

UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA PEMBUATAN DONUT DI DESA MAS, UBUD KABUPATEN GIANYAR

Ni Luh Putu Widiantari¹⁾, I Gede Cahyadi Putra²⁾, I Wayan Gde Wiryawan³⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³⁾Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar,

Email: gdcahyadi@unmas.ac.id

ABSTRAK

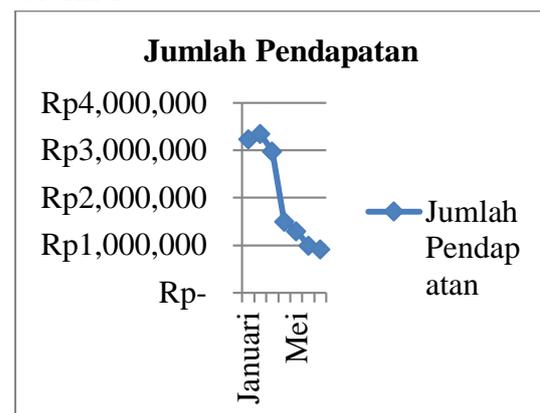
Peningkatan pendapatan menjadi sangat susah untuk dilakukan karena sekarang ini sedang terjadi pandemi Covid-19, pandemi ini sudah amat sangat mengganggu perekonomian semua pihak, mulai dari BUMN hingga UMKM untuk itu sekarang ini bagaimana usaha kita untuk dapat sedikit tidaknya meningkatkan pendapatan 5% dari hari sebelumnya. Pemasaran merupakan salah satu hal yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan pendapatan usaha di tengah pandemic ini, salah satunya yaitu mempromosikan produk kita melalui akun media sosial *facebook* dan *instagram* dengan mempromosikan melalui media sosial dapat menginformasikan produk kita dengan lebih luas lagi, hal lain yang dapat dilakukan yaitu mengemas produk agar menarik konsumen untuk dapat membeli produk kita, dan yang terakhir dapat dilakukan yaitu membuat papan nama dengan adanya papan nama konsumen dapat mengetahui keberadaan daripada usaha yang kita miliki.

Kata kunci: pendapatan, media sosial, pengemasan produk, papan nama.

ANALISIS SITUASI

UMKM My Do merupakan salah satu UMKM yang terletak di Desa Mas yang menjual produk kue berupa donut. Sebelum pandemi Covid-19 memasuki Indonesia pada bulan Maret 2020. Penjualan pada UMKM My Do sangat stabil bahkan mampu memproduksi donut 2,5 kilo gram perharinya namun ketika pandemi memasuki Indonesia semua merubahnya, kini UMKM My Do hanya mampu memproduksi 1 kilo gram donut perharinya bahkan kurang dari 1 kilo gram perharinya. UMKM My Do yang mampu memperoleh pendapatan sekitaran Rp. 3.000.000,00 perbulannya kini hanya mampu memperoleh keuntungan perbulannya kurang dari Rp. 1.000.000,00. Dengan

adanya hal tersebut pendapatan dari pada UMKM My Do dapat dikatakan menurun, hal ini dapat dilihat pada Grafik 1



Gambar 1 Grafik Perkembangan Usaha Donut Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

Grafik 1 dapat diuraikan bahwa pada bulan Januari Rp. 3.230.000, Februari Rp. 3.350.000, Maret Rp. 2.980.000,

April Rp. 1.500.000, Mei Rp. 1.300.000, Juni Rp. 1.000.000, dan Juli Rp. 920.000. Pemasaran merupakan suatu komponen yang sangat penting di dalam sebuah bisnis menurut Kotler & Armstrong (2014:27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. UMKM My Do dalam menjual produknya biasanya melalui warung-warung dekat rumahnya, dan melalui orderan lewat whatsapp dan telpon, sudah membuktikan bahwa pemasaran yang dilakukan UMKM My Do masih sangat kurang. Pemanfaatan teknologi seperti sosial media *facebook* dan *instagram* masih belum dilakukannya untuk mempromosikan produknya, bahkan sudah dapat dikatakan bahwa dimasa sekarang ini setiap UMKM melakukan penjualan melalui media sosial *facebook* dan *instagram*. Selain promosi melalui sosial media UMKM My Do dalam pengemasan produknya juga dapat dikatakan belum menarik, dibungkus dengan kotak mika bening dengan isian 2 pcs pada setiap kemasannya. Berikut ini merupakan kemasan dari produk donut pada UMKM My Do:



