

# PENGARUH PROMOSI DAN MEREK PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM NANDYA'S KITCHEN DI DESA SIDOKUMPUL

Mochammad Arief, Ahmad Qoni Dewantoro, Alkusani  
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: [mochammadarief1122@gmail.com](mailto:mochammadarief1122@gmail.com)

## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah Unit Usaha terkecil yang dijalankan oleh masyarakat, seringkali UMKM dipandang sebelah mata oleh berbagai pihak, hal ini mungkin dikarenakan UMKM tersebut belum berhasil naik kelas menjadi produk-produk yang berkualitas dan mampu bersaing dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar yang ada saat ini. UMKM itu wajib memiliki banyak keahlian karena proses dari A sampai Z dikerjakan seorang diri, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengemasan, pemasaran, transportasi, sertifikasi dan perijinan, oleh karena itu, UMKM yang ingin maju harus bisa menguasai berbagai kemampuan tersebut dengan sederet banyak hal yang harus dilakukannya seorang diri. Hal ini yang membuat UMKM menjadi lebih lambat untuk maju.

**Kata Kunci** :Promosi, Merek, UMKM

## ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs are the smallest business units run by the community, MSMEs are often looked down upon by various parties, this may be because these MSMEs have not succeeded in upgrading to quality products and are able to compete with products produced by big companies that exist today. MSMEs are required to have many skills because the process from A to Z is done alone, starting from selecting raw materials, production processes, packaging, marketing, transportation, certification and licensing, therefore, MSMEs who want to progress must be able to master these various abilities by there are a lot of things you have to do alone. This is what makes MSMEs slower to progress.

**Keywords**: Promotion, Brand, MSMEs

## PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang ketat di bidang kuliner menuntut setiap pelaku usaha untuk harus berfikir ekstra. Di era saat ini, pasar cenderung melirik usaha kuliner menjual rasa sekaligus visual yang menarik. Sesuatu yang praktis juga menjadi daya jual di tengah mobilitas kegiatan yang tinggi, oleh karena itu hadirilah konsep usaha dessert box. Dessert Box sekarang menjadi usaha kekinian yang sedang populer. Dessert Box merupakan makanan pencuci mulut yang dikemas di dalam box atau kotak plastik sehingga praktis dan mudah dipesan oleh banyak orang. Perlu diketahui, dessert box mempunyai tampilan berlapis yang ada beberapa bahan adonan. Dessert

Box pada umumnya dihidangkan dalam keadaan dingin dalam aneka varian rasa. Salah satu cerita sukses dari pelaku usaha Dessert Box adalah Anandya Octaviana, pemilik Nandya's Kitchen. Bisa dibilang, usaha yang Anandya jalankan menjadi pelopor maraknya pengusaha Dessert Box baru yang bermunculan sekarang ini.

## **METODE PELAKSANAAN**

Persiapan dilakukan dengan cara pengumpulan informasi awal terkait dengan UMKM Nandya's Kitchen akan pentingnya produk makanan yang berkualitas sebagai dessert box premium. Semua kegiatan, diikuti oleh seluruh mahasiswa KKN dalam rangka penjelasan persiapan dalam KKN.

Perencanaan kegiatan dilakukan saat tahap persiapan telah selesai dengan tujuan untuk membimbing dan menjelaskan secara umum kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini awalnya peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan akan pentingnya UMKM. Selain itu, peserta diberikan materi gambaran umum terkait produksi dessert box. Langkah pertama diselenggarakan selama 30 menit. Langkah kedua peserta KKN diberikan materi tentang bagaimana cara membuat dessert box yang premium.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah Unit Usaha terkecil yang dijalankan oleh masyarakat, seringkali UMKM dipandang sebelah mata oleh berbagai pihak, hal ini mungkin dikarenakan UMKM tersebut belum berhasil naik kelas menjadi produk-produk yang berkualitas dan mampu bersaing dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar yang ada saat ini.

UMKM itu wajib memiliki banyak keahlian karena proses dari A sampai Z dikerjakan seorang diri, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengemasan, pemasaran, transportasi, sertifikasi dan perijinan, oleh karena itu, UMKM yang ingin maju harus bisa menguasai berbagai kemampuan tersebut dengan sederet banyak hal yang harus dilakukannya seorang diri. Hal ini yang membuat UMKM menjadi lebih lambat untuk maju.

UMKM bidang pangan sebenarnya memiliki banyak produk-produk yang berkualitas dan rasa yang familiar di lidah masyarakat. Untuk sisi bisnis sebenarnya memiliki kesempatan yang besar juga untuk berhasil dan sukses meraih simpati konsumen. Hal ini menjadi salah satu semangat dari para pelaku UMKM untuk terus berjuang meningkatkan kualitas produknya.

