

PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA DIGITAL DAN VISUAL PADA UMKM SINTA PIE

**Maimunatur Riski^{*1}, Siti Nur Ainiyah², Januar Foo Hasmarheni³,
Muhammad Tahwin⁴**

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang

*Penulis korespondensi: Maimunatur Riski, maimunaturriski616@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan yang menghalangi perkembangannya terutama dalam aspek pemasaran. Dalam pengabdian ini tim KKU Universitas YPPI Rembang melakukan pendampingan usaha Sinta Pie yang berada di daerah perumahan Grand Royal Santoso, JL. Kapten Pierre Tenden No. 12 kav dll, Mondoteko, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Dalam pengamatan dan kegiatan pra-survei yang dilakukan oleh tim KKU, beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan bisnis Sinta Pie, yaitu belum mempunyai petunjuk arah untuk menuju lokasi UMKM tersebut belum memiliki kartu nama usaha, tempat bisnis yang hanya disatu lokasi, terbatasnya tenaga kerja. Berdasarkan masalah ini tim KKU menyusun program pendampingan untuk membantu mengembangkan UMKM, yaitu dengan membuat akun Google Maps dan petunjuk arah sebagai tanda keberadaan UMKM, membuat desain kartu nama usaha, membuat katalog, membuat platform digital dalam memperluas jangkauan pasar seperti akun tik tok, facebook, Instagram. Melalui program ini, diharapkan bahwa UMKM Sinta Pie akan dapat memperluas pangsa pasar sehingga penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Pendampingan, Pemasaran, Media Sosial

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a vital role in improving the community's economy. However, MSMEs often face various challenges that hinder their development, particularly in marketing. In this community service, the KKU team from YPPI University Rembang provided assistance to the Sinta Pie business located in the Grand Royal Santoso residential area, JL. Kapten Pierre Tenden No. 12 kav dll, Mondoteko, Rembang Regency, Central Java. During observations and pre-survey activities conducted by the KKU team, several obstacles faced in running the Sinta Pie business were the lack of directions to the MSME's location, the lack of a business card, the business premises being in a single location, and limited workforce. Based on these issues, the KKU team developed a mentoring program to help develop the MSME, namely by creating a Google Maps account and directions as a sign of the MSME's presence, designing business cards, creating a catalog, and creating digital platforms to expand market reach such as TikTok, Facebook, and Instagram accounts. Through this program, it is hoped that the Sinta Pie MSME will be able to expand its market share, thereby increasing sales and revenue.

Keywords: Mentoring, Marketing, Social Media

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian Indonesia (Wahyunti, S., 2020). UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Asfahmi, 2023). Meskipun demikian, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha Sinta Pie, yaitu keterbatasan dalam hal pengembangan pemasaran dan penjualan (Arifudin et al., 2020). Selain itu UMKM juga menghadapi permasalahan kurangnya strategi promosi yang efektif dalam pemasaran (Oetama et al., 2023). UMKM juga menghadapi masalah minimnya pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital sebagai alat dalam pengembangan bisnis (Zia, 2020). Sari (2019) menyatakan bahwa UMKM juga mengahapai kendala-kendala terkait aksesibilitas pasar yang luas. Di era digital seperti sekarang, banyak inovasi dan peluang baru muncul yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan suatu usaha (Kusjuniati, 2022). Sehingga, diperlukan langkah-langkah konkret dan pendampingan yang tepat dalam memberdayakan para pelaku UMKM agar lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Maydiantoro et al., 2021).

Besarnya kontribusi UMKM terhadap perkembangan ekonomi dan sosial menjadi perhatian khusus di Kabupaten Rembang. Banyaknya jumlah UMKM yang sedang berkembang harus diikuti dengan kemampuan daya saing yang memadai (Sari dan Rosyidi, 2017). Salah satu UMKM di Kabupaten Rembang yang sedang berkembang salah satunya adalah Sinta Pie. Sinta Pie merupakan UMKM yang bergerak dibidang produksi dan penjualan pie susu, berlokasi di Perumahan Grand Royal Santoso, Jl. Kapten Pierre Tendean, Mondoteko, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Produk Sinta Pie dari rasa dan varian toping sangat berkualitas dan menarik. Sinta Pie telah melayani pesanan dari skala kecil hingga besar. Hasil analisis *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT)*, menunjukkan kekuatan UMKM Sinta Pie meliputi produk berkualitas dengan pelayanan yang cepat dan ramah, serta lokasi yang strategis. Adapun kelemahannya adalah keterbatasan pengetahuan dalam pengelolaan media sosial dan pemasaran digital. Peluang yang dihadapi adalah tingginya minat masyarakat terhadap produk, adopsi teknologi informasi yang meningkat untuk pemasaran, serta pasar yang luas. Ancaman yang dihadapi adalah banyaknya pesaing usaha pie susu dan kenaikan bahan baku yang tidak stabil.

