



---

**PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN INOVASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BORNEO KOPI DI KOTA SAMARINDA**

**Saida Zainurossalamia ZA<sup>1\*</sup>, Nur Aini Luthfiyyati<sup>2</sup>, Helda Ranti Monica<sup>3</sup>, Fransiska Septa Amelia Berlianti<sup>4</sup>, Diny Ayu Ermalia Putri<sup>5</sup>, Az-Zahra Firda Apriliansyah<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Mulawarman

saida.zainurossalamia@feb.unmul.ac.id\*

---

**Article History:**

Received: 16-04-2023

Revised: 28-05-2023

Accepted: 07-06-2023

**Keywords:** Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pendampingan; Pengembangan Inovasi

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pengembangan inovasi kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Borneo Kopi di Kota Samarinda dalam mengembangkan pemasaran digital dan konvensional. Melalui pembuatan akun Instagram, pendaftaran ke merchant Gofood dan Grabfood, serta bantuan dalam desain logo, spanduk, dan menu baru, hasil pendampingan ini memberikan manfaat bagi Borneo Kopi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan mengembangkan bisnisnya. Dengan pemasaran melalui media sosial dan keterlibatan dengan platform pemesanan online, UMKM dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan visibilitas, dan menjangkau lebih banyak konsumen, penting dalam era digital untuk pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

---

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

---

**PENDAHULUAN**

Pada era sekarang, keberadaan UMKM tidak dapat dihindari, karena keberadaannya yang sangat bermanfaat bagi seluruh aspek. UMKM berperan penting dalam kehidupan masyarakat baik dalam meratakan tingkat perekonomian masyarakat maupun berkontribusi dalam meningkatkan devisa negara. Tidak hanya itu, hadirnya UMKM dapat menjadi tempat penyedia lapangan pekerjaan sekaligus wadah untuk mengembangkan potensi atau kemampuan yang mereka miliki. Seperti yang diketahui bahwa jumlah penduduk di Indonesia sangatlah tinggi dan begitu juga tingkat pengangguran ikut tinggi, sehingga dengan keberadaan UMKM setidaknya bisa mengurangi tingkat pengangguran tersebut. UMKM dapat memberikan manfaat dan hal baik untuk masyarakat dan sekitar, akan tetapi masih banyak UMKM yang tertinggal dari segi pemasaran baik digital maupun langsung. Dengan adanya pemasaran secara digital dapat membantu para pemilik UMKM untuk memperoleh konsumen lebih banyak dan jangkauannya juga akan semakin luas. Kegiatan pendampingan dan pengembangan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan langkah baik untuk membantu para pelaku UMKM untuk semakin tumbuh dan berkembang mengikuti era digital sekarang.

UMKM sendiri telah ada sejak lama, di mana di dalamnya terdapat banyak produk yang dapat dijual dan ditawarkan mulai dari barang hingga jasa. Agar dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat dibutuhkan suatu strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya. Strategi pemasaran yang baik dapat mengoptimalkan penjualan dan mencapai target pasar yang luas. Dilihat adanya digitalisasi pada saat ini,

para pelaku UMKM terbantu oleh berbagai fitur teknologi digital yang telah hadir, seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Gojek*, *Grab*, *Facebook* dan masih banyak lagi. Dengan hadirnya teknologi digital tersebut, dapat menjadi sarana pemasaran bagi para pelaku usaha UMKM untuk membantu meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh. Pemasaran merupakan satu hal penting yang tidak dapat diabaikan, baik bagi usaha lokal hingga usaha yang mencakup skala internasional. Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membantu *owner* Borneo Kofi di Kota Samarinda untuk mengembangkan serta meningkatkan bisnis yang dijalaninya.

## METODE PELAKSANAAN

Proses pelaksanaan kegiatan “Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Borneo Kofi di Kota Samarinda” ini dilaksanakan melalui beberapa kegiatan, sebagai berikut:

### 1. Survey Lokasi

Tujuan dari adanya kegiatan ini untuk melihat lokasi Borneo Kofi yang menjadi tempat dilakukannya pendampingan dan pengembangan usaha. Selain itu juga, kami melakukan kontrak waktu dengan pemilik toko untuk menjadwalkan tanggal pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pengembangan, serta menjelaskan program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan.

