

## **PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI DESAIN KEMASAN DI DESA NOTOG KECAMATAN PATIKTRAJA**

<sup>1</sup>Alfina Ragista Cahyani, <sup>2</sup>Zarahtul Jannah, <sup>3</sup>Hilmatur Nafiah, <sup>4</sup>Yosi Intan, <sup>5</sup>Ngasyik Ubaidi, <sup>6</sup>Quroetu Aini, <sup>7</sup>Dwi Nur salimah, <sup>8</sup>Afni Nur Rahmawati, <sup>9</sup>Defanti Alifatul  
E-mail: <sup>1</sup>alfinaragista18@gmail.com, <sup>2</sup>zahratulzannah@gmail.com, <sup>3</sup>nafiahhilmatur@gmail.com, <sup>4</sup>yosiintan@uinsaizu.ac.id, <sup>5</sup>kkn.notog2023@gmail.com

### **Abstrack**

*This research discusses the assistance efforts regarding digital marketing and updating packaging designs for MSME actors in Notog Village, Patikraja District. The purpose of this service activity is to provide assistance that focuses on marketing through online shops. The method used in this study is the ABCD method with five stages, namely Discovery, Dream, Design, Define, and Destiny which are applied through direct assistance regarding creating shopee, google maps and Facebook accounts for MSME actors in Notog Village including chips and cart. This program is aimed at MSMEs in Notog Village. The results obtained in this community service activity are digital marketing assistance which is the main program to be able to develop a business and become increasingly known by the wider community through online marketing in market places in the form of shopee, google maps and Facebook. The benefits derived from this program include providing broad access to business actors to market their products so as to create jobs for the people of Notog Village. Then the big hope for this program is sustainability and growing bigger, where MSMEs are one of the potentials of Notog Village and can reduce the unemployment rate in Indonesia, especially in Notog Village.*

Keywords: MSME, Digital Marketing

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang upaya pendampingan mengenai digital marketing dan pembaruan desain kemasan pada pelaku UMKM di Desa Notog Kecamatan Patikraja. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk pendampingan yang berfokus pada pemasaran digital dan pembaruan desain kemasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ABCD dengan lima tahapan, yaitu discovery, dream, design, define, dan destiny yang diaplikasikan melalui pendampingan secara langsung mengenai pembuatan akun shopee, google maps dan Facebook kepada pelaku UMKM di Desa Notog diantaranya yaitu UMKM keripik dan geropak. Program ini ditunjukkan kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Notog. Adapun hasil yang diperoleh dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pendampingan digital marketing yang menjadi program utama mampu mengembangkan usaha dan semakin di kenal oleh

masyarakat luas lewat pemasaran yang dilakukan secara online di market place berupa shopee, google maps dan facebook. Manfaat yang diperoleh dari program ini antara lain dapat memberikan akses secara luas kepada pelaku usaha untuk memasarkan produk nya sehingga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Desa Notog. Kemudian harapan besar untuk program ini adalah keberlanjutan dan semakin berkembang besar, dimana UMKM merupakan salah satu potensi Desa Notog dan dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia khususnya di Desa Notog.

***Kata kunci: UMKM, Digital Marketing***

## **A. PENDAHULUAN**

Indonesia mempunyai keaneka ragaman hayati yang jumlahnya sangat tinggi diantaranya sekitar 6.000 spesies tumbuhan, 1.000 spesies hewan, dan 100 spesies jasad renik yang telah di ketahui potensinya dan di manfaatkan oleh masyarakat Indonesia untuk menunjang kebutuhan hidupnya. Tidak hanya itu Negara Indonesia juga memiliki keanekaragaman budaya, peninggalan-peninggalan sejarah yang menjadi daya Tarik dalam pengembangan wisata Indonesia.

Kegiatan ekonomi merupakan upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Seiring dengan waktu dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat, kegiatan ekonomi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pekerjaan yang mampu menyerap tenaga kerja setiap generasi di butuhkan bagi mereka yang akan memenuhi kebutuhannya. Indonesia yang kaya akan sumber daya alam belum sepenuhnya memanfaatkan potensi yang ada di sekitarnya, sehingga masyarakat terpaksa menggunakan dan mengembangkan kemampuan dan potensi yang ada untuk memenuhi kebutuhannya (Merdekawati, 2018).

