

PENDAMPINGAN UMKM ANEKA KRIPIK MELALUI PEMBUATAN LOGO DAN PENGGUNAAN MEDIA ONLINE

MENTORING UMKM VARIOUS CHIPS THROUGH LOGO CREATION AND USE ONLINE MEDIA

Wasito

Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

*Email: azzambagus8@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan wawasan, keterampilan hingga menjadi suatu keahlian kepada masyarakat di desa Sawahan Puncu. Hal yang mendasari melakukan pendampingan ini karena warga sekitar kurang bisa memanfaatkan teknologi informasi, masalah yang ada saat ketika penjualan yang kurang dari target, minim pembeli, Sasaran pendampingan masyarakat ini untuk warga desa sawahan Puncu dan sekitarnya. Pendampingan pembuatan Logo selain mempunyai maksud sebagai ciri khas awal ketika melihat suatu produk melalui kemasan, kemudian memudahkan juga untuk konsumen dalam memberi barang yang diminati. dimaksudkan agar memudahkan konsumen untuk mengenali produk yang dijual. Membuat daya tarik kepada masarakat, setiap logo-logo dalam suatu produk dinilai sebagai represntasi awal dalam mengenali produk itu. mempunyai ciri khas tersendiri. Yang kedua, pndampingan untuk memahamkan terkait aplikasi marketplace, facebook, tokopedia, shopee, agar memudahkan produsen dalam menjual suatu produk, tentu dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, seperti menggunakan media sosial instagram, facebook, whatasApp Bussiness, marketplace. Pemasaran menggunakan media online memudahkan pelaku UMKM dalam menjangkau konsumen. Banyak konsumen yang mengapresiasi yang mana dulu masih offline, sekarang bisa melayani pemesanan dengan menggunakan aplikasi online. dan juga model pembayaran sudah melayani dengan transfer antar bank.

Kata Kunci : Pendampingan UMKM, Pengabdian Masyarakat, Logo, Media

ABSTRACT

One form of Tri Dharma education is community service, which has the purpose of providing insight, skills to become an expertise. The underlying thing to do this pendampngan because local residents are less able to utilize information technology, the problems that exist when sales are less than the target, minimal buyers, the target of this community assistance to the villagers sawahan Puncu and surrounding areas. Logo creation assistance in addition to having a purpose as an initial characteristic when viewing a product through packaging, then make it easier for consumers to provide goods of interest. intended to make it easier for consumers to recognize the products sold. To make an appeal to the public, each logo in a product is considered as an initial representation in recognizing the product. has its own distinctive features. Instagram Facebook, Facebook, tokopedia, shopee, in order to make it easier for manufacturers to sell a product, of course by utilizing appropriate technology, such as using social media instagram, facebook, whatasApp business, marketplace. Marketing using online media makes it easier for MSME actors to reach consumers. Many consumers who appreciate which used to be offline, can now serve orders using online applications. And also payment models are already serving with interbank transfers.

Keywords : Mentoring, UMKM, Community Service, UMKM, Logo, Media

Received: 2023-02-22; Approved: 2023-05-30; Published: 2023-06-06

PENDAHULUAN

Sejak adanya pandemi Covid'19 kehidupan masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia telah mengalami dampak di berbagai sektor, Dalam penelitian Afrian dan Pitaloka berbagai hasil studi yang berkaitan dengan strategi UMKM. Alfrian & Pitaloka (2020) Salah satu sektor yang terdampak yakni UMKM Usaha Mikro Kecil dan Menengah, digitalisasi platform perlu untuk menunjang di era sekarang. Anisah (2021) sektor ekonomi merupakan salah satu unsur yang penting dalam menunjang keberlangsungan hidup masyarakat. Dengan adanya krisis ekonomi ini, sehingga secara otomatis kesejahteraan masyarakat pun juga terkena dampaknya. Situasi ketenagakerjaan pun pasti juga berubah. Oleh karena itu, berbagai upaya telah dilakukan oleh masyarakat, salah satunya dengan membangun usaha kecil dan menengah untuk tetap bisa menyambung hidup setiap harinya. Keberadaan UMKM telah terbukti memiliki sumbangsih bagi perekonomian nasional. Ada tiga hal menurut Bank Indonesia terkait dengan peran UMKM terhadap perekonomian nasional. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan yakni sebesar 56% dari total PDB di tahun 2010. Selain berdoa, dan berserah diri kepada Tuhan Yang Maha Esa, tentunya kita sebagai manusia juga harus tetap melakukan usaha. Mulai membangun usaha kecil dan menengah (UKM), perlu adanya strategi yang matang agar target penjualan bisa tercapai. Jika tidak memiliki strategi yang matang, maka usahanya bisa kalah saing dengan para pemilik usaha lainnya yang sudah kekinian dan mengikuti perkembangan zaman yang ada, dengan memanfaatkan berbagai macam teknologi juga tentunya, apalagi di zaman sekarang ini sangat marak penjualan secara online melalui Marketplace.

