



---

## Upaya Mengembangkan Unit Umkm Es Coklatone Mamira Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digitalisasi Umkm Bersama Pt. Narasumber Teknologi Indonesia

Mustabsyiroh Kumala<sup>1</sup>, Afa Izzuddin Baihaqi<sup>2</sup>

UPN Veteran Jawa Timur<sup>1,2</sup>

Korespondensi penulis: [20042010085@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010085@student.upnjatim.ac.id)

---

### Article History:

Received: 31 April 2023

Revised: 27 Mei 2023

Accepted: 14 Juni 2023

**Keywords:** Tecnology,  
Business, Digitalization  
Of Marketing, UMKM

**Abstract:** *The development of information technology is so fast, fast, and accurate. Currently, information technology has become the main facility of activity that makes a significant contribution to all sectors of life, which indirectly contributes to business growth. MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia is one of the business sectors that is mostly run by business actors. However, one of the challenges for MSMEs is to face digital competition in the business sector so that they can survive in the midst of competition. This study aims to provide information regarding MSME development strategies in utilizing the digital economy. The method used in this activity is to use a quality approach through outreach, implementation and mentoring. The result of this activity is to help digitize the marketing of MSME Es Coklatone Mamira products. So that this activity can help these MSMEs in expanding market share.*

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi begitu pesat, cepat, dan akurat. Saat ini, teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama kegiatan yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap semua sektor kehidupan, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia merupakan salah satu sektor usaha yang sebagian besar dijalankan oleh para pelaku usaha. Namun, salah satu tantangan UMKM adalah menghadapi persaingan digitalisasi di bidang bisnis agar mampu bertahan di tengah persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi terkait strategi pengembangan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah menggunakan pendekatan kualitas dengan melalui sosialisasi, implementasi dan pendampingan. Hasil dari kegiatan ini yaitu membantu digitalisasi pemasaran produk UMKM Es Coklatone Mamira sehingga kegiatan ini dapat membantu UMKM tersebut dalam memperluas pangsa pasar.

**Kata Kunci:** Teknologi, Bisnis, Pemasaran Digital, UMKM

### PENDAHULUAN

Pengaruh dan peranan teknologi terhadap kehidupan manusia sangat penting. Perkembangan teknologi informasi kini berkembang seiring berjalannya perkembangan manusia. Teknologi informasi banyak dimanfaatkan, hal ini membawa perubahan besar dalam perekonomian dan bisnis, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang

selanjutnya akan berkembang menjadi bisnis modern. Bahkan, di era perdagangan digital, dengan munculnya platform marketplace yang mudah digunakan, konsumen mulai beralih dari pembeli offline menjadi lebih tertarik untuk berbelanja online.

Saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu industri yang dapat tumbuh dan berkembang dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah platform yang baik bagi pemerintah, sektor swasta, dan bisnis perorangan untuk merencanakan penciptaan lapangan kerja. Namun Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki tantangan, salah satunya yakni persaingan di era digital. Oleh karena itu, perlu upaya bersama untuk memaksimalkan digitalisasi UMKM agar pelaku UMKM bisa terus berkembang.

Di era saat ini, para pelaku UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) harus dapat memanfaatkan media digital sebagai upaya pemasaran produk sehingga produk yang dijual dapat lebih dipahami oleh konsumen. Sejak dulu, UMKM telah memainkan peran penting dalam kemajuan perekonomian Indonesia, salah satu faktor penting masyarakat untuk mengurangi kemiskinan dan mendapatkan devisa bagi negara. Penggunaan internet di Indonesia sendiri sangat luas, tak heran jika banyak pelaku bisnis mulai memasarkan produknya melalui jejaring media sosial atau sejenisnya, para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah harus segera beradaptasi dengan era ini manfaatkan semuanya secara online dan cepat.

Penulis adalah mahasiswa asal UPN Veteran Jawa Timur yang sedang mengikuti program Studi Independen Bersertifikat yang memiliki tugas proyek akhir Digitalisasi UMKM. Dalam melaksanakan tugas proyek akhir tersebut, penulis melakukan pengembangan produk dan digitalisasi salah satu UMKM yang ada di Surabaya yaitu UMKM Mamira. Mamira adalah salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dibidang food and beverage. Produk utama dari restoran ini adalah "Es Coklatone" yaitu es coklat yang bisa dinikmati dengan roti. Mamira tidak hanya menjual es coklat saja, namun ada juga sempol ayam yang lezat, dan es permen karet. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan dan inovasi terhadap UMKM ini agar memperoleh sasaran pemasaran yang lebih banyak dengan penggunaan platform digital tersebut.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yakni melalui sosialisasi, implementasi, pendampingan dan pelatihan. Pelatihan dilaksanakan dengan beberapa materi pemasaran digital antara lain yaitu : mengelola akun sosial media, melakukan rebranding produk, melakukan foto produk, melakukan pembuatan video konten, pembuatan website, serta pendaftaran usaha di google business profile.

