

**PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS DIGITAL MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PRODUK DI DESA SUMBERBULU**

*Digital Marketing-Based Assistance Of MSMEs To Increase Product Competitive  
Advantage In Sumberbulu Village*

**Loviga Denny Pratama<sup>\*</sup>), Anisa Yulia Putri, Novi Ayu Yulia, Wahyu Lestari**

Program Studi Tadris Matematika, Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

*Jl. PB Sudirman No. 360 Kraksaan Probolinggo, Indonesia*

<sup>\*</sup>Alamat korespondensi: [loviga.pratama@gmail.com](mailto:loviga.pratama@gmail.com)

*(Tanggal Submission: 20 April 2022, Tanggal Accepted : 4 Agustus 2022)*



**Kata Kunci :**

*Pengabdian  
Kepada  
Masyarakat,  
Digital  
Marketing,  
UMKM*

**Abstrak :**

Media digital dapat mendukung usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan brand awareness produknya, sehingga dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan memanfaatkan media digital untuk mendukung usahanya. Salah satunya pada pelaku UMKM di Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan bersama mahasiswa Universitas Islam Zainul Hasan melalui Program KKN. Tujuan dari program ini yakni meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM tentang strategi pemasaran digital kreatif dan pemahaman mereka tentang pasar sehingga mereka dapat membuat toko online untuk bisnis mereka. Metode pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode ABCD (Aset-Based Community-driven Development). Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM di Desa Sumberbulu mampu membuat toko online. Sehingga mereka bisa mempromosikan produknya melalui marketplace dan media sosial dan akhirnya meningkatkan pendapatannya. Melalui toko online juga memungkinkan Pelaku UMKM di Desa Sumberbulu tersebut dapat memperluas jangkauan pasarnya. Selain itu, luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah desain kemasan produk UMKM dan website. Dapat disimpulkan dalam program ini, selain melaksanakan tri dharma perguruan tinggi, pengabdian masyarakat ini juga membantu program pemerintah dalam mendorong pelaku UMKM agar mampu bersaing di pasar global sehingga dapat mensejahterakan masyarakat sekitar.

**Key word :**

*Community  
Service, Digital*

**Abstract :**

Digital media can support Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to increase brand awareness of their products, so they can gain competitive advantage and reach a wider market. However, not all MSME actors have the

Marketing,  
MSME

ability to use digital media to support their business. One of them is for SMEs in Sumberbulu Village, Probolinggo Regency. This Community Service is carried out with Zainul Hasan Islamic University students through the Community Service Program. The purpose of this program is to increase the knowledge and skills of MSMEs about creative digital marketing strategies and their understanding of the market so that they can create online stores for their businesses. The method of community service uses the ABCD (Asset-Based Community-driven Development) method. The result of this community service is that MSME actors in Sumberbulu Village are able to create online stores. So that they can promote their products through the marketplace and social media and ultimately increase their income. Through online stores, it is also possible for MSME actors in Sumberbulu Village to expand their market reach. In addition, the output of this community service activity is the design of MSME product packaging and websites. It can be concluded that in this program, in addition to implementing the tri dharma of higher education, this community service also helps government programs in encouraging MSME actors to be able to compete in the global market so that they can prosper the surrounding community.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Pratama, L. D., Putri, A. Y., Yulia, N. A., & Lestari, W. (2022). Pendampingan UMKM Berbasis Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Produk di Desa Sumberbulu. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 770-778. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.577>

## PENDAHULUAN

Saat ini, Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat, bahkan kebanyakan aktivitas tidak lepas dari akses internet. Pun juga dalam bidang perdagangan, dalam waktu singkat melalui internet dapat memudahkan konsumen dalam mencari berbagai produk serta layanan yang mereka butuhkan (Atmaja & Verawati, 2020). Setiap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah membutuhkan pemanfaatan media internet dalam mengembangkan *brand awareness* produk mereka, sehingga layanan dan produk tersebut dapat mempunyai keunggulan kompetitif yang tinggi serta mampu bersaing pada persaingan pasar yang semakin ketat (Rokhmah & Yahya, 2020).

