



Workshop Strategi Komunikasi Bisnis (Kombis) Produk UMKM Melalui Pemasaran Online Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo

**Hardman Budiardjo^{1*}, Darwin Yuwono Riyanto², Henry Bambang Setyawan³,
Martinus Sony Erstiawan⁴, Tjandrarini⁵**

^{1,2}Program Studi S1 Desain Produk, Universitas Dinamika

³Program Studi S1 Sistem Informasi, Universitas Dinamika

⁴Program Studi S1 Manajemen, Universitas Dinamika

⁵Program Studi D3 Sistem Informasi, Universitas Dinamika

hardman@dinamika.ac.id*

Article History:

Received: 19-07-2024

Revised: 26-07-2024

Accepted: 27-07-2024

Keywords: Pertumbuhan
Ekonomi; UMKM;
Workshop

Abstract: Perekonomian Indonesia dihadapkan dengan berbagai perubahan yang cepat dan fundamental, sehingga memaksa kondisi perekonomian yang lebih stabil di tengah isu resesi global saat ini. Kestabilan perekonomian dapat terwujud melalui perekonomian rakyat. Data pertumbuhan ekonomi di provinsi Jawa Timur pada akhir tahun 2022 sebesar 1,35% dari 92.366 pelaku usaha (UMKM) dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 210,64 triliun. Kesadaran pentingnya pertumbuhan perekonomian yang dikelola rakyat sebagai basis perekonomian negara yang berkontribusi pada PDB, perlu dikelola dan selalu ditingkatkan. Untuk itu perlunya menstabilkan perekonomian rakyat melalui berbagai program kegiatan. Salah satunya kegiatan Workshop “Strategi Komunikasi Bisnis”. Metode untuk mencapai program kegiatan workshop tersebut, yaitu paparan materi, diskusi, dan tanya jawab. Hasil Pengabdian kepada Masyarakat telah berjalan dengan baik, sesuai rencana, dan berdampak positif yang ditunjukkan antusiasme para pelaku usaha mikro.

© 2024 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia dihadapkan dengan berbagai perubahan yang cepat dan fundamental, sehingga memaksa kondisi perekonomian yang lebih stabil di tengah isu resesi global saat ini. Secara umum resesi ekonomi dapat dimaknai sebagai suatu kondisi dimana perekonomian suatu negara mengalami penurunan berdasarkan dari produk domestik bruto (PDB), jumlah pengangguran, maupun pertumbuhan ekonomi yang bernilai negatif selama dua kuartal berturut-turut (Sri Mulyani dalam (Sulastri, 2022)).

Sementara data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM) pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 66 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61% atau setara Rp 9.580 triliun. UMKM mampu menyerap 117 juta pekerja (97%) dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4 persen dari total investasi di Indonesia (Kadin, 2024).

Berdasarkan data di atas Indonesia memiliki basis potensi ekonomi nasional yang kuat dengan adanya jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja

sangat besar. Persentase UMKM yang bertambah setiap tahunnya sehingga pengurangan jumlah pengangguran di Indonesia juga akan berkurang.

Sementara pertumbuhan ekonomi di provinsi Jawa Timur pada akhir tahun 2022 sebesar 1,35% dari 92.366 pelaku usaha (UMKM) (BPS Jatim, 2023) dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 210,64 triliun.

Kesadaran pentingnya pertumbuhan perekonomian yang dikelola rakyat sebagai basis perekonomian negara yang berkontribusi pada PDB, perlu dikelola dan selalu ditingkatkan. Hal ini disadari penuh oleh pemerintah kabupaten Sidoarjo. Terlebih peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi tolok ukur keberhasilan kepemimpinan Bupati dan jajarannya.

Program Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi prioritas utama pemerintahan kabupaten Sidoarjo dan bahkan memasukkannya ke dalam 17 (tujuh belas) program prioritas kabupaten Sidoarjo.

UMKM merupakan bentuk usaha bersifat padat karya. Sekalipun umumnya dimiliki oleh perorangan, UMKM juga ada yang dimiliki oleh entitas atau beberapa pihak yang melakukan kerja sama. UMKM meliputi usaha mikro atau usaha produktif perseorangan, usaha kecil atau usaha produktif yang berdiri sendiri, dan usaha menengah atau usaha yang berkekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta.

Dalam upayanya menumbuhkan perekonomian kabupaten Sidoarjo, pemerintah kabupaten Sidoarjo melakukan program cerdas UMKM. Program cerdas UMKM Pemkab Sidoarjo dilaksanakan melalui akses pembinaan, pembiayaan, hingga akses peningkatan aset dilakukan (Jatim, 2023). Dengan demikian para pelaku usaha UMKM memerlukan pembinaan di semua bidang, baik dari penyajian produk yang mampu menggugah konsumen, visualisasi kemasan yang sesuai dengan target yang dituju, maupun mengomunikasikan produk secara efektif kepada konsumen. Yang semuanya terangkum dalam kegiatan “Strategi Komunikasi Bisnis (Kombis) Produk UMKM melalui Pemasaran Online”.

