

PEMBERDAYAAN UMKM DI RT/RW 05/06 DESA WARU JAYA, PARUNG, BOGOR

Ayu Kurnia Mayasari¹, Nandi Junaedi Rizki Aly², Yusuf Maulana Kartim³,
Munayah Fauziah^{4,*}

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Cirendeui, 15419

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Cirendeui, 15419

³Agroteknologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Cirendeui, 15419

⁴Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Cirendeui, 15419

E-mail: munayah.fauziah@umj.ac.id

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu bagian dari kegiatan akademik yang bersifat sosial aplikatif, serta merupakan salah satu kegiatan di mana mahasiswa benar-benar menjunjung tinggi dan mengabdikan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kuliah Kerja Nyata (KKN) telah dilaksanakan di Desa Waru Jaya, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor, selama 2 minggu dimulai dari tanggal 1 Agustus – 14 Agustus 2022. Program-program dirancang berurutan mulai dengan diskusi kelompok KKN, aparat desa, serta masyarakat setempat, khusus yang bersinggungan langsung dengan program-program yang dirancang. Pelaksanaan program KKN dilakukan secara seimbang diawali dengan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi diakhir setiap program. Kesempatan kali ini kami bekerja sama dengan Bapak Ndin yang memiliki UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berupa pembudidayaan tanaman yang berlokasi di Desa Waru Jaya RT 05 RW 06, Kec. Parung, Kab. Bogor, Jawa Barat. Hasil yang dicapai dari keseluruhan program KKN diantaranya mengembangkan keterampilan masyarakat dan ikut membantu pembangunan SDM (Sumber Daya Manusia) guna meningkatkan potensi desa setempat, salah satunya yakni melakukan pemberdayaan terhadap UMKM setempat dengan membantu pembuatan media promosi berupa *banner* konvensional demi meningkatkan promosi dari UMKM tersebut.

Kata kunci: Media Promosi, Hasil, UMKM

ABSTRACT

Community Service Program (KKN) is one part of academic activities that are socially applicable, and is one of the activities where students truly uphold and dedicate the Tri Dharma of Higher Education. Community Service Program (KKN) has been held in Waru Jaya Village, Parung District, Bogor Regency, for 2 weeks starting from August 1 – August 14, 2022. The programs are designed in order starting with discussions of KKN groups, village officials, as well as local communities, specifically in direct contact with the programs designed. The implementation of the KKN program is carried out in a balanced manner starting with planning, implementing, and evaluating at the end of each program. This time we collaborated with Mr. Ndin who owns MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in the form of plant cultivation located in Waru Jaya Village RT 05 RW 06, Parung District, Bogor Regency, West Java. The results achieved from the entire KKN program include developing skills of community and participate in assisting the development of human resources to increase the potential of local villages, one of which is empowering local MSMEs by helping to create promotional media in the form of conventional banners to increase the promotion of these MSMEs.

Keywords: Promotional Media, Results, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu kegiatan yang termasuk dalam kurikulum sebagai suatu syarat kelulusan bagi mahasiswa. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu bagian dari kegiatan akademik yang bersifat sosial aplikatif, di mana mahasiswa akan terjun langsung ke dalam masyarakat dan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan di perkuliahan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini juga merupakan salah satu kegiatan dimana mahasiswa benar-benar menjunjung tinggi dan mengabdikan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan secara *Hybrid* baik secara *online* maupun *offline* mengingat jumlah Covid-19 yang kembali meningkat. Bentuk kegiatan ini adalah pendampingan salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sebagai tujuan pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tersebut. Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga dalam lingkup mikro. Dengan klasifikasi tersebut, pemerintah pun berharap UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) bisa berperan dalam membangun perekonomian nasional, termasuk pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar (Ariyanto, dkk., 2021: 3-4).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja, memberikan berbagai pelayanan ekonomi kepada masyarakat, berperan dalam proses keadilan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mencapai stabilitas nasional.

