

PEMBERDAYAAN UMKM KULINER DI KELURAHAN BEBALANG

I Made Agus Sunadi Putra¹⁾, I Gusti Ngurah Anom²⁾, Anak Agung Gde
Agung Putra Sesana³⁾, Ni Komang Ayu Inten Dewi⁴⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: gustingurahanom14@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Oleh sebab itu, aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhan hidup. Pasca terjadinya wabah virus Covid-19 mengakibatkan banyak para pelaku usaha yang kesulitan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tanpa terkecuali para pelaku UMKM yang mendapatkan dampak yang cukup tinggi. Dampak yang mereka rasakan dimana penjualan masih menurun pasca wabah Covid-19 sehingga mereka ingin meningkatkan promosi kepada masyarakat luas. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya digitalisasi berupa pembuatan google maps dan pendampingan dalam pembuatan video promosi UMKM kuliner di kelurahan Bebalang.

Kata kunci: UMKM, pemberdayaan, digitalisasi, promosi

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Oleh sebab itu, aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhan hidup. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang, sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia (Soleh & Adinugraha, 2022). Pasca terjadinya wabah virus Covid-19 mengakibatkan banyak para pelaku usaha yang kesulitan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tanpa terkecuali para pelaku UMKM yang mendapatkan dampak yang cukup tinggi (Agustriyana et al., 2021). Dampak yang mereka rasakan dimana penjualan masih menurun pasca wabah Covid-19 sehingga mereka ingin meningkatkan promosi kepada masyarakat luas. Namun, pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan cara melakukan promosi dengan media sosial terlebih sekarang ini di era digital pelaku UMKM belum pernah mengikuti pelatihan atau workshop Kewirausahaan. Google Maps merupakan produk google yang dapat menampilkan titik lokasi berbasis peta. Google Maps merupakan aplikasi peta yang paling favorit dan dibekali fitur yang beraneka macam seperti: menyetel, mengedit, menemukan, dan

memasang pin pada rute atau rumah ke alamat kantor. Sehingga dengan dapat membantu pelaku UMKM dalam meyantumkan usaha mereka di Google Maps agar masyarakat luas dapat mudah mencari dan menemukan lokasi berdagang tersebut (Fadilla et al., 2023).

Depot Melati merupakan salah satu UMKM yang terletak di Kelurahan Bebalang, Bangli, Bali. Usaha ini bergerak dalam bidang kuliner. Pemilik usaha ini merupakan seorang lelaki yang bernama Bapak I Gusti Asmara Putra atau lebih dikenal Pak Gusti, Pak Gusti memberi nama UMKM tersebut menggunakan nama dari sang Ibu yang bernama Melati. usaha beliau ini dimulai sejak tahun 1963 yang sudah berjalan selama 3 generasi. Pemasaran yang dilakukan Depot Melati masih dengan cara konvensional yaitu melalui mulut ke mulut. Hal ini tentu jangkauan produk dari UMKM Depot Melati tidak meluas. Kurangnya pemahaman akan pemanfaatan teknologi menjadi hambatan dalam melakukan pemasaran di sosial media

Branding atau pemasaran produk saat ini telah tersedia dalam berbagai bentuk. Selain dalam bentuk tulisan dan gambar, kini dengan kemajuan teknologi, branding produk telah dibuat dalam video pendek. Sehingga mudah disebarluaskan melalui media sosial. Proses branding yang tepat dapat memudahkan suatu perusahaan dalam memasarkan produk atau layanannya. Demi mendukung penyampaian informasi yang lebih menarik dan mampu dipahami masyarakat secara cepat, maka dibutuhkan kemampuan kemampuan dalam hal mengemas teks, gambar dan video secara praktis. Pemasaran produk dengan video dapat meningkatkan minat konsumen terhadap suatu layanan jasa atau barang karena konsumen dapat memahami fungsi dari produk melalui alur cerita video. Sehingga branding produk dengan video ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan tersebut, video pembelajaran, pelatihan instalasi listrik), promosi film dan produksi film, promosi event organizer, video profil (Padang et al., n.d.)

Berdasarkan permasalahan tersebut kami menyelenggarakan program Pengabdian Kepada Masyarakat sasaran dengan judul “Pemberdayaan UMKM kuliner di Kelurahan Bebalang“. Dengan 2 spesifikasi yaitu Pembuatan tata letak lokasi UMKM di google maps dan Pendampingan dan Promosi pemasaran UMKM kuliner menggunakan platform digital.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi pada UMKM yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik perumusan masalah yaitu Bagaimana upaya dalam mempermudah dalam menemukan dan mengetahui letak UMKM kuliner dalam menggunakan media promosi di Kelurahan Bebalang pada masyarakat luas di era digital ini dan Bagaimana upaya dalam mempromosikan UMKM Depot Melati di Kelurahan Bebalang di era digital ini?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, solusi yang ditawarkan kepada UMKM di Kelurahan Bebalang yaitu Melakukan pembuatan tata letak menggunakan Google Maps sebagai Media promosi dan Melakukan pendampingan dan promosi pemasaran UMKM depot Melati dengan Media Video pada Platform Sosial Media.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program kerja ini melalui 5 metode yaitu survey awal, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap monitoring dan diskusi serta tahap akhir. Adapun penjelasan secara rinci mengenai 5 metode tersebut di antaranya :

1. Survey Awal

Tahap ini merupakan tahap awal yang dilakukan dengan melakukan kunjungan ke UMKM terkait pembuatan tata letak pada google maps di tanggal 10 Juli dan juga UMKM yang sudah dipilih untuk proses pembuatan video promosi di tanggal 29- 30 Juli. Survey awal kegiatan dilakukan dengan mengamati kondisi UMKM dan melakukan wawancara terhadap pemilik usaha tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, UMKM yang dipilih yaitu usaha yang bergerak dibidang kuliner. Diketahui bahwa UMKM terkait belum mendaftarkan usahanya di dalam google maps, maupun UMKM yang dipilih untuk pembuatan video promosi masih kurang maksimal dalam pemasaran yang telah dilakukan. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya akan pengetahuan terhadap teknologi. Sehingga selama ini UMKM belum dijangkau oleh daerah lain hanya pada daerah sekitar saja. Kemudian tim menawarkan solusi kepada pihak UMKM terkait untuk dituangkan dalam suatu program kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik pemberdayaan UMKM melalui Penggunaan Google Maps dan Media Video pada Depot Melati sebagai Sarana Promosi UMKM di Kelurahan Bebalang.

2. Tahap Persiapan

Tahap Persiapan diawali dengan penentuan jadwal kegiatan yang akan dilakukan Bersama anggota tim. Kegiatan dilakukan pada tanggal 10 - 11 Juli 2023. Tahap ini merupakan pematangan atas program kerja yang akan dilakukan. Persiapan dilakukan dengan mencari informasi di google dan menonton di youtube bagaimana cara membuat dan mendaftarkan tata letak pada google maps, bagaimana cara membuat video promosi dan mengeditnya, memposting hasil video promosi di platform sosial media dan bagaimana cara menaikkan *insight* postingan video promosi agar dapat dijangkau lebih luas.

3. Tahap Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat pada UMKM dilakukan selama 3 hari yaitu pada tanggal 11- 13 Juli 2023. Pada tanggal 11 Juli 2023 dilaksanakan kegiatan program kerja yang pertama yaitu pembuatan tata letak di google maps. Kegiatan hari pertama yang dilakukan dimulai dari menentukan titik letak usaha yang akan didaftarkan, kemudian dilanjutkan dengan mengisi data yang diperlukan lalu

mengambil foto usaha kemudian mengunggahnya pada platform tersebut. Kegiatan hari kedua dilakukannya pembuatan tata letak di tempat yang berbeda. Kegiatan hari ketiga yakni memberikan bukti bahwa UMKM sudah terdaftar di Google maps.

Dan pada Tanggal 29- 31 Juli 2023 dilaksanakan kegiatan program kerja yang kedua yaitu pembuatan video promosi di UMKM Depot Melati. Kegiatan ini meliputi diskusi bersama rekan tim untuk menentukan spot/tempat yang akan direkam yang paling menonjol di UMKM tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan proses pengeditan video dengan menggunakan aplikasi lalu video promosi yang sudah selesai akan diunggah pada platform media sosial. Setelah itu mengirimkan video promosi yang telah dibuat sesuai hasil diskusi bersama pihak UMKM Depot Melati.

4. Tahap Monitoring dan Diskusi

Tahap monitoring dilakukan pada UMKM yang telah didaftarkan tata letak di google maps dan video promosi yang diunggah pada platform media sosial. Monitoring dilakukan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam program pengabdian masyarakat yang dijalankan serta perkembangan yang terjadi dalam berbagai aspek seperti ada tidaknya peningkatan penjualan dan kesan pelanggan terhadap *menyantumkan* tata letak UMKM pada google maps dan unggahan video promosi di platform media sosial.

5. Tahap Akhir

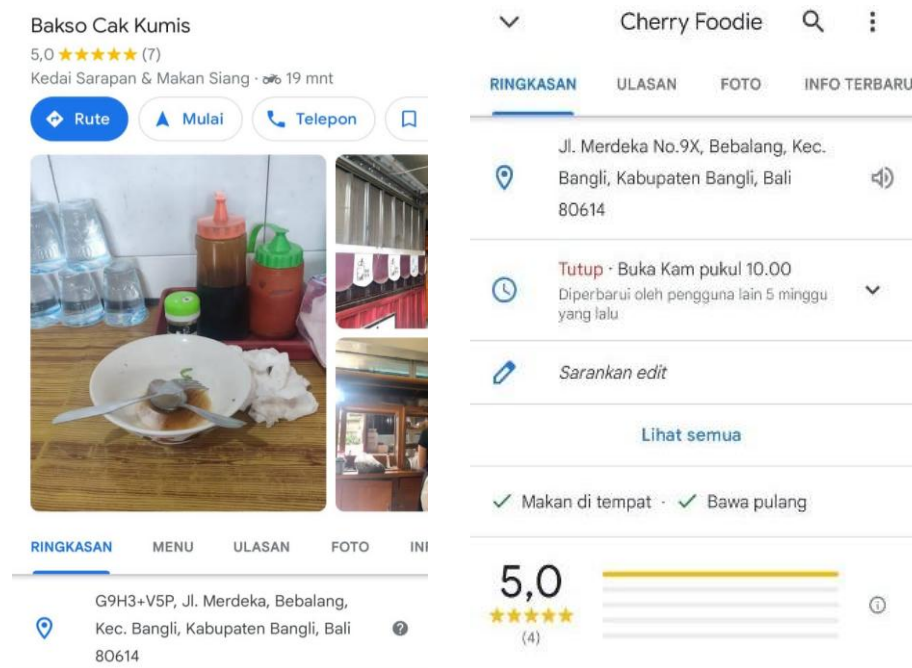
Tahap Akhir dalam pelaksanaan program kerja pemberdayaan UMKM adalah wawancara. Berbagai pertanyaan diajukan yang berkaitan dengan program kerja yang telah dilaksanakan. Adapun hasil wawancara secara garis besar, Pak Gusti selaku perwakilan UMKM dan pemilik menuturkan bahwa adanya program kerja seperti ini dapat membantu dalam mempromosikan usahanya pada masyarakat luas sehingga terjadinya peningkatan penjualan setelah dilaksanakannya program kerja ini. Beliau merasa senang atas kegiatan pengabdian masyarakat karena jangkauan pelanggannya telah meluas dan beliau juga berterima kasih atas bantuan dalam pembuatan video promosi dan pembuatan tata letak di google maps yang telah dilakukan. Pengabdian masyarakat dilakukan pada Senin, 21 Agustus 2023

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian Kegiatan Pembuatan Tata Letak menggunakan Google Maps sebagai Media promosi

Saat ini, media promosi digital yang digunakan oleh UMKM yang berada di Kelurahan Bebalang masih terhambat dan belum pahan terhadap teknologi Google Maps. Mereka mengaku masih merasa awam dengan teknologi tersebut. Kondisi ini membuka peluang bagi kami untuk mendaftarkan mitra melalui optimalisasi teknologi informasi berbasis google maps, sebagai solusi alternatif media promosi pada UMKM di Kelurahan Bebalang (Insani et al., 2022). Program ini dilaksanakan dengan melalui aplikasi Google Maps dengan pembuatan tata letak usaha mitra. Sasaran dalam program ini yaitu 4 mitra UMKM yang ada di Kelurahan Bebalang yang bernama Warung Bu Luh Indri, Cherry Foodies, Bakso Cak Kumis dan Geprek Bangli. Tujuan

