

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi



Gambar 1 Kantor Kelurahan Genteng

Kelurahan Genteng merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Secara administratif, wilayah ini terdiri dari 11 RW dan 42 RT dengan jumlah penduduk lebih dari 8.200 jiwa. Kantor Kelurahan Genteng terletak di Jalan Genteng Muhammadiyah No. 9, Surabaya. Luas wilayah Kelurahan Genteng tercatat sekitar 240 meter persegi, menjadikannya salah satu kawasan padat penduduk dengan posisi yang sangat strategis di pusat kota. Wilayah ini berbatasan langsung dengan beberapa kelurahan lain: sebelah utara dengan Kelurahan Peneleh dan Alun-alun Contong, sebelah timur dengan Ketabang, selatan dengan Embong Kaliasin dan Kedungdoro, serta barat dengan Sawahan. Lokasinya yang berada di tengah kota menjadikan Kelurahan Genteng memiliki akses yang baik terhadap fasilitas pendidikan, kesehatan, transportasi, hingga tempat ibadah.

Salah satu potensi utama yang dimiliki Kelurahan Genteng adalah keberadaan berbagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh wilayah. UMKM di sini bergerak di berbagai bidang seperti kuliner, kerajinan tangan, hingga jasa. Di antaranya, Sentra Wisata Kuliner (SWK) Genteng yang berlokasi di Jalan Tunjungan menjadi pusat kegiatan ekonomi dan daya tarik wisata kuliner lokal. Di SWK ini, para pedagang kaki lima binaan kelurahan menjajakan aneka makanan, minuman, dan camilan kekinian yang digemari masyarakat, khususnya anak muda dan

wisatawan lokal. Selain sektor kuliner, terdapat juga UMKM batik yang dikelola oleh ibu-ibu PKK, yang tidak hanya menjadi sumber penghasilan keluarga tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya lokal. Upaya pemberdayaan seperti ini mendapat dukungan dari pihak kelurahan melalui pembinaan dan fasilitasi program-program ekonomi kreatif. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, UMKM di Kelurahan Genteng masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya tingkat digitalisasi, belum adanya media promosi yang efektif, kurangnya pemahaman terkait branding usaha, dan terbatasnya pengetahuan mengenai pemasaran digital. Situasi ini menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar, pendapatan yang stagnan, dan rendahnya daya saing.

Melihat kondisi tersebut, mahasiswa KKN Tematik Kelompok 82 hadir sebagai mitra pendamping untuk mendorong pemberdayaan UMKM lokal melalui pelatihan digitalisasi, pembuatan media promosi berbasis website, serta penguatan strategi pemasaran online. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas UMKM di Kelurahan Genteng agar dapat berkembang secara mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi di era digital.

B. Perumusan Program Kegiatan

Dari kegiatan survei dan wawancara yang sudah dilakukan oleh mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam kegiatan KKNT SDG's kelompok 82 serta menganalisis mendalam situasi kelurahan Genteng dilakukan perumusan program kerja sesuai dengan kondisi yang ada sebagai berikut :

1. Pembuatan Website Profil UMKM Kelurahan Genteng

Website ini bertujuan untuk mendukung visibilitas dan promosi UMKM di wilayah kelurahan. Fitur-fitur utama yang akan dikembangkan meliputi:

- 1) Profil UMKM: Memuat informasi nama usaha, lokasi, dan produk yang ditawarkan.
- 2) Kategori Usaha: UMKM akan dikelompokkan ke dalam kategori seperti kuliner, kriya, kerajinan, dll.

- 3) Detail Usaha: Menampilkan keunggulan produk, metode pembayaran, dan layanan lainnya.
 - 4) Edukasi Internal: Pemberian pemahaman kepada pelaku UMKM terkait pengelolaan keuangan, strategi promosi, dan sertifikasi produk.
2. Edukasi dan Pelatihan Digitalisasi bagi Masyarakat
- Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dan masyarakat umum dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Bentuk kegiatan antara lain:
- 1) Pelatihan Digital Dasar: Meliputi promosi menggunakan Instagram dan WhatsApp, serta teknik pengambilan foto produk yang menarik.
 - 2) Branding Produk: Membantu dalam pembuatan nama merek dan logo usaha.
 - 3) Pemahaman Bisnis Dasar: Edukasi terkait pengelolaan keuangan, strategi promosi, dan pentingnya sertifikasi seperti halal.

C. Tujuan

Tujuan dari kegiatan KKN Tematik Kelompok 82 ini diantaranya:

1. Meningkatkan kapasitas UMKM lokal melalui digitalisasi dan pemasaran online

Tujuan ini diarahkan untuk membantu pelaku UMKM di Kelurahan Genteng agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar digital. Melalui pelatihan digitalisasi dasar, seperti penggunaan media sosial (Tiktok, Instagram, WhatsApp), teknik foto produk, serta pembuatan brand (logo dan nama), UMKM diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan keterampilan digital yang lebih baik, UMKM dapat lebih mandiri dalam mengelola promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

2. Menyediakan media promosi UMKM yang terstruktur dan mudah diakses

Salah satu program utama adalah pengembangan website profil UMKM Kelurahan Genteng. Website ini menjadi wadah promosi yang memuat informasi penting mengenai UMKM lokal, seperti nama usaha,

produk, lokasi, keunggulan, dan metode pembayaran. UMKM akan dikelompokkan berdasarkan kategori (kuliner, kerajinan, kriya, dll.) untuk memudahkan pencarian oleh konsumen. Dengan adanya platform ini, UMKM tidak hanya mendapat promosi yang lebih luas, tetapi juga tampil lebih profesional dan terpercaya di mata calon pembeli.

3. Memberikan edukasi berkelanjutan untuk kemandirian UMKM

Kegiatan edukasi dirancang agar dapat membekali UMKM dengan pengetahuan dasar yang dapat diterapkan dalam jangka panjang. Materi edukasi mencakup pengelolaan keuangan sederhana, pentingnya legalitas usaha (seperti izin dan sertifikasi halal), serta strategi promosi yang relevan dengan kondisi pasar saat ini. Diharapkan, melalui edukasi yang berkelanjutan ini, UMKM mampu berkembang secara mandiri dan tidak lagi tergantung pada bantuan eksternal.

D. Manfaat

1. Bagi UMKM:

- UMKM memiliki sarana promosi online sehingga jangkauan pasar lebih luas.
- Peningkatan pemahaman branding produk, manajemen penjualan, dan sertifikasi.
- Masyarakat memperoleh pengetahuan digital yang bisa diterapkan secara mandiri.
- Terbukanya potensi kemitraan baru dengan berbagai pihak untuk mendukung keberlanjutan usaha.

2. Bagi Mahasiswa

- Menjadi sarana penerapan ilmu dan keterampilan di bidang digital marketing, branding, dan pemberdayaan masyarakat.
- Memberikan pengalaman nyata menghadapi dinamika sosial masyarakat dan dunia UMKM.
- Memberikan pengalaman nyata menghadapi dinamika sosial masyarakat dan dunia UMKM

- Membentuk jiwa sosial, tanggung jawab, dan kepekaan mahasiswa terhadap isu-isu pembangunan lokal.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- Mendukung implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat.
- Meningkatkan citra institusi sebagai perguruan tinggi yang peduli pada pembangunan lokal dan SDGs
- Memperkuat jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, UMKM, dan masyarakat.
- Memberikan rekam jejak nyata kontribusi perguruan tinggi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.