Kegiatan Kombis Produk UMKM terbagi menjadi dua kegiatan, yaitu Komunikasi Efektif Produk UMKM dan *Branding* Produk UMKM. Dalam upaya pembinaan pelaku usaha UMKM, dibutuhkan kemampuan mengomunikasikan produk UMKM secara efektif melalui Lima Pondasi Membangun Komunikasi Efektif, Hukum Komunikasi, Mendengar Efektif, dan Cara Mengungkapkan Pengertian. Sementara *Branding* Produk UMKM dilakukan pembinaan melalui materi *Online Marketing*, *Social Media*, *Marketing Strategy*, dan *Marketing Communication*.

Workshop merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan pengembangan sumber daya manusia yang berkaitan dengan kemampuan atau keterampilan pegawai atau karyawan yang telah menduduki suatu jabatan atau pekerjaan tertentu di dalam suatu perusahaan atau organisasi (Apriliana & Nawangsari, 2021). Keterampilan SDM perlu dikembangkan dengan berbagai cara, baik melalui perolehan pengetahuan-pengetahuan dan keahlian-keahlian sebagai buah dari pengajaran secara spesifik.

Melalui akses pembinaan ini diharapkan dapat memicu lahirnya pelaku-pelaku usaha baru, sehingga target capaian 20.000 (dua puluh ribu) UMKM Pemkab Sidoarjo dapat terpenuhi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan *workshop* yang dilakukan di Dinkop dan Usaha Mikro Sidoarjo menggunakan metode ceramah, diskusi, dan analisis contoh kemasan yang di bawa oleh

pelaku usaha. Metode ceramah bermanfaat untuk menyampaikan hasil penelitian, temuan, atau pengetahuan ilmiah kepada audiens yang memiliki latar belakang akademik atau profesional di dibidang tertentu (Manggus & dkk, 2023). Ceramah bertujuan untuk berbagi pengetahuan yang relatif baru kepada audiens dan mendorong diskusi ilmiah. Ceramah dilakukan dengan menggunakan alat bantu *powerpoint* dan bahan contoh kemasan yang dibawa oleh pelaku usaha UMKM. Metode diskusi adalah metode pembelajaran dalam bentuk tukar pikiran baik dalam suatu kelompok kecil, maupun dalam suatu kelompok besar dengan tujuan mendapat pengetahuan, kesepakatan, maupun keputusan dari suatu masalah yang ada (Widiastuti, W dan Kania, W dalam (Maidar & Mukti, 2021)). Diskusi dilakukan dengan memberikan kasus tentang pesan yang ingin disampaikan kepada audien terhadap contoh kemasan. Metode tanya jawab merupakan metode pembelajaran yang mampu memengaruhi keterlibatan siswa dan guru secara aktif (Priyanto & de Kock, 2021). Tanya jawab dilakukan dengan cara menunjuk peserta workshop secara random.

Mitra yang terlibat dalam kegiatan workshop pengabdian adalah para pelaku usaha di lingkungan Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Sidoarjo (Gambar1). Pembinaan para pelaku usaha terhadap penerapan komunikasi pesan pada kemasan diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM. Kegiatan workshop dalam pengabdian ini melibatkan dua orang mahasiswa desain Produk.



Gambar 1. Peserta *Workshop* Pengabdian Kepada Masyarakat di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *workshop* “Strategi Komunikasi Bisnis (Kombis) Produk UMKM Melalui Pemasaran On Line” Pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Sidoarjo Pelaksanaan diikuti oleh 18 (delapan belas) pelaku usaha UMKM di wilayah kabupaten Sidoarjo. Kegiatan *workshop* ini dilakukan 1 (satu) hari yaitu hari Kamis, tanggal 13 Juli 2023, berlokasi di Ruang Pelatihan Lt. 1 Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Jl. Jaks Agung Suprpto No. 9, Sidoarjo. Nara sumber pertama dengan materi “Strategi Komunikasi Bisnis” yang dipaparkan oleh Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS, dan nara sumber ke dua dengan materi “Pemasaran Online” yang disampaikan oleh Darwin Y. Riyanto, S.T., M.Med.Kom.,ACA. Sementara mahasiswa Desain Produk terlibat pada saat pengambilan dokumentasi.

Dalam pelatihan kegiatan *workshop* pengabdian, setiap pelaku usaha mikro yang mengikuti *workshop* diwajibkan membawa contoh produk usaha mikro mereka, untuk dilakukan kajian terhadap visual kemasan produk.

Pembukaan kegiatan *workshop* ini dilakukan oleh Sekretaris Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang menyatakan bahwa pembinaan perlu dilakukan secara berkelanjutan, terutama berhubungan dengan bimbingan teknis melakukan *marketing* di semua media sosial sekaligus di *web*.



