
2	Sabtu,16 Juli 2022	13.00 - 14.00	- Proses pengangkatan indukan
3	Minggu,17 Juli 2022	08.00 - 09.00	- Pengecekan telur hasil pemijahan

Sumber: dokumentasi penulis

3. Pemberian bakteri Fotosistesis (PSB)



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 11. Proses penyebaran bakteri

Di musim yang panca roba ini bisa menyebabkan pada air yang semula normal menjadi lebih dingin dengan adanya perubahan musim ini banyak para pembudidaya ikan lele ini yang merugi dikarenakan bibit pasca tebar mereka banyak yang terserang penyakit seperti sirip merah, aeromonas dan sebagainya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 12. Penyakit sirip merah

Dengan ini kami melakukan upaya agar bisa meminimalisir agar tidak terjadi kematian masal yang disebabkan oleh perubahan ph air dan banyaknya amoniak didalam dasar kolam dengan ini kami menggunakan bakteri PSB dan jus daun pepaya untuk antibiotik alami dan menjadi pengurai amoniak yang bisa menyebabkan kematian masal.

Adapun cara aplikasinya adalah dengan melarutkan PSB sebanyak 10-15 mL ke dalam 2 liter air bersih dan disemprotkan pada daun, batang serta tanah di sekitar tanaman atau dapat juga diaplikasikan dengan cara mengencerkan larutan dengan perbandingan 1:20 L, yang artinya 1 Liter larutan ditambahkan dengan 20 Liter, pemakaian pada siang hari karena bakteri ini aktif pada siang hari.



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 13. Air setelah penggunaan bakteri PSB

Air yang baik untuk pembesaran ikan lele yang mempunyai warna hijau agak kecoklatan setelah menggunakan bakteri PSB dan jus daun pepaya.

Tabel 4. Jadwal kegiatan

NO	HARI/TANGGAL	JAM	KEGIATAN
1	Minggu,17 Juli 2022	09.00 – 10.00	- pemberian pakan - pengecekan telur hasil pemijahan dan pemberian pertama bakteri fotosintesis (PSB)
2	Kamis,04 Agustus 2022	09.00 – 10.00	- pemberian bakteri fotosintesis (PSB) yang kedua

Sumber: dokumentasi penulis

4. Pembuatan Inovasi Produk Baru



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 14. Inovasi produk baru

Untuk program kerja kami yang ke 4 kami melakukan pembuatan produk inovasi baru yang berupa krupuk ikan lele dan rengginang lele guna menambah perekonomian pemilik usaha perlu adanya menciptakan inovasi – inovasi baru, salah satu strategi yang kami lakukan adalah dengan menciptakan produk baru yang berbahan dasar dari ikan lele yang dijadikan sebagai tambahan bahan krupuk dan rengginang ikan lele yang terkesan baru dimasyarakat

Adapun langkah Langkah pembuatan krupuk lele sebagai berikut :

1. Pembersihan ikan lele

Pembersihan untuk jerohan ikan yang tidak di gunakan untuk produksi



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 15. Pembersihan ikan

2. Melakukan penggilingan tepung beras

Proses penggilingan beras untuk menjadi tepung beras guna untuk menjadi bahan bahan utama untuk pembuatan krupuk ikan lele.



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 16. Penggilingan tepung beras

3. Penyiapan bumbu dan bahan – bahan

Proses penyampuran bumbu dengan cara di blander guna biar meresap pada saat pencampuran dengan bahan bahan lainnya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 17. Proses penghalusan bumbu

4. Proses pengukusan ikan lele

Pengukusan ikan lele yang sudah dibersihkan guna pematangan supaya produk tidak cepat basi.