Desa Sumber Bulu adalah sebuah desa diwilayah Kecamatan Tegal Siwalan, Kabupaten Probolinggo, Provinsi Jawa Timur. Mayoritas pekerjaan masyarakat sumber bulu adalah petani dan peternak. Desa Sumber Bulu Kecamatan Tegal Siwalan Kabupaten Probolinggo merupakan dataran rendah dengan luas wilayah  $\pm$  243.351 Ha yang terdiri dari 4 dusun, yakni: Dusun Krajan, Dusun Tengah, Dusun Tegal Juwet, dan Dusun Bringin. Adapun empat dusun tersebut memiliki potensi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat 65 UMKM dengan tiga jenis produk yakni jasa, produk olahan, dan barang. Produk di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan beragam, mulai dari konveksi, jasa konstruksi, kuliner, jasa konsultasi, serta ragam kerajinan berkualitas tinggi seperti pakaian lukis, rajutan, sampai pada sabun organik dan produk daur ulang. Warga desa Sumberbulu mahir dalam membangun karya yang dapat meningkatkan potensi ekonomi untuk keluarga.

Oleh karenanya, melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Zainul Hasan (UNZAH) Genggong di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo menyelenggarakan berbagai pembinaan dan pelatihan dengan mengoptimalkan kelembagaan sosial, sehingga dapat mendorong warganya untuk mandiri dalam berwirausaha. Melalui progam KKN UNZAH yang bekerjasama dengan Pemerintah Desa Sumberbulu dapat memfasilitasi pembinaan berkelanjutan dari Divisi Ekonomi dan Pembangunan (EkBang) dalam membangun kinerja dan kualitas produk pelaku UMKM. Hal ini mencerminkan bahwa Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan telah berupaya mengembangkan kapasitas UMKM dengan bekerjasama dengan institusi akademisi dari perguruan tinggi (UNZAH Genggong) dalam mengembangkan keterampilan, wawasan, dan keahlian



pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya. Hal ini dimaksudkan agar pelaku UMKM dapat mengembangkan diri dan usahanya serta memperluas pasarnya ke kota-kota lain (Mulyaningsih et al., 2019).

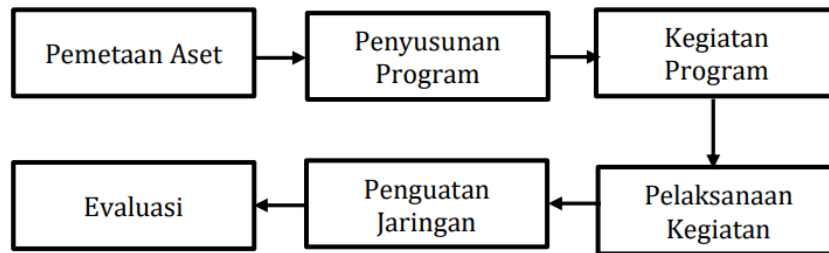
Terdapat berbagai jenis produk UMKM yang ada di Desa Sumberbulu. Beberapa diantaranya berpotensi untuk dijadikan daya tarik bagi masyarakat lokal maupun luar kota. Namun berdasarkan pantauan tim KKN UNZAH Genggong, produk UMKM yang ditemukan belum memenuhi standar produk dalam bersaing dengan produk sejenis. Hal ini berdasar pemantauan dari segi kualitas, kemasan, labeling, maupun desain produknya. Sehingga salah satu inisiatif dalam program KKN ini yakni dengan memberikan pelatihan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan kapabilitasnya untuk menghasilkan produk yang bernilai lebih tinggi dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

Berdasarkan wawancara dengan Penanggung Jawab Desa selaku perwakilan dari Desa Sumberbulu terdapat beberapa aset yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sumberbulu yang akan menjadi tujuan dari pengabdian masyarakat ini yakni: (1) Kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Mikro dan Usaha Kecil di Desa Sumberbulu masih menggunakan cara konvensional. (2) Desain dan kemasan produk dari UMKM di Desa Sumberbulu belum memenuhi standar. (3) Terdapat beberapa permasalahan jaringan komputer di sekitar Desa Sumberbulu khususnya di Kantor Desa. (4) Statistik kependudukan, data dan informasi jenis produk dan UMKM tidak lengkap dan mutakhir. (5) Belum ada website yang memuat profil produk unggulan Desa Sumberbulu yang dapat meningkatkan ekuitas merek dan keunggulan bersaing produk UMKM-nya.

Berdasar berbagai aset Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo serta harapan dari pihak masyarakatnya, tim KKN UNZAH Genggong mencoba memberikan pendampingan dalam pelatihan *creative digital marketing strategy*, pembuatan *website profiling* yang dapat memasarkan produk unggulan pelaku UMKM, mengintegrasikan website dengan aplikasi pendukung yang memudahkan pengguna dan membuat *website* yang handal dan sistem basis data yang diperbarui. Berdasarkan hasil wawancara, perwakilan UMKM di Desa Sumberbulu menyarankan perlunya program pendampingan bagi UMKM seperti *workshop strategi digital marketing* untuk diterapkan di usahanya masing-masing. Mereka juga perlu meningkatkan dan mengubah bauran pemasaran produk, tempat, harga, promosi dan distribusi dari media konvensional ke media sosial berbasis internet. Manfaat yang diperoleh dari *website* produk UMKM adalah kredibilitas tinggi, produk dan merek pengembangan, pemasaran online yang dapat meningkatkan ekuitas merek produk (Pratomo et al., 2019). Terlebih lagi, pemilik situs web bisa mengontrol apa yang mereka izinkan orang untuk melihat dan menganalisis bagaimana konsumen berperilaku di situs web. Cakupan pasar UMKM juga akan lebih global karena *website* bisa mengembangkan pasar yang lebih luas dan tidak hanya pasar domestik namun juga pasar internasional (Triyanto & Kudus, 2017).

## METODE KEGIATAN

Program Pengabdian Masyarakat (PkM) ini sekaligus program KKN UNZAH Genggong 2022 dilaksanakan dengan metode ABCD (*Aset-Based Community-driven Development*). Metode ABCD pada kegiatan PkM di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo dianggap sebagai metode yang sesuai dengan keadaan Desa. Hal ini dikarenakan pada metode ABCD menggunakan pendampingan masyarakat yang termasuk dalam aliran besar sehingga dapat mewujudkan suatu tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat yang menentukan program dalam mengupayakan pembangunan di desanya atau yang seringkali disebut dengan *Community Driven Development* (CDD). Dalam mencapai hal tersebut, proses ABCD dalam studi PkM ini tertera pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses Metode ABCD yang digunakan pada studi PkM ini

Proses yang digambarkan pada Gambar 1 digunakan dalam membina UMKM Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan pelatihan *creative digital marketing strategy*. Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan ini belum pernah mengadakan pelatihan ini sebelumnya sehingga penting membantu desa dalam meningkatkan ekuitas merek dan keunggulan bersaing produk UMKM-nya. Program PkM ini berlangsung selama 4 minggu untuk melakukan pelatihan *creative digital marketing strategy*. Dalam program PkM ini, tim memberikan ceramah, diskusi, sekaligus praktek. Ketiga teknik tersebut diharapkan memberikan cara praktis dalam menginformasikan kepada para pelaku UMKM di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggi Jawa Timur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### ***Pemetaan Aset – Kegiatan Program***

Tahap identifikasi aset dimulai melalui mencari temuan apresiatif, melalui kegiatan Focus Group Discussion (FGD)(Harinie et al., 2020). Dalam tahapan ini telah dilakukan 4 proses, yakni *discovery*, *dream*, *design*, dan *destiny*. Data tersebut diperlukan sebagai deskripsi gambaran keadaan terkini (*existing*) di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo. Proses tersebut dilakukan melalui rangkaian *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara dengan masyarakat Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo. Adapun hasilnya diketahui bahwa terdapat 84% masyarakat desa Sumberbulu menjadi aktor UMKM. Selain itu, Tim PkM berhasil mengumpulkan data diantaranya terkait: (a) profil UMKM dan masyarakat binaan; (b) keinginan yang akan dicapai oleh masing-masing masyarakat sasaran; (c) pemetaan potensi UMKM; (d) fitur fungsionalitas, yaitu persyaratan dan spesifikasi yang dibutuhkan untuk pengelolaan data di *website* online.

Tahap kedua, yakni melakukan diskusi dengan komunitas aset. Pada tahapan ini, masyarakat didampingi oleh tim PkM mendiskusikan dan memetakan aset yang ada pada Desa Sumberbulu. Proses pemetaan aset masyarakat dilakukan seperti Gambar 2. Hasil tahapan ini diketahui bahwa Desa Sumberbulu memiliki banyak aset. Aset tersebut terdiri dari Pertanian Bawang, Tanah Sayuran, Material Bangunan Pembuatan Bata, peternak, kelompok tani, dan berbagai UMKM yang terdiri dari konveksi, jasa konstruksi, kuliner, jasa konsultasi, serta ragam kerajinan berkualitas tinggi seperti pakaian lukis, rajutan, sampai pada sabun organik dan produk daur ulang.



