

WORKSHOP UPSCALE PRODUCT “STANDARISASI UMKM SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PEREKONOMIAN DESA JANTI”

Kenlies Era Rosalina Marsudi¹, Muhammad Nur Hanif², Roudlotul Husna³

¹IAIN Ponorogo, Indonesia, kenliesmarsudi@iainponorogo.ac.id

²IAIN Ponorogo, Indonesia, nurhanif2001@gmail.com

³IAIN Ponorogo, Indonesia, husnaroudlotul75@gmail.com

Abstrak: Desa Janti Slahung Ponorogo merupakan sebuah daerah yang masyarakatnya dikenal memiliki banyak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM yang terdapat di daerah ini diantaranya berupa Catering, Penjahit, Budidaya Jamur Tiram, dan juga camilan Rengginang. Pelaku UMKM yang mayoritas generasi kalangan tua nyatanya belum bisa dengan baik mengikuti perkembangan canggihnya teknologi yang dapat menunjang kemajuan usaha mereka. Hal ini menyebabkan UMKM yang ada di desa ini menjadi sulit berkembang dan para pelaku UMKM mengaku kewalahan dalam menghadapi kerasnya persaingan dalam berwirausaha. Kesulitan utama pelaku UMKM ialah harus memahami terkait canggihnya teknologi dalam pemasaran produk UMKM di sosialmedia dan pengemasan yang menarik. Untuk itulah dibutuhkan suatu program pelatihan dan pendampingan terkait dengan *branding product* dan juga *packaging product*. Pelatihan dan pendampingan diawali dengan dilakukannya kegiatan *Workshop Upscale Product*. Metode yang digunakan adalah ABCD (*Asset Based Community Development*) diterapkan melalui beberapa langkah yaitu, *discovery, design, define, dan reflection*. Strategi yang digunakan terhadap masyarakat pelaku UMKM berupa ajakan, penjelasan dan praktik langsung. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan masyarakat yang mengikuti pelatihan dan pendampingan dapat memiliki kemampuan lebih untuk menunjang usahanya dengan menguasai cara-cara strategi *marketing product* yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang diminati konsumen di era ini serta memiliki kemampuan *packaging product* yang menarik daya beli konsumen.

Kata Kunci: UMKM, *Upscale Product*, ABCD

Abstract: *Janti Slahung Ponorogo Village is an area whose people are known to have many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs in this area include catering, tailors, oyster mushroom cultivation, and also Rengginang snacks. MSMEs, the majority of whom are the older generation, have not been able to properly keep up with the development of sophisticated technology that can support the progress of their business. This has made it difficult for MSMEs in this village to develop and MSME actors claim to be overwhelmed in the face of intense competition in entrepreneurship. The main difficulty for MSMEs is that they have to understand the sophistication of technology in marketing MSME products on social media and attractive packaging. For this reason, a training and mentoring program is needed related to product branding and product packaging. The training and mentoring begins with the Upscale Product Workshop. The method used is ABCD (Asset Based Community Development) implemented through several steps namely, discovery, design, define, and reflection. The strategy used for the MSME community is in the form of invitations, explanations and direct practice. With this activity, it is hoped that people who participate in training and mentoring will have more capabilities to support their business by mastering product marketing strategies that are in line with the times and market needs*

that are in demand by consumers in this era and have product packaging capabilities that attract consumers' purchasing power.

Keywords: MSMEs, Upscale Product, ABCD

PENDAHULUAN

Pada era sekarang banyak sekali aplikasi ataupun media yang bisa digunakan untuk memperkenalkan produk usahanya, agar mudah dikenal masyarakat serta jangkauan yang diperoleh lebih luas. Salah satunya ialah aplikasi Whatsapp, banyak sekali masyarakat yang menggunakan aplikasi tersebut karena jangkauan serta akses yang mudah, bahkan penggunaannya tidak lagi pandang umur dan terdiri dari seluruh kalangan. Sebagai pengusaha yang memiliki jiwa *entrepreneur* dan ingin berkembang, baik itu berasal dari pengusaha kecil, besar, maupun usaha rumahan, dianjurkan untuk bisa memanfaatkan adanya aplikasi Whatsapp ini, dengan tujuan agar dalam proses pemasaran ataupun branding yang dilakukan itu bisa mengembangkan usaha yang dimiliki. WhatsApp mengeluarkan sebuah fitur khusus untuk bisnis, seperti halnya bisa menjalin komunikasi dengan pelanggan melalui WhatsApp Business. Selain menjalin komunikasi, manfaat WhatsApp Business seperti media untuk marketing atau menyebarkan pesan promosi. WhatsApp Business juga membuat jalinan komunikasi pengusaha dengan pelanggan lebih personal dan lebih mudah, dimana WhatsApp bisnis juga sudah didukung oleh fitur-fitur canggih yang mempermudah kita merespon pelanggan lebih cepat.

Seperti dalam branding media, sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, sendiri atau dalam kombinasi, yang digunakan untuk membedakan sekelompok produk atau jasa penjual dan membedakannya dari produk pesaing yang dikenal dengan istilah *branding* (Kotler, 2009). Pernyataan tentang identitas merek, nama dagang suatu produk disebut juga sebagai *branding* (hak istimewa), hal tersebut merupakan reputasi, merek yang menjanjikan dengan reputasi yang baik adalah merek yang dipercaya dan disukai publik. Selain nama dagang, label atau merek suatu barang, jasa, atau perusahaan, yang berkaitan dengan hal-hal yang terlihat oleh merek seperti nama dagang, logo, atau ciri visual lainnya, kini merek juga mengacu pada citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan persepsi di benak konsumen (Neumeier, 2003).

Dengan adanya hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan sebuah pengabdian masyarakat dengan mengadakan sebuah acara workshop yang bertujuan untuk pelatihan dan pendampingan *branding* dan *packaging* produk UMKM. Selain itu juga dilakukan pembuatan platform media sosial agar pemerintah khususnya pemerintahan Desa Janti agar dapat meningkatkan pelayanan pada warga dengan pemanfaatan teknologi menggunakan media sosial yang dimiliki oleh pemerintah desa dan juga para pelaku UMKM.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah di laksanakan di desa Janti ini, menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) yang mana merupakan sebuah metode yang lebih condong terhadap pengembangan masyarakat yang berada didalam aliran besar, dengan mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial, yang mana masyarakat disini sebagai pelaku, serta penentu dalam upaya pembangunan dilingkungan atau yang sering kali

disebut dengan *Community-Drive Development* (CDD). Upaya pengembangan masyarakat harus dilaksanakan sejak awal, agar manusia mampu mengetahui apa yang menjadi kekuatan yang dimiliki serta inisiatif apa untuk dijadikan sebagai perbaikan (Salahudin et al., 2015).

Dengan mengetahui kekuatan dan aset yang dimiliki, serta memiliki agenda perubahan yang dirumuskan bersama, persoalan untuk keberlanjutan sebuah program perbaikan kualitas kehidupan diharapkan dapat diwujudkan. Melalui pendekatan ABCD, warga masyarakat difasilitasi untuk merumuskan agenda perubahan yang mereka anggap penting, dan *urgent*. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa warga masyarakat berkesempatan untuk turut serta sebagai penentu, dalam agenda perubahan tersebut. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah kegiatan stimulasi dan fasilitasi terjadi proses ini. Perubahan menuju kepada upaya perbaikan hanya dapat diwujudkan tatkala manusia dapat mencermati hal terbaik dalam dirinya, dan mengoptimalkan hal baik tersebut untuk apapun yang menjadi impiannya (LPPM IAIN Ponorogo, 2022).

Maka dari itu hal pertama yang dilakukan ialah mencari tahu hal apa yang perlu dilakukan dengan adanya *problem* terkait UMKM tersebut, dengan mengadakan acara *Workshop Upscale Product*, dan memberikan beberapa sub pembahasan, seperti sistem *Branding*, Standarisasi, Penjualan, Keuangan, serta Produksi. Sebagai sebuah pendekatan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, *Asset Based Community-Driven Development* (ABCD) mempunyai dasar paradigmatik dan sekaligus prinsip-prinsip yang telah 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. Poin yang perlu ditekankan dalam paradigma dan prinsip yang dimiliki oleh pendekatan ABCD adalah, bahwa semuanya mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan, dan pendayagunaan secara mandiri dan maksimal.