### 2. Pendampingan dan Pengembangan

Kegiatan ini dilakukan di Borneo Kofi sebanyak 2 tahap. Di mana untuk tahap pertama, kegiatan yang dilakukan ialah membantu penjual dalam proses pembuatan pesanan, membantu pembuatan akun *Instagram*, membantu pendaftaran UMKM ke *merchant Gofood* dan *Grabfood*, membuat desain logo, spanduk dan desain menu baru. Sedangkan untuk tahap kedua, kegiatan yang dilakukan adalah menyerahkan hasil desain logo, spanduk, dan desain menu baru kepada pemilik Borneo Kofi. Kegiatan ini dilakukan guna memberikan pendampingan dan pengembangan kepada pemilik dan karyawan agar pemasaran yang dilakukan lebih luas dan efektif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan “Pendampingan dan Pengembangan Inovasi UMKM Borneo Kofi di Kota Samarinda” yang dilakukan secara langsung untuk membantu mengembangkan usaha ini terutama dalam proses pemasaran dan memberikan saran-saran kreatif dalam meningkatkan penjualan, seperti membantu dalam proses pembuatan pesanan, pembuatan desain logo, pembuatan desain menu baru dan spanduk, pembuatan akun *Instagram*, dan mendaftarkan ke *merchant Gofood* serta *Grabfood*. Sehingga diharapkan pendampingan dan pengembangan yang telah diberikan melalui kegiatan ini dapat menjadi sarana perkembangan bisnis UMKM.

### 1. Pemberian Logo

Pemberian logo ini dibuat dengan menggunakan aplikasi *canva* dengan menyesuaikan produk yang dijual, sehingga konsumen langsung dapat mengetahui apa yang ditawarkan kepada mereka, hanya dengan melihat logo dari Borneo Kofi. Menurut Oscario (2013), logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo yang baik harus dapat menggambarkan kepribadian entitas yang diwakilinya. Logo tersebut harus memiliki keunikan yang dapat membedakan entitas yang diwakilinya dengan entitas lain. Namun yang perlu diperhatikan adalah logo yang dibuat harus tetap simple dan fleksibel, baik secara bentuk, warna, maupun ukuran.



**Gambar 1.** Label/Logo UMKM Borneo Kofi

## 2. Membantu Pemilik dan Karyawan Menyiapkan Pesanan

Dalam kegiatan ini pemilik dan karyawan Borneo Kofi sangat terbantu dengan adanya para anggota yang membantu dalam membuat pesanan minuman maupun makanan. Dan juga terbantu dalam hal melayani untuk proses transaksi pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan.



**Gambar 2.** Membantu Pemilik dan Karyawan Menyiapkan Pesanan

## 3. Pembuatan Akun Instagram

Dalam kegiatan pengembangan UMKM ini, kami memilih untuk membantu pembuatan akun *Instagram*, karena media sosial ini sangat populer dikalangan masyarakat. Aplikasi ini dapat membantu pemilik UMKM untuk melakukan pemasaran. Bermodal dengan hanya membagikan foto atau video dan membuat *caption* yang menarik untuk dapat menarik minat dari pelanggan.

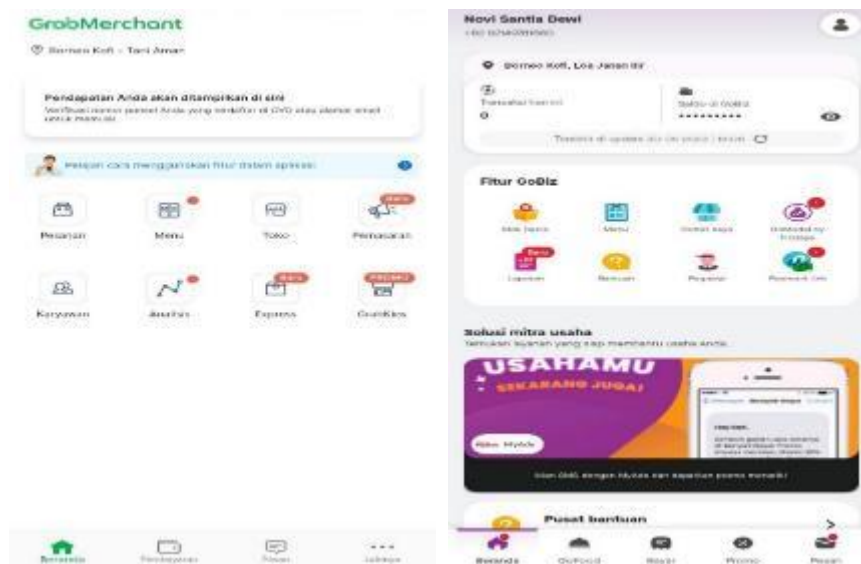
Menurut Melinda *et al.* (2018), *Instagram* adalah media promosi online yang saat ini banyak dimanfaatkan sebagai situs yang menawarkan barang dan jasa secara online, hampir semua kebutuhan bisa didapatkan secara online dengan *Instagram*. Dari aplikasi *Instagram*, pihak pemilik UMKM dapat mengupload foto dan membagikannya kepada masyarakat. Pembisnis online mengaku lebih mudah dalam memasarkan produk atau barang yang dijual melalui *Instagram*.