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 18. Pematangan ikan

5. Pencampuran adonan dan bumbu

Proses dimana pencampuran antara bumbu yang sudah dihaluskan dengan blander dengan bahan bahan pendukung lainnya seperti tepung dan bahan utama yaitu ikan lele



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 19. Pencampuran bumbu kedalam adonan

6. Proses pembuatan

Proses pembuatan krupuk ikan lele dengan cara tradisional yang menggunakan tenaga manusia dengan entuk lingkaran untuk adonan krupuk ikan lele tersebut



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 20. Pembentukan adonan

7. Proses pengeringan



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 21. Pengeringan Rengginang

Proses ini sangat mengandalkan sinar matahari dan proses pengeringan ini tergantung cuaca semisalkan cuaca panas terik biasanya cukup 3 hari untuk masa pengeringan dan begitu sebaliknya jika cuaca mendung ataupun hujan masa estimasi untuk proses pengeringan membutuhkan waktu yang agak lama sekira 4-5 hari

8. Proses packaging

Proses ini Kami lakukan untuk menjaga produk agar tidak melempem saat akan di konsumsi nantinya , kami disini menggunakan mesin sealer plastik yang mempermudah proses tersebut dengan tingkat kerapihan yang baik



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 22. Packaging prodak

9. Proses penitipan pada warung dan toko sembako

Proses kami menitipkan produk krupuk dan rengginang ikan lele ketoko sembako dan warung tempat makan dengan tujuan agar masyarakat mengenali dengan adanya produk baru dengan bahan utama ikan lele dan membeli untuk dijadikan camilan ataupun teman makan .untuk lokasi penitipan produk krupukdan rengginang yang ber ukuran 1kg di desa kedungrejo kec. Jabon – kab. Sidoarjo , dan untuk proses penitipan di warung tempat makan ini terletak di desa oro-oro ombo kec. Rembang – kab. Pasuruan



Sumber : dokumentasi penulis
Gambar 23. Pemasaran secara konsinyasi

Adapun komposisi bahan Perlu adanya penyesuaian rasa yang pas untuk menciptakan produk baru agar bisa diterima dan disukai oleh masyarakat dan bahan bumbunya sebagai berikut :

Tabel 5. Bahan pembuatan produk baru

NO	NAMA BAHAN	KUANTITAS	HARGA
1	Ikan lele	1 kg	Rp. 18.000
2	Tepung beras	3 kg	Rp. 36.000
3	Tepung terigu	½ kg	Rp. 5.000
4	Tepung tapioka	½ kg	Rp. 6.000
5	Bawang Putih	¼ kg	Rp. 6.000
6	Garam	Menyesuaikan	Rp. 2.000

NO	NAMA BAHAN	KUANTITAS	HARGA
7	Penyedap rasa	4 sacet	Rp. 2.000
8	LPG		Rp. 17.000
9	Minyak	1 Liter	Rp. 18.000
TOTAL			Rp. 110.000

Sumber: dokumentasi penulis

Dari satu bahan menghasilkan 3 kg krupuk

Modal awal 110.000 : 3 Kg = 37.000

Dan kami menentukan harga jual sebesar Rp. 45.000/kg

Seperti proses pembuatan krupuk lainnya salah satunya seperti mulai dari penghalusan bumbu, pencampuran bumbu kedalam adonan. adapun beberapa langkah – langkah pembuatan rengginang sebagai berikut :

1. Penghalusan bumbu yang meliputi bawang putih, tepung beras ikan lele, penyedap rasa untuk selanjutnya di cetak dengan manual tradisional menggunakan manusia untuk proses pembuatan rengginang lele



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 24. Penghalusan bumbu

2. Pencampuran bumbu yang sudah di haluskan dengan beras ketan putih untuk selanjutnya di buat menjadi rengginang lele dengan bahan beras ketan , ikan lele , penyedap rasa bawang putih



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 25. Pencampuran bumbu dengan beras ketan

3. Pengukusan ikan lele ini sebagai bahan yang utama agar cita rasa lele yang lebih terasa dengan ini agar mempermudah waktu proses pencampuran dengan bahan- bahan lainnya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 26. Pengukusan ikan lele

4. Proses adonan rengginang di lakukan secara manual tradisonal semuanya kurang lebih proses percetakan adonan ini kuarang lebih 1 jam dengan bahan yang sudah di campur sebesar 3 kg



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 27. Pencetakan rengginang

5. Pengeringan adonan rengginang lele ini memerlukan waktu yang agak sedikit lama sekitar hari agar kering merata dan pada proses penggorengan nantinya mengembang sempurna dan renyah tentunya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 28. Pengeringan rengginang