Gambar 2. Pembukaan *Workshop* Pengabdian Kepada Masyarakat

Aktivitas *workshop* diawali dengan paparan materi dari kedua nara sumber. Aktivitas berikutnya dilakukan dengan melakukan analisis contoh kemasan secara *random*, berdasarkan teori atau konsep yang sebelumnya telah dipaparkan. Langkah selanjutnya kedua nara sumber memberikan kesempatan bertanya kepada peserta *workshop*.

Pelaksanaan *workshop* diawali dengan topik materi tentang “Strategi Komunikasi Bisnis” yang meliputi 1) Lima Pondasi Membangun Komunikasi Efektif, 2) Hukum Komunikasi, 3) Mendengar Efektif, 4) Cara Mengungkapkan Pengertian.

Materi Lima Pondasi Membangun Komunikasi Efektif berhubungan dengan pemahaman terhadap konsumen, janji atau komitmen kualitas yang ditawarkan, harapan yang ditawarkan produk, meminta maaf bila ada kesalahan, dan memperlihatkan integritas pelaku usaha mikro.

Hukum komunikasi berhubungan dengan *respect*, *emphaty*, *audible*, *clarity*, dan *humble*. Sementara materi mendengar efektif mengajarkan tentang pelaku usaha yang selalu termotivasi, mengadakan kontak dengan konsumen, menunjukkan minat, menghindari hal-hal yang mengganggu, tidak memotong pembicaraan, dan bersikap wajar.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Materi Komunikasi Bisnis



Gambar 4. Sesi Paparan Materi Komunikasi Bisnis

Pemateri kedua memaparkan tentang “Pemasaran Online” yang meliputi 1) *Online Marketing*, 2) *Social Media*, 3) *Marketing Strategy*, 4) *Marketing Communication*.

Materi pemasaran marketing menekankan tentang pemasaran digital, toko *online* di Indonesia, kekuatan sosial media di mata masyarakat, jenis-jenis media sosial, *strategy marketing* yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *people*.



Gambar 5. Paparan Materi Pemasaran *Online*



Gambar 5. Diskusi Materi Pemasaran *Online*

Peserta sangat antusias mendiskusikan produk kemasan yang digunakan untuk memasarkan usaha mikro mereka. Pelaku usaha menanyakan tentang warna, jenis font,

ukuran font, *readability*, gambar, dan pesan yang dikomunikasikan melalui desain kemasan secara keseluruhan.

Kegiatan selanjutnya di akhir dengan penutupan kegiatan *workshop* “Strategi Komunikasi Bisnis” yang dilakukan oleh Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Mohamad Edi Kurniadi, ST., MM.



Gambar 7. Penutupan *Workshop* Strategi Komunikasi Bisnis

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan *workshop* Strategi Komunikasi Bisnis bagi para pelaku usaha mikro di kabupaten Sidoarjo, berjalan dengan baik dan sesuai rencana. *Workshop* yang dilakukan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha mikro yang ditunjukkan secara deskriptif melalui antusiasme para peserta *workshop*.

Berdasarkan diskusi dengan peserta *workshop*, baik formal maupun nonformal, menyarankan pengabdian kepada masyarakat dapat dilanjutkan dengan materi *product marketing* secara digital melalui praktik pembuatan media video yang kreatif untuk kebutuhan media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Sidoarjo dan jajarannya yang telah menyediakan fasilitas tempat untuk kegiatan *workshop* “Strategi Komunikasi Bisnis”. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada P3kM dan Administrasi Umum Universitas Dinamika yang telah mendanai kegiatan *workshop* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apriliana, S. D., & Nawangsari, E. R. (2021). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (sdm) berbasis kompetensi. *Jurnal Psikologi Industri*, 23(4). <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/download/10155/1575>
- [2] BPS Jatim. (2023). Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (Unit), 2020-2022. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html>
- [3] Jatim, R. R. (2023). Dukung Program UMKM Naik Kelas, Bupati Sidoarjo Serahkan 100 Sertifikat Tanah Pemilik UMKM Di Dukuh Tengah Buduran. *Republika Jatim*. <https://republikjatim.com/baca/dukung-program-umkm-naik-kelas-bupati-sidoarjo-serahkan-100-sertifikat-tanah-pemilik-umkm-di-dukuh-tengah-buduran>

- [4] Kadin. (2024). UMKM Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- [5] Maidar, & Mukti. (2021). Penerapan Metode Diskusi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berfikir Kritis Dan Pemecahan Masalah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 3(1), 259–264. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JPEI>
- [6] Manggus, M. Y., & dkk. (2023). Implementasi Metode Ceramah Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Untuk Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa Kelas 1 Sekolah Dasar. *Jurnal Citra Pendidikan Anak*, 2(1), 82–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.38048/jcpa.v2i1.1545>
- [7] Prijanto, J. H., & de Kock, F. (2021). Peran Guru Dalam Upaya Meningkatkan Keaktifan Siswa Dengan Menerapkan Metode Tanya Jawab Pada Pembelajaran Online. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 11(3), 238–251. <https://ejournal.uksw.edu/scholaria/article/view/4318/1894>
- [8] Sulastri. (2022). Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn1-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html>