Indonesia merupakan negara agraris yang mana sebagai tumpu utama perkonomian nasional. Lahan pertanian yang terhampar luas mengakibatkan masyarakat Indonesia sebagian besar menggantungkan perkonomian hidupnya pada sektor pertanian. Degan adanya lahan yang luas berbagai macam tanaman tumbuh di Indonesia diantaranya ada yang menjadi bahan pokok utama dan pendamping (Pusparisa, 2020).

Pembangunan nasional melalui pertanian dan ekonomi sebagai wujud peningkatan kualitas masyarakat Indonesia untuk menuju masa depan yang lebih baik dari sebelumnya. Sebagai negara yang memiliki lahan tanah yang luas dan subur berbagai jenis tanaman dapat tumbuh dengan baik sehingga mampu menopang kehidupan sehari-hari. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan usaha ekonomi produktif milik perorangan ataupun badan usaha yang telah memenuhi kategori usaha sesuai yang termaktub dalam UU No. 20 Tahun 2008. Peran masyarakat dalam usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangat penting ini karena terdapat posisi strategis dalam pemanfaatan sumber daya alam di sektor ekonomi, pangan dan pertanian (Sofyan, 2017).

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, berpengaruh terhadap segala sistem tatanan masyarakat pada berbagai sektor salah satunya dalam sektor perekonomian. Dalam kehidupan bermasyarakat, ekonomi merupakan bagian yang terpenting. Dengan adanya kegiatan ekonomi, maka sumber daya alam serta sumber daya

manusia dapat dikelola secara baik dan maksimal. Peningkatan kuantitas akan barang dan jasa serta prospek kerja untuk masyarakat merupakan prioritas utama dari adanya pembangunan ekonomi. Dalam rangka membangun perekonomian daerah melalui kapasitas yang ada serta mempersiapkan membangun ekonomi kawasan, dibutuhkan keterlibatan dari berbagai pihak demi tercapainya pelaksanaan pembangunan ekonomi.

Dalam aktivitas ekonomi tidak jauh dari kegiatan masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan ekonomi. Masyarakat memiliki peran terkait pembangunan nasional, terutama dalam membangun tatanan ekonomi yaitu dalam mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagai penggerak roda perekonomian, UMKM memegang peranan yang primer yaitu dalam kemajuan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Di sisi lain, UMKM merupakan sektor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi dan pengalokasian hasil-hasil ekspansi di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan global, UMKM dituntut untuk mampu mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini, harus mampu menciptakan berbagai produk yang kreatif dan inovatif yang dapat diterima masyarakat serta mampu bersaing. UMKM mempunyai keutamaan dalam berbagai bidang dengan pemanfaatan sumber daya alam, baik di sektor pertanian, komoditas, perkebunan, ternak, serta perikanan. Potensi lain yang dimiliki UMKM karena eksistensinya di Indonesia dalam bidang ekonomi yaitu, dapat menyerap tenaga kerja ataupun pengangguran yang belum mendapatkan pekerjaan dan memberikan sumbangsih dalam proses pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Sarfia, 2019).

Seiring berjalannya waktu, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga perlu beradaptasi dalam hal pemasaran, penggunaan media social untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Pemasaran adalah sesuatu yang penting untuk keberlangsungan produk sehingga bias menjangkau pasar yang lebih luas dan orang mendapatkan apa yang mereka butuhkan, salah satu strategi pemasaran yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan suatu produk melalui promosi. Promosi adalah cara yang efektif untuk memasarkan produk yang melibatkan konsumen dan menentukan keputusan pembelian. Ketika promosi perusahaan dengan mudah memperkenalkan dan menawarkan produk masyarakat umum (Sanjaya, 2015).

