

UKMWS COMMUNITY ENGAGEMENT FOR DEVELOPMENT: PROMOTING ECONOMIC GROWTH THROUGH PRODUCT DEVELOPMENT AND DIGITAL MARKETING AT PUHSARANG KEDIRI

Antonius Yuniarto¹

Alpi Mawasti²

Gesti Memarista³

Deatri Arumsari Agung⁴

Annisa Alfa Setyawan⁵

Visi Saujaningati Kristyanto⁶

Nicholas Jonathan⁷

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Corresponding author: alpimawasti@ukwms.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 02 January 2024

Revised : 05 January 2024

Accepted : 17 January 2024

JEL Classification: M2, M3, O1

Key words:

Community, development, digital marketing, product development, promotion

DOI:

<https://doi.org/10.33508/peka.v6i2.5245>

ABSTRAK

Di era globalisasi, tingkat persaingan pelaku Usaha Kecil Menengah makin ketat, diperparah dengan situasi berat pandemi Covid-19 menjadikan UMKM kesulitan memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan. CED UKWMS 2023 merupakan bentuk kegiatan masyarakat diadakan di Puhsarang Kediri bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas para mitra UMKM untuk makin bertumbuh dan berkembang. CED dilakukan pada 20-28 Juli 2023, melibatkan 27 peserta dari 3 negara: Philipina, Malaysia, dan Indonesia. Rangkaian kegiatan yang dilakukan di CED dalam bentuk *service learning project* fokus pada aktivitas pengembangan produk dan pasar online. Luaran yang dihasilkan dari yaitu berupa desain prototype kemasan, desain logo, stiker, banner. Selain itu, luaran pengembangan digital marketing berupa pembuatan akun sosial media seperti instagram sebagai media pemasaran produk UMKM. Secara umum CED kali ini sudah memberikan solusi atas persoalan mitra UMKM terkait pengembangan produk dan pasar *online/digital*.

ABSTRACT

In the era of globalization, the level of competition for Small and Medium Enterprises is getting tighter, exacerbated by the severe situation of the Covid-19 pandemic, making it difficult for MSMEs to market the products they produce. CED UKWMS 2023 is a form of community activity held in Puhsarang Kediri aimed at increasing the capabilities of MSME partners to grow and develop. The CED will be conducted on July 20-28, 2023, involving 27 participants from 3 countries: the Philippines, Malaysia, and Indonesia. The series of activities carried out at CED in the form of service learning projects focus on product development activities and online markets. The output produced from is in the form of packaging prototype designs, logo designs, stickers, banners. In addition, the output of digital marketing development is in the form of creating social media

accounts such as Instagram as a marketing medium for MSME products. In general, CED this time has provided solutions to the problems of MSME partners related to product development and online/digital markets.

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi, fenomena perubahan yang cepat dan tingginya tingkat persaingan pelaku usaha menjadi keniscayaan yang tidak terelakkan di berbagai level usaha besar, sedang ataupun kecil. Pelaku usaha level besar, sedang atau bahkan kecil sekalipun saling berkompetisi untuk menjadi pemenang. Untuk bisa beradaptasi ditengah perubahan dan ketatnya persaingan, tatakelola sumberdaya manusia menjadi kunci penting performa organisasi (Amstrong Michael, 2020, p. 63). Tata kelola sumber daya manusia yang baik berdampak positif pada kinerja, produktivitas organisasi (Samuel Tobenna C. Udokwu, 2023). Selain tata kelola sumber daya manusia, kemampuan beradaptasi, dan penguasaan teknologi menjadi hal penting pelaku bisnis mengembangkan usahanya (M. Farid Wajdi, 2020), (Fernando, 2019). Pelaku usaha besar tentu diuntungkan dengan jejaring, penguasaan teknologi, modal yang dipunyai untuk bisa bertahan mengembangkan usahanya. Tidak demikian halnya dengan pelaku usaha kecil menengah. Minimnya akses, penguasaan teknologi, dan modal menjadi alasan klasik Usaha Kecil Menengah untuk bisa berkembang. Ditambah lagi, situasi berat pandemi Covid-19 belum hilang. Sekalipun pandemi Covid-19 mulai reda, namun geliat Usaha Kecil Menengah tidak serta merta langsung meningkat. Dibutuhkan waktu yang relatif tidak cepat, dan tentu tidak mudah. UMKM yang berada di Puhsarang (tempat wisata religi di kota kecil Kediri, Jawa Timur) pun tidak luput situasi berat ini. Minimnya penguasaan teknologi, jejaring