Adapun secara teknis mekanisme pemberdayaan dengan memakai proses *inkulturasi*, *discovery*, *desing*, *define* dan *reflection*, sebagai berikut diantaranya: (a) *Discovery* (menemukan), proses untuk mengidentifikasi dan mencari kembali kesuksesan yang melibatkan percakapan langsung atau wawancara penduduk setempat, dan yang mengharuskan seorang individu mengidentifikasi kontribusi mereka dalam suatu kegiatan atau bisnis; (b) *Dream* (impian), melihat masa yang akan datang yang mungkin tercapai dengan cara kreatif dan secara kolektif, sesuatu yang dihormatidikaikkan dengan sesuatu yang diharapkan; (c) *Design* (merancang), yaitu proses dimana seluruh komunitas maupun kelompok ikut serta dalam proses belajar tentang kekuatan atau aset yang dimiliki agar dapat segera memanfaatkan dengan cara yang membangun, menyeluruh dan bekerjasama hingga tercapainya aspirasi dan tujuan yang telah ditentukan; (d) *Define* (menentukan), kelompok pemimpin alangkah baiknya menentukan tujuan dari proses pencarian mengenai perubahan yang diharapkan; (e) *Destiny* (melakukan), yaitu serangkaian tindakan yang memotivasi proses belajar berkelanjutan serta mencari hal baru tentang "apa yang akan terjadi". Sebagai sebuah pendekatan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, *asset based community-driven development*

(ABCD) mempunyai dasar paradigmatik dan sekaligus prinsip-prinsip yang mendasarinya. Yang mana paradigma dan prinsip-prinsip itu menjadi acuan pokok dan sekaligus menjadi karakteristik terhadap pendekatan ini, dari pendekatan-pendekatan lain dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Poin yang perlu ditekankan dalam paradigma dan prinsip yang dimiliki oleh pendekatan ABCD adalah bahwa semuanya mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan, dan pendayagunaan secara mandiri dan maksimal. Metode dan alat atau cara untuk mengerahkan sebuah aset pemberdayaan masyarakat melalui Asset Based Community Development (ABCD), antara lain:

A. Penemuan Apresiatif (*Appreciative Inquiry*)

Appreciative Inquiry (AI) merupakan cara yang memiliki nilai positif untuk melakukan perubahan didalam organisasi, didasari oleh pendapat yang sederhana yaitu bahwasannya setiap organisasi mempunyai suatu hal yang bisa bekerja secara optimal, sesuatu yang menjadikan organisasi aktif, efektif dan terlaksana, serta terjalinnya relasi antara organisasi tersebut dengan komunitas dan pengaruh dari stakeholder-nya. AI tidak mengkaji bahkan tidak pula menganalisis terhadap pangkal persoalan dan jalan keluarnya, melainkan berfokus pada cara menambah hal-hal positif dalam organisasi maupun komunitas. Proses AI terdiri dari 4 tahap yaitu *Discovery, Dream, Design dan Destiny* atau yang sering dijuluki sebagai Model atau Siklus 4-D. AI ini di aplikasikan melalui Forum Group Discussion (FGD) yang dilaksanakan setiap masing-masing tahapan.

B. Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)

Pendekatan untuk memperbanyak akses ke pengetahuan warga setempat, serta untuk memperluas akses jaringan lokal. *Community map* adalah gambaran pengetahuan dan berlandaskan pendapat masyarakat guna mendorong pertukaran informasi dan menyeimbangkan semua masyarakat untuk ikut serta dalam proses yang mempengaruhi lingkungan tempat tinggal mereka (Dureau, 2013).

C. Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Asosiasi merupakan alternatif dalam membentuk jaringan yang melandasi terciptanya sebuah organisasi-organisasi sosial yang terwujud sebab tercukupi faktor-faktor sebagai berikut: (1) kesadaran akan keadaan yang sama, (2) adanya hubungan sosial yang saling keterkaitan yang terjadi, dan (3) mencari titik fokus terhadap apa yang sudah menjadi tujuan yang telah disepakati (Soetomo, 2009).

D. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Alat yang bisa diaplikasikan dalam melaksanakan pemetaan individual seperti kuisisioner, *interview* dan *Focus Group Discussion*. Manfaat dari pemetaan tersebut adalah : (a) Membantu membentuk landasan untuk memberdayakan masyarakat serta mempunyai rasa kebersamaan yang tinggi dalam bermasyarakat; (b) Membantu membentuk relasi dan kerja sama yang baik dengan masyarakat sekitar. (c) Membantu masyarakat untuk menggali kemampuan, skill dan bakat, yang mereka miliki.