dari dilaksanakannya program ini yaitu untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi berbasis Google Maps sebagai solusi alternatif media promosi pada UMKM di Kelurahan bebalang sehingga dapat membantu mitra dalam meningkatkan pendapatan penjualan. Berdasarkan hasil penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat, tujuan yang ditetapkan oleh pelaksana kegiatan telah tercapai. Indikator ketercapaian program ini didasari dengan hasil wawancara pemilik UMKM. Beliau mengatakan, bahwa program ini sangat berpengaruh terhadap usahanya, momen yang sangat bagus dalam hal membantu pemberdayaan UMKM di Kelurahan Bebalang karena di era digital ini masih ada pemilik usaha yang belum mengerti mengenai tata letak tempat usahanya, suatu keharusan memiliki tata letak secara digital. Pada google maps juga ada review dari konsumen dan memberikan rating yang secara langsung berdampak pada promosi usaha sehingga terjadi peningkatan loyalitas konsumen terhadap produknya dan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produknya karena *review dan rating* yang bagus.



Gambar 1. Tata letak Warung Bakso Cak Kumis dan Cherry Foodies pada Google Maps

Ada beberapa faktor pendukung dalam pelaksanaan program ini diantaranya yaitu terbukanya mitra kerja UMKM terhadap permasalahan yang terjadi, sehingga pelaksana kegiatan dapat memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Dan juga kemudahan mitra dalam menerima program kerja, sehingga tim pelaksana kegiatan dapat melaksanakan kegiatan sesuai rencana serta kemudahan pelaksana kegiatan dengan mitra kerja UMKM dalam hal berkomunikasi. Faktor penghambat dalam

program ini yaitu beberapa dari mitra kerja UMKM belum lugas dalam mngoperasikan ponsel, sehingga perlu memberikan penjelasan terlebih dahulu.

Ketercapaian Kegiatan pendampingan dan promosi pemasaran UMKM depot Melati dengan Media Video pada Platform Sosial Media.

Promosi adalah kegiatan setiap komunikasi yang berusaha mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang umumnya mempromosikan merek, produk, dan layanan dengan mengidentifikasi target perusahaan dan menemukan cara untuk menyampaikan pesan kepada konsumen (Rosetia et al., 2021). Video promosi bertujuan untuk mempromosikan produk/jasa yang berisi tentang keunggulan dari produk/jasa tersebut. Biasanya iklan cenderung menggunakan sebuah tagline yang singkat dan bersifat persuasif sehingga mudah diingat (Sya'dian & Purba, 2021). Dalam hal ini adalah mempromosikan Produk UMKM. Sasaran dalam program ini adalah UMKM Depot Melati. Tujuan dilaksanakannya program ini yaitu untuk meningkatkan daya tarik konsumen, mengenalkan dan meningkatkan penjualan produk mitra melalui sosial media sebagai media promosi untuk menarik perhatian calon konsumen.

Berdasarkan hasil penyelenggaraan program Pengabdian Kepada Masyarakat, tujuan yang ditetapkan oleh pelaksana kegiatan telah tercapai. Indikator ketercapaian program ini didasari dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Depot Melati. Beliau mengatakan bahwa usaha beliau baru dibuka dan pasca pandemi covid-19 ini konsumen mulai berkurang sehingga kami memberikan solusi untuk membantu dalam pembuatan video promosi yang nantinya mengenalkan usaha mitra ke masyarakat luas. Untuk promosi menggunakan video, Pak Gusti menuturkan bahwa, program ini sangat membantu pelaku UMKM karena di era digital ini yang serba online sebelum calon konsumen ingin mendatangi tempat yang akan dikunjungi setidaknya calon konsumen akan mencari lokasi dan bagaimana suasana tempat yang akan dikunjungi pada media sosial dengan postingan yang ada didalamnya. Sehingga dengan adanya program kerja promosi ini, memudahkan calon konsumen untuk datang dan mengetahui fasilitas dan apa yang disediakan pada Depot Melati ini.



Gambar 2. Hasil Pembuatan Video Promosi pada Depot Melati



Gambar 3. Promosi Video di Platform Digitas Sosial Media Tiktok



Gambar 4. Promosi Video di Platform Digitas Sosial Media Instagram

Faktor pendukung dalam pelaksanaan program ini diantaranya yaitu terbukanya mitra kerja/pelaku UMKM Depot Melati terhadap permasalahan yang terjadi, sehingga pelaksana kegiatan dapat memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Kemudahan mitra kerja UMKM Depot Melati dalam menerima program kerja, sehingga tim pelaksana kegiatan dapat melaksanakan kegiatan sesuai rencana, serta kemudahan dalam melakukan komunikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan pada UMKM di bidang kuliner, maka dapat disimpulkan bahwa, Pemberdayaan UMKM melalui Penggunaan Google Maps dan Media Video pada Depot Melati sebagai Sarana Promosi UMKM di Kelurahan Bebalang telah terlaksana dengan baik yang ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, yang menyatakan bahwa dengan diadakannya program ini, produk UMKM lebih dikenal luas oleh masyarakat. Dan, beliau juga menyatakan bahwa terjadi peningkatan pada pendapatan penjualan selama diadakannya program ini.