Arumanis Aneka Kripik merupakan sebuah brand produk dari usaha makanan yang telah didirikan bapak Suher sejak tahun 2019. Makanan yang dijual bapak Suher berupa aneka kripik seperti kripik gote, kripik singkong, dan kripik pisang, akan tetapi fokus produksi lebih banyak dilakukan untuk kripik pisang. Pemasaran telah dilakukan secara offline maupun online. Pemasaran secara offline masih dilakukan di toko milik bapak Suher maupun disetorkan ke warung-warung lain di daerah setempat, sehingga target pasar kurang meluas ke berbagai daerah. Sedangkan sistem pemasaran secara

online dari Arumanis Aneka Kripik ini juga belum menuai hasil, hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal seperti kurang menariknya kontent yang diunggah sebagai media promosi, kurang konsistennya pemilik usaha dalam mempromosikan produk di media sosial, kurangnya pengetahuan pemilik usaha dalam menggunakan berbagai fitur pada marketplace sehingga belum mempunyai strategi pemasaran yang tepat, dan lain-lain. Hadirnya Teknologi Informasi (TI) memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dengan cara konvensional, termasuk dalam mengubah cara bisnis. TI adalah salah satu pilar utama dalam pembangunan peradaban manusia yang harus memberikan nilai tambah bagi masyarakat luas (Saleh & Hadiyat, 2016). Oleh karena itu gagap teknologi menjadi salah satu kendala tersendiri bagi pemilik Arumanis Aneka Kripik ini yang belum paham akan sistem penjualan di marketplace maupun strategi promosi melalui media social yang dapat menjadikan usahanya tersebut kalah saing dengan para pemilik toko serupa yang sejak lama sudah menggenjarkan penjualannya secara online sehingga target penjualan lebih meluas dan terkenal diberbagai daerah.

Selain metode promosi dan penjualan maka brand atau merek juga merupakan salah satu unsur yang penting dalam sebuah usaha. Menurut penuturan Aaker merek adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap atau kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu, serta membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan para pesaing. Disini Arumanis Aneka Kripik belum memiliki logo yang simple dan menarik untuk produk yang dijualnya. Dengan adanya logo yang menarik maka akan menjadi identitas dan pembeda antara usahanya dengan para pesaingnya yang lain. Merek memberikan tanda mengenai sumber produk serta melindungi konsumen maupun produsen dari pesaing yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik. Merek terbaik akan selalu eksis dan selalu berusaha melakukan hal yang baik dan benar sehingga reputasi merek tersebut tetap terjaga. Branding sangat diperlukan di jaman ini dikarenakan berjalannya waktu desain semakin berkembang di dunia kita, bahkan desain selalu melekat kepada hal-hal yang kita jumpai dalam kehidupan kita sehari-hari. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim peneliti akan membantu pemilik Khamid Store dalam bentuk pendampingan untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih terkenal melalui brandingnya serta

membantu pemilik Khamid Store untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi penjualan yang dapat lebih memudahkan konsumen dalam pemesanan sehingga target pemasaran lebih meluas.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi serta tingginya persaingan menjadikan UMKM harus bisa menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Seftianti & Aziz (2021) Dalam hal ini mahasiswa memiliki peran penting untuk memberikan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan usaha sesuai permasalahan yang ada. Kegiatan pengabdian yang akan dilakukan yakni bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih terkenal melalui branding dari logonya sekaligus membantu pemilik Arumanis Aneka Kripik untuk menggunakan beberapa media sosial sebagai media promosi penjualan yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan, sehingga target pemasaran lebih meluas.

METODE

Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan. Yang mana pelatihan disini mencakup memberikn pengetahuan, meningkatkan, mengembangkan kompetensi, disiplin, sikap, produktif, terampil, dan sesuai dengan jenjang kualifikasi, agar bisa mencapai tujuan pada pengabdian masyarakat, maka dilakukanlah tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pelatihan. Rencana kegiatannya :

1. Melakukan Sosialisasi dan Edukasi kepada masyarakat dengan tujuan memahaman masyarakat bahwa untuk mendapatkan konsumen atau menarik minat dan memperbanyak konsumen.
2. Tahapan kedua dengan meningkatkan pemahaman dan penguatan kemampuan pelaku UMKM di Desa Sawahan Puncu, pada tahapan ini pelaku UMKM di berikan arahan untuk menginstal beberapa aplikasi penunjang yang penting untuk pemasaran, diantaranya facebook, shopee, tokopedia, marketplace.

3. Pada Tahapan ini, pelaku UMKM sudah bisa untuk menginstal beberapa aplikasi, dan mengoperasikan, maka digunakan dengan sebagaimana mestinya yaitu untuk pemasaran produk. Dengan adanya dasar dari pemasaran lewat media online.
4. Pelaku UMKM program cara pembuatan logo, pelaku UMKM dengan adanya pelatihan pembuatan logo, agar semakin dikenal tentu mempunyai awal yang bagus ketika melihat produk. Maka logo diperlukan untuk menarik daya beli konsumen.
5. Pelaku UMKM dengan adanya pendampingan logo dan penggunaan media online menjadi daya dorong untuk memaksimalkan informasi yang berkaitan dengan produk, adanya sosial media yang membantu dalam pemasaran.

Tabel 1. Tujuan PKM dan Tahapan Pelatihan

No	Tujuan PKM	Tahapan Pelatihan
1	Melakukan Sosialisasi edukasi kepada masyarakat pelaku UMKM	Memahamkan agar mempunyai kesamaan dalam berfikir bahwa dengan menggunakan media online dapat memperbanyak konsumen
2	Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM di Desa Sawahan Puncu	Tahapan instalasi aplikasi, facebook, shopee, tokopedia, marketplace
3	Meningkatkan popularitas produk yang telah dihasilkan oleh UMKM desa Sawahan Puncu	Tahapan pemasaran produk
4	Melaksanakan program pembuatan logo	Tahapan pembuatan logo
5	Melaksanakan program pendampingan digitalisasi sosial media untuk pelaku UMKM	Tahapan pemasaran dan pengiriman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian terdiri dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan yang dilaksanakan. Jika ada tabel/bagan/gambar berisi paparan hasil yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara cepat. Tabel/bagan/gambar tidak berisi data mentah yang masih dapat atau harus diolah.

Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat

kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

Hasil observasi di lapangan sekaligus wawancara dengan pemilik Arumanis Aneka Kripik, mendapatkan gambaran awal bahwa Arumanis Aneka Kripik sebelumnya sudah memiliki logo akan tetapi kurang menarik dan belum menampilkan ciri khas dari produknya sehingga belum sepenuhnya melekat pada ingatan masyarakat setempat yang berada di lingkungan usaha tersebut. Gambaran selanjutnya yakni mengenai cara pemilik usaha untuk memperkenalkan usaha atau barang dagangannya hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan menyetorkan ke warung-warung daerah setempat sehingga target pasar kurang meluas ke berbagai daerah. Sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka tim pengabdian berinisiatif melakukan tindakan dengan membantu membuatkan logo serta akun media sosial sebagai media promosi agar Arumanis Aneka Kripik dapat lebih terkenal ke berbagai daerah. Studi literatur yang dilakukan berupa pencarian informasi terkait pentingnya logo dalam sebuah branding produk atau usaha serta kekuatan media sosial dalam promosi.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Logo

Pertama-tama peneliti berdiskusi dengan pemilik dari usaha tersebut, pemilik menginginkan bahwa logo yang akan dipakai yaitu logo yang *simple*, tetapi terdapat hal atau komponen dari produk itu sendiri sebagai ciri khas berupa pisang yang mana untuk saat ini fokus produksi lebih banyak dilakukan untuk kripik pisang. Alhasil peneliti membuatkan sebuah logo seperti pada gambar di atas. Pemilik Arumanis Aneka Kripik sendiri, yaitu Bapak Suher sempat bernegosiasi kepada peneliti untuk melakukan perubahan atau revisi dari logo tersebut, hingga akhirnya terbentuklah logo final di atas, tentunya dengan persetujuan dengan pemilik Arumanis Aneka Kripik. Pendampingan dilakukan dengan membimbing

Pemilik usaha untuk mencetak logo dalam bentuk stiker kemudian akan ditempelkan di packaging dari produk Arumanis Aneka Kripik agar dapat melekat diingatan konsumen. Adapun evaluasi keberhasilan yang didapat melalui kegiatan ini yakni pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik merasa senang dengan hasil logo yang telah melalui proses revisi dan akhirnya mendapatkan kesepakatan hingga berhasil ditempelkan pada produknya, beliau mengaku bahwa tidak bisa membuat logo sendiri yang menarik dan jika menggunakan jasa percetakan maka akan keluar biaya lagi sehingga dengan adanya program pendampingan ini beliau merasa terbantu.

Branding adalah sebuah proses yang dilakukan untuk menciptakan sebuah awareness dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Branding berarti mencari dan memanfaatkan semua kesempatan yang untuk mengekspresikan mengapa seseorang harus memilih sebuah brand dibandingkan dengan brand lainnya. Branding dibagi menjadi 5 tipe yaitu; co-branding, digital branding, personal branding, cause branding, dan country branding (Cholil, 2018). Pelatihan untuk membuat logo menjadi hal yang dirasa sangat perlu untuk meningkatkan kreativitas memang sangat diperlukan (Agustina et al., 2021).

Logo merupakan simbol grafis yang mewakili perusahaan atau organisasi, lebih tepatnya mewakili bisnis atau produk yang paling simpel melalui penggunaan ikon atau tipografi. Pemakaian logo pada produk atau kemasan produk dapat meningkatkan gengsi pemakai atau konsumennya. Hal ini terlihat jelas dan banyak pada bidang fashion, seperti beberapa merek desainer terkemuka, Louis Vuitton, yang memakai logo LV pada setiap produk dan kemasan produk.

Namun, biasanya kebanyakan tanda memiliki bagian tipografi yang lebih jelas merinci pada nama organisasi atau perusahaannya. Sementara branding mempunyai tujuan dan makna yang lebih luas yang merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk sampai ke benak orang atau khalayak mengenal suatu perusahaan atau produk. Branding dan positioning produk atau perusahaan hingga sampai ke benak konsumen dibuat dengan identitas merek yang kuat. Layanan pelanggan dan pengalaman klien juga merupakan bagian dari sebuah brand. Reputasi adalah bagian penting dari mendefinisikan kata brand.



Gambar 3. Logo Produk

Logo mewakili apa yang digambarkan seseorang akan produk yang diinginkan. Logo memiliki peran penting karena harus bisa mewakili perusahaan atau produk yang mudah dikenali oleh konsumen. Logo yang baik harus memiliki ciri-ciri tertentu untuk membedakan dengan produk lain, baik berupa warna, bentuk maupun tipografinya. Logo yang baik memang harus memiliki prinsip dan makna filosofis yang baik pula, filosofi ini penting karena logo dibuat untuk masa depan yang panjang, bukan hanya satu atau dua hari saja. Balutan logo harus merupakan kombinasi menarik antara warna, bentuk, ilustrasi atau gambaran fisik yang mencerminkan filosofis perusahaan secara umum. Karena logo juga akan menjadi identitas perusahaan atau produk, tidak hanya untuk konsumen tetapi juga untuk internal perusahaan. Dengan pemahaman yang baik oleh internal perusahaan, maka logo akan menjadi kuat dan akhirnya bisa menyebar pada masyarakat calon konsumen secara kuat. Istilahnya didalam dikenal, di luar terkenal.

Logo secara langsung tidak “menjual” tetapi logo itu merupakan tanda atau identitas untuk alat komunikasi pemasaran yang sangat menentukan dalam menentukan pilihan konsumen atas produk yang akan ia gunakan. Maka logo juga erat kaitannya dengan kualitas produk yang dikeluarkan perusahaan atau organisasi. Karena di dalam logo terdapat cermin budaya kualitas perusahaan maupun tujuan dan impian perusahaan kepada konsumen atas layanan produknya.

Banyak pelaku industri skala kecil menengah (UKM) berkilah dengan menyatakan bahwa perusahaan mereka masih kecil atau pemain baru, dan beralasan untuk tidak mencantumkan logo pada kemasan produk atau pada produk mereka. Perlu diketahui bahwa semua perusahaan besar memulai perusahaannya berpuluh-puluh tahun yang lalu dari kecil dan telah menyadari pentingnya logo serta melakukan secara konsisten program marketing dan branding dengan mencantumkan logo mereka pada kemasan produk. Bagi para perusahaan yang telah menyadari pentingnya logo dalam kemasan produk untuk tujuan memudahkan pemasaran, maka logo mereka sebagai salah satu media promosi untuk mengenalkan brand perusahaan kepada konsumen dan calon konsumen

2. Akun Media Sosial

Peneliti berdiskusi mengenai akun media sosial yang akan digunakan dalam branding pendampingan ini, pemilik menginginkan Instagram dan WhatsApp Business untuk akun media sosial yang akan digunakan, pemilik belum ingin menggunakan seperti tokopedia atau shopee terlebih dahulu. Jadi, peneliti membuat akun Instagram dan juga pemilik meminta untuk nomor WhatsApp Business yang digunakan dalam toko online ini adalah nomor WhatsApp pemilik sendiri. Dalam akun Instagram, peneliti juga meminta izin kepada pemilik usaha agar logo dari produk dipasang sebagai foto profil akun Instagram usahanya. Dalam pendampingan ini, peneliti juga memberikan edukasi kepada pemilik usaha terkait bagaimana penggunaan akun media sosial Instagram dan WhatsApp Business melalui fitur-fitur yang telah ada serta mengajari pemilik usaha bagaimana membuat caption serta foto produk yang menarik untuk diupload di media sosialnya yang dapat menarik minat calon konsumen. Selain itu peneliti juga memberikan saran agar pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik lebih konsisten untuk mengupload produk-produk serta testimoni agar postingannya tersebut dapat secara rutin muncul sebagai usaha promosi untuk meningkatkan penjualan.

Adapun evaluasi keberhasilan dari program pendampingan ini yakni 4 hari setelah promosi melalui Status WhatsApp pemilik usaha, alhasil terdapat beberapa respon positif dari beberapa konsumen, banyak konsumen yang dahulunya mengeluh mengenai pembelian yang hanya bisa offline, menjadi sudah dapat online. Pemilik usaha juga melakukan transaksi kepada beberapa konsumen atau pembeli melalui pembayaran COD, dan ada juga yang melakukan pembayaran melalui transfer. Media merupakan perantara yang berfungsi untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada calon konsumen atau konsumen, sehingga konsumen dapat memberikan respon terhadap pesan komunikasi tersebut.