Usaha kecil dan menengah memang memiliki potensi pengembangan pasar yang cukup besar, baik dalam pemasaran dalam negeri maupun luar negeri. Oleh karena itu harus mempunyai kejelian dalam melihat peluang dan potensi yang ada. Tapi ada satu hal meningkatkan kesadaran produk dikalangan Usaha Menengah Kecil dan Menengah (UMKM) sulitnya pemasaran menjadi alasan tidak adanya merek atau brand tersebut. Biasanya Usaha Menengah Kecil dan Menengah (UMKM) hanya fokus pada bisnis dalam produksi produk, bahkan banyak UKM yang belum memikirkannya tentang merek ketika memulai bisnis (Sudarwati, 2013).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu asset yang dimiliki Desa Notog Kecamatan Patikraja sebagai upaya membantu perekonomian masyarakat. Sehingga perlu diadakan pengembangan agar masyarakat Desa Notog dapat mencapai tingkat kesejahteraan. Seperti dengan adanya media sosial dapat mempermudah pelaku usaha untuk memasarkan produk yang dibuatnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dari banyaknya UMKM yang ada di Desa Notog, program kerja unggulan KKN kelompok 32 dalam penguatan UMKM melalui pembuatan label kemasan yang lebih menarik dan

digital marketing yang dilakukan di dua tempat Usah Menengah Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu usaha milik Pak Sunardi dan Pak Hasan Bisri.

## B. METODE PENELITIAN

*Asset Based Community Development (ABCD)* merupakan salah satu pendekatan dalam pengembangan masyarakat. Kekuatan terbesar dalam menunjang kesejahteraan masyarakat adalah potensi dalam diri sendiri, masyarakat telah lahir, hidup dan berkembang sehingga memiliki aset. Potensi tersebut tentunya dapat dijadikan aset sebagai strategi pemberdayaan masyarakat. ABCD memberikan perspektif kepada masyarakat bahwa sesungguhnya kesejahteraan suatu daerah itu bukan bergantung pada bantuan dari pihak luar namun ditentukan oleh potensi yang ditumbuh kembangkan oleh masyarakat itu sendiri. Melalui pendekatan ABCD, warga masyarakat difasilitasi untuk merumuskan agenda perubahan yang mereka anggap penting, sementara mahasiswa dalam kegiatan KKN ini berperan untuk mendorong mewujudkan tercapainya impian bersama masyarakat melalui proses stimulasi dan fasilitasi masyarakat.

Sebagai sebuah bentuk pendekatan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat ABCD mempunyai dasar paradigmatic dan sekaligus prinsip – prinsip yang mendasarinya. Paradigma dan prinsip – prinsip itu menjadi acuan pokok dan sekaligus menjadi karakteristik dan distingsi pendekatan ini dari pendekatan – pendekatan lain dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Paradigma dan prinsip – prinsip pengembangan masyarakat berbasis asset ABCD yang digunakan adalah setengah terisi lebih berarti ( *Half full half empty* ) salah satu model utama dalam program pengabdian masyarakat berbasis asset adalah merubah cara pandang komunitas terhadap dirinya. Tidak hanya terpaku pada kekurangan dan masalah yang dimiliki. Tetapi memberikan perhatian kepada apa yang dipunyai dan apa yang dapat dilakukan. Materi ini akan mengajarkan bagaimana pentingnya asset dalam pengembangan komunitas.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu ikon penting di Desa Notog, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas. Sebagian masyarakat yang memperoleh penghasilan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menjadikan persaingan dalam mengenalkan produk. Berdasarkan observasi awal, peneliti memutuskan untuk melakukan pendampingan dalam penguatan UMKM melalui pembuatan desain kemasan dan pemasaran digital agar dapat mengurai kelemahan dan hambatan yang dialami pelaku UMKM. Dalam program pengabdian ini, terdapat lima langkah metode *Asset, Based, Community, Development (ABCD)*. Diantaranya yaitu :