E. Sirkulasi Keuangan (*Leacky Bucket*)

Perputaran ekonomi yang berupa kas, barang dan jasa adalah suatu hal yang tidak

pernah terlepas dari organisasi maupun komunitas dalam kehidupan sehari-hari. Seberapa jauh jengjang dinamitas dalam peningkatan ekonomi warga setempat dapat ditinjau, dari berapa banyak kekuatan ekonomi yang masuk dan keluar. Untuk mengetahui, meningkatkan serta mengorganisasi asset-asset tersebut dalam ekonomi komunitas atau warga lokal diperlukan sebuah penelaah dan pengetahuan yang cermat. Salah satu metode yang digunakan dalam pendekatan ABCD yaitu melalui *Leacky Bucket*.

F. Skala Prioritas (*Low banging fruit*)

Sesudah penduduk menemukan potensi, kekuatan dan kesempatan yang mereka miliki dengan menggali informasi dengan cara yang baik, pemetaan aset, penelusuran wilayah, pemetaan kelompok atau lembaga dan mereka sudah membangun mimpi yang indah. Tahap selanjutnya adalah mencari cara bagaimana motif untuk mewujudkan semua tujuan tersebut. Impian atau keinginan mereka tidak mungkin terpenuhi jika adanya keterbatasan ruang dan waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Pengertian pengabdian kepada masyarakat dapat berkembang dari segi persepsi maupun dimensi ruang dan waktu. Menurut Koswara, pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi adalah pengamalan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) melalui metode ilmiah secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan guna mengembangkan sumber daya manusia Indonesia yang sejahtera, adil dan maju (Riduwan, 2016). Program pengabdian masyarakat merupakan bagian dari implementasi Tri Dharma perguruan tinggi, program ini berbentuk pendidikan dan pelatihan masyarakat serta pelayanan masyarakat. Tujuan pengabdian masyarakat adalah mengimplementasikan hasil ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memberdayakan masyarakat sehingga berdampak pada pengetahuan, keterampilan dan sikap dari masyarakat (Noor, 2010).

Tahap pertama yang diambil oleh tim peneliti ialah melaksanakan observasi terhadap desa Janti, dengan melihat kondisi yang nyata terhadap desa tersebut, selain itu tim Peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa tokoh masyarakat sekitar, seperti Kepala Desa, ketua RT, serta Ta'mir Masjid. Dari data yang diperoleh tim peneliti dengan mempertimbangkan beberapa pertimbangan, maka dari itu tim memilih salah satu aset, yang mana dirasa bisa dijadikan sebagai skala prioritas, asset utama yang dimiliki masyarakat sekitar. Aset tersebut berupa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) , maka dari itu Tim peneliti memutuskan untuk membuat seminar Workshop Upscale Product. Seminar tersebut dilakukan dengan tujuan agar masyarakat sekitar yang memiliki UMKM bisa lebih berkembang, serta mampu bersaing dengan pengusaha yang lain, baik itu lewat produk, pengemasan, bahkan teknologi yang digunakan untuk branding.

Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan Workshop bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Janti mengenai pentingnya inovasi dan standarisasi produk sebagai

pengembangan perekonomian. Karena kurangnya pemahaman terhadap hal tersebut, maka menimbulkan dampak yang diantaranya terbatas dalam aspek branding, standarisasi, pemasaran, keuangan dan produksi. Permasalahan diatas disebabkan kurangnya inovasi dalam aspek pemasarannya belum mengikuti perkembangan teknologi.

Ada dua faktor pendukung mengapa workshop ini perlu diselenggarakan, faktor ini meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksudkan disini ialah kurangnya inovasi dalam aspek pemasaran. Hal ini terlihat ketika kami survey *door to door* ke pelaku UMKM yang mana mayoritas membuat produk hanya berdasarkan pesanan sehingga produk-produk yang dibuat hanya diketahui oleh beberapa orang saja, tidak diketahui oleh khalayak umum.

Selain itu dalam hal inovasi para pelaku UMKM kurang memperhatikan aspek-aspek peningkatan produk yang diantaranya yaitu aspek branding, standarisasi produk, pemasaran produk, keuangan dalam mengelola usaha, dan aspek produksi. Kemudian yang menjadi faktor eksternal ialah kurangnya perhatian dari pemerintah desa terhadap pelaku UMKM. Meskipun terdapat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) namun lembaga tersebut tidak berjalan sebagaimana semestinya, yang mengakibatkan UMKM di desa janti kurang berkembang. Bukan hanya faktor itu saja, akan tetapi faktor personal dari usaha atau UMKM juga sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha tersebut.