Penggunaan media digital sebagai wadah untuk pelaku UMKM tentu berdasarkan gejala yang ada, seperti kesulitan dalam pemasaran, informasi yang terbatas. Perlu adanya mengembang program potensi yang efektif.(Purnomo, 2019) Strategi usaha kecil mikro menengah bagi pelaku UMKM, utamanya pasca pandemic yang melanda. Melakukan pemasaran dengan digital marketing, memperkuat SDM dan juga melakukan inovasi kreatif.(Alfrian & Pitaloka, 2020)

Pertumbuhan pengguna Instagram yang kian meroket membuat brand besar semakin terkenal di dunia maya. Alhasil, pebisnis online kaki lima memanfaatkan aplikasi ini sebagai saluran distribusi konten dan media promosi. Apabila brand atau bisnis Anda ingin ambil bagian untuk melakukan branding di Instagram, Anda harus berupaya keras untuk meraih pengikut di media sosial tersebut dengan berbagai promosi yang kreatif. Bisnis online semakin merajalela, berbagai cara dan kemampuan teknologi pun semakin berkembang. Banyak bisnis online yang dijalankan melalui media sosial; Facebook, Twitter, dan Instagram. Pada awalnya, ketiga platform tersebut diciptakan sebagai sosial media untuk upload gambar atau foto dari smartphone. Sama halnya seperti sosial media lain, fungsinya pun bergeser pula seiring banyaknya bisnis yang menggunakannya untuk keperluan marketing. Tidak jarang kita temui online shop yang menggunakannya sebagai sarana untuk promosi. Oleh sebab itu, pengguna Instagram jumlahnya banyak dan aktif (justru mungkin lebih aktif dibandingkan dengan Facebook).

SIMPULAN

Dari kegiatan pendampingan UMKM ini maka pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik dapat menyadari dan menjadi lebih paham tentang cara meningkatkan penjualan produknya melalui strategi sistem pemasaran dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi, meliputi media sosial berupa Instagram dan WhatsApp Business, serta pentingnya logo dalam sebuah branding produk atau usaha. Adapun evaluasi keberhasilan dari program pendampingan ini yakni pertama, pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik merasa senang dengan hasil logo yang telah melalui proses revisi dan akhirnya mendapatkan kesepakatan hingga berhasil ditempelkan pada produknya, beliau mengaku bahwa tidak bisa membuat logo sendiri yang menarik dan jika menggunakan jasa percetakan maka akan keluar biaya lagi sehingga dengan adanya program pendampingan ini beliau merasa terbantu. Kedua, 4 hari setelah promosi melalui Status WhatsApp pemilik usaha, alhasil terdapat beberapa respon positif dari beberapa konsumen, banyak konsumen yang dahulunya mengeluh mengenai pembelian yang hanya bisa offline, menjadi sudah dapat online. Pemilik usaha juga melakukan transaksi kepada beberapa konsumen atau pembeli melalui pembayaran COD, dan ada juga yang melakukan pembayaran melalui transfer.

SARAN

Setelah pendampingan yang kami lakukan membuahkan hasil, sebaiknya pemilik usaha Arumanis Aneka Kripik bisa mengembangkan bisnisnya lebih baik dan luas lagi seperti mengikuti perkembangan trend saat ini, bisa lebih konsisten dan mahir dalam mengoperasikan sosial media dalam mempromosikan produknya untuk meningkatkan penjualan, serta senantiasa memiliki inovasi terbaru untuk produknya agar mampu bersaing dengan berbagai produk lain yang ada di pasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada kepala desa dan seluruh jajarannya, kepala dusun, ketua RT dan RW desa sawan kabupaten Kediri, para stakeholder, pelaku UMKM, dan semua yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *JURNAL APLIKASI DAN INOVASI IPTEKS "SOLIDITAS" (J-SOLID)*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), Article 2.
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Cahyani, N., Natalia, N. I. N., & Alfina, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemplang Bawang Merah Sebagai Produk Unggulan Lokal Di Desa Rejoso Nganjuk. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 222-237.
- Cahyono, E. A., & Izza, Y. P. (2022). Pemberdayaan Guru Honorer Melalui Launching Sobat Pintar Akademia (Sopia) Dan Aplikasi Media Pembelajaran Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 136-146.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas*. Quatdrant.
- Miftah, Z., Sutrisno, S., & Rozi, F. (2022). Membangun Desa Melalui Budaya Literasi Desa Ngayung Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 392-401.

- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>
- Seftianti, A., & Aziz, I. A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i1.2908>