**Gambar 3.** Akun dan Postingan *Instagram* Borneo Kofi

#### 4. Pembuatan Akun *Gofood* dan *Grabfood*

Untuk pembuatan akun *Gofood* dan *Grabfood* ini dimaksud untuk mempermudah para pelanggan dalam memesan minuman dan makanan di Borneo Kofi dari rumah. Dalam pembuatan akun *Gofood* dan *Grabfood*, telah sampai tahap akhir verifikasi yang memerlukan waktu kurang lebih 2-3 hari kerja.



**Gambar 4.** Akun *Grabfood* dan *Gofood*

#### 5. Penyerahan Spanduk, Desain Menu Baru dan Cinderamata

Dari adanya kegiatan ini pemilik dan karyawan Borneo Kofi sangat terbantu dengan adanya desain spanduk dan desain menu baru yang dibuat oleh para anggota guna menambah kesan menarik di mata pelanggan Borneo Kofi. Dengan adanya pembaruan dari desain spanduk dan desain menu, diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam menemukan lokasi ketika ingin datang ke Borneo Kofi dan tidak perlu bingung mengenai harga dan jenis masing-masing produk karena telah tertera di dalam menu yang di desain dengan lengkap. Dan tidak lupa kami memberikan berupa cinderamata untuk kenang-kenangan dan juga sebagai ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pemilik beserta karyawan yang telah membantu kami dalam menjalankan kegiatan ini.





**Gambar 5.** Penyerahan Spanduk, Desain Menu Baru dan Cinderamata

## KESIMPULAN DAN SARAN

Keberadaan UMKM sangat penting dan bermanfaat dalam berbagai aspek, termasuk kontribusinya pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Meskipun UMKM memiliki manfaat yang besar, masih banyak UMKM yang tertinggal dalam hal pemasaran, baik secara digital maupun konvensional. Pemasaran secara digital, seperti melalui *Instagram*, *WhatsApp*, *Gojek*, *Grab*, dan *Facebook* dapat membantu UMKM memperluas jangkauan dan memperoleh lebih banyak konsumen. Pendampingan dan pengembangan bagi UMKM merupakan langkah yang baik untuk membantu pelaku UMKM mengikuti perkembangan era digital. Proses pendampingan dan pengembangan UMKM meliputi survei lokasi, pembuatan akun *Instagram*, pendaftaran ke *merchant Gofood* dan *Grabfood*, pembuatan desain logo, spanduk, dan desain menu baru. Hasil dari kegiatan pendampingan dan pengembangan ini diharapkan dapat membantu Borneo Kofi di Kota Samarinda untuk mengembangkan bisnis, terutama dalam hal pemasaran. Pembuatan logo yang baik dapat membantu memperkuat identitas merek UMKM dan membedakannya dari pesaing. Bantuan dalam proses pemesanan, pelayanan pelanggan, pembuatan akun *Instagram*, dan pembuatan akun *Gofood* dan *Grabfood* dapat mempermudah pemilik dan karyawan UMKM dalam mengembangkan bisnisnya. *Platform-platform* tersebut sangat efektif untuk memasarkan produk secara *online*. Penyerahan desain spanduk dan desain menu baru dapat memberikan kesan menarik kepada pelanggan dan mempermudah akses informasi mengenai Borneo Kofi di Kota Samarinda.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Melinda, Sanusi, & Ayuni, R. D. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Iwishop\_). 1-8. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3441>
- [2] Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3429/2815>
- [3] ZA Zainurossalamia, S., Maulana, R. R., Damayanti, A., Gelen, E., Anindya, F., & Irianingsih, W. (2022). Pendampingan Permasalahan Bisnis Online Melalui Observasi dan Wawancara Sebagai Edukasi UMKM. *Abdimu*, 1(2), 36-41. <https://doi.org/10.30872/abdimu.v1i2.11329>.
- [4] Zahra, I. P., Khoirunnisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Toko Kuenak di Ciputat Timur. *Jurnal UMJ*, 1-4. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/11089>