### a. *Discovery* (Memulai Riset Aset)

*Discovery* merupakan tahapan awal dari metode ABCD yaitu untuk memulai riset yang bertujuan untuk menemukan asset. Dimana dalam kegiatan tersebut mahasiswa melakukan riset sederhana yang ada di masyarakat. Pada tahap ini mahasiswa melakukan observasi ke masyarakat sekitar, seperti silaturahmi dengan pengurus desa seperti kepala desa, perangkat desa, dan warga desa Notog Kecamatan Patikraja. Hal tersebut bertujuan untuk menemukan informasi tentang aset dan potensi desa yang ada di masyarakat. Aset yang terdapat di desa Notog di antaranya : Lapangan, masjid, aula, balai desa, lahan pertanian dan taman. Setelah dilakukan observasi, dapat diketahui mayoritas mata pencaharian masyarakat Desa Notog Kecamatan Patikraja

adalah petani. Namun karena melihat cukup banyak UMKM, dan dari Mahasiswa KKN mengambil tema ekonomi maka yang menjadi fokus kegiatan berada pada UMKM yang memerlukan perhatian untuk memajukan usahanya demi memajukan perekonomian masyarakat.

b. *Dream* (Penentuan Isu Bersama Komunitas)

*Dream* merupakan tahapan kedua yaitu menentukan isu pemberdayaan bersama masyarakat. Pada tahap ini mahasiswa bersama masyarakat merumuskan visi dalam menyusun program yang nantinya difokuskan oleh masyarakat maupun mahasiswa peserta KKN. Desa Notog Kecamatan Patikraja memiliki cukup banyak UMKM yang perlu dikembangkan. Melalui kegiatan pengabdian ini, Desa Notog berharap UMKM yang menjadi aset desa dapat berkembang, dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menjadi lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Notog.

c. *Design* (Perencanaan)

Pada tahap ini, mahasiswa KKN sudah mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan. Setelah mengetahui apa yang akan dicapai, Mahasiswa membuat sebuah rencana program kerja yang didasarkan pada apa yang nantinya bisa dilakukan setelah mengetahui aset yang dimiliki, kemudian rencana program tersebut dibahas dan disosialisasikan bersama pihak-pihak terkait terutama aparat pemerintah Desa setempat. Untuk mencapai hal-hal tersebut diperlukan strategi yang positif. Program kerja yang dibuat diharapkan mampu membuat perubahan dalam perekonomian Desa Notog khususnya dalam perkembangan UMKM nya. Tahapan strategi yang dilakukan yaitu dengan observasi ke pelaku UMKM di Desa Notog lalu ditanyakan apa yang menjadi hambatan dan harapan kedepannya terkait UMKM. Setelah itu, peserta pengabdian menawarkan program pengabdian berupa digital marketing dan pembaruan desain kemasan.

d. *Define* (Menentukan)

Pada tahap ini merupakan bagian *acting on findings*, dimana masyarakat beserta peserta KKN akan bergerak bersama menggunakan aset yang dimiliki masyarakat untuk mencapai visi yang mereka rumuskan pada tahap sebelumnya. Para Mahasiswa dan UMKM bekerja sama untuk menjalankan program kerja yang telah dibuat. Saat inilah UMKM atau masyarakat menunjukkan kemampuan yang dimiliki untuk mewujudkan impiannya. Setelah melakukan wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Notog dan mengetahui harapan pelaku UMKM dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, peserta KKN bersama pelaku menentukan digital marketing dan pembaruan desain kemasan sebagai fokus utama dalam kegiatan program pengabdian ini.

e. *Destiny* (Lakukan)