Kegiatan pendampingan program studi independen Digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dilaksanakan kurang lebih selama 4 bulan terhitung mulai dari tanggal 16 Februari 2023 hingga 30 Juni 2023 di Kota Surabaya, Kelurahan Gebang Putih, Kecamatan Sukolilo, Jawa Timur. Maksud dari penelitian ini agar penulis dapat meneliti keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali, dan menganalisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan produk dan inovasi produk UMKM Mamira.

## **HASIL**

Berdasarkan hasil yang didapat pada program Digitalisasi UMKM oleh Mahasiswa Studi Independen Bersertifikat melalui pembelajaran dari PT. Narasumber Teknologi Indonesia yaitu melakukan pengembangan unit umkm es coklatone mamira melalui cara digitalisasi guna meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas. Hasil ini memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang untuk menunjang peningkatan keberlangsungan dalam bidang bisnis.



**Gambar 1.** Sosialisasi Bersama Owner Mamira

Program Digitalisasi UMKM memberikan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan bagi UMKM Mamira. Pelaku usaha mengalami peningkatan pendapatan dari penjualan es

coklat. Selain itu, program ini juga berhasil menginspirasi umkm atau bisnis kecil lain yang belum memanfaatkan adanya teknologi guna meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, berikut dibawah ini beberapa pengembangan UMKM Mamira yang dilakukan oleh penulis diantaranya:

### **1. Foto Produk**

Setelah dilakukanya penelitian dengan cara wawancara dan observasi secara langsung ke lokasi UMKM Mamira, penulis mendapatkan informasi bahwa Mamira belum mempunyai foto produk yang bagus untuk di pasarkan melalui media sosial, oleh karena itu penulis membantu UMKM Mamira untuk melakukan foto produk agar menambah daya tarik konsumen untuk membelinya. Berikut hasil foto produk Mamira:



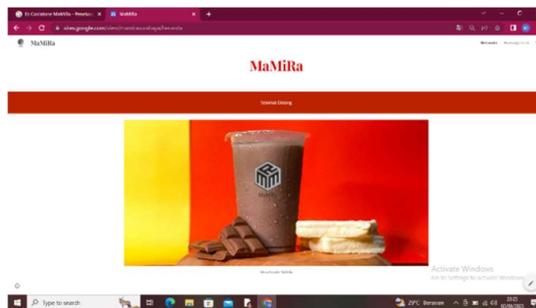
**Gambar 2.** Foto Produk Es Coklat

### **2. Pembuatan Akun Media Sosial (Instagram) dan Website atau Landing Page**

Selain foto produk, penulis juga mendapatkan informasi bahwa UMKM ini belum memiliki akun media sosial, oleh karena itu penulis membantu serta mengajarkan cara membuat akun media sosial (instagram). Karena pembuatan media sosial merupakan salah satu hal penting agar UMKM ini bisa merambah pasar secara luas. Melalui media sosial, konsumen bisa berkomunikasi secara langsung terkait produk yang dijual. Sebagai owner, bisa langsung memberi feedback kepada konsumen secara interaktif dan cepat. Berikut hasil pembuata akun Instagram UMKM Mamira:



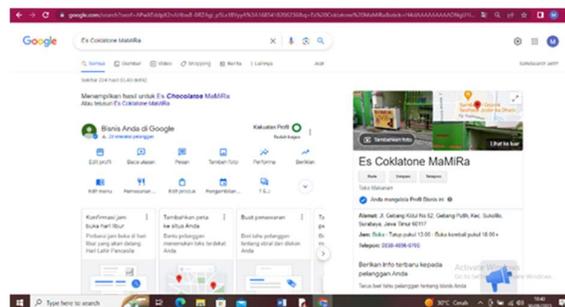
Gambar 3. Instagram UMKM Mamira



Gambar 4. Website UMKM Mamira

### 3. Pembuatan Google Business Profile

Selain itu juga, penulis membantu UMKM Mamira untuk pembuatan Google Business Profile. Dengan Google Business Profile, UMKM ini akan lebih mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen. Google Business Profile juga memiliki banyak keuntungan seperti mudah, gratis dan mudah di kostumisasi. Berikut hasil pembuata Google Business pofile UMKM Mamira:



Gambar 5. Google Business Profile UMKM Mamira

## **DISKUSI**

Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha keripik tempe melalui pendampingan Digitalisasi UMKM yaitu:

1. Pendampingan dan Bimbingan

Memberikan pendampingan dan bimbingan kepada pelaku usaha es coklat tersebut. Pendampingan ini dapat berupa foto produk, pembuatan akun media sosial, pendaftaran usaha di google business profile dan pelatihan untuk menghadapi tantangan dan kendala yang mungkin muncul dalam pemasaran.