dan modal menjadi masalah utama UMKM di Puhsarang.

Membantu Usaha Kecil Menengah bukan semata tanggungjawab pemerintah namun juga tanggung jawab stakeholder terkait, lembaga pendidikan dan masyarakat pada umumnya. Pemerintah, masyarakat dan lembaga pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab moral memberi dukungan ke UMKM. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya tidak luput dari tanggung jawab moral ini. CED (Community Engagement for Development) menjadi salah satu upaya UKMWS hadir mewujudkan tanggungjawabnya untuk pemberdayaan UMKM. CED dinilai sebagai langkah penting untuk memahami peran utama partisipasi aktif komunitas dalam proses pemberdayaan UMKM. CED UKWMS hadir ke UMKM Kediri membawa misi ini.

CED UKWMS melaksanakan misi pengabdianya masyarakatnya di UMKM Puhsarang Kediri Jawa Timur. Adapun beberapa alasan yang melatarbelakangi UMKM Puhsarang Kediri dipilih yaitu CED ini adalah program bersinambungan untuk memberikan layanan masyarakat (Agung, et. al., 2022). Tujuannya masyarakat (UMKM) dengan potensi yang dimiliki bisa terbantu untuk berkembang dan berdaya; 1). Puhsarang adalah daerah wisata religi umat Katolik yang memiliki daya tarik bukan semata bagi umat agama Katolik semata tetapi juga agama selain Katolik. Yang seharusnya memiliki potensi besar UMKM berkembang dengan adanya banyak orang yang datang, namun realitanya tidaklah demikian. 2). Program CED di Puhsarang

dirasa tepat untuk para peserta CED yang beragam, beberapa berasal dari luar negeri. Mengenalkan budaya bagi para peserta sekaligus membantu UMKM menjadi misi program CED ini diadakan.

CED UKWMS hadir untuk memberdayakan UMKM Puhsarang dengan keterlibatan aktif para mahasiswa mensharingkan pengetahuan yang mereka pelajari di Perguruan Tinggi kepada para pelaku UMKM. Pengetahuan tentang pentingnya membangun jejaring (networking) (Robert Zacca, 2015), pemasaran efektif melalui teknologi media sosial (Kapoor, 2023) serta menghitung keuangan usaha (Memarista, 2022). Sharing pengetahuan dari peserta dirasa penting dan berdampak bagi para pelaku UMKM di Puhsarang Kediri.

KAJIAN LITERATUR

Product Development

Product Development merujuk pada serangkaian aktivitas untuk menciptakan, merancang dan memperkenalkan produk baru serta akan mengembangkan hasil produk yang sudah ada sebelumnya agar memiliki nilai tambah. Ada cukup beragam defisi Product Development berdasar konteks usaha atau disiplin keilmuan tertentu. Menurut Darius Rafinejad, Product Development merupakan proses penciptaan dan pengembangan produk yang dibutuhkan konsumen (Rafinejad, 2007, p. 135). Beberapa indikator pengukuran keberhasilan Product Development (Rafinejad, 2007, p. 136) diantaranya yaitu a). Pengembangan proses produksi yang lebih efektif, b). Kualitas dari produk makin bagus, dibuktikan dari testimoni dari para konsumen sebagai pengguna, c). Suatu produk memuncaki persaingan pasar, d).