Melihat kondisi ini dapat menjadikan bahan pertimbangan untuk mencari cara dalam mengembangkan perekonomian di Desa Janti dengan mengadakan pelatihan berupa Workshop "*Upscale Product*" dengan tema "Standarisasi UMKM dalam Strategi Pengembangan Perekonomian Desa Janti". Hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan selanjutnya secara garis besar dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut ini:

- A. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan. Target jumlah peserta pelatihan sebanyak 30 orang yang terdiri dari seluruh pelaku UMKM di desa Janti dan anggota PKK. Sedangkan dalam pelaksanaannya peserta yang hadir sejumlah 22 orang. Dengan demikian keberhasilan target jumlah peserta pelatihan dapat dinilai baik karena jumlah peserta yang hadir sebesar 80%.
- B. Ketercapaian tujuan pelatihan. Tujuan dari adanya pelatihan "*workshop Upscale Product*" adalah untuk mengembangkan kesejahteraan ekonomi warga desa Janti terutama dalam faktor branding, standarisasi, marketing, keuangan, dan produksi. Sehingga masyarakat desa Janti dapat memiliki inovasi dan dapat mengembangkan usahanya dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih.
- C. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi. Dalam pelaksanaan workshop tersebut waktu maupun durasi yang dilaksanakan sangatlah singkat. Akan tetapi, teori penyampaian yang digunakan sudah di selaraskan dengan waktu dan teori yang disampaikan sangatlah mudah untuk dicerna atau dipahami oleh para peserta yang berbeda beda latar belakangnya. Tidak memungkinkan ada peserta dari workshop tersebut ada yang kurang paham dan ada juga yang hanya semata mata mendengarkan tanpa memahami pembahasan. Maka dari itu ada peserta yang merekam materi yang telah disampaikan sehingga sesampainya di rumah bisa memahami materi materi yang sudah disampaikan, Sehingga dalam praktek bisa

mengusai hal hal apa saja yang ada dalam teori.

Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Workshop Upscale Product dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terutama kepada pelaku UMKM desa Janti, mengenai Standarisasi UMKM Sebagai Strategi Pengembangan Perekonomian. Pelayanan yang diberikan saat pelaksanaan acara Workshop berupa materi yang disampaikan oleh narasumber, fasilitas kegiatan, serta sarana dan prasarana. Pelaksanaan workshop tersebut dipandu oleh moderator guna mengatur jalannya kegiatan secara terstruktur.

Sebelum diisi oleh pemateri, acara ini diawali dengan pemaparan curriculum vitae narasumber, untuk memunculkan rasa antusiasme dan meingkatkan rasa yakin kepada narasumber bahwa narasumber tersebut kompeten dalam perannya. Setelah itu, pemateri mulai menyampaikan materi yang didukung dengan beberapa produk yang dijadikan sebagai contoh untuk meningkatkan pemahaman peserta workshop.

Acara tersebut mendapat partisipasi dari beberapa peserta workshop, hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya beberapa peserta yang mengabadikan momen tersebut, dengan cara mengabadikan melalui video dan foto, acara mulai dari awal hingga akhir, serta banyak tanggapan positif yang terlontarkan dari para peserta.

Untuk mencapai tujuan dari seminar ini, cukup memerlukan waktu yang panjang, hal ini dikarenakan materi yang sudah disampaikan mempunyai jangka waktu yang cukup lama dan panjang untuk membuktikan ataupun mengaplikasikan hasil dari workshop tersebut. Namun, jika dilihat setelah diadakannya kegiatan seminar, masyarakat memberikan umpan balik yang cukup positif, dan dibuktikan dengan diadakannya RTL, yang bertujuan untuk menunjang kegiatan seminar yang sudah terlaksana. RTL tersebut berupa pembuatan Google Business dan pengajuan PIRT. Namun, peneliti lebih memfokuskan kepada pembuatan Google Business, yang mana dirasa pembuatan Google Business lebih mendesak untuk dilakukan.

Google Business merupakan fitur gratis dari Google yang mudah digunakan oleh para pembisnis maupun organisasi, untuk keperluan mengelola kehadiran mereka di internet, termasuk juga di hasil pencarian dan Maps (Manu & Fallo, 2019). Upaya Google membantu para pelaku bisnis supaya produk dan juga alamat pengusaha UMKM lebih mudah ditemukan di internet, serta informasi lengkap dari bisnis tersebut. Karena sebuah usaha yang termuat telah mempunyai informasi lengkap serta terverifikasi pada saat mendaftarkan bisnis/usahanya. Adapun manfaat google business bagi pelaku usaha antara lain mengelola informasi, berinteraksi dengan pelanggan, memahami dan memperluas keberadaan usaha tersebut (marketing).

Hasil evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan workshop menunjukkan bahwa, secara umum masyarakat merasa puas terhadap kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa KPM, baik dari segi fasilitas, materi yang disampaikan narasumber, dan konsumsi yang diberikan. Serta dari kegiatan tersebut dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat seperti pemahaman baru mengenai pengembangan UMKM di Desa Janti.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi dan juga hasil dari adanya kegiatan workshop, dapat dilihat faktor pendukung dan juga faktor penghambat, dalam melaksanakan program KPM ini. Berikut beberapa faktor penghambat dan pendukung dalam acara workshop:

A. Faktor pendukung

- 1) Berasal dari Kepala Desa yang memberikan dukungan dan juga arahan yang baik terhadap para Peneliti dalam menyelenggarakan acara tersebut.
- 2) Ketersediaan Masyarakat pelaku UMKM untuk ikut berpartisipasi dalam acara workshop.
- 3) Keadaan masyarakat pelaku UMKM yang mendukung peneliti untuk mengusung tema acara, sehingga tema yang diusung bisa sinkron dengan apa yang dirasakan dan juga diusulkan oleh beberapa masyarakat pelaku UMKM.

B. Faktor Penghambat

- 1) Berasal dari Faktor internal yang mana kurangnya inovasi dalam aspek pemasaran, hal ini terlihat ketika kami survey *door to door* ke pelaku UMKM yang mana mayoritas membuat produk hanya berdasarkan pesanan, sehingga produk-produk yang dibuat hanya diketahui oleh beberapa orang saja, tidak diketahui oleh khalayak umum, serta dalam hal inovasi para pelaku UMKM kurang memperhatikan aspek-aspek peningkatan produk, yang diantaranya yaitu aspek branding, standarisasi produk, pemasaran produk, system keuangan dalam mengelola usaha, dan aspek produksi.
- 2) Faktor eksternal ialah kurangnya perhatian dari pemerintah desa terhadap pelaku UMKM. Meskipun terdapat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) namun lembaga tersebut tidak berjalan sebagaimana semestinya, yang mengakibatkan UMKM di desa janti kurang berkembang. Bukan hanya faktor itu saja, akan tetapi faktor personal usaha atau UMKM juga sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha tersebut.
- 3) Selain itu faktor penghambat berasal dari minimnya dana yang ada, sehingga peneliti membuat acara workshop tersebut, seadanya, dan jauh dari kata sempurna.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan ini dapat meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM bahwa platform digital marketing dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan serta pemasaran produk di era digital. Peningkatan pemahaman peserta pelaku UMKM dilakukan dengan penyelenggaraan *Workshop Upscale Product*. Hasil yang diperoleh dari kegiatan tersebut ialah para pelaku UMKM yang mengikuti workshop tertarik untuk mengembangkan produk yang dikelola, seperti pembuatan desain branding serta memperluas pemasaran melalui platform digital. Atas banyaknya keinginan dari pelaku UMKM untuk memasarkan usahanya melalui platform digital oleh karena itu, peneliti memfasilitasi pembuatan Google Business, desain branding serta memfasilitasi dalam hal standarisasi produk olahan pangan yaitu PIRT.

DAFTAR PUSTAKA

- Dureau, C. (2013). *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II*. 216.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- LPPM IAIN Ponorogo. (2022). *Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo.
- Manu, G. A., & Fallo, D. (2019). Implementasi Google My Business (Gmb) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>
- Neumeier, M. (2003). *The Brand Gap*. New Riders Publishing.
- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 285–297.
- Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y1999.v3.i2.1886>
- Salahudin, N., Safriani, A., Ansori, M., Eni, P., Hanafi, M., Naili, N., Zubaidi, A. N., Safriani, R., Umam, M. H., Ilahi, W., Taufiq, A., & Swasono, E. P. (2015). *Panduan KKN ABCD*. LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Soetomo. (2009). *Pembangunan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.