Gambar 2 Kemasan Produk UMKM My Do

Melihat hal tersebut sudah seharusnya UMKM My Do melakukan pembaharuan pada pengemasan produknya agar dapat lebih menarik di mata konsumen. Pemanfaatan area depan rumah dengan memasang papan nama dan mencantumkan nomer telepon atau whatsapp agar UMKM My Do dapat diketahui oleh banyak orang, sehingga konsumen tersebut dapat memesan langsung atau menghubunginya melalui nomer telepon, namun hal tersebut tidak diterapkan oleh UMKM My Do, maka dari itu perlu adanya pemasangan papan nama pada area depan rumah pemilik UMKM.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa ketika pada pandemi Covid-19 ini memasuki Indonesia pada bulan Maret 2020, UMKM My Do mengalami permasalahan yaitu, terjadinya penurunan pendapatan yang sangat signifikan. Kurangnya promosi dengan memanfaatkan sosial media merupakan salah satu hal yang membuat penjualan menurun. Hal inilah yang membuat UMKM My Do harus melakukan gerakan untuk meningkatkan penjualannya, utamaya dimasa pandemi seperti sekarang.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang diberikan kepada UMKM My Do, sesuai dengan permasalahan yang dimilikinya dalam observasi yang telah dilakukan, yaitu:

1. Pembuatan akun media sosial *facebook* dan *instagram*, yaitu

membuatkan akun media sosial agar pemilik UMKM dapat mempromosikan produknya di media sosial tersebut.

2. Pelatihan pengemasan produk, yaitu melatih pemilik UMKM untuk membuat produk agar menarik untuk dibeli oleh konsumen.
3. Pembuatan papan nama, yaitu membuat papan nama kepada pemilik UMKM agar dapat diketahui bahwa ada produksi atau penjual kue donut di tempat tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang di gunakan dalam program kerja Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Pembuatan Donut Di Desa Mas, Ubud Kabupaten Gianyar yaitu pengadaan dan pelatihan. Pengadaan pada kegiatan ini yaitu pembuatan akun media sosial dan pembuatan papan nama sebanyak 1 buah, serta pelatihan disini yaitu pelatihan pengemasan produk. Pembuatan akun media sosial dan papan nama dilaksanakan sebanyak 5 kali serta pelatihan pengemasan produk dilakukan sebanyak 2 kali. Kegiatan Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Pembuatan Donut Di Desa Mas, Ubud Kabupaten Gianyar dilakukan secara langsung, dengan mendatangi tempat usahanya dengan memberikan pengadaan dan pelatihan dengan menerapkan protokol kesehatan. Hal ini bertujuan agar pelaku UMKM mampu dalam berdiskusi mengenai hambatan dan

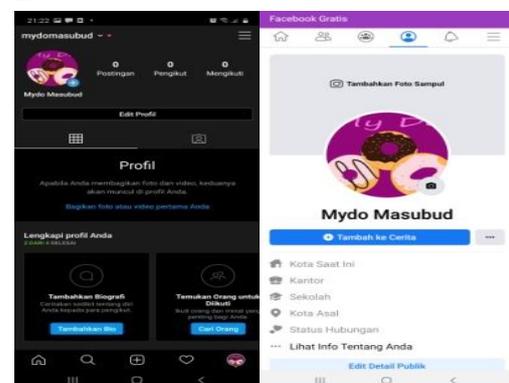
perkembangan setelah diberikan pelatihan dan pengadaan.