Produk barang atau jasa memberi kemanfaatan bagi banyak konsumen, e). Pengembangan produk menjadi investasi perusahaan.

Dalam keilmuan pemasaran, product development merupakan proses mengkonsep, merancang, menguji dan memasarkan produk baru atau produk hasil modifikasi. Tujuan dari pengembangan produk yaitu produk bisa diterima pasar karena memiliki nilai lebih sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen. Nilai lebih produk menjadi keunggulan suatu produk dibanding produk yang lain (Cooper R. , 2001). Cooper berpendapat suatu produk akan menjadi pemenang di pasar jika dibarengi upaya merancang inovasi produk dan pemanfaatan teknologi yang tepat (Cooper, 2000). Dengan teknologi proses pengembangan produk akan lebih modern/maju dari proses produksi yang tradisional (Cooper R. G., 2006).

Digital Marketing

Digital marketing merupakan bentuk pemasaran produk barang ataupun jasa menggunakan platform digital (Kingsnorth, 2016). Kemajuan teknologi sebagai penanda revolusi industri 4.0 berdampak pada pergeseran perilaku bagaimana pelaku usaha dalam memasarkan produk barang maupun jasa dan bagaimana konsumen mencari dan membeli produk barang atau jasa yang dibutuhkan. Digital marketing memungkinkan pemasaran barang atau jasa secara online melalui media-media online. Media online itu seperti facebook, Instagram, Tiktok, onlineshop Tokopedia, Bukalapak dll. Banyak media online ini dipakai untuk meningkatkan kesadaran merk dari masyarakat, serta memberikan banyak kemudahan bagi pelaku usaha dalam pemasaran produk barang atau jasa.

Digital marketing memungkinkan pelaku UMKM memasarkan produk barang atau jasa lebih efisien. Pemasarannya jangkauannya lebih luas, lebih cepat aksesnya, dan lebih murah. Hal ini menjadi keunggulan digital marketing. Untuk bisa memasarkan produk barang atau jasa secara online pelaku UMKM perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Peserta CED

Community Engagement for Development (CED) 2023 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya merupakan program lanjutan CED 5 tahun sebelumnya (2018). CED 2023 merupakan CED tahun ke-4. Hal ini menegaskan kegiatan ini adalah program pemberdayaan masyarakat yang berkesinambungan. Tema CED UKWMS kali ini yaitu “cultural immersion Aimerd at Promoting Economic Growth Through Product Development and Digital Marketing”. Peserta yang terlibat di CED 2023 berasal dari 3 negara yakni

Philipina, Malaysia dan Indonesia, total ada 27 mahasiswa-mahasiswi. Terdiri dari 20 mahasiswa-mahasiswi International Business Management UKWMS, dan terdapat 7 mahasiswa yang berasal dari universitas afiliasi yaitu 2 mahasiswa - mahasiswi dari Tunku Abdul Rahman University of Management and Technology atau TAR UMT Malaysia, dan 5 mahasiswa-mahasiswi dari University of the Immaculate Conception atau UIC Philippines.

Profil Mitra

CED 2023 dilaksanakan di Desa Puhsarang, Kec. Semen Kediri Jawa Timur. Di Puhsarang, ada tempat wisata religi yaitu gereja Katolik St. Maria Puhsarang. Gereja tua yang didirikan pada tahun 1936 diinisiasi oleh pastor misionaris bernama RP Jan Wolters CM. Gereja Puhsarang terletak di lereng Gunung Wilis dan berada pada ketinggian 400 meter di atas permukaan laut dengan suhu udara yang cukup sejuk, yakni rata-rata 21-25 derajat Celcius. Di kompleks Gereja Pohnsarang juga terdapat Gua Maria Puhsarang (Gereja Puhsarang, 2023)



Gambar 1. Gereja St. Maria Puhsarang

CED di Puhsarang melibatkan 16 bisnis lokal di sekitar pusat wisata religi gua Maria. Sebanyak 16 lokal bisnis ini merupakan UMKM yang bergerak di sektor

makanan, souvenir cinderamata di area wisata religi, dan juga pemahat kayu. Berikut beberapa UMKM di Puhsarang yang menjadi tujuan kegiatan CED.