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir yaitu melaksanakan kegiatan yang sudah di sepakati untuk mewujudkan impian masyarakat agar aset yang ada dalam desa tersebut bisa berkembang secara luas. Kegiatan pada tahap akhir itu adalah melakukan pendampingan terkait digital marketing berupa pembuatan akun Shopee, foto katalog, pembuatan akun google maps dan pembuatan akun Facebook. Selain itu terdapat juga pembaruan desain kemasan UMKM. Sebelum adanya program kuliah

pengabdian ini UMKM keripik tempe sudah cukup besar, namun setelah ada program kuliah pengabdian ini pelaku UMKM yaitu Bapak Hasan berharap usahanya semakin meluas ke segala daerah. Begitu pula dengan UMKM opak yang belum besar dan masih usaha kecil-kecilan oleh karena itu dengan adanya program kuliah pengabdian ini Bapak Sunardi berharap usahanya semakin maju dan dapat dikenali oleh semua orang.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pada tahap awal ini dimulai dengan kegiatan wawancara yang dilakukan secara langsung kepada pihak-pihak yang mengetahui potensi dan asset Desa Notog Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas mengenai rencana, apa saja yang akan dilakukan dan teknis yang akan digunakan guna mengembangkan sebuah potensi yang ada di desa. Dalam kegiatan ini, penggunaan metode yang digunakan adalah metode ABCD (*Asset Based Community Development*) karena metode ini merupakan metode yang dianggap tepat dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat. Setelah dilakukan wawancara dapat diketahui bahwa asset yang dimiliki oleh desa Notog yaitu salah satunya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Pada tahap kedua, kegiatan ini menggunakan tahap ABCD (*Asset Based Community Development*) dimana mahasiswa mendatangi langsung pihak yang mempunyai UMKM untuk diwawancarai seputar UMKM yang sedang dijalani dan apa yang menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha tersebut yang nantinya akan direalisasikan bersama. Dari banyaknya UMKM yang ada di desa Notog, mahasiswa KKN memilih UMKM keripik tempe dan opak, dikarenakan UMKM tersebut yang membutuhkan bantuan dari program unggulan kami. Tahap ini merupakan step awal yang akan dilaksanakan dalam pengabdian. Dari hasil wawancara, mahasiswa menemukan hambatan yaitu kurangnya minat para pembeli dikarenakan desain yang masih sederhana dan pemasaran yang dilakukan belum merata.

Pada tahap ketiga, setelah mengetahui harapan yang akan dicapai, maka haruslah membuat strategi yang digunakan untuk mencapai harapan tersebut. Selain itu, untuk menuju perubahan yang diinginkan dalam masyarakat, hal – hal positif yang pernah ada dijadikan sebagai sumber kekuatan.

Hasil dari tahap ini adalah sebuah rencana program kerja yang di dasarkan pada apa yang bisa dilakukan setelah mengetahui asset yang dimiliki. Ternyata pemilik dari UMKM tersebut bapak Hasan dan bapak Sunardi ingin memasarkan produknya di media social layaknya UMKM yang lainnya dan ingin mengubah desain kemasan agar dapat menarik konsumen. Pada tahap ini nantinya mahasiswa akan memberikan pelatihan cara mendesain kemasan agar dapat menarik perhatian konsumen dan cara memasarkan produk dengan menggunakan *digital marketing*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan minat para konsumen untuk membeli produk UMKM tersebut.

Pada tahap keempat, pelaku UMKM dan Mahasiswa KKN melihat proses pembuatan keripik tempe dan opak dari masing - masing pelaku UMKM. Setelah itu dari mahasiswa KKN melakukan inovasi pada kemasan keripik tempe dan opak, salah satunya dari label kemasan, label kemasan yang semula menggunakan kertas biasa yang dicetak diubah menjadi stiker yang berwarna yang dapat menarik konsumen. Kemudian dari mahasiswa

yang melakukan program pengabdian yaitu melakukan pendampingan pemilik UMKM tersebut bagaimana cara mengambil foto produk yang bagus, Setelah semuanya selesai dari mahasiswa KKN melakukan pelatihan bagaimana cara memasarkan produk melalui akun Shopee dan Facebook sebagai media promosi.

Kegiatan pada tahap ini adalah evaluasi mengenai praktek pelatihan UMKM dimana pelatihan ini melibatkan pelaku UMKM keripik tempe dan opak yang diharapkan nantinya dari desain kemasan produk tersebut dapat menarik minat para konsumen serta pemasaran produk yang tidak hanya terpaku pada salah satu distributor saja melainkan dapat menciptakan pasar online agar dapat meningkatkan penjualan produknya.