Pada kesempatan kali ini kami bekerja sama dengan Bapak Ndin yang memiliki UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berupa pembudidayaan tanaman yang berlokasi di Desa Waru Jaya RT 05 RW 06, Kec. Parung, Kab. Bogor, Jawa Barat.

Usaha Bapak Ndin tergolong dalam usaha mikro yang mana sesuai dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Usaha mikro biasanya diartikan sebagai suatu usaha ekonomi yang produktif yang telah dimiliki oleh individu atau badan usaha yang tentunya memenuhi ciri-ciri sebagai usaha mikro. Berikut beberapa ciri dari

suatu usaha agar dapat dikatakan sebagai usaha mikro yakni:

1. Usaha mempunyai kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000,- serta tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha.
2. Hasil dari penjualan usaha mikro setiap tahun paling banyak adalah Rp. 300.000.000,- (Ariyanto, dkk., 2021: 4-5).

Dengan diselenggarakannya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta di tengah-tengah masyarakat akan terlihat bahwa Universitas Muhammadiyah Jakarta tersebut mampu membina para mahasiswa calon sarjana yang nantinya akan berpotensi dalam masyarakat di tempat dia berada. Kehadiran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Muhammadiyah Jakarta di tengah masyarakat khususnya bagi usaha mikro Bapak Ndin di Desa Waru Jaya yang telah menjadi bagian dari kesuksesan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Muhammadiyah Jakarta Kelompok 17. Dengan demikian program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang diprogramkan oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta dapat terealisasi semaksimal mungkin.

Waktu kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan dalam kurun waktu 2 (dua) minggu, terhitung sejak hari Senin tanggal 1 Agustus 2022 hingga hari Minggu tanggal 14 Agustus 2022. Terdapat beberapa kegiatan yang dilaksanakan selama 2 (dua) minggu tersebut, mulai dari pembukaan di kantor Kepala Desa, survei awal ke tempat usaha pembudidayaan Bapak Ndin, diskusi mengenai masalah yang dihadapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tersebut, memberikan masukan sebagai salah satu solusi alternatif terkait kendala yang dihadapi, penandatanganan surat persetujuan mitra, pengerjaan salah satu media promosi berupa *banner* dan pembuatan identitas merek seperti nama usaha serta logo usaha, pemasangan *banner* yang sudah dicetak sesuai persetujuan Bapak Ndin, penyerahan sertifikat, dan terakhir pengisian kepuasan mitra.

Tempat pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berlokasi di Jl. Raya Demang Arya Gang Musholah Al Barkah RT/RW 05/06 Desa Waru Jaya Kecamatan Parung Kabupaten Bogor Jawa Barat.

2. METODE PELAKSANAAN

Masalah umum yang dihadapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah hal pemasaran untuk mempromosikan produk yang mereka produksi. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) terdapat keterbatasan dalam hal pemasaran karena adanya tekanan persaingan di pasar domestik dari produk sejenis yang diproduksi oleh perusahaan besar. Selain itu, keterbatasan teknologi informasi juga menjadi permasalahan dalam mempromosikan produk yang dihasilkan (Muthohir, Jurnal Ilmiah Komputer Grafis, 2, Desember 2019: 13-20).

Media promosi adalah sarana yang digunakan oleh sebuah badan usaha, baik perorangan, rumah tangga maupun perusahaan, dalam mempromosikan dan memasarkan produk barang atau jasa mereka. Saat ini dengan beragamnya saluran media menjadikan komunikasi antara produsen dan konsumen yang menjadi target pun semakin beragam, sehingga banyak bermunculan beragam kreativitas melalui beragam media guna mempromosikan produk dari produsen tersebut (Guntoro, dkk., Jurnal DKV Adiwarna, 2, 2018: 1-9). Definisi *banner* secara umum adalah salah satu media informasi non-personal yang memiliki pesan promosi yang bertujuan untuk menjual atau memperkenalkan suatu produk kepada konsumen. Definisi *banner* yang lain adalah sebuah media promosi yang dicetak menggunakan print digital dengan berbagai ukuran dan bentuk—potrait atau vertikal.