Gambar 2. Perwakilan Masyarakat Sedang Merancang Pemetaan Komunitas Aset

Pada tahap Ketiga, tim PkM UNZAH Genggong dan perkalilan masyarakat Desa Sumberbulu menyusuri desa serta menggambar peta komunitas. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui aset-aset yang ada di Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo. Adapun hasil gambar penelusuran wilayah Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Probolinggo dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.

Zona	Dataran Tinggi	Dataran Rendah	Pegunungan	Sungai	Pinggiran Sungai	Dataran Rendah
Penggunaan lahan	Rumah, Toko, Perkebunan, Lapangan, Masjid, Perkebunan, Pohon dan Perkebunan	Sawah, Kuning, Masjid, Perkebunan, Pohon Perkebunan	Pegang Kumpuk, Tanaman, Sumber air, Sawah dan Perkebunan	Sumber Air	Perkebunan Sawah, Tanah lapang	Sawah, Perkebunan, Masjid, Pohon, Perkebunan, Tanah lapang dan Perkebunan
Pohon dan tanaman	Bahan mencegah lonjor, Sengon	Porkela, kiglabo, Acacia (kayu, kawat, dan kayu)	Erythrina, suaretem (zat anti mikroba)		Bauhinia reticulata (tipe biji kecil) Pohon mangrove dan kayu (kayu, kayu, erinaceae, Kayu)	Pohon buah-buahan, Mangga, Pepaya, Sawah, Bawang merah, bawang putih, Cabe, Padi, Padi

Gambar 3. Salah Satu Gambar Hasil Penelusuran Wilayah oleh Komunitas

Setelah tahapan ini dilalui, masyarakat didampingi TIM KKN UNZAH Genggong dapat menemukan aset yang bisa dikembangkan di Desa tersebut. Tahap *dream* juga dilalui guna untuk mengembangkan dan meraih mimpinya dengan aset yang telah dimiliki. Oleh karenanya, dilakukan program dengan melibatkan masyarakat secara langsung. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat juga berperan aktif dalam pengembangan aset dan dapat berkesinambungan. Adapun masyarakat Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo, sepakat memerlukan suatu pendampingan dalam pelatihan *creative digital marketing strategy* untuk UMKM.

Pelaku UMKM di Desa Sumberbulu sudah memiliki keahlian dan pengetahuan dalam memasarkan produk jualan. Namun, pengetahuan pemasaran tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan dalam hal pemasaran digital kreatif, seperti kurang memenuhinya standar pelabelan, penggunaan desain kemasan masih terkesan asal-asalan, dan minimnya penggunaan sosial media dalam proses pemasaran. Selain itu, kurangnya kompetensi masyarakat di Desa Sumberbulu mengenai pemeliharaan jaringan.