6. Proses penimbangan rengginang dengan ukuran $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg dengan menggunakan plastik dan mesin sealer untuk pengemasannya



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 29. Penimbangan rengginang

Bahan – bahan pembuatan rengginang

Tabel 6. Bahan pembuatan produk baru

NO	NAMA BAHAN	KUANTITAS	HARGA
1	Ikan lele	1 kg	Rp. 18.000
2	Bawang Putih	1 ons	Rp. 2.000
3	Garam	Menyesuaikan	Rp. 2.000
4	Penyedap rasa	4 sachet	Rp. 2.000
5	LPG		Rp. 17.000
6	Minyak	1 Liter	Rp. 18.000
7	Beras ketan	2 kg	Rp. 42.000
TOTAL			Rp. 101.000

Sumber: dokumentasi penulis

Dari satu bahan menghasilkan 2 kg rengginang

Modal awal $101.000 : 4 = 25.500$

Dan kami menentukan harga jual sebesar Rp. 35.000/ $\frac{1}{2}$ kg

Tabel 7. Pelaksanaan kegiatan

NO	HARI/TANGGAL	JAM	KEGIATAN
1	Senin, 18 Juli 2022	08.00 – 12.00 12.00 – selesai	- Proses pembuatan krupuk ikan lele - Proses penjemuran krupuk ikan lele
2	Minggu, 24 Juli 2022	08.00 – 12.00 12.00 - selesai	- Proses pembuatan rengginang ikan lele - Proses penjemuran rengginang ikan lele
3	Rabu, 03 Agustus 2022	15.00 – 17.00 18.00 - 20.30	- Proses packaging produk - Pemasaran produk secara konsinyasi

Sumber: dokumentasi penulis

Alasan kami menitipkan produk yang berbahan dasar ikan lele ini bertujuan agar masyarakat mengenal akan adanya varian dari ikan lele yang semula ikan lele hanya dijadikan makanan berat seperti pecel lele namun sekarang ada krupuk serta rengginang ikan lele yang cocok untuk camilan ataupun buat teman makan.

Kami menitipkan untuk rengginang dengan kemasan ½ kg dengan harga 35.000 rupiah dan untuk harga krupuk ikan lele ada 2 ukuran 1kg 45.000 rupiah dan untuk ukuran yang ½ kg 23000 rupiah selain itu kami juga menyasar untuk warung tempat makan kami menitipkan untuk teman makan para pembeli dengan harga 1000 rupiah per 1 pack.

5. Pembuatan Logo Produk



Sumber : dokumentasi penulis

Gambar 30. Logo Prodak

Logo dijadikan sebagai branding, karena didalamnya menggambarkan identitas dan karakteristik produk. Logo brand sangat efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, dengan ini maka dengan ini kami menciptakan logo brand produk yang telah dibuat sebagai penguat identitas atau salah satu strategi agar produk bisa dikenal masyarakat. Dan kami membuat logo menggunakan dari aplikasi Canva yang telah tersedia di playstore smartphone dan juga bisa di access secara gratis.

Cara membuat logo dari canva :

- 1) Download aplikasi canva di playstore
- 2) Kemudian buka aplikasi canva
- 3) Pilih desain profesional, telusuri perpustakaan canva yang untuk desain logo, pilih layout logo yang menarik
- 4) Sesuaikan desain logo dengan mengganti identitas nama brand produk dan gambar ikan lele sesuai dengan setiap komponen desain. Seperti mebangganti font, ubah

kombinasi warna serta tambahan teks seperti nama instagram ataupun Nomor Handphone owner dan gambar ikan lele

5) Kemudian save logo

Logo yang kami buat berisikan :

- 1) Gambar ikan lele yang merupakan bahan utama dari produk
- 2) Nama produk yang dibuat meliputi rengginang lele dan krupuk lele
- 3) Juga nama brand dari UMKM yaitu “JURAGAN LELE” karena pemilik kolam ikan lele merupakan orang pertama kali yang mengajak rekan – rekan di Dusun Babat untuk terjun dalam pembesaran ikan lele
- 4) Nomor HP owner untuk membantu pemesanan lebih mudah dan efektif
- 5) Akun instagram dari produk Juragan Lele untuk pemasaran yang lebih luas