Kegiatan yang kami jalankan ialah menjalankan program pemberdayaan dan membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang ada di Desa Waru Jaya Kecamatan Parung Kabupaten Bogor khususnya RT/RW 05/06 untuk itu kami ingin membantu meningkatkan pasar penjualan daripada pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tersebut agar penjualan mengalami peningkatan yang berpengaruh kepada tingkat penjualan dari usaha pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tersebut. Maka dari itu, kami memutuskan untuk membantu mengenalkan dan membuat media promosi yang sebelumnya belum dimiliki oleh Bapak Ndin selaku pemilik usaha di Desa Waru Jaya, tepatnya RT/RW 05/06. Berdasarkan kegiatan yang telah kami jalani kami membuat jenis media promosi yakni mendesain *banner* untuk pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sebagai

media promosinya serta pembuatan logo dan nama usaha sebagai identitas usaha atau merek.

Untuk lebih tepatnya kegiatan kami bersama mitra dijelaskan sebagai berikut:

Survei Mandiri

Peserta melakukan survei mandiri, terjun ke lapangan guna mengetahui lebih jelas dan detail mengenai keadaan di lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN), dengan begitu mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat menentukan permasalahan dan menyusun program kerja. Kami terlebih dahulu melakukan perkenalan kepada mitra agar bisa mengenal kami. Lalu kami menjelaskan tentang media promosi sebagai upaya pengenalan usaha ke masyarakat luas, agar mitra merasa terbantu dengan dibuatkannya media promosi yang bisa memperluas kemungkinan usahanya dikenal khalayak. Selanjutnya kami sedikit berbincang seputar usaha yang dimiliki oleh mitra, dari mulai waktu merintis, jenis usaha, kendala, dan sebagainya.

Persetujuan kerja sama dengan mitra

Setelah dilakukannya observasi atau survei dengan Bapak Ndin pemilik salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di tempat pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa kami, selanjutnya mengetahui kebutuhan seperti apa untuk dibuatkan kedalam media promosi untuk mitra UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Yakni dibuatkan media promosi usaha berupa *banner*, dengan ketentuan yang sudah disepakati oleh anggota kelompok dan mitra UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), dengan terbentuknya kesepakatan yang sudah disetujui kami meminta mitra untuk mengisi keterangan jika setuju untuk menjadi mitra kelompok kami.

Pembuatan dan pemberian media promosi

Proses pembuatan *banner* ini kami mulai dengan menentukan tema usaha atau jenis usaha dari pelaku umkm ini, kemudian kami menentukan beberapa referensi desain untuk menggarap desain daripada *banner* tersebut, setelah kami mendapat beberapa acuan desain, kami mulai menuangkan ide desain kedalam *website* desain, kami menggunakan *website* dikarenakan lebih efisien waktu dan tenaga. Setelah itu, sesudah desain *banner* telah jadi kami memberikan desain tersebut kepada Bapak Ndin sebagai bentuk persetujuan guna

dikirim ke tempat percetakan untuk dicetak.

Setelah *banner* selesai tahap produksi, hasilnya pun kami berikan kepada Bapak Ndin selaku salah satu pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di desa Waru Jaya, agar bisa segera digunakan sebagai tanda kepemilikan usaha, sekaligus sebagai media promosi usaha pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

Peserta Kegiatan

Program kami dengan tema “Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di RT/RW 05/06 Desa Waru Jaya, Parung, Bogor” dilaksanakan mulai dari 1 – 14 Agustus 2022. Untuk peserta kegiatan pemberdayaan ini, kami menjalin kerja sama dengan salah satu pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yakni milik Bapak Ndin yang berlokasi di wilayah tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan KKN ini diawali dengan melakukan pengamatan terkait UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang ada di daerah sekita Desa Waru Jaya RT/RW 05/06. Kemudian memutuskan untuk bermitra dengan Bapak Ndin yang mana telah menjalankan usaha pembudidayaan tanaman sejak tahun 2010.



