

# Pembuatan Video Profil Untuk Umkm Di Desa Wonosalam Pembuatan Media Sosial, Marketplace Dan Video Profil UMKM Bumdes Lestari Wonosalam

\*Abdul Rochim, Danang Dwianto  
STIE PGRI Dewantara Jombang

\*Koresponden: [abdulrohim1304@gmail.com](mailto:abdulrohim1304@gmail.com)

## Abstrak

UMKM di Desa Wonosalam sudah berkembang dengan pesat, namun cakupan pasar hanya sekitar Desa Wonosalam dan kurangnya promosi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan cakupan pasar untuk UMKM di Desa Wonosalam supaya dikenal masyarakat luas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di bulan Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan. Dari hasil kegiatan intensif yang telah dilakukan diperoleh hasil yang memuaskan. Mitra binaan mampu mengenalkan produknya ke masyarakat luas. Mitra juga telah memiliki logo sendiri dan memiliki sosial media guna meningkatkan branding produk. Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan maka diharapkan program ini dapat dilanjutkan oleh pemerintah desa setempat agar mitra binaan semakin berkembang.

**Kata kunci:** video profil, UMKM, Wonosalam

## Abstract

*MSMEs in Wonosalam Village have developed rapidly, but the market coverage is only around Wonosalam Village and there is a lack of product promotion carried out by MSME actors. This service activity aims to increase market coverage for MSMEs in Wonosalam Village so that they are known to the wider community. This community service activity was carried out intensively for 1 month in February 2023 with a schedule agreed between the writing team and the fostered partners. From the results of the intensive activities that have been carried out, satisfactory results were obtained. Foster partners are able to introduce their products to the wider community. Partners also have their own logo and have social media to improve product branding. From the results of the community service activities that have been carried out, it is hoped that this program can be continued by the local village government so that the fostered partners will develop further.*

**Keywords:** profile video, MSMEs, Wonosalam

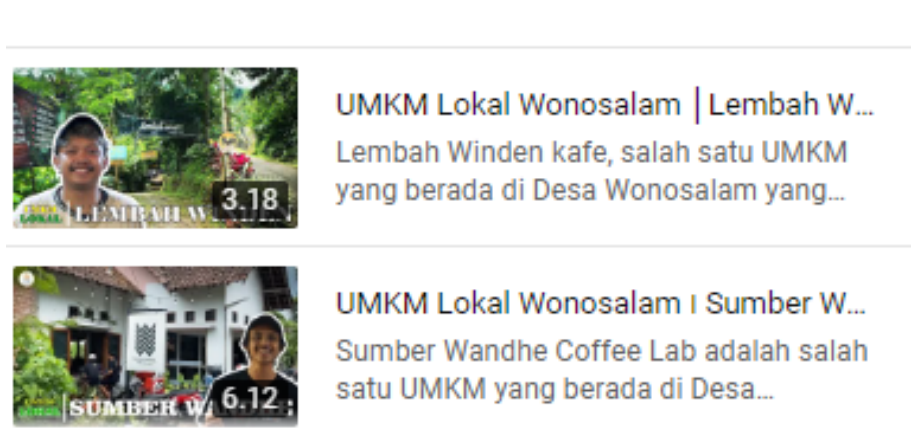
## A. PENDAHULUAN

### 1. Profil Desa

Desa Wonosalam merupakan sebuah desa di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang dengan sumber daya alam yang melimpah. Seperti durian, manggis, salak, cengkeh, kopi, dan lain sebagainya. Sumber daya alam tersebut menjadi mata pencaharian masyarakat di desa Wonosalam. Wonosalam juga memiliki potensi pariwisata yang besar, khususnya agrowisata karena mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani. Masyarakat di desa Wonosalam memiliki kesadaran penuh untuk memanfaatkan secara maksimal sumber daya alam yang ada, terbukti dari UMKM lokal di desa Wonosalam yang telah memasarkan produknya sampai keluar kecamatan Wonosalam tetapi minat masyarakat untuk bergabung dengan BUMDes sangat kecil bahkan tidak ada, hal ini dikarenakan BUMDes Lestari memiliki beberapa kendala terkait usaha yang dijalankan. Sebelumnya BUMDes Lestari menjalankan usaha simpan pinjam ke masyarakat desa Wonosalam namun seiring berjalannya waktu usaha tersebut terkendala oleh tunggakan yang tidak dibayarkan.

## A.2 Mitra Binaan

UMKM di Desa Wonosalam sudah berkembang dengan pesat, namun cakupan pasar hanya sekitar Desa Wonosalam (Suaidah, Y., & Abi Rosanto, S. (2022). Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan cakupan pasar untuk UMKM di Desa Wonosalam supaya dikenal masyarakat luas. Hal ini tampak dari masih banyaknya UMKM yang menjual produknya secara konvensional. Ada beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh mitra binaan. Observasi awal, ada beberapa hal yang menjadi keterbatasan mitra binaan yakni, belum memiliki pengetahuan pembuatan konten promosi produk yang menarik.



Gambar 1. Konten Wonosalam

Melihat kondisi tersebut tim penulis yang dibantu kelompok mahasiswa melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara insentif guna meningkatkan kapasitas mitra binaan. Kegiatan yang direncanakan adalah: 1) pembuatan akun *marketplace*. 2) melakukan foto produk secara profesional. 3) pembuatan video profil UMKM. 4) melaksanakan bazar produk mitra binaan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. UMKM

Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk pemeratakan pembangunan agar tidak terkonsentrasi di kota besar saja. Salah satu upaya yang telah dilakukan pemerintah adalah melalui pemberdayaan masyarakat desa dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat. Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

STIE PGRI Dewantara Jombang sebagai salah satu perguruan tinggi terkemuka jombang ikut berpartisipasi dengan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi UMKM

Menurut Inna Primiana usaha mikro adalah penggerak utama yang dapat membantu membangun Indonesia. usaha mikro sendiri bisa diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis. Contohnya seperti agraris, industri manufaktur, agribisnis, dan sumber daya manusia.

### 2. Digital Marketing

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, sosial media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Suaidah, Y., & Abi Rosanto, S. (2022).

### **3. Video Profil**

Tujuan pembuatan video profil ini untuk memperkenalkan UMKM yang berada di Desa Wonosalam kepada masyarakat, agar masyarakat lebih mudah mengenal beberapa produk UMKM di Desa Wonosalam. Manfaat pembuatan video profil ini digunakan sebagai media promosi dan sebagai media dokumentasi.

## **C. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di bulan Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan. Rencana pelaksanaan kegiatan ini adalah; Tahap awal: pada kegiatan ini tim penulis beserta mahasiswa melakukan survei kondisi mitra binaan. Hal ini dilakukan guna mengetahui secara lebih jelas kondisi dilapangan sebelum pelaksanaan kegiatan inti.

Pada tahap ini, tim penulis juga mengurus perijinan dengan perangkat desa setempat serta sosialisasi rencana kegiatan kepada mitra binaan. Tahap pelaksanaan kegiatan: Kegiatan yang direncanakan adalah: 1) pembuatan akun *marketplace*. 2) melakukan foto produk secara profesional. 3) pembuatan video profil UMKM. 4) melaksanakan bazar produk mitra binaan. Tahap akhir: pada tahap tim pelaksana melakukan monitoring dan evaluasi dari hasil kegiatan. Tim penulis akan bermusyawarah dengan mitra binaan dan perangkat desa setempat untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan, serta merencanakan tindak lanjut kegiatan.

## **D. PELAKSANAAN KEGIATAN**

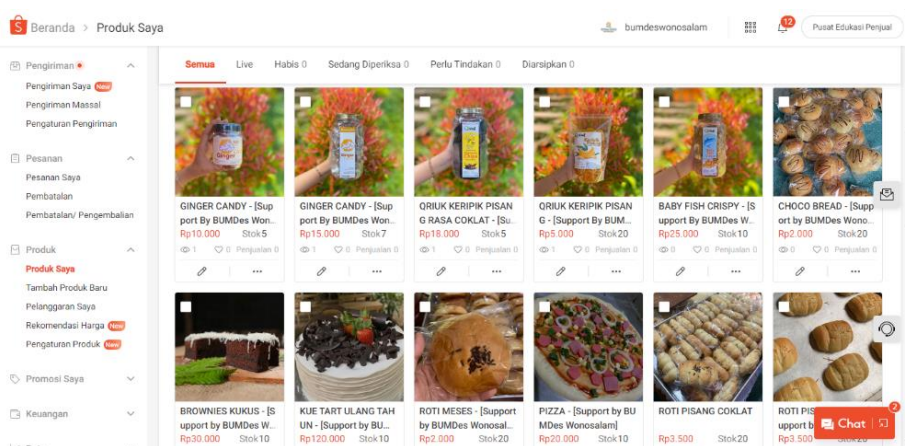
Sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Tim penulis melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan dibantu mahasiswa. Adapun kegiatan yang dilaksanakan adalah:

**1. Sosialisasi kegiatan.** Tim melakukan survei mengurus perijinan dengan perangkat desa setempat serta sosialisasi rencana kegiatan kepada mitra binaan.



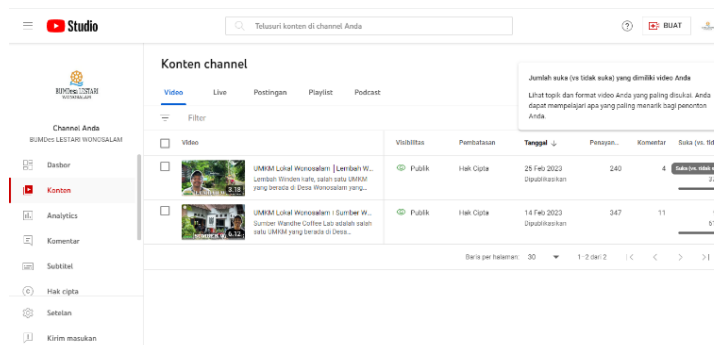
Gambar 2: Sosialisasi kegiatan

**2. Pelaksanaan Kegiatan** pada tahap ini tim melakukan beberapa kegiatan. pertama pembuatan akun marketplace. Kedua tim melakukan foto produk secara professional. Hal ini dilakukan guna memperluas jaringan pemasaran



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

Ketiga pembuatan video profil UMKM. Hal ini dilakukan guna membuat umkm terlihat profesional



Gambar 4. Pembuatan video profil

Keempat melaksanakan bazar produk mitra binaan. Kegiatan ini dilaksanakan guna memperkenalkan secara langsung kepada masyarakat kabupaten Jombang



Gambar 5. Bazar

Tahap akhir: pada tahap tim pelaksana melakukan monitoring dan evaluasi dari hasil kegiatan. Tim penulis akan bermusyawarah dengan mitra binaan dan perangkat desa setempat untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan, serta merencanakan tindak lanjut kegiatan.

#### E. PENUTUP

Kegiatan PKM yang dilakukan tim penulis telah dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan. Dari hasil evaluasi, diketahui bahwa mitra binaan merasa puas atas kegiatan ini. Mitra binaan telah memiliki media sosial sebagai media promosi dari berbagai produk UMKM. Kegiatan PKM ini diharapkan akan dilanjutkan oleh pihak lain yang tertarik untuk mengembangkan potensi di Desa Wonosalam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M. (2021). Belajar Memulai Bisnis UMKM. *Entrepreneurial Mindsets & skill*, 35.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson uk.
- Desai, V., & Vidyapeeth, B. (2019). Digital Marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 196-200.
- Herliansah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. M. (2019). The Determinants of Micro, Small and Medium Entrepreneur (MSME) Become Customer of Islamic Banks (Religion, Religiosity and Location of Islamic Banks). *ACEBISS 2019*. Jakarta, Indonesia: European Alliance for Innovation.
- Hidayati, D. (2012). Pembuatan Video Profil Istana Mangkunegara Surakarta berbasis multimedia. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 1.

- Maryati, S., & Purnama, B. E. (2013). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polopakto Kabupaten Sukoharjo Dengan Menggunakan Multimedia. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 1.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital marketing: marketing Strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publisher.
- Suaidah, Y., & Rosanto, S. A. (2022). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS DIGITAL MARKETING DI DESA NGRIMBI. *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara* , Vol. 4. No. 1.
- Sulistyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shoope sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4, 133.
- Valentino, D. E., & Hardiansyah, M. J. (2020). Perencanaan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung. *Tematik: Jurnal Terknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 7, 1-20.