### Pelaksanaan Kegiatan

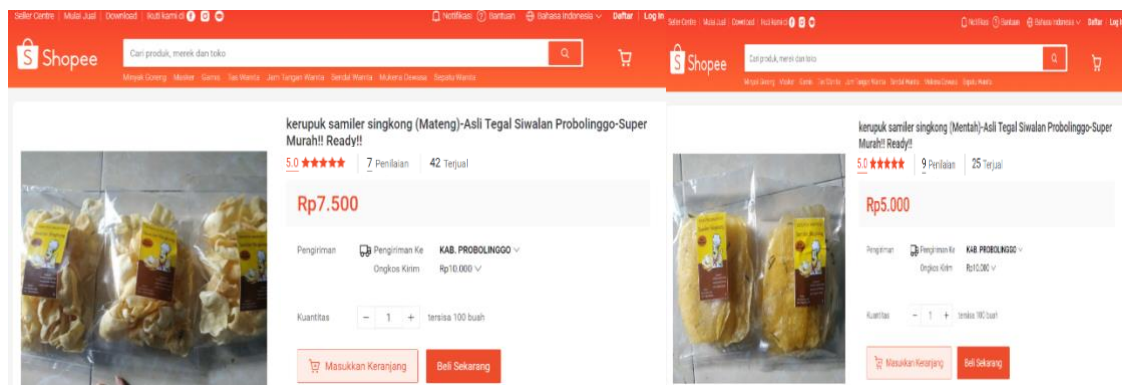
Dalam meningkatkan daya saing produk unggulan di Desa Sumberbulu, tim pengabdian masyarakat memulai program pendampingan dengan mengadakan *kegiatan creative digital marketing*. Kegiatan tersebut memaparkan strategi pemasaran bagi para pelaku UMKM di wilayah Desa Sumberbulu yang dapat membantu mereka untuk meningkatkan daya saing produk dan mengembangkan jangkauan pasar. Pada pelaksanaan pendampingan kegiatan strategi pemasaran digital, mitra binaan dapat mengembangkan produk yang mampu bersaing dengan produk lain. Hal ini berdampak pada memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu akun media sosial dan *marketplace* yang baru dibuat saat program pendampingan, dapat digunakan sebagai media promosi digital bagi pelaku UMKM Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo. Lebih lanjut, tim juga melakukan pelatihan desain produk (pengemasan dan pelabelan). Melalui peningkatan kualitas kemasan produk dan desain produk, pelaku UMKM di Desa Sumberbulu memiliki nilai yang menarik dalam kemasannya dan juga memenuhi standar kemasan industri yang membuat mereka dapat bersaing dengan produk sejenis.

Hasil dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: meningkatnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai desain kemasan untuk produknya. Mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kriteria pengemasan yang baik dan komponen-komponen yang perlu dimasukkan dalam pengemasan produk. Tim juga mencoba mereview dan memberi masukan pada kemasan produk di setiap partisipan yang mengikuti program. Selain itu juga memberikan contoh desain kemasan untuk pelaku UMKM yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Desain *Packaging* Pada Hasil Kegiatan Program

Prestasi lainnya adalah peningkatan pengetahuan pelaku UMKM terkait *digital marketing* serta promosi yang memanfaatkan media digital seperti sosial media seperti WhatsApp, *marketplace*, Facebook, Instagram, dan platform lainnya. Pelaku UMKM juga diajarkan terkait implementasi strategi *digital marketing* untuk sosial media *marketplace* serta *marketing* (Tokopedia dan Shopee) seperti terlihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Salah Satu Pemasaran UMKM Desa Sumberbulu pada *Marketplace*

### ***Penguatan Jaringan dan Evaluasi***

Adapun dampak dari kegiatan pendampingan program ini, perbandingan permasalahan sebelum kegiatan dan hasil setelah kegiatan secara keseluruhan dijelaskan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Dampak Program KKN UNZAH Genggong di Desa Sumberbulu

No.	Sebelum Program KKN	Proses Program KKN	Pasca Program KKN
1	Tidak memiliki keahlian dalam pemasaran digital produk UMKM.	Diberikan bantuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian di bidang digital marketing.	97,3% peserta memahami dan mendapatkan keahlian dalam teknik pemasaran digital.
2	Desain produk (pengemasan dan pelabelan) yang tidak memadai.	Diberikan pendampingan tentang desain produk sehingga pengemasan dan pelabelan produk memenuhi standar industri.	97,3% peserta memahami dan memperoleh keahlian dalam menciptakan desain produk yang memadai.

Partisipan program yang merupakan pelaku UMKM di Desa Sumberbulu telah berbenah dalam hal berbisnis produknya. Awalnya mereka menggunakan teknik pemasaran konvensional tetapi setelah program pendampingan, mereka mulai menerapkan strategi pemasaran digital kreatif yang lebih adaptif dengan perkembangan teknologi yang pesat. Tak hanya itu, produk yang dijual telah dikembangkan melalui pembaharuan desain produk serta desain kemasannya sehingga terlihat lebih

menarik dan memenuhi standar industri. Pendampingan dalam *internetworking* menghasilkan masyarakat yang lebih mampu mengelola jaringan di Desa Sumberbulu.