Tabel 8. Pelaksanaan kegiatan

NO	HARI & TANGGAL	JAM	KEGIATAN
1.	Selasa, 19 Juli 2022	08.00 – 10.00	- Pembuatan logo produk
		15.00 – 16.00	- Pemberian pakan

Sumber: dokumentasi penulis

D. Faktor Pendorong Pelaksanaan Program Kerja

Faktor pendorong pelaksanaan program kerja dari bapak fatkur selaku pemilik usaha UKM mandiri kolam ikan lele beliau memberikan nasehat, saran dan kritik yang membangun untuk kelompok kami. Dari beliau kami banyak terbantu sejak perencanaan kegiatan dan terlaksananya kegiatan di usaha kolam pembesaran ikan lele, beliau juga mengizinkan usahanya untuk menjadi tempat berlangsungnya kegiatan.

E. Faktor Penghambat

Faktor yang menjadi penghambat :

- 1) Umur ikan lele untuk indukan yang belum matang mengakibatkan bibit yang dihasilkan mudah terserang penyakit.
 - 2) Untuk perawatan bibit ikan lebih sulit terutama pada cuaca yang ekstrim ikan mudah sakit
 - 3) Kurangnya promosi produk.
 - 4) Untuk komposisi pada produk krupuk ikan lele masih belum pas dan proses pembuatan masih dilakukan secara tradisional sehingga ketebalan dari setiap krupuk berbeda.
- UMKM “Mina Terbang”

A. PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam pelaksanaan program pengembangan UMKM mandiri di Warung Mina Terbang ini, penulis memiliki serangkaian kegiatan di antaranya :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini, penulis melakukan beberapa observasi yang akan berguna dalam penyusunan rencana kegiatan dan penganggaran biaya.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Adapun pelaksanaan kegiatan yang penulis lakukan selama kegiatan adalah sebagai berikut.

Tabel 1 : Pelaksanaan Kegiatan

Hari / Tanggal	Waktu	Kegiatan
Senin, 4 Juli 2022	09.00 s/d selesai	Mendiskusikan terkait program kerja kepada UMKM
Selasa, 5 Juli 2022	09.00 s/d selesai	Mengusulkan ide untuk daftar ke <i>market place</i> (<i>GoFood</i>) + melakukan Diversifikasi produk
Rabu, 6 Juli 2022	09.00 s/d selesai	Mendesain banner usaha + cetak
Kamis, 7 Juli 2022	09.00 s/d selesai	Pendaftaran lokasi UMKM di <i>google maps</i>

Dengan jalan menciptakan produk baru tanpa bergantung pada satu jenis produknya saja. Seperti halnya produk yang ada pada UMKM Mina Terbang hanya terdapat satu lauk utama didalam masing – masing menunya seperti nasi sambelan ikan telur dadar dan nasi urap – urap ikan panggang.

Untuk melakukan kegiatan Diversifikasi produk, penulis melakukan survey dahulu terhadap minat dari masyarakat sekitar lokasi usaha. Dari hasil analisa pasar ditemukan satu menu makanan yang sedang hits saat ini, menu tersebut adalah Ayam crispy.

Dari hasil analisa yang ada, penulis memberitahukan kepada Ibu Indah selaku pemilik UMKM Mina Terbang mengenai hasil analisa dan penulis juga memberikan inovasi / masukan terhadap produk baru yang akan dijalankan.

Setelah diskusi dilakukan muncullah produk baru dari UMKM Mina Terbang yaitu Nasi Sambelan Ayam Crispy dan Nasi Ayam Geprek.



Gambar 2 : Diversifikasi produk

a. Pembaruan label produk

Setelah inovasi produk disetujui dan memunculkan produk baru pada UMKM Mina Terbang, maka langkah selanjutnya penulis akan melakukan pembaruan label produk agar bisa digunakan untuk semua menu yang ada di UMKM Mina Terbang.

Sebelum melakukan pembaruan label produk, penulis terlebih dahulu menyiapkan informasi apa saja yang akan ditampilkan pada label produk. Informasi yang ditampilkan pada label menurut BPOM paling sedikit memuat keterangan mengenai, nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa, nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan asal usul bahan Pangan tertentu.