Gambar 2. Beberapa UMKM di Area Wisata Religi Puhsarang

Sebanyak 16 lokal bisnis terdiri dari 8 lokal bisnis menjual souvenir, 2 lokal bisnis memiliki warung makanan, 3 lokal bisnis yang menjadi pemahat kayu, 2 lokal bisnis pembuat bumbu kacang dan 1 kafe di area sawah.

Pelaksanaan Kegiatan

CED di Puhsarang dilaksanakan pada tanggal 20-28 Juli 2023. Rangkaian

kegiatan CED menekankan service learning project dengan 2 agenda utama yaitu aktivitas product improvement dan pengembangan digital marketing untuk para mitra UMKM. Selama kegiatan berlangsung para peserta berinteraksi secara langsung dan intens dengan para mitra UMKM di lokasi Puhsarang Kediri. Berikut ini garis besar *service learning project* dan luaran kegiatannya.

Project Activities		Output
Practical work & problem solving	Product Improvement	New logo, new packaging design, store improvement, etc.
Practical work & problem solving	Social Media & Marketplace Management	new business accounts and postings
Social Project at Kindergarten and Primary School		extracurricular activities, school area improvement, and games session
Cultural Performance		traditional music performance
International Competition		presentation and video as final reports

Participants who have completed the program and achieved the expected learning outcomes are entitled to the following academic credit transfer recognition:

Subjects	Hours of Study Work
Brand and Product Management	15 hours
Digital Marketing	15 hours

Gambar 3. Aktivitas CED dan Luaran Kegiatan

Service learning project CED kali ini mengambil subjek para siswa SDK Yohanes Gabriel yang letaknya dekat dengan Gereja Puhsarang dan para Remaja Katolik Gereja Puhsarang. Bersama para siswa SDK Yoga, peserta CED bermain, melakukan kegiatan

ekstrakurikuler, serta bersama-sama mengecat lingkungan sekolah, melakukan kerja bakti pembersihan lingkungan sekolah, menghias tembok sekolah, serta melakukan pengecatan tong sampah dengan cara yang sangat kreatif. Sedangkan dengan

para remaja Gereja Katolik Puhsarang (Remuka) para peserta melakukan kegiatan pengembangan seni budaya Karawitan dan juga melakukan pengembangan kesenian berupa seni tari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan CED, para peserta berinteraksi secara langsung dan intens dalam aktivitas keseharian UMKM. Masing-masing peserta dibagi dalam 16 kelompok kecil yang terdiri atas 2-3 peserta. Kemudian setiap kelompok peserta di pasangkan dengan pelaku UMKM di Puhsarang Kediri. Selama kurang lebih 7 hari peserta secara aktif terlibat dalam proses produksi dan aktif berdiskusi dengan pelaku UMKM untuk menggali potensi-potensi yang belum berkembang secara optimal dan mengidentifikasi persoalan pengembangan UMKM. Selama periode

praktik, setiap kelompok peserta yang berada di rumah UMKM merumuskan solusi daripada permasalahan yang telah ada dalam upaya untuk meningkatkan *product improvement* dan menghasilkan promosi pemasaran melalui media sosial (*digital marketing*). Setiap pelaku bisnis lokal di daerah Puhsarang Kediri yang menjadi mitra memiliki potensi untuk mengembangkan cakupan pasar dan juga produknya di luar Kediri. Terdapat beberapa pelaku usaha yang belum memiliki elemen merek dan alat promosi yang menarik, diantaranya seperti logo, buku menu, banner, brosur dan stiker dagang. Bertolak dari diskusi, interaksi aktif ini, para peserta menghasilkan luaran/output untuk *product improvement* dan *digital marketing*.