Berdasarkan hasil SWOT, maka tim KKU melakukan pendampingan dan pengembangan strategi pemasaran. Pengembangan strategi marketing untuk pengembangan memperluas jangkauan pasar dan ekspansi pasar melalui pemanfaatan teknologi sebagai Langkah yang tepat untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini bertujuan untuk memberikan solusi yang terintegrasi melalui berbagai langkah strategis dan efektif melalui program yang diterapkan. Salah satu pendekatan yang dianggap efektif adalah melalui pendampingan kreatif dan digital. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan bimbingan dalam hal pengembangan strategi pemasaran yang inovatif, dengan memanfaatkan berbagai tools digital seperti aplikasi canva, dan media sosial. Selanjutnya, dilakukan pendampingan intensif dalam pembuatan katalog, kartu nama usaha, petunjuk arah dan banner dengan tujuan untuk meningkatkan strategi marketing UMKM Sinta Pie. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada para

pelaku usaha mengenai desain grafis yang menarik, efektif secara visual, dan informatif (Wijaya et al., 2022).

Oleh karena itu, kolaborasi antara UMKM Sinta Pie dan kegiatan Kuliah Kerja Usaha Universitas YPPI Rembang perlu dilakukan, dengan harapan dapat tercipta sinergi positif yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat disekitarnya. Dengan demikian, UMKM Sinta Pie juga diharapkan mampu memperluas pangsa pasar, memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat, serta memperoleh keberhasilan jangka panjang.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan program KKU (Kuliah Kerja Usaha) dalam pendampingan UMKM “Sinta Pie” menggunakan beberapa proses tahapan metode pelaksanaan program yakni sebagai berikut:

Tabel 1 Metode dan Waktu Kegiatan

Tahap	Tujuan	Metode	Waktu
Observasi UMKM yang ada di Perumahan Grand Royal Santoso, Jl. Kapten Pierre Tendean, Mondoteko, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah	Menentukan UMKM yang akan digunakan untuk kegiatan pendampingan KKU	Survai Lapangan	31 Maret – 4 April 2026
Pra-pelaksanaan dengan melakukan persiapan untuk melakukan program	1. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada UMKM 2. Merumuskan solusi dari permasalahan melalui program pendampingan KKU	Wawancara langsung kepada pemilik UMKM	6 -15 April 2026
Pelaksanaan program pendampingan KKU pada UMKM “Sinta Pie”	1. Pembuatan lokasi pada Google Maps 2. Pembuatan petunjuk arah jalan ke rumah UMKM 3. Pembuatan Desain kartu nama usaha 4. Pembuatan Katalog 5. Pembuatan Akun Media Sosial (Tik Tok, Facebook, Instagram dll) 6. Pembuatan Banner	Pendampingan secara langsung di UMKM	16 – 29 April 2026
Evaluasi program dan kegiatan	Mengukur keberhasilan dan monitoring pelaksanaan program KKU	Evaluasi secara langsung pada kegiatan yang telah dilaksanakan	30 April 2026

1. Tahap Observasi UMKM

Dalam rangka observasi ini dilakukan dengan melakukan survei UMKM yang ada di Mondoteko, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. Selanjutnya menentukan tempat UMKM berdasarkan data hasil survai UMKM untuk dilakukannya kegiatan pendampingan. Kegiatan observasi ini dilakukan untuk mendapatkan UMKM yang layak untuk mendapat pendampingan melalui program KKU yang akan dilaksanakan.



2. Tahap Pra-Pelaksanaan

Setelah melakukan tahap observasi, berikutnya dilakukan tahap pra-pelaksanaan.

Tahap pra-pelaksanaan ini dilakukan pada UMKM yang telah dipilih dan sudah mendapatkan izin dari pemilik UMKM. Pada tahap ini juga dilakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menemukan permasalahan yang dialami di UMKM “Sinta Pie” Setelah ditemukannya permasalahan dari hasil wawancara, kemudian tim KKU membuat rencana program untuk kegiatan pendampingan. Selanjutnya program yang telah disusun akan dilaksanakan adalah :

- a. Pembuatan lokasi pada Google Maps
- b. Pembuatan plang arah petunjuk jalan ke rumah UMKM
- c. Pembuatan desain kartu nama usaha
- d. Pembuatan katalog
- e. Pembuatan akun media sosial (tik tok, facebook, Instagram)
- f. Pembuatan Banner

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan pendampingan KKU pada UMKM ini dilaksanakan dalam waktu selama 30 hari dan dilakukan 6 kali kunjungan di lokasi UMKM yang dituju, untuk melaksanakan program kerja yang telah disusun dalam kegiatan pendampingan UMKM. Secara lebih lengkapnya akan dijabarkan dibawah ini

- a. Kunjungan ke – 1, pada tanggal 4 april 2026 dilakukannya kegiatan observasi dan wawancara kepada pemilik UMKM “Sinta Pie” untuk melakukan kegiatan KKU ditempat pemilik. Dalam kunjungan ini dilakukan pembuatan perencanaan program yang didasarkan pada permasalahan dari UMKM.
- b. Kunjungan ke – 2, pada tanggal 14 april 2026 kegiatan observasi dan wawancara lanjutan kepada pemilik UMKM untuk melakukan diskusi dan persetujuan dari perencanaan program KKU yang telah dibuat dan dilaksanakan sebagai bentuk pendampingan. Program yang dilaksanakan yakni meliputi: 1) Pembuatan lokasi pada Google Maps, 2) Pembuatan petunjuk arah jalan ke rumah UMKM, 3) Pembuatan desain kartu nama usaha, 4) Pembuatan Katalog 5) Memberikan edukasi mengenai promosi dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial. 6) Pembuatan Banner.
- c. Kunjungan ke – 3, pada tanggal 18 april 2026 melaksanakan program kerja yakni mendaftarkan lokasi UMKM “Sinta Pie” milik ibu Sinta Sulvia Ningtyas pada google maps dan pembuatan akun media sosial.
- d. Kunjungan ke – 4, pada tanggal 25 april 2026 melakukan kunjungan di Perumahan Grand Royal Santoso, Jl. Kapten Pierre Tendean, Mondoteko, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah untuk membantu pembuatan pie susu
- e. Kunjungan ke– 5, pada tanggal 29 april 2026 melanjutkan program pembuatan kartu nama usaha, membuat dan memasang katalog di rumah UMKM
- f. Kunjungan ke – 6, pada tanggal 30 april 2026 Melanjutkan program kerja KKU untuk pemasangan plang arah petunjuk rumah UMKM dan pemasangan Banner.

4. Tahap Evaluasi

Tahap ini merupakan indikator dari selesai dan suksesnya program pendampingan dari kegiatan KKU kepada UMKM, sehingga dilakukannya kegiatan evaluasi capaian yaitu:

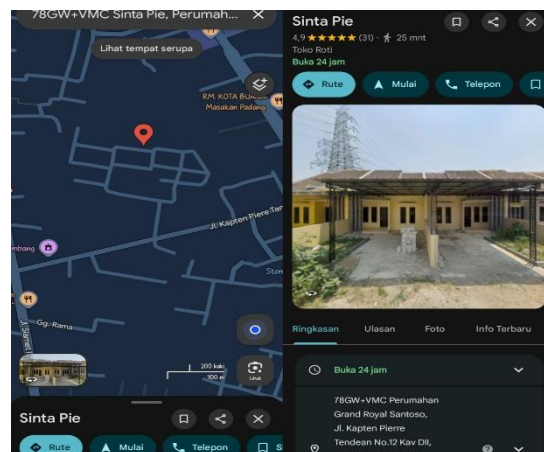
- a. Evaluasi selama pelaksanaan program, meliputi proses selama pelaksanaan program berlangsung yang dilakukan untuk mengukur kemajuan dan melakukan perbaikan apabila diperlukan, sehingga program dapat berjalan lebih baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan.
- b. Evaluasi setelah pelaksanaan program, yakni menilai hasil dari program yang telah dilaksanakan untuk mengukur keberhasilan program, dampak dari program yang dilaksanakan serta dapat memberikan keberlanjutan kepada UMKM untuk dilakukan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM melalui program KKU ini berhasil dilaksanakan pada UMKM “Sinta Pie” yang beralamat di Mondoteko Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Kegiatan pelaksanaan program pendampingan UMKM ini berhasil diselesaikan dalam kurun waktu satu bulan. Beberapa program yang telah dilaksanakan oleh Tim KKU, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembuatan dan penambahan lokasi pada Google Maps

Pembuatan lokasi UMKM “Sinta Pie” pada google maps telah berhasil dibuat dan dapat dilihat pada aplikasi GPS. Pembuatan google maps ini bertujuan agar memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi usaha UMKM “Sinta Pies” apabila ingin melakukan pembelian maupun pemesanan.



Gambar 1. Lokasi UMKM Pada Google Maps

2. Pembuatan petunjuk arah jalan ke rumah UMKM “Sinta Pie”

Pembuatan petunjuk arah ini bertujuan untuk mempermudah pelanggan untuk menemukan lokasi UMKM. Selain itu, petunjuk arah juga dapat digunakan sebagai media pemasaran untuk UMKM “Sinta Pie”, dalam mempromosikan usaha agar dapat diketahui oleh masyarakat luas.



Gambar 2. Petunjuk arah lokasi UMKM

3. Pembuatan Desain Kartu Nama Usaha untuk UMKM “Sinta Pie”

Pembuatan desain kartu nama dilakukan untuk memberikan identitas serta media promosi bagi UMKM. Kartu nama dibuat dengan tampilan yang menarik dan menyesuaikan ciri khas usaha agar mudah dikenali oleh pelanggan. Desain kartu nama memuat logo usaha, nama pemilik, alamat usaha, nomor telepon/WhatsApp, serta media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi dengan konsumen.



Gambar 3. Kartu Nama Usaha UMKM

4. Pembuatan Katalog Untuk UMKM “Sinta Pie”

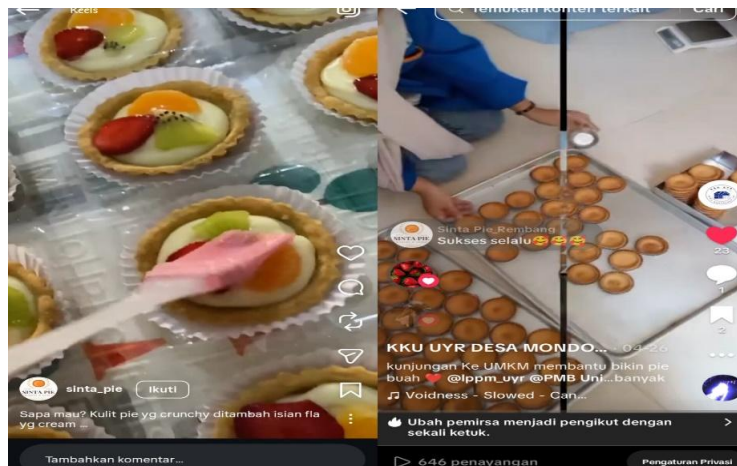
Berdasarkan hasil wawancara dan analisis kebutuhan, tim KKU merancang katalog pada usaha Sinta Pie yang memuat informasi produk secara jelas, termasuk nama produk, foto produk, dan kontak pemesanan. Desain katalog menggunakan warna cerah dan elemen visual sederhana yang bertujuan menarik perhatian konsumen, sekaligus mudah dipahami. Katalog ini dibuat agar bisa dilihat oleh konsumen pada produk sinta pie waktu saat menunggu pesanan. Pelaku usaha menyambut antusias hasil desain katalog dan merasa bahwa katalog ini memberikan kesan yang lebih baik dalam Mempromosikan produk UMKM.



Gambar 4. Katalog UMKM

5. Pembuatan Akun Media Sosial pada UMKM “Sinta Pie”

Pembuatan Akun media sosial dilakukan untuk membantu UMKM dalam memperluas promosi dan meningkatkan pemasaran produk secara digital. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas serta memudahkan komunikasi antara penjual dan pelanggan. Tim KKU membantu dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dengan menampilkan profil usaha, foto produk, informasi pemesanan, serta konten promosi yang menarik. Selain itu, dilakukan juga penyesuaian desain tampilan akun agar terlihat lebih rapi, menarik, dan sesuai dengan identitas usaha. Dengan adanya media sosial, diharapkan UMKM dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, menarik minat konsumen, mempermudah proses promosi produk, serta meningkatkan penjualan usaha secara lebih efektif dan modern.



Gambar 5. Video Promosi “Sinta Pie”

6. Pembuatan Banner UMKM

Pembuatan desain banner dilakukan untuk meningkatkan daya tarik dan memperluas promosi UMKM kepada masyarakat. Banner dibuat dengan desain yang menarik dan menyesuaikan identitas usaha, sehingga dapat memberikan informasi produk secara jelas kepada pelanggan. Tim KKU membantu proses pembuatan banner dengan menampilkan logo usaha, nama usaha, gambar produk unggulan, alamat usaha,

serta nomor kontak/WhatsApp untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan. Pemilihan warna, tulisan, dan tata letak disesuaikan agar banner terlihat lebih menarik, mudah dibaca, dan mampu menarik perhatian konsumen. Dengan adanya banner, diharapkan usaha dapat lebih dikenal oleh masyarakat, meningkatkan minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, serta membantu memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan UMKM.



Gambar 6. Banner UMKM

SIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Sinta Pie yang berfokus pada strategi pemasaran dan pembuatan media sosial menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Sebelum pelaksanaan KKU, pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal.

Melalui program KKU, dilakukan pengembangan strategi pemasaran digital dengan membuat akun media sosial serta mengoptimalkan konten promosi yang menarik dan informatif. Pembuatan media sosial seperti Instagram dan platform lainnya membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta memudahkan komunikasi dengan konsumen.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan potensi pemasaran yang lebih luas dan efektif. Dengan pengelolaan media sosial yang konsisten dan strategi pemasaran yang tepat, UMKM Sinta Pie diharapkan mampu meningkatkan penjualan serta mempertahankan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini Tim KKU menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKU (Kuliah Kerja Usaha). Semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas YPPI Rembang yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui KKU.
2. UMKM “Sinta Pie” yang telah memberikan izin dan ketersediannya kepada Tim KKU untuk melakukan kegiatan pendampingan.
3. Bapak Muhammad Tahwin, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan dalam menjalankan kegiatan pendampingan UMKM melalui program KKU.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Hasil Produksi dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(1), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- Asfahani, A. (2023). Pendampingan UMKM melalui Penyediaan Lapak dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 31–41. <https://edujavare.com/index.php/Assoeltan/article/view/147>
- Kusjuniati, K. (2022). UMKM Indonesia Menuju Industri Halal dan Go Digital dalam Memasuki Pasar Global. *Widya Balina*, 7(2), 462–468. <https://doi.org/10.53958/wb.v7i2.152>
- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 4(6), 1530–1539. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v4i6.5293>
- Oetama, S., Irsyad, A. F., Yono, E. H., & ... (2023). Pendampingan UMKM dalam Strategi Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Promosi Pada Usaha Produksi Kripik Kelakai “Uma” Di Sampit. *Profit: Jurnal*, 2(2), 78–83. <https://stiesampit.ac.id/pkm/index.php/profit/article/view/52>
- Sari, D. A., Rosyidi, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM di Kabupaten Rembang. *Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen*, vol (03), no (02), hal 14-25.
- Sari, Yeni P, I. Farida, H. et al. (2019). Model Pendampingan UMKM Pengolahan Hasil Laut dengan Metode Pendekatan Pendampingan Terintegrasi. *Jurnal MONEX*, vol 8, no., 293–302.
- Wahyunti, S. (2020). Peran Strategis UMKM dalam Menopang Perekonomial Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19. *J-Esa (Jurnal Ekonomi Syariah)*, volume 3.
- Wijayanti, E., Cahyaningsih, M. D., Zahara, W. A.N., Rikah, Damayanti,. (2025). Pendampingan UMKM Bakso Pangsit Gerobak Ijo Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha. *Jurnal BUDIMAS*, vol (07), no (02), hal 1-11.
- Wijaya, N., Irsyad, H., & Taqwiym, A. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Canva Dalam Mendesain Poster. *Fordicate*, 1(2), 192–199. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2418>.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1).