### **b. Pemetaan Aset UMKM**

Pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset merupakan sebuah preferensi dari konsep Asset Based Community Development (ABCD). Dalam konteks ini, aset mempunyai definisi sebagai kapasitas yang ada dalam masyarakat, dengan adanya kapasitas yang dimiliki oleh masyarakat maka bisa dijadikan sebagai kekuatan demi merealisasikan program pemberdayaan. Kekayaan yang terdapat dalam diri seperti (intelektual, perhatian, kerjasama, kebersamaan, gotong royong, dan lain sebagainya) ataupun berbentuk Sumber Daya alam (SDA) merupakan bentuk dari sebuah potensi.

Sebagai suatu metode penghampiran dalam pemberdayaan dan ekspansi masyarakat memiliki dasar paradigma yang menjadi karakteristik dan mengarah kepada konteks interpretasi, internalisasi aset, kemampuan, kapasitas, dan pemberdayaan secara independen serta maksimum disebut dengan Asset Based Community Development (ABCD). Aset personal, aset sosial asosiasi, aset institusi, aset alam, aset fisik, aset keuangan.

Aset yang dipetakan dapat dilihat seperti berikut :

- a. Aset personal atau manusia meliputi keterampilan, bakat dan kemampuan pemilik UMKM dalam mengolah makanan dalam masyarakat dengan cara pendekatan melalui wawancara.
- b. Asosiasi atau aset social Asosiasi adalah metode korelasi yang menjadi pijakan adanya organisasi-organisasi sosial di masyarakat yang tercipta dikarenakan beberapa faktor: (1) kesadaran dan keadaan serupa, (2) terdapat hubungan sosial, serta (3) penyesuaian pada arah yang telah ditetapkan. seperti karang taruna dan pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- c. Aset Institusi, meliputi adanya Taman Kanak – kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Rumah Tahfidz, Madrasah Diniyah, serta Lembaga Pemerintahan Desa.
- d. Aset alam, sumber daya alam (SDA) merupakan segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup meliputi tambang pasir, air, dan hasil pertanian
- e. Aset fisik merupakan nilai nyata yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan bagi pelaku usaha.meliputi handphone,bangunan, kendaraan dan alat – alat yang digunakan untuk memproduksi sebuah produk.
- f. Aset keuangan merupakan aset yang bisa dinyatakan setara dengan nilai uang tunai atau suatu kesadaran dalam menghasilkan uang melalui produk yang dihasilkan.

Asset – asset tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala desa dan pengamatan langsung dilapangan oleh mahasiswa yang melakukan program pengabdian.

| Asset   | Rencana Program Kerja   | Keterangan  |
|---|---|---|
| 1.Sumber Daya Alam (SDA)<br>2.Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) | 1.Memberikan pengarahan tentang pentingnya desain kemasan dan pemasaran digital<br>2.Memperbaiki desain kemasan<br>3.Pemasaran produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada media social<br>4.Meningkatkan volume produksi | 1.Memahami pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya desain kemasan dan pemasaran digital<br>2.Memperbaiki desain kemasan agar lebih modern dan mudah diingat oleh masyarakat<br>3.Pemasaran dilakukan di media social untuk mempermudah dalam menjangkau semua masyarakat<br>4.Setelah dilakukan, perbaikan desain kemasan serta dilakukannya pemasaran digital, volume produksi dapat meningkat |

Selain mengaplikasikan konsep mengoptimalkan peluang bisnis yang ada konsep lain juga dapat digunakan salah satunya yaitu pemetaan asset individu (*Individual Inventory Skill*). Metode atau alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemetaan individual asset antara lain: Interview dan observasi. Manfaat dari Pemetaan Individual Aset antara lain:

- a. Membantu membangun landasan untuk memberdayakan masyarakat dan memiliki solidaritas yang tinggi di dalam masyarakat
- b. Membantu bersilaturahmi atau menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar
- c. Membantu masyarakat mengidentifikasi keterampilan dan bakat yang ada dalam diri mereka sendiri.