Pemberdayaan UMKM melalui Penggunaan Google Maps dan Media Video pada Depot Melati sebagai Sarana Promosi UMKM di Kelurahan Bebalang telah berhasil terlaksana dengan baik yang ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM dalam pembuatan tata letak Google Maps. Beliau menuturkan bahwa dengan berlangsungnya program ini, momen yang sangat bagus dalam hal membantu pemberdayaan UMKM di Kelurahan Bebalang karena di era digital ini masih ada pemilik usaha yang belum mengerti mengenai tata letak tempat usahanya, suatu keharusan memiliki tata letak secara digital. Pada google maps juga ada review dari konsumen dan memberikan rating yang secara langsung berdampak pada promosi usaha sehingga terjadi peningkatan loyalitas konsumen terhadap produknya dan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produknya karena *review dan rating* yang bagus. Untuk promosi menggunakan video, Pak Gusti menuturkan bahwa, program ini sangat membantu pelaku UMKM karena di era digital ini yang serba online sebelum calon konsumen ingin mendatangi tempat yang akan dikunjungi setidaknya calon konsumen akan mencari lokasi dan bagaimana suasana tempat yang akan dikunjungi pada media sosial dengan postingan yang ada didalamnya. Sehingga dengan adanya program kerja promosi ini, memudahkan calon konsumen untuk datang dan mengetahui fasilitas dan apa yang disediakan pada Depot Melati ini.

Pelaksanaan program kerja Pemberdayaan UMKM melalui Penggunaan Google Maps dan Media Video pada Depot Melati sebagai Sarana Promosi UMKM di Kelurahan Bebalang telah terlaksana dengan baik serta memenuhi target capaian yang diinginkan. Untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan program kerja serta lokasi yang serupa kami menyarankan agar untuk membantu UMKM lain menggunakan video promosi dan pembuatan tata letak pada Google Maps sebagai media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustriyana, D., Ramadhan, N., Oktavien, S., & Sofyandi, R. H. (2021). *Bertahan Usaha Pada Umkm Di Tengah Pandemic Covid-19*. 71(1), 63–71.
- Fadilla, D. O., Kurniawan, R. A., & Anindya, I. B. (2023). *Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding Umkm Di Desa Kebondalem Oleh Mahasiswa Kkn-T Upn “ Veteran ” Jawa Timur The Use Of Google Maps As A Branding Effort For Small Businesses In Kebondalem Village By Kkn-T Students Of Upn “ Veteran ” Eas*. 2(2).

- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps Sebagai Alternatif Media Promosi Pada Umkm Di Shelter Taman Sriwedari. *Warta Lpm*, 25(1), 44–56. <https://doi.org/10.23917/Warta.V25i1.596>
- Padang, D. D., Kurnia, M., & Mandey, F. (N.D.). *Pemanfaatan Media Videografis Sebagai Sarana Promosi Dalam Rangka Peningkatan Pangsa Pasar Hasil Kerajinan Pandai Besi Di Kecamatan Sanggalangi ' Kabupaten Toraja Utara Di Masa Pandemi Covid-19 Utilization Of Video Graphic As A Promotion Media To Increasi*. 6(1), 99–105.
- Rosetia, A., Ayana, M. A., Libora, D., Simatupang, E. G., Fedelia, J., & Haprekunarey, A. L. (2021). Meningkatkan Penjualan Umkm Kuliner Kummi Bolen Melalui Video Promosi. *National Conference For Community Service Project (Nacospro)*, 3(1), 255–259.
- Soleh, M., & Adinugraha, H. H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Umkm Di Masa Pandemi Covid19 (Studi Pada Mebel Putra Jaya Desa Spait). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 2620–6099.
- Sya'dian, T., & Purba, R. (2021). Pembuatan Video Promosi Umkm Rendy Handycraft. *Abdimas Budi Darma*, 2(1), 1–5.