UMKM untuk dapat meraih sukses dalam meningkatkan kualitas produknya itu butuh pendampingan usaha dari berbagai pihak yang fokus dan perhatian dalam bidang pengembangan UMKM. Peran pemerintah dalam hal ini sudah cukup bagus namun dengan jumlah SDM yang terbatas dibanding dengan pertumbuhan UMKM yang sangat pesat berdampak pada terhambatnya pembangunan citra UMKM menjadi sektor usaha yang berdaya saing tinggi di Indonesia.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kami dari prodi manajemen laksanakan selama 1 hari yaitu tanggal 13 April 2022. Kegiatan yang kami laksanakan selama program KKN yaitu pembelian bahan baku untuk dessert box, pembuatan dessert box, baking, packaging. Lalu, kendala-kendala yang sempat ditemui oleh mahasiswa KKN di desa Sidokumpul yakni, antara lain: Tidak tersedianya bahan baku untuk pembuatan dessert box dan kue kering. Adanya produk yang gagal seperti kue kering yang gosong disaat proses baking.



Gambar 1 kegiatan pembinaan UMKM

Program KKN telah berlangsung dengan lancar. Pelaksanaan kegiatan KKN secara garis besar berjalan dengan baik. Faktor yang sangat membantu dalam kelancaran semua kegiatan KKN adalah, dukungan perangkat Desa Sidokumpul yang sangat kooperatif terhadap program kegiatan KKN. Mahasiswa juga menemui beberapa kendala antara lain:

Pelaksanaan program kerja KKN walaupun secara umum lancar tetapi masih terdapat beberapa hambatan kecil, yang dapat menyebabkan program berjalan kurang optimal. Tetapi, kendala dan hambatan tersebut tidak menjadi masalah yang berarti untuk tidak terlaksananya program kerja yang telah disusun. Adapun beberapa kendala yang sering dijumpai oleh peserta KKN adalah sebagai berikut. Penyesuaian waktu kegiatan, Keterlambatan waktu pada saat pelaksanaan kegiatan. Pada kegiatan-kegiatan tertentu, waktu pelaksanaan kurang tepat karena seiring dengan berlangsungnya kegiatan kerja penduduk.

Selain hambatan-hambatan tersebut diatas, ada pula beberapa faktor yang sangat membantu dalam melaksanakan setiap program, antara lain: Adanya semangat kekeluargaan dan kebersamaan dari segenap pengurus UMKM, Adanya dukungan penuh kerjasama dari perangkat desa. Seperti, Kepala Desa, Kepala Dusun, Ketua RT, Tokoh Masyarakat, Tokoh Agama, dan perangkat desa lainnya.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari adanya pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di desa Sidokumpul

kegiatan UMKM Nandya's Kitchen 2022 telah berjalan dengan baik guna menyukseskan program UMKM ini. Sejauh kegiatan ini berlangsung, telah mendapat kurang lebih 50 dessert box, 50 toples kue kering, 30 botol Oatshake. Singkatnya waktu sempat membuat kewalahan karena kurang pemahannya kegiatan produksi dessert box dan kue kering, serta kurang puasnya alur program kerja yang terealisasi karena sebuah pemikiran baru yang efisien muncul sesaat setelah program kerja berjalan. Dalam kegiatan KKN ini, mahasiswa dilatih untuk bisa membuat dessert box dan kue kering. Akan tetapi dalam proses produksinya, masih ditemukan beberapa produk yang gagal produk karena gosong disaat proses baking. Hal ini, merupakan cara bagi para mahasiswa seperti kami untuk mendapatkan ilmu baru melalui kegiatan KKN Prodi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.

Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Benda: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42.

gwjsoft.com. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu DPM & PTSP Pemerintah Kabupaten Gresik. Kecamatan Manyar. 2017. [Diakses 12 April 2022]. diakses dari [http://gwjsoft.com/gresik/profil\\_kec/index.php?kc=9](http://gwjsoft.com/gresik/profil_kec/index.php?kc=9)

LPMUMG. 2022. *Pedoman Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Gresik*. Gresik : Panitia KKN Genap 2022

Sidesa.gresikkab. SiDesa. Desa Pongangan. [Diakses 12 April 2022). Diakses dari <https://sidesa.gresikkab.go.id/desa-pongangan/>

Widiharti, & Sari, D. J. E. (2023). *Analisis faktor yang mempengaruhi intensi terhadap pelaksanaan discharge planing berdasarkan Theory of Planned Behavior ( TPB )*. 14(1).

Yunita, N., Fathoni, M., Agustin, A. A., & Fitria, N. (2023). *Menumbuhkan Jiwa Nasionalisme dan Semangat Belajar*. 6, 2208-2215. <https://doi.org/10.31604>