Dampak lain dari program ini terlihat berkembangnya kemampuan dan kompetensi dalam mengelola usaha dan pemasaran pelaku UMKM. Umumnya sebelum program pendampingan program ini dilakukan, pelaku UMKM Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo ini mengalami kesulitan dalam menerapkan teknik digital *marketing*. Selain itu mereka juga kesulitan dalam mendesain kemasan produknya. Namun, masalah-masalah tersebut telah terselesaikan setelah program pendampingan terselesaikan. Terjadi beberapa perubahan signifikan dalam teknik menjual produk bagi masing-masing UMKM di Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo. Para UMKM di desa tersebut ini sudah menerapkan teknik *digital marketing* yang kreatif dengan memasarkan produknya melalui media sosial, *website*, dan *e-commerce* (Afifah et al., 2018). Pengetahuan menjadi perhatian utama dalam keberhasilan penerapan *digital marketing*, seperti pemahaman penggunaan internet untuk komunikasi produk, mengetahui target pasar bisnis mereka, dan menggunakan pemasaran digital dalam memenuhi kebutuhan pasar (Saura, 2021). Tentunya hal-hal teknik seperti ini tidak dapat diperoleh hanya dari mulut ke mulut. Hal ini berarti bahwa pelaku UMKM harus inisiatif belajar dalam mengikuti isu-isu dunia terkini sehingga selalu memperbarui pengetahuan mereka terkait pemasaran terkini. Para pelaku UMKM juga perlu terus memperbarui informasi terkait situasi pasar, permintaan pasar, dan tren di masyarakat yang terjadi saat ini (Langan et al., 2019). Dengan berkembangnya teknologi, informasi dapat dengan mudah diperoleh dengan menggunakan internet (Harjito et al., 2021). Tentunya semakin banyaknya peluang usaha, akan berdampak pada semakin banyaknya pesaing-pesain usaha yang sejenis. Hal ini menjadikan persaingan UMKM juga semakin ketat. Sehingga menjadi hal penting bagi pelaku UMKM untuk terus belajar, mencari, serta mengimplementasikan strategi bisnisnya (Maharani & Jaeni, 2021). Penting juga berusaha dalam memperoleh dukungan dari instansi dan pemerintah terkait dana hibah bagi pelaku UMKM. Sehingga dapat menjadikan pengembangan UMKM yang lebih luas dan lebih menjangkau pangsa pasar nasional maupun internasional.

Selanjutnya, peningkatan penjualan terjadi setelah diadakannya kegiatan pengemasan yang tepat untuk produk-produk UMKM. Ada berbagai alasan mengapa banyak produk UMKM di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo kesulitan bersaing dengan produk sejenis. Hal ini dikarenakan oleh berbagai kendala yang ditemui oleh pihak UMKM (Rizkavirwan & Erica, 2020). Salah satunya yakni kurang memahami pentingnya *packaging* dalam memasarkan produk jualnya. Bahkan ditemukan sebelum pendampingan, pelaku UMKM Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo meremehkan perang *packaging*. Padahal kemasan produk dapat mempengaruhi nilai komersial di mata konsumen (Nemat et al., 2019). Hal ini menjadikan produk UMKM di Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo kurang menarik minat pembeli khususnya yang dari luar daerah tersebut. Situasi ini juga didasari dengan tidak tersedianya unit usaha yang dapat menangani kemasan kecil. Jadi, wajar bahwa pelaku UMKM Desa Sumberbulu Kabupaten Probolinggo tidak memperbarui kemasan produknya, sehingga sangat membutuhkan program seperti pendampingan ini. Program ini juga didukung oleh beberapa teori penelitian yang menyatakan bahwa peningkatan keuntungan UMKM bisa terwujud ketika suatu kemasan produk dikembangkan dengan inovatif dan kreatif (Eryana & Nadya, 2020). Lebih lanjut berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, para praktisi industri UMKM sangat membutuhkan pengembangan nilai merek dengan mendesain kemasan produknya (Barovich & Nurussama, 2018). Penelitian tersebut mengujikan perbandingan antara penggunaan produk kemasan plastik yang tidak didesain dengan cara visual dibandingkan dengan produk kemasan plastik yang didesain secara visual dan dirancang dengan nilai estetika serta memperhatikan fungsionalitas, menunjukkan hasil yang berbeda secara signifikan dari segi nilai. Hal ini menunjukkan bahwa aspek estetika dalam kemasan dapat mempengaruhi nilai merek produk. Selain itu, nilai fungsional kemasan suatu produk juga dapat mempengaruhi nilai merek produk secara parsial atau simultan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Sumberbulu melalui metode ABCD (*Aset-Based Community-driven Development*) berhasil memberikan inovasi produk unggulannya sehingga dapat berkelanjutan serta berkembang. Program pendampingan ini menambah *skill* bagi pelaku UMKM seperti pemasaran produk yang dijual dengan dukungan pemasaran melalui internet sosial media seperti WhatsApp, *marketplace*, Facebook, Instagram, dan platform lainnya. Mitra program binaan juga sudah mampu mengembangkan desain produk yang menarik (kemasan serta pelabelan) sehingga memenuhi standar industri. Selain melaksanakan tri dharma perguruan tinggi, pengabdian masyarakat ini telah mendukung program pemerintah dalam membantu pelaku UMKM untuk dapat bersaing di pasar global sehingga dapat mensejahterakan masyarakat sekitar.