Akan tetapi ketentuan isi label diatas tidak berlaku bagi seluruh pelaku usaha khususnya bagi Perdagangan Pangan yang dibungkus di hadapan pembeli.

Maka dari itu informasi yang terdapat pada label UMKM Mina Terbang nantinya akan memuat minimal nama pihak yang memproduksi, logo usaha, jenis usaha, serta kontak pemesanan.

Untuk desain label, penulis mencantumkan logo beserta nama usaha yang sudah dimiliki dan jenis usaha dengan harapan agar konsumen mudah untuk mengingat *brand* yang dikonsumsinya. Penulis juga menambahkan identitas pelaku UMKM berupa nomor telepon dan mengganti *background* warna menjadi kuning agar lebih menarik.

Label produk lama



Label produk baru



Gambar 3 : Label produk yang lama dan baru

b. Pembaruan kemasan produk

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau kemasan dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Dari segi promosi wadah atau kemasan berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik pembeli. Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya.

Kemasan produk mina terbang sebelumnya menggunakan kertas koran yang direkatkan dengan tali karet sehingga apabila ada pemesanan banyak bentuk produk akan tidak menarik lagi. Menurut informasi dari pemilik UMKM, sudah pernah melakukan pembaruan kemasan menggunakan *Styrofoam*. Akan tetapi pada proses pengiriman banyak produk yang bagian bawah tergecint karena bahan dasar kemasan kurang kuat untuk dilakukan penumpukan pada saat pengiriman pesanan. Dengan hal ini, penulis melakukan pembaruan kemasan produk yang kedua kalinya di UMKM Mina Terbang menjadi *launch box paper* yang memiliki kekuatan dan tampilan yang akan membuat produk lebih menarik dan modern.

Kemasan produk lama



Kemasan produk baru



Gambar 4 : Kemasan produk yang lama dan baru

c. Pembuatan *banner* usaha

Pembuatan *banner* usaha merupakan salah satu cara untuk mengenalkan tempat usaha Mina Terbang ke masyarakat. Selain untuk mengenalkan, *banner* ini juga bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna melakukan pendaftaran ke *market place*.

Untuk memenuhi kebutuhan guna pembuatan *banner* usaha, penulis menyiapkan *template* informasi apa saja yang akan ditampilkan pada *banner* usaha. Informasi yang akan ditampilkan pada *banner* usaha diantaranya, nama pihak yang memproduksi, logo usaha, jenis usaha, kontak pemesanan, foto produk yang ada, serta keterangan waktu buka usaha.

Setelah menyelesaikan *template* informasi usaha dan materi *design* terkumpul, penulis mulai membuat *design banner* usaha dengan menggunakan aplikasi Canva. Setelah *design* telah selesai dibuat, penulis menyerahkan *design* tersebut kepada Ibu Indah selaku pemilik UMKM Mina Terbang untuk dilakukan revisi. Setelah *design* tidak ada lagi revisi, selanjutnya *design* tersebut diserahkan kepada Ibu Indah untuk dilakukan proses cetak.



Gambar 5 : Pembuatan desain banner usaha

d. Pengembangan transaksi penjualan pada UMKM Mina Terbang di *market place* (*GoFood*)

Market place merupakan suatu *platform* dimana kegiatan transaksi jual beli produk dilakukan secara online antara seorang penjual dengan pembeli, dan *market place* juga memiliki fungsi sebagai sarana pendistribusian produk di era *modern* saat ini sekaligus sebagai media promosi untuk mencakup calon konsumen yang lebih luas lagi.