Dengan mengaplikasikan konsep pemetaan tersebut terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Notog, Kecamatan Patikraja, diharapkan dapat meningkatkan pasar yang lebih luas dan meningkat kesadaran merk dikalangan konsumen.

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan di Desa Notog, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas menghasilkan terdapat peningkatan pada penjualan UMKM yang ada di Desa Notog, khususnya UMKM yang memproduksi opak dan keripik Tempe mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan, dari metode – metode pendekatan ABCD yang telah dilakukan.

#### D. KESIMPULAN

Salah satu sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hidup banyak orang adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pelaku ekonomi juga berperan dalam perekonomian di Indonesia. Tak heran jika Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu tulang punggung perekonomian nasional. sehingga adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di tengah-tengah masyarakat juga memberikan dampak bagi masyarakat sekitarnya, salah satunya yaitu memberikan lapangan pekerjaan

bagi masyarakat yang pengangguran. Dengan demikian, UMKM dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan hal tersebut menjadikan UMKM memiliki peran penting dalam upaya mengurangi kemiskinan khususnya di pedesaan.

Dewasa ini, hampir semua orang mengenal Hand Phone atau Telefon Genggam, sebuah benda yang diciptakan sebagai media komunikasi yang cepat, mudah dan juga praktis. Kemajuan teknologi telah mendorong kemudahan akses digital aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal transaksi antara konsumen dan produsen. Untuk menjawab kemajuan teknologi saat ini, maka perlu adanya respon dalam dari produsen termasuk pelaku usaha. Salah satunya adalah memanfaatkan media sosial agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu ikon penting di Desa Notog, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas. Sebagian masyarakat yang memperoleh penghasilan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Di Desa Notog terdapat beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang lumayan berkembang namun masih dengan pemasaran konvensional. Salah satunya adalah UMKM keripik tempe dan geropak, yang kemudian menjadi sasaran utama dalam program unggulan pengabdian.

Program pengabdian kepada masyarakat mencoba untuk menjembatani terkait respon pelaku usaha yang terdapat di Desa Notog Kecamatan Patikraja terhadap perkembangan teknologi yang pesat ini melalui pendekatan ABCD. Sosialisasi desain kemasan dan digital marketing kepada pelaku UMKM di Desa Notog Kecamatan Patikraja merupakan salah satu bentuk respon terhadap perkembangan teknologi yang semakin canggih. Selain memperluas jangkauan konsumen, digital marketing juga memberikan kemudahan akses informasi bagi konsumen sehingga konsumen dapat dengan leluasa mengakses informasi mengenai produk suatu perusahaan yang sudah dipasarkan melalui media digital berupa google maps, shopee dan Facebook.

Dengan adanya program pengabdian ini, diharapkan dapat mengembangkan produk UMKM yang ada di Desa Notog sehingga semakin di kenal ora masyarakat luas. Selain itu, dengan berkembangnya UMKM di Desa Notog diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia khususnya di Desa Notog Kecamatan Patikraja Banyumas.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Husna Ni'matul Ulya, Ravina Putri Agustin. (2022). "*Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo*". Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 1, No. 1
- Merdekawati, E. (2018). "*Potensi dan Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam*" skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Pusparisa, Y. (2020). databoks. Retrieved September 10, 2022, from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/indonesia-miliki-luas-bakusawah746jutahektare#:~:text=Luas%20lahan%20baku%20sawah%20\(LBS,luas%20lahan%20baku%20sawah%20terluas](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/indonesia-miliki-luas-bakusawah746jutahektare#:~:text=Luas%20lahan%20baku%20sawah%20(LBS,luas%20lahan%20baku%20sawah%20terluas).
- Sanjaya, S. (2015). *Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16(02).
- Sofyan, S. (2017). *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia*. Bilancia, Vol. 11 No. 1(UMKM), 35.
- Sudati Nur Sarfiah, dkk, "*UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa MSMEs The Pillar For Economy*", Jurnal REP (Riset EKonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2 2019, hlm. 138.