Luaran dari aktivitas *product improvement* diantaranya berupa desain prototype kemasan, desain logo, stiker, banner. Berikut contoh desain yang dirancang para peserta:





Gambar 4. Contoh Luaran Product Improvement

Prototype kemasan, desain logo, stiker, tampilan menu, brosur, ataupun banner dibuat oleh para peserta tidak lepas dari diskusi dengan pelaku UMKM, untuk menyikapi persoalan-persoalan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM. Prototype kemasan, desain logo, stiker dibuat lebih menarik serta lebih kekinian dengan memberikan sentuhan - sentuhan art di dalamnya yang diharapkan dapat memberikan dampak kepada pengembangan UMKM di Puhsarang Kediri. Design kemasan dibuat dengan tujuan untuk menciptakan rasa nyaman bagi para pembeli dalam membeli produk UMKM serta kebahagiaan yang ditimbulkan dari design yang menarik. Hal itu dikarenakan masih terdapat beberapa pelaku usaha yang kini masih menggunakan kemasan yang masih sangat sederhana. Kemudian untuk logo di design oleh para

peserta dalam upaya untuk meningkatkan brand awareness dari para konsumen dan masyarakat luas. Hal ini juga disebabkan karena beberapa pelaku usaha masih belum memiliki identitas usaha seperti logo usaha yang memang seharusnya dimiliki oleh setiap pemilik usaha dalam upaya membedakan dari pesaingnya. Serta pembuatan design banner, buku menu dan stiker juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas para pelaku usaha di Puhsarang Kediri. Hal ini dikarenakan masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki buku menu yang komplit dan menarik, belum memiliki identitas usaha melalui stiker dan juga banner.

Tidak hanya itu para peserta juga membantu para UMKM ini menciptakan promosi di sosial media seperti Instagram dalam upaya mencapai cakupan pasar yang

luas serta menimbulkan brand awareness kepada khalayak luas terutama daerah Kediri dan sekitarnya. Luaran dari aktivitas pengembangan digital marketing UMKM berupa pembuatan akun sosial media seperti instagram sebagai media pemasaran produk UMKM, video-video pendek aktivitas UMKM untuk diposting di media sosial. Harapannya melalui media sosial produk yang dihasilkan UMKM makin dikenal oleh masyarakat sekitar Kediri maupun masyarakat yang berada di luar Kediri. Cakupan pasar akan semakin luas lagi dengan adanya akun sosial media. Terdapat bagi pelaku bisnis UMKM yang sudah memiliki akun Instagram, namun penggunaannya masih sebatas memposting aktivitas pribadi saja dan tidak terkait dengan produk bisnis maka solusi yang ditawarkan yaitu mengalihkan akun pribadi Instagram ke akun bisnis dengan menambahkan konten-konten video seputar produk UMKM dengan tampilan yang menarik.

Pada akhir periode pelaksanaan CED ini para peserta mengumpulkan luaran yang sudah dihasilkan seperti logo, stiker, buku menu, banner, dan akun sosial media dan selanjutnya mempresentasikan dihadapan dosen perihal ide-ide pengembangan produk dan media sosial yang sudah dibuat. Kemudian diberikan masukan oleh para dosen mengenai luaran yang telah dihasilkan itu, dalam upaya untuk menambahkan atau melengkapi solusi yang telah dilakukan sebelumnya. Lalu hal itu akan dikomunikasikan kepada pemilik bisnis lokal Puharang Kediri. Ide-ide menarik dan konkret yang dihasilkan selanjutnya bisa menjadi pengayaan pengetahuan bagi pelaku UMKM di Puharang.