Tabel 1 Metode Kegiatan

No	Kegiatan	Metode Kegiatan
1	Pembuatan akun media sosial <i>facebook</i> dan <i>instagram</i>	Pengadaan
2	Pelatihan pengemasan produk	Pelatihan
3	Pembuatan papan nama	Pengadaan dan pendampingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu UMKM yang dikunjungi yaitu UMKM My Do yaitu salah satu UMKM yang ada di Desa Mas yang menjual donut. Melihat usaha penjualan donut membutuhkan promosi yang lebih luas agar konsumen dapat mengetahui produk dari UMKM My Do, serta tertarik untuk membeli produk dari UMKM My Do. Maka tim pelaksana tugas Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati memberikan pengadaan berupa pembuatan akun media sosial, berikut ini sosial media daripada UMKM My Do



Gambar 1. Akun Media Sosial UMKM My Do

Pemilik merasa usahanya sudah mendapatkan keuntungan yang lebih daripada sebelumnya karena promosi yang dilakukan melalui media sosial. Hal lain yang dilaksanakan yaitu memberikan pelatihan pengemasan produk, dengan adanya pelatihan ini UMKM My Do telah memiliki kemasan baru pada produknya berikut ini kemasan baru daripada UMKM My Do



Gambar 2. Kemasan Baru UMKM My Do

Pemilik juga memaparkan bahwa konsumen dari UMKM My Do merasa lebih tertarik untuk membeli produk dari UMKM My Do dan mengungkapkan bahwa pengemasan produk daripada UMKM My Do lebih bersih dan menarik. Pembuatan papan nama juga dapat membantu UMKM My Do karena sudah sering sekali ada konsumen yang langsung mengunjungi UMKM My Do untuk membeli langsung produk dari UMKM My Do.



Gambar 3 Papan Nama UMKM My Do

Dengan semua kegiatan yang dilakukan UMKM My Do mampu meningkatkan pendapatan sebesar

15%, pemilik UMKM My Do juga merespon kegiatan tersebut dengan berkesimbangan untuk promosi usahanya, dengan cara pemilik memposting produknya melalui sosial media yang sudah dibuatkan, begitu pula dengan mengemas produknya pemilik melanjutkan kegiatan tersebut dan pemilik UMKM My Do tetap menempatkan papan nama di depan rumahnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat yang berlokasi di Desa Mas, Ubud Kabupaten Gianyar ini adalah bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan pemberian akses kepada mahasiswa untuk terjun langsung di masyarakat. Mahasiswa menyalurkan ilmu serta mengamalkan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat yang didapat dari Universitas sehingga sangat bermanfaat dalam meningkatkan nilai non-akademik atau praktikal juga membantu pemilik UMKM untuk membangun UMKMnya sendiri. Salah satu program kerja yang menjadi fokus dari laporan individu ini adalah kegiatan di bidang tema Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Pembuatan Donut Di Desa Mas, Ubud Kabupaten Gianyar. Kegiatan ini dilaksanakan pada UMKM My Do. Program Kerja ini dapat terlaksanakan dengan baik karena adanya partisipasi dari pemilik UMKM.

Diharapkan UMKM My Do dapat terus melanjutkan program yang telah dilakukan. Kegiatan yang sudah

dilakukan hendaknya pemilik UMKM mengerti bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat bukan hanya untuk kepentingan mahasiswa saja tetapi kepentingan pemilik UMKM setempat, sehingga pemilik UMKM harus lebih antusias dan dengan tangan terbuka menerima serta mengikuti bahkan membantu berbagai kegiatan yang diadakan dimana mahasiswa hanya bertindak sebagai motivator yang membantu memecahkan masalah dan membantu mengembangkan UMKM My Do bukan sebagai pembawa dana,

sehingga diharapkan partisipasi dan sukarela mitra dalam setiap program kerja Pengabdian Masyarakat dapat lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip & Armstrong, Gerry. 2014. *Principle Of Marketing*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

<https://maucash.id/14-8-2020>. *Dampak Covid-19 terhadap sector UMKM di Indonesia*. diunduh pada tanggal 14 Agustus 2020.