Gambar 1. Survei Awal UMKM

Selanjutnya mengamati dengan melakukan perbincangan dengan Bapak Ndin selaku pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) ini terkait penjualan hingga kendala yang dihadapi. Lalu ditemukan satu kendala yakni dalam hal promosi yang mana selama ini promosi yang dilakukan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) ini masih konvensional yang mana dari mulut ke mulut saja.



Gambar 2. Persetujuan Mitra UMKM pada program KKN UMJ 2022



Gambar 3. Foto bersama setelah persetujuan oleh mitra UMKM pada program KKN UMJ 2022

Akhirnya mulai berdiskusi tentang solusi atas kendala tersebut yaitu pembuatan identitas merek seperti nama dan logo serta mendesain untuk media promosi dalam hal ini memutuskan untuk menggunakan *banner* dikarenakan kekurangan teknologi komunikasi dari pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).



Gambar 4. Desain Banner UMKM Bpk Ndin



Gambar 5. Nama dan Logo UMKM Bpk Ndin



Gambar 6. Pemberian sertifikat sebagai penanda telah berakhirnya program KKN UMJ 2022

4. KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu kegiatan yang termasuk dalam kurikulum sebagai suatu syarat kelulusan bagi mahasiswa. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu bagian dari kegiatan akademik yang bersifat sosial aplikatif, di mana mahasiswa akan terjun langsung ke dalam masyarakat dan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan di perkuliahan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini juga merupakan salah satu kegiatan di mana mahasiswa benar-benar menjunjung tinggi dan mengabdikan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Salah satu program dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) *Hybrid* Kelompok 17 adalah program yang kami susun dari permasalahan mitra kami yaitu belum terbangunnya sebuah identitas merek yang menjadi *value* dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) milik mitra kami, kemudian kurangnya promosi yang memadai sebagai bentuk penyaluran pesan membujuk kepada target pasarnya. Tema program ini adalah “Pemberdayaan UMKM di RT/RW 05/06 Desa Waru Jaya, Parung, Bogor” yang dilaksanakan pada Senin, 1 Agustus sampai 14 Agustus 2022 secara *offline*. Kegiatan ini bermitra dengan salah satu pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Waru Jaya khususnya RT/RW 05/06 yaitu Bapak Ndin. Pada kegiatan ini Bapak Ndin sangat dengan senang hati bekerja sama dengan kami

baik dalam menciptakan identitas merek hingga media promosi sehingga program ini berjalan dengan lancar tanpa hambatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, tak lupa kami ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu kesuksesan kegiatan KKN beserta penulisan laporan, di antaranya:

1. Bpk. Dr. Ma'mun Murod, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta
2. Ibu Dr. Tri Yuni Hendrawati, M.Si., IPM, ASEAN selaku ketua LPPM
3. Ibu Dr. Lusi Andriyani, SIP., M.Si. selaku ketua KKN Reguler 2022
4. Ibu. Munayah Fauziah, S.KM., M.KES., selaku Dosen Pembimbing Lapangan kel. 17
5. Bpk. Ndin selaku pelaku usaha kecil “Griya Tanaman”
6. Seluruh pihak yang telah membantu berlangsungnya kegiatan KKN 2022

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, Aris, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Guntoro, A., Dektisa, H.A., dan Asthararianty. (2018). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BROTHERWOOD. *JurnalDKV Adiwarna*, 2(13), 1-9.
- Muthohir, Moh. (2019). Perancangan MediaPromosi Produk Unggulan UKM Kendal Berbasis Web denganMetode R&D. *JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS*, 12(2), 13-20.