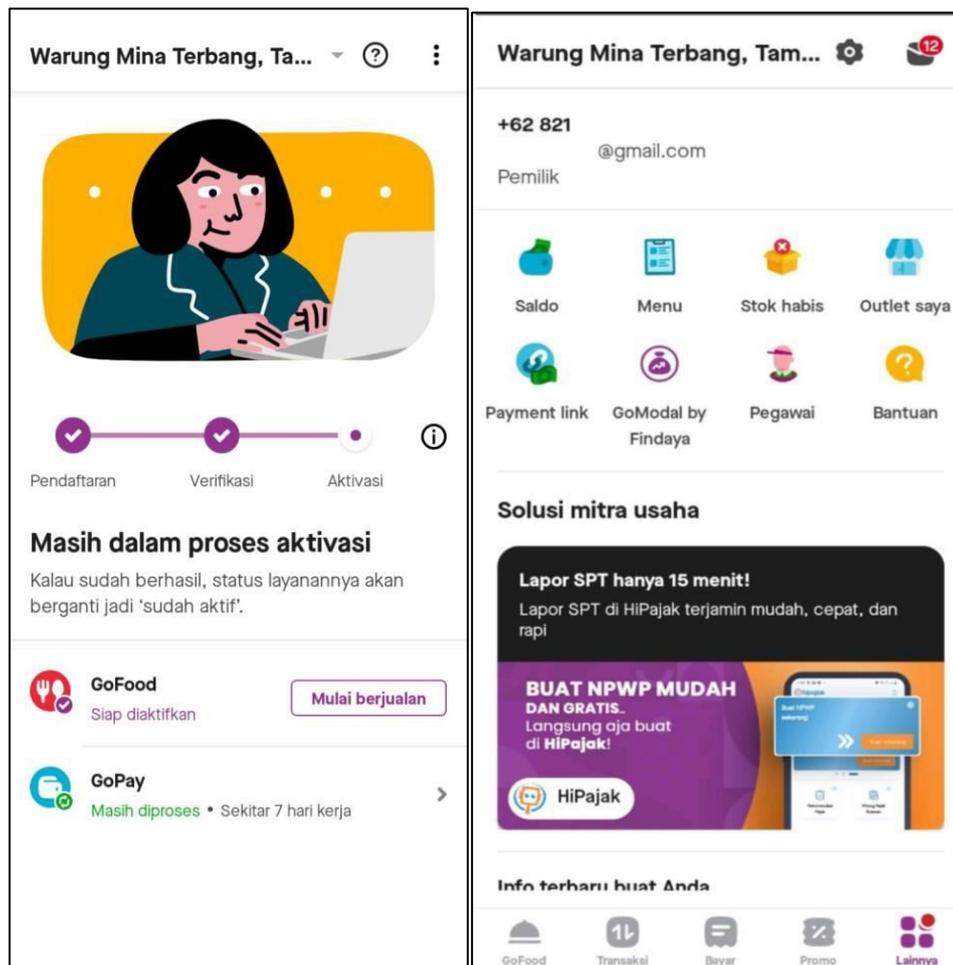
Dengan sistem pemasaran pada UMKM Mina Terbang yang masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan cara menitipkan hasil produknya di warung – warung dekat lokasi produksi.

Oleh karena itu, pendaftaran usaha pada UMKM Mina Terbang di market place merupakan salah satu langkah untuk mengembangkan usaha melalui digital marketing. *Market place* yang penulis gunakan di sini yaitu aplikasi layanan pesan antar "GoFood".

Sebelum melakukan pendaftaran, penulis terlebih dahulu melakukan persiapan, diantaranya menyiapkan identitas pelaku UMKM, tanda tempat produksi bisa berupa *banner*, donwload aplikasi *GoBiz*, foto produk, jam operasional, harga jual produk setelah pajak.

Setelah persiapan sudah lengkap, selanjutnya penulis melakukan pendaftaran di *GoFood* melalui aplikasi *GoBiz*. kemudian setelah melakukan pendaftaran tahap pertama, selanjutnya akan dilakukan verifikasi data usaha oleh pihak *GoFood* kurang lebih waktu yang di perlukan untuk verifikasi adalah 2 hari. Setelah disetujui oleh pihak *GoFood* penulis bisa melanjutkan untuk melengkapi data yang kurang, seperti mencantumkan foto, harga jual, serta deskripsi menu yang disediakan.

Setelah melengkapi semua data pelaku UMKM Mina Terbang sudah bisa malakukan transaksi penjualan melalui layanan pesan antar *GoFood*.



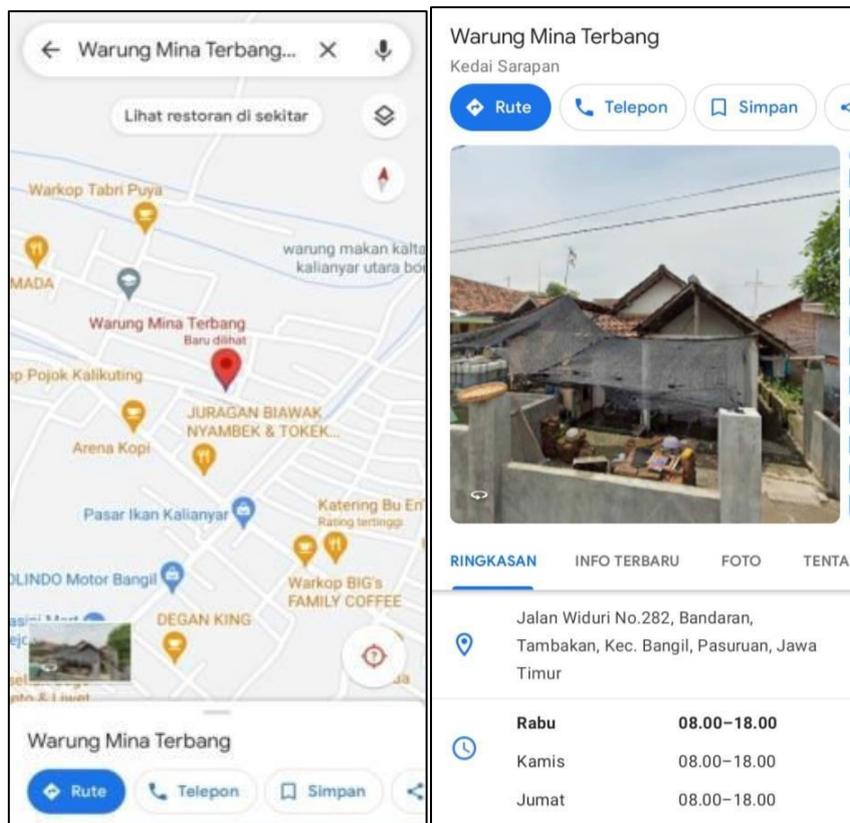
Gambar 6 : Pendaftaran pada market place GoFood

e. Mencantumkan informasi lokasi usaha di *Google Maps*

Google maps merupakan aplikasi yang menyediakan peta atau rute perjalanan yang akan kita tuju. Salah satu tujuan mencantumkan informasi lokasi di google maps adalah untuk memudahkan calon konsumen datang ke tempat usaha UMKM Mina Terbang.

Informasi yang dicantumkan diantaranya letak usaha, jam operasional usaha, kontak pelaku UMKM, serta foto lokasi usaha. Setelah informasi yang akan dicantumkan telah lengkap, barulah penulis mencantumkan informasi tadi di *google maps*.

Setelah semua informasi sudah dicantumkan, sekarang lokasi sudah ada di google maps.



Gambar 7 : Mencantumkan lokasi usaha di *Google Maps*

B. Faktor Pendukung Pelaksanaan Kegiatan

Terdapat beberapa faktor yang mendukung keberhasilan pelaksanaan program kerja UMKM mandiri di antaranya yaitu :

1. Adanya kerja sama yang baik antara pelaku UMKM dengan tim lapangan,
2. Pelaku UMKM memberikan dukungan penuh atas program yang penulis ajukan,
3. Adanya kemauan pelaku UMKM untuk berkembang dan belajar mengenai hal baru, seperti melakukan pemasaran melalui *market place*

C. Faktor Penghambat Pelaksanaan Kegiatan

Selain faktor pendukung, terdapat beberapa faktor yang menghambat kelancaran program kerja penulis, diantaranya :

1. Kurangnya wawasan pelaku UMKM mengenai penggunaan *market place* sebagai media promosi,
2. Adanya keraguan dari pelaku UMKM terkait pembaharuan desain stiker label dikarenakan konsumen sudah mengenal label yang lama.

DAFTAR PUSTAKA

(n.d).