Namun demikian, terdapat beberapa saran untuk program lanjutan pada PkM ini. Diantaranya diperlukan suatu hak paten terkait desain kemasan yang telah dikembangkan dalam program ini. Pelaku UMKM juga perlu diberikan literasi terkait pengurusan hak paten produk. Sehingga selain desain produk menarik, produk tersebut juga memiliki kepemilikan yang legal untuk dipasarkan ke masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam melakukan program ini, tim Program KKN mengucapkan terima kasih ditujukan untuk Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UNZAH Genggong yang memfasilitasi dalam pelaksanaan pengabdian ini dan ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak Perangkat Desa sekaligus Masyarakat Desa Sumber Bulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo Jawa Timur yang telah menerima kami dengan baik sehingga pelaksanaan pengabdian sekaligus KKN Mahasiswa ini bisa berjalan dengan aman dan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A. N., Najib, M., Sarma, M., & Leong, Y. C. (2018). The influences towards business success of MSMEs creative sector. *Journal of Applied Management (JAM)*, 16(3), 377–386.
- Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2020). Peluang Bisnis di Era Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2).
- Barovich, G., & Nurussama. (2018). Penerapan E-Commerce dan Inovasi Kemasan untuk Produsen Pia Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Litbangyasa Industri*, 1(1).
- Erl yana, Y., & Nadya. (2020). *The Effect of Packaging Design on the Improvement of MSME Brand Value Using the Pre-test and Post-tests Methods*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201202.086>
- Harinie, L. T., Hukum, A., & Juma'eh, J. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.179>
- Harjito, B., Mufidah, F., & Afifah, L. N. (2021). Peran Digital Marketing dalam Mendongkrak Omset bagi UMKM Emping Mlinjo di Desa Pucangan Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 10(2). <https://doi.org/10.20961/semar.v10i2.49127>
- Langan, R., Cowley, S., & Nguyen, C. (2019). The State of Digital Marketing in Academia: An Examination of Marketing Curriculum's Response to Digital Disruption. *Journal of Marketing Education*, 41(1). <https://doi.org/10.1177/0273475318823849>
- Maharani, H. C., & Jaeni, J. (2021). Determinan Kebijakan Pemerintah Sebuah Solusi Keberlangsungan Usaha UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4469>
- Mulyaningsih, T., Aprianti, R., Ardianti, N. L. P. J., Aswin, W. A., Faisal, M., Hikmah, N., & Keraf, N. H. D. (2019). Pengembangan Umkm Kerupuk Mambal Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif di Desa Mambalan Kabupaten Lombok Barat. *Abdi Insani*, 6(2).





- <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i2.223>
- Nemat, B., Razzaghi, M., Bolton, K., & Rousta, K. (2019). The role of food packaging design in consumer recycling behavior-a literature review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 16). <https://doi.org/10.3390/su11164350>
- Pratomo, A., Najwaini, E., Irawan, A., & Risa, M. (2019). Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UKM Nida Sasirangan. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1). <https://doi.org/10.31961/impact.v1i1.615>
- Rizkavirwan, D., & Erica, L. (2020). *Improving the Persuasion Function in Packaging Design Through Redesigning Ready to Use Plastic Pouch Food Packaging for Micro Small Medium Enterprise Businesses*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201202.053>
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1).
- Saura, J. R. (2021). Using Data Sciences in Digital Marketing: Framework, methods, and performance metrics. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.08.001>
- Triyanto, W. A., & Kudus, N. S.-U. M. (2017). Optimasi Meta Tag HTML untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) pada Website E-Commerce UMKM. *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(4).