2. Pengelolaan Keuangan yang Baik

Memberikan pemahaman dan pembinaan dalam pengelolaan keuangan yang baik kepada pelaku usaha. Hal ini meliputi pencatatan pendapatan dan pengeluaran, pengelolaan stok bahan baku, perencanaan anggaran, dan pengendalian biaya produksi. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

3. Evaluasi dan Monitoring

Melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala terhadap program pendampingan digitalisasi umkm masyarakat ini. Evaluasi bertujuan untuk mengidentifikasi keberhasilan program, serta mengukur dampak yang dicapai.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan pendampingan Digitalisasi UMKM Mamira di Wilayah Gebang Kidul, Kota Surabaya, Jawa Timur telah terprogramkan dalam projek tugas akhir Studi Independen Digitalisasi UMKM di PT. Narasumber Teknologi Indonesia tahun 2023. Kegiatan ini berjalan sesuai dengan program yang direncanakan. Berdasarkan dari kegiatan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pendampingan pada UMKM Mamira dapat berjalan dengan baik yang membuat pemilik usaha atau owner dari UMKM Mamira mempunyai strategi pemasaran yang baru, meningkatkan kreatifitas dan bagi mahasiswa mendapatkan pengalaman serta ilmu di bidang Bisnis, Teknologi Informasi, dan Komunikasi dalam kegiatan Studi Independen Bersertifikat ini.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Mahasiswa MSIB Batch 4 Digitalisasi UMKM mengucapkan terima kasih kepada PT. Narasumber Teknologi Indonesia yang telah menjadi mitra. Dan juga pelaku usaha Es

Coklatone Mamira, Kelurahan Gebang Putih, Surabaya sehingga dapat membantu keberlangsungan program Digitalisasi UMKM dan berjalan dengan lancar.

## DAFTAR REFERENSI

- Lestari, D, A., Nurcahyo, J, A., Simanullang, P, R, P., Yulianingsih, W. (2023) Upaya Pemanfaatan Digitalisasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Dongko. ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora Vol.1, No.2 <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALADALAH/article/view/167>
- Yuningsih, S., Sudya, R., Amhal, I, A., Gupitasari, F. (2021). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam Melalui Sistem Digitalisasi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Wilayah Cinere, Kota Depok, Jawa Barat. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/10686/6030>
- Insani, N. S., Prawiyogi, A. G. (2022). Perancangan Dan Pengembangan Produk Umkm SusuKedelai Mavies. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2. Vol.2, No.1 <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/view/2686>
- Irawan, A., Hakim, A (2023) Pengembangan Produk Dan Digitalisasi UMKM Adar Snack Di Desa Jomin Barat. Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa. Vol.2, No.2 <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/4315>
- Firda Miftakhul Jannah. Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Di Surabaya. Jurnal JIP : Jurnal Inovasi Penelitian. Vol. 1, No.7 Desember 2020 <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/243>
- Makmun,S.(2021).Pelatihan Pengembangan Produk Dan Pemasaran Secara Digital. Majalah Ilmiah Pelita Ilmu Vol.4 No.2 <http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/pelitailmu/article/view/252>
- Puspitasari, W., Widiastuti, T. (2022). Pelatihan Pengembangan Produk Kemasan Umkm Produk Jamu Homemade Dalam Menghadapi Persaingan Dagang Di Era Globalisasi Dan Pandemi. Jurnal Pengabdian Mandiri Vol.1, No.5. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/2218>
- Sasmi,W.T.,Sayuti,M.,Yulianti,H.T.,Sulastri,F.(2022).SosialisasiPengembanganProdukUmkm Jambu Kristal Di Desa Gombongsari. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian(KNPP) Ke-2. Vol.2 No.1. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/2683/1792>
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi Pemasarandalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) diWilayah Jakarta Selatan.Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses KajianMengabdi Terhadap Masyarakat),2(2), 121-126.
- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020, July). Strategi komunikasi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah pada Era New Normal. In Prosiding Seminar STIAMI(Vol. 7, No. 2, pp. 21-28).
- Saniran. (2022). “Digitalisasi UMKM”, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek