

Upaya Perluasan Pangsa Pasar UMKM Dengan Strategi Pemasaran Langsung Di Desa Dahanrejo Kebomas Gresik

Denny Astanto*¹, Johan Alif², Dian Agni³, Adisthi Amellinda⁴

^{1,2,3,4}Universitas Gresik

^{1,2}Program Studi Manajemen, ^{3,4}Program Studi Keperawatan, Universitas Gresik

*e-mail: dennyastanto@unigres.ac.id¹

Abstrak

Salah satu potensi industry yang menjadi basis perekonomian di Desa Dahanrejo yaitu industry makanan, diantaranya industry pangan dan produksi kerupuk. Peningkatan jumlah penduduk menambah masalah pengurangan baru jika tidak diimbangi dengan menciptakan industry baru atau mengembangkan industry kecil yang sudah ada. Salah satu teknologi yang berkembang sangat pesat sekarang yaitu dengan memanfaatkan E-Commerce. Metode yang digunakan dalam pemberdayaan kelompok sasaran adalah berupa pembelajaran melalui sosialisasi dan pemasaran dalam memasarkan produknya, UMKM hanya memasarkan kepada pengepul tanpa memasarkan pada konsumen secara langsung, maka usahanya tidak ada peningkatan yang signifikan. Beragam tantangan yang hadir pada pengusaha UMKM diantaranya minimnya penguasaan SDM dalam hal Legalitas usaha, ilmu pengetahuan dan teknologi, kemasan / packaging, koneksi pemasaran, kemampuan manajerial dan permodalan. Legalitas yang harus dimiliki UMKM diantaranya NIB (oss.go.id), Merek ijin edar (SP-PIRT atau MD), dan label Halal. bentuk program yang akan dilaksanakan adalah program pengembangan usaha bagi pelaku UMKM dalam mengelola manajemen usaha dan perlindungan hukum dalam bidang E-Commerce, kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan agar peningkatan ekonomi lokal masyarakat adalah memberikan pendampingan pemberdayaan ilmu dan teknologi tentang pengembangan usaha UMKM yang terdiri dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan usaha, serta strategi distribusipemasaran yang terdiri dari aspek pengelolaan kemasan dan pemasaran secara online, serta peningkatan kompetensi sumber daya pelaku UMKM yang terdiri dari aspek pelatihan tentang perizinan usaha untuk memudahkan pemasaran dan mempermudah proses jual beli tanpa harus bertatap muka atau secara online.

Kata kunci: E-Commerc; Pengusaha Usaha Kecil Menengah

Abstract

One of the industrial potentials that is the basis of the economy in Dahanrejo Village is the food industry, including the food industry and cracker production. The increase in population adds new unemployment problems if it is not offset by creating new industries or developing existing small industries. One of the technologies that is developing very rapidly now is by utilizing E-Commerce. The method used in empowering the target group is in the form of learning through socialization and marketing in marketing their products, MSMEs only market to collectors without marketing directly to consumers, so there is no significant increase in their business. The various challenges that are present to MSME entrepreneurs include the lack of mastery of human resources in terms of business legality, science and technology, packaging, marketing connections, managerial capabilities and capital. The legalities that MSMEs must have include NIB (oss.go.id), distribution permit brand (SP-PIRT or MD), and the Halal label. The form of the program that will be implemented is a business development program for MSME actors in managing business management and legal protection in

the field of E-Commerce, this community service activity is aimed at improving the local economy of the community by providing assistance in empowering science and technology regarding MSME business development which consists of aspects of planning, organizing, implementing and evaluating business activities, as well as marketing distribution strategies consisting of aspects of packaging management and online marketing, as well as increasing the competency of MSME actors' resources consisting of aspects of training on business licensing to facilitate marketing and facilitate the buying and selling process without having to meet face to face or online.

Keywords: E-Commerce; Small and Medium Enterprise Entrepreneurs

1. PENDAHULUAN

Desa Dahanrejo memiliki penduduk dengan mata pencaharian beragam. Beberapa warga memilih berwiraswasta secara mandiri dengan memproduksi dan menjual secara mandiri hasil produksi rumahan mereka. Pandemi covid adalah salah satu pencetus bertambahnya masyarakat yang memilih berwiraswasta secara mandiri dikarenakan tempat mereka bekerja mengalami pailid atau tutup. Salah satu usaha mikro yang cukup produktif didesa Dahanrejo adalah produksi makanan ringan jenis keripik bakso dan kerupuk ikan. Kedua usaha tersebut telah ada selama lebih dari 3 tahun, pada masa pandemi Covid-19, usaha milik warga ini sempat mati suri karena rendahnya permintaan pasar. Pasca pandemi covid-19, kedua UMKM ini mencoba bangkit kembali untuk menaikkan omset mereka. Meskipun bukan menjadi basis perekonomian bagi desa Dahanrejo, akan tetapi UMKM ini memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sumber usaha yang dapat menyerap tenaga kerja warga sekitar. Dan bahkan mungkin dalam waktu jangka panjang bisa menjadi umkm unggulan desa yang mampu menjadi basis perekonomian warga desa. Pemasaran produk selama ini dilakukan secara tidak langsung, yaitu melalui perantara / pengepul yang ada dipasar. Pemilik menyeter hasil produksi harian setiap hari dengan jumlah yang tetap. Pemasaran dengan model tidak langsung seperti ini membuat kesempatan untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas menjadi sulit tercapai. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan metode pemasaran yang lain. Metode pemasaran tidak langsung perlu dirubah menjadi pemasaran secara langsung (*direct marketing*). Metode pemasaran langsung adalah salah satu alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan secara langsung dengan pelanggan secara individual untuk mendapat respon, *direct marketing* dapat dimanfaatkan untuk memperluas lingkup pelanggan perusahaan dengan cara menarik para non-pemakai ke pemakai produk tertentu (Oktaviana,2019)

Dahanrejo merupakan salah satu desa di Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Dengan Jumlah penduduk Desa Dahanrejo tahun 2022 sebesar 6.502 jiwa, dengan rincian jumlah penduduk laki-laki sebesar 3.275 Jiwa dan penduduk perempuan sebesar 3.277. Berdasarkan data yang diperoleh dari survey langsung dengan perangkat desa di desa Dahanrejo didapatkan ada sekitar kurang lebih 10 orang. UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang kriterianya ditetapkan oleh Undang Undang no 20 tahun 2008. . Usaha Mikro memiliki kriteria asset maksimal sebesar 50 juta dan omzet sebesar 300 juta. Sedangkan Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil memiliki kriteria asset sebesar 50 juta sampai dengan 500 juta dan omzet sebesar 300 juta sampai dengan 2,5 miliar (Atsar,2021).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan entitas ekonomi yang tidak dapat diabaikan keberadaannya dalam proses pembangunan ekonomi di Indonesia (Ambarini, 2016). Walaupun demikian, masih banyak persoalan yang menjadi hambatan bagi UMKM untuk berkembang. Permasalahan pokok yang dihadapi UMKM antara lain adalah keterbatasan akses permodalan, rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam bidang manajemen, serta kurangnya penguasaan teknologi informasi, dan pemasaran.

Salah satu yang harus mendapatkan perhatian adalah ketersediaan pasar . Persaingan pasar yang semakin terbuka menuntut semua pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku bisnis yang terjadi (Chrismardani,2014). Langkah yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha agar mampu konsisten bertahan salah satunya adalah dengan perluasan pemasaran. Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa pemasaran langsung adalah hubungan langsung yang ditargetkan kepada individual konsumen untuk memperoleh respon secara cepat dan membangun hubungan pelanggan secara berkelanjutan (2014, p.516). Sedangkan menurut Belch dan Belch (2012, p.470), pemasaran langsung adalah sistem pemasaran dimana suatu organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target kostumer untuk menghasilkan respon ataupun transaksi. Berdasarkan uraian definisi yang telah dikemukakan, dapat dijelaskan bahwa pemasaran langsung adalah salah satu alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan secara langsung dengan pelanggan secara individual untuk mendapat respon. perdagangan yang memanfaatkan internet dalam melakukan transaksi,

bertujuan untuk memudahkan pemasaran dan mempermudah proses jual beli tanpa harus bertatap muka atau secara online.

Inovasi sangat diperlukan untuk peningkatan kinerja pemasaran, pelaku usaha harus mampu menentukan strategi yang tepat sesuai dengan trend pasar saat ini. Pemasaran secara langsung atau *direct marketing* merupakan salah satu cara yang bisa diambil untuk memperluas pangsa pasar serta meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka Kkn Desa Dahanrejo berfokus pada upaya perluasan pasar umkm dengan strategi pemasaran secara langsung serta perbaikan kualitas kemasan.

2. METODE PELAKSANAAN

Untuk menyelesaikan prioritas permasalahan pada lokasi KKN, maka akan dilakukan kegiatan sebagai berikut :

2.1. Tahap Persiapan

Mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN ini meliputi tahapan sebagai berikut:

1. Pengelompokan mahasiswa peserta KKN
2. Melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa Dahanrejo Kecamatan Kebomas
3. Melakukan pembekalan (coaching) terhadap mahasiswa
4. Penyiapan sarana dan perlengkapan

Adapun materi persiapan dan pembekalan yang diberikan kepada mahasiswa mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1. Peran dan fungsi mahasiswa dalam program KKN
2. Penjelasan panduan dan pelaksanaan program KKN
3. Penjelasan tentang Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Strategi Pemasaran kepada Pelaku Usaha UMKM yang ada di Desa Dahanrejo.

2.2. Rencana Program Kerja

Bentuk program yang akan dilaksanakan oleh peserta KKN adalah program perluasan pasar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan strategi pemasaran secara langsung dan perbaikan kualitas dan kemasan.

Metode yang digunakan dalam pemberdayaan kelompok sasaran adalah berupasosialisasi dan praktek langsung yang dilakukan secara bersama- sama oleh mahasiswa beserta kelompok sasaran.

2.3. Rencana Anggaran Pengabdian

Tanggal	Program Kerja	Keterangan	Banyak	Volume	Harga Per Volume	Total
28 Juli – 5 Agustus 2022	Sosialisasi cara pemasaran secara langsung, demonstrasi model kemasan, desain sticker dan proses perijinan produksi	Contoh kemasan (standing pouch)	8	Pack	Rp 55.000	Rp 440.000
		Benner Promosi	4	pcs	Rp 80.000	Rp 360.000
		Sticker /label	8	lembar	Rp 30.000	Rp 240.000
		Pembelian tester keripik bakso	30	Pack	Rp 5000	Rp 150.000
		Pembelian tester kerupuk ikan	20	Pack	Rp 2.000	Rp 40.000
5 Agustus 2022	Sosialisasi Produk umkm dengan kemasan baru kepada ibu ibu kader PKK se Kelurahan Dahanrejo	Snack box	50	dus	Rp 15.000	Rp 750.000
7 Agustus 2022	Promosi bersama pelaku UMKM di arena Car Free Day WEP Gresik	Standing banner	1	pcs	Rp 120.000	Rp 120.000

		Brosur produk umkm	50	lembar	Rp 1000	Rp 50.000
						2.150.000

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. HASIL

Adapun hasil dari Kegiatan KKN di Desa Dahanrejo Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik pada tanggal 25 Juli 2022 sampai dengan 12 Agustus 2022, sebagai berikut :

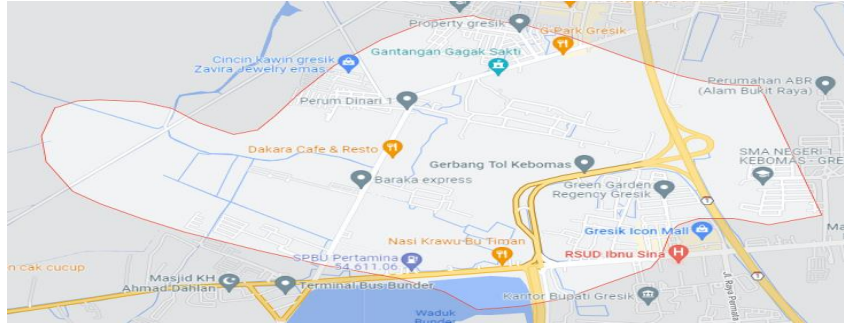
3.1.1. GAMBARAN UMUM WILAYAH

Dahanrejo merupakan salah satu desa di Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Desa tersebut terdiri dari tiga dusun, antara lain : Dahanrejo Kidul, Dahanrejo Lor, Singorejo. Geografis terdiri dari tanah perumahan, tanah tegal dan tanah tambak, tanah persawahan. Letak Astronomi desa Dahanrejo berada disebelah barat desa Kembangan Kecamatan kebomas, Sebelah timur desa Ambeng ambeng, kecamatan Duduk, sebelah utara desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, dan sebelah selatan desa Suci, kecamatan Manyar.

Data kependudukan tahun 2022, tingkat pendidikan didominasi oleh lulusan SLTA. Untuk bidang kesehatan tingkat kesadaran warga Desa Dahanrejo sudah cukup baik. Dapat dilihat dari antusias warga mengikuti program bidang kesehatan yang diselenggarakan oleh bidan desa bersama puskesmas kecamatan Kebomas. Di balai desa juga terdapat polindes yang buka setiap hari kamis. Selain itu di desa Dahanrejo terdapat beberapa fasilitas kesehatan milik swasta yang juga sudah dimanfaatkan dengan baik oleh warga desa Dahanrejo. Secara garis besar Desa Dahanrejo memiliki banyak sekali potensi untuk menjadi Desa yang maju. Luas daerah serta banyaknya lahan terbuka hijau bisa dimanfaatkan sebagai daya tarik desa. Selain itu desa Dahanrejo memiliki sumber daya manusia yang baik untuk bisa diajak bersama sama memajukan desa dan meningkatkan kemakmuran seluruh warga desa pada umumnya.

3.1.2. BATAS-BATAS WILAYAH

Batas-batas wilayah administrasi Desa Dahanrejo Kecamatan Kebomas dapat dilihat pada Map wilayah administrasi, sebagai berikut:



Daerah ini memiliki batas wilayah administrasi dengan desa lainnya diantaranya,

- Sebelah Barat Desa Ambeng ambeng Kecamatan Duduk.
- Sebelah Timur Desa Kembangan, Kecamatan Kebomas.
- Sebelah Utara Desa Suci, Kecamatan Manyar.
- Sebelah Selatan Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme.

3.1.3. LUAS WILAYAH

Luas wilayah Desa Dahanrejo Kecamatan Kebomas seluas 327.664 H, Daerah ini memiliki 25 RT dan 5 RW.

3.1.4. GAMBARAN UMUM DEMOGRAFIS

Jumlah penduduk Desa Kedayang tahun 2022 sebesar 6.502 jiwa, dengan rincian jumlah penduduk laki-laki sebesar 3.275 jiwa dan penduduk perempuan sebesar 3.227.

3.1.5. HASIL PENGABDIAN

Tema yang diusung oleh Universitas Gresik pada program KKN tahun 2022 adalah Pengembangan Potensi Desa Untuk Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Pasca Pandemi Covid-19. Sesuai tema tersebut kelompok KKN desa Dahanrejo mengusung tema "Upaya Perluasan Pangsa Pasar Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan Strategi Pemasaran Langsung (*direct marketing*) di desa Dahanrejo, kecamatan Kebomas.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan agar peningkatan ekonomi lokal masyarakat adalah memberikan pendampingan pemberdayaan ilmu dan teknologi tentang pengembangan usaha UMKM yang terdiri dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan usaha, serta strategi distribusi pemasaran yang terdiri

dari aspek pengelolaan kemasan dan pemasaran secara langsung baik online dan offline, serta peningkatan kompetensi sumber daya pelaku UMKM yang terdiri dari aspek edukasi tentang perizinan usaha dan permodalan. Manajemen Usaha dan strategi distribusi pemasaran produk UMKM diharapkan bisa mendapatkan dukungan dari pemerintah desa setempat agar bisa berkembang menjadi aset desa. Upaya peningkatan pasar penjualan usaha milik warga desa Dahanrejo ini dilakukan mulai proses identifikasi masalah , perencanaan hingga implementasi promosi produk. Percobaan promosi produk dilakukan melalui media online dan offline (even bazaar dll). Diharapkan UMKM ini dimasa mendatang bisa menjadi basis perekonomian desa Dahanrejo.

3.1.6. DOKUMENTASI HASIL PENGABDIAN


Sosialisasi cara pemasaran secara langsung, demonstrasi model kemasan, desain sticker dan proses perijinan produksi.



Uji Coba Promosi secara langsung hasil produk UMKM dengan kemasan baru



3.1.7. PENDAFTARAN IZIN USAHA / OSS KE MILIK PELAKU USAHA



**KEPUTUSAN BUPATI GRESIK
NOMOR : 06072201135250017**

TENTANG,

**PERSETUJUAN PERNYATAAN KESANGGUPAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP
USAHA KRIPIK BAKSO LANCAR JAYA DI KABUPATEN GRESIK, PROVINSI JAWA
TIMUR OLEH ARIS DIAN FERIANSYAH**

Menimbang :

- a. bahwa berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, ditetapkan:
 - 1) Pasal 3 ayat (3) Persetujuan Lingkungan menjadi prasyarat penerbitan Perizinan Berusaha;
 - 2) Pasal Pasal 60 ayat (1); Pelaksanaan Formulir UKL-UPL Standar Spesifik untuk usaha dengan tingkat risiko menengah rendah dilakukan secara otomatis melalui sistem OSS;
- b. bahwa rencana Usaha Kripik Bakso Lancar Jaya di Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur oleh ARIS DIAN FERIANSYAH yang wajib memiliki UKL-UPL;

Memperhatikan :

Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan Hidup Usaha Kripik Bakso Lancar Jaya Oleh ARIS DIAN FERIANSYAH

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KEPUTUSAN BUPATI GRESIK TENTANG PERSETUJUAN PERNYATAAN KESANGGUPAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP USAHA KRIPIK BAKSO LANCAR JAYA DI KABUPATEN GRESIK, PROVINSI JAWA TIMUR OLEH ARIS DIAN FERIANSYAH

KESATU : Nana Usaha: Kripik Bakso Lancar Jaya, dengan lokasi Usaha: Daharejo RT.01 RW.03 NO.2C-10 KEBOMAS-GRESIK, Desa/Kelurahan Daharejo, Kec. Kebomas, Kab. Gresik, Provinsi Jawa Timur

KEDUA :

1. Nama Penanggung Jawab dan Kegiatan ini adalah : ARIS DIAN FERIANSYAH
2. Nomor Induk Berusaha (NIB) : 06072000483
3. Nama Usaha dan/atau Kegiatan : Kripik Bakso Lancar Jaya
4. Jenis Usaha dan/atau Kegiatan : Industri Makaroni, Mie, Dan Produk Sejenisnya
5. Nama Penanggung Jawab : ARIS DIAN FERIANSYAH
6. PMPINAN
7. Alamat : DAHANREJO RT.01 RW.03 NO. 2C-10, Desa/Kelurahan Daharejo, Kec. Kebomas, Kab. Gresik, Provinsi Jawa Timur

8. Lokasi Kegiatan :

Daharejo RT.01 RW.03 NO.2C-10 KEBOMAS-GRESIK, Desa/Kelurahan Daharejo, Kec. Kebomas, Kab. Gresik, Provinsi Jawa Timur
+628252740289
+628252740289
+628252740289

9. No. Telepon : +628252740289
10 Email : aiafaa2709@gmail.com

KETIGA : Ruang lingkup rencana Usaha ini adalah:

KEEMPAT : Pelaku usaha wajib melakukan pengelolaan dan pemantauan lingkungan sebagaimana tercantum dalam Lampiran Keputusan ini.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi perubahan data dokumen ini akan dilakukan pembaruan sebagaimana mestinya.
3. Data terlampir Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan kode akses.

KELIMA : Pelaku Usaha wajib memenuhi Persetujuan Teknis, antara lain:

1. pemenuhan baku mutu air limbah sebagaimana tercantum dalam Lampiran II;
2. pemenuhan baku mutu emisi sebagaimana tercantum dalam Lampiran III;
3. pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV;
4. analisis mengenai dampak lalu lintas sebagaimana tercantum dalam Lampiran V;

KEENAM : Dalam melaksanakan kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Amur KETIGA, Pelaku Usaha wajib:

1. melakukan pengambilan data rona lingkungan yang relevan dengan potensi dampak yang ditimbulkan, sesuai sebelum melakukan kegiatan tahap konstruksi;
2. melaksanakan tata cara penyisipan sementara limbah B3 sebagaimana Lampiran VI Keputusan Menteri ini;
3. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
4. melakukan koordinasi dengan instansi pusat maupun daerah, berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan ini;
5. menggunakan aplikasi Reduce, Reuse dan Recycle (3R) terhadap limbah-limbah yang dihasilkan;
6. melakukan pengelolaan limbah non B3 sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagaimana dimaksud Lampiran I Keputusan ini;
7. melaksanakan ketentuan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan Standar Operating Procedure (SOP);
8. melakukan perbaikan secara terus-menerus terhadap kehandalan teknologi yang digunakan dalam rangka meminimalisasi dampak yang diakibatkan dari rencana kegiatan ini;
9. mendokumentasikan seluruh kegiatan pengelolaan lingkungan yang dilakukan terkait dengan kegiatan tersebut;
10. menyiapkan dana penjaminan untuk pemulihan fungsi Lingkungan Hidup sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
11. menyusun laporan pelaksanaan kewajiban sebagaimana dimaksud pada angka 1 (satu) sampai dengan angka 10 (sepuluh), paling sedikit 1 (satu) kali setiap 6 (enam) bulan selama Usaha berlangsung dan menyampaikan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Gubernur, Bupati/Wali kota sesuai dengan kewenangannya.

KETUJUH : Apabila dalam pelaksanaan usaha dan/atau kegiatan timbul dampak lingkungan hidup di luar dari dampak yang dikelola, pelaku usaha wajib melaporkan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Gubernur, Bupati/Wali kota sesuai dengan kewenangannya paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak diketahuinya timbulnya dampak lingkungan hidup di luar dampak yang wajib dikelola sebagaimana dimaksud dalam Lampiran I Keputusan ini.

KEDELAPAN : Dalam pelaksanaan Keputusan ini, Menteri/Gubernur/Bupati/Wali kota melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan usaha yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun.

KESEMBILAN : Pelaku Usaha wajib mengajukan permohonan perubahan Persetujuan Lingkungan apabila terjadi perubahan atas rencana usaha dan/atau kegiatannya dan/atau oleh sebab lain sesuai dengan ketentuan peraturan yang tercantum dalam Pasal 89 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

KESEPULUH : Pelaku Usaha wajib melakukan perubahan persetujuan lingkungan dengan menyusun Andal dalam hal berurusan daftar usaha dan/atau kegiatan termasuk wajib Andal UKL-UPL dan SPPL, beserta usaha dan/atau kegiatan termasuk wajib Andal sebelum usaha dan/atau kegiatan dilaksanakan.

KESEBELAS : Persetujuan Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan Hidup ini merupakan prasyarat penerbitan Perizinan Berusaha.

KEDUAABELAS : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dan berlaku bersama dengan berakhirnya Perizinan Berusaha.

Ditetapkan di : Gresik

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi perubahan data dokumen ini akan dilakukan pembaruan sebagaimana mestinya.
3. Data terlampir Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan kode akses.

3.1.8. HASIL SURVEY KEPUASAN MASYARAKAT / SASARAN

Salah satu cara monitoring kegiatan yang kami lakukan adalah dengan menyebarkan kuisioner survey kepuasan kepada masyarakat terhadap kegiatan pengabdian yang kamilakukan. Hal ini juga merupakan salah satu target luaran kami untuk meningkatkan program kerja kami dan menentukan rencana tindak lanjut setelah program ini berlangsung. Kuisioner ini kami berikan kepada kelompok sasaran yang terlibat dalam pelaksanaan program kegiatan upaya peningkatan pangsa pasar penjualan produk UMKM dengan model pemasaran langsung (*direct marketing*) Survey tersebut kami olah dan dapatkan data seperti pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Survey Kepuasan Terhadap Kegiatan Pengabdian

No.	PERNYATAAN	Kurang (1)	Cukup (2)	Puas (3)	Sangat Puas (4)
1.	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah diselenggarakan	0%	12,5 %	75%	12,5%
2.	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan danharapan saya	0%	25%	752%	0%
3.	Narasumber/anggota yang terlibat dalam kegiatanpengabdian kepada masyarakat memberikan pelayanan dan menyampaikan informasi dengan baik	0%	12,5%	62,5%	25%
4.	Narasumber/anggota yang terlibat, menjawab/menindak lanjuti keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan dengan baik	0%	12,5%	62,5%	25%
5.	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi atau terlibat	0%	0%	25%	75%

Berdasarkan hasil suvery ini dijelaskan bahwa mayoritas mitra kegiatan pengabdian masyarakat merasa puas dengan program yang kami kerjakan dalam upaya peningkatan pangsa pasar produk UMKM dengan strategi pemasaran langsung di deasa Dahanrejo

3.2 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan tokoh masyarakat, sebagian besar penduduk asli Dahanrejo bekerja sebagai pegawai swasta. Desa Dahanrejo juga memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM yang sudah ada saat ini. Manajemen Usaha dan strategi Distribusi Pemasaran UMKM di Desa Dahanrejo dimulai dari tahap identifikasi masalah, perencanaan pemasaran, perizinan produksi serta promosi. Proses Perencanaan perluasan pasar produksi UMKMerlebih dahulu dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang dihadapi.

Untuk bisa berkembang dengan pesat UMKM harus bisa memilih strategi pemasaran dengan tepat. Ada lima langkah wajib yang perlu dilakukan UMKM, jika ingin usahanya berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi, antara lain :

1. Minimalisasi Jumlah Pengeluaran
2. Ikuti Perkembangan teknologi
3. Menentukan harga secara tepat
4. Mempertahankan kualitas produk
5. Pencatatan keuangan dengan baik

Setelah itu pendaftaran legalitas usaha kepada dinas terkait, antara lain :

1. NIB
2. Merek
3. Ijin Edar
4. Halal
5. Barcode

Pada saat ini UMKM berkembang sangat pesat, pelaku usaha harus mampu bertahan didalam gempuran persaingan. Pemanfaat media social saat ini turut berperan serta dalam peningkatan dan perluasan pasar UMKM. Masing masing UMKM harus mampu memberikan ciri khas dan kualitas terbaik agar bisa mendapat kepercayaan konsumen. Pemasaran secara langsung diharapkan dapat menjangkau keinginan pasar secara langsung serta membuka interaksi dengan para konsumen. Perbaikan kemasan dan perijinan yang lengkap akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap hasil produksi UMKM

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Mahasiswa telah mampu mengajak pelaku UMKM yang ada di desa Dahanrejo untuk

memperbaiki strategi pemasaran dengan memberikan pengetahuan dan contoh langsung sehingga terjadi peningkatan pengetahuan pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran secara langsung

2. Aparatur Desa dan mahasiswa telah mampu memperbaiki kemampuan dan kompetensi masyarakat khususnya pelaku UMKM dengan melakukan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran, yang dimulai dari identifikasi masalah, perencanaan program UMKM, pengorganisasian, pelaksanaan terhadap perencanaan yang telah disusun serta evaluasi terhadap program UMKM tersebut. sehingga dengan adanya pengelolaan UMKM yang baik, maka diharapkan dapat meningkatkan kegiatan ekonomi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Dahanrejo, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Atsar , Aryo Fadlian (2021) Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKM Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 5 No 5.
- [2] Yustina Chrismardani(2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu Implementasi Untuk UMKM. Jurnal Neo-Bis . Volume 8 No 2.
- [3] Widita Putri Oktavania (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 2 No 1.
- [4] Mariana Kristiyanti (2014) Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. Volume 13 No 2.