KESIMPULAN

Secara umum CED UKWMS 2023 berjalan dengan lancar sesuai perencanaan yang sudah dilakukan jauh-jauh waktu. Tujuan diadakannya CED untuk pemberdayaan kapabilitas UMKM di Puharang melalui aktivitas product improvement dan digital marketing dapat tercapai. Capaian ini bisa dilihat dari luaran yang dihasilkan para peserta. Bentuk-bentuk luaran berupa prototype kemasan, desain logo, stiker sebagai upaya product improvement; serta luaran pembuatan akun sosial media seperti instagram sebagai media pemasaran produk UMKM, video-video pendek aktivitas UMK merupakan upaya pengembangan di bagian digital marketing. Harapannya capaian kegiatan CED bisa mendorong para pelaku UMKM memiliki kapabilitas mengembangkan UMKM mereka di daerah.

Hasil evaluasi dari para pelaku UMKM, kegiatan CED dinilai baik dan bermanfaat bagi pelaku UMKM, para peserta CED, dan para dosen pendamping. Bagi mitra UMKM, kegiatan CED memberikan pengayaan pengetahuan untuk pengembangan, peningkatan kapabilitas mereka dalam mengelola, memasarkan produk UMKM secara digital. Bagi para mahasiswa, CED memberi kesempatan bagi mereka untuk belajar berbagi, belajar keilmuan dari kasus riil di lapangan dan meningkatkan kepercayaan diri mereka sebagai intelektual muda yang berdampak positif bagi para mitra UMKM. Sedangkan bagi para dosen, CED menjadi sarana menjalankan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu tri darma seorang dosen. Selanjutnya, harapannya, kegiatan CED bisa dilanjutkan di periode berikutnya dengan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA.

- Agung, D. A., Erwita, M. A., Mokoginta, D. D., Memarista, G., Sancoko, A. H., Sulisty, A. P., ... & Kristyanto, V. S. (2022). Community engagement for development: gen z as the agent of innovation to achieve sdgs. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 159-170.
- Amstrong Michael, S. T. (2020). *Amstrong's Handbook of Human Resource Management Practice 15th edition*. London, United Kingdom, New York, NY 10001 USA: KoganPage.
- Cooper, R. (2001). Product Innovation and Technology Strategy in the Succeeding in Technological Innovation. *Research-Technology Management* 43 (1), 28-44.
- Cooper, R. G. (2000). Product Innovation and Technology Strategy in the Succeeding in Technological Innovation. *Research-Technology Management*, 28-44.
- Amstrong Michael, S. T. (2020). *Amstrong's Handbook of Human Resource Management Practice 15th edition*. London, United Kingdom, New York, NY 10001 USA: KoganPage.
- Cooper, R. (2001). Product Innovation and Technology Strategy in the Succeeding in Technological Innovation. *Research-Technology Management* 43 (1), 28-44.
- Cooper, R. G. (2000). Product Innovation and Technology Strategy in the Succeeding in Technological Innovation. *Research-Technology Management*, 28-44.
- Cooper, R. G. (2006). Managing technology development project-deferent than traditional development project. *Research-Technology Management* 49 (6), 23-31.
- Fernando, Y. J.-X. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: does service capability matter. *Resources, Consevation and Recycling*, 8-20.
- (2023). Gereja Puhsarang. Wikipedia.
- Kapoor, S. (2023). The Impact of social media marketing on Small Businesses. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 332.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: an integrated approach to online Marketing*. London: KoganPage.
- M. Farid Wajdi, M. W. (2020). Effect of Human Resource Capability and Technology on Organizational Performance: Moderating role of Organizational Culture. *Talent Development & Excellence*, 2166-2181.
- Memarista, G. (2022). Pendidikan Keuangan Inovasi Wirausaha Komunitas Jemaat Gereja Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(1), 124-129.
- Rafinejad, D. (2007). *Innovation Product Development and Commercialization: Case studies and key practcies for market Leadership*. USA: J. ROSS Publishing.
- Robert Zacca, M. D. (2015). Impact of network capability on small business performance. *Management Decision* ; 2-23.
- Samuel Tobenna C. Udokwu, E. E. (2023). Impact Of Human Resources Management On Organizational Performance: Case Study. *Corporate Sustainable Management Journal (CSMJ)*, 91-102.