

UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK MELALUI KEMASAN (LABEL PRODUK), MENGOPTIMALISASIKAN PROMOSI DIGITAL DAN KUALITAS LAYANAN SERTA KEPUASAN KONSUMEN PADA CHURROS & COFFEE LASTINI CANGGU

I Dewa Made Arik Permana Putra^{1,*}, Ni Made Putri Veriyantini²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

Email: dewaarik@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat merupakan wujud nyata kontribusi akademisi dalam membantu usaha kecil dan menengah (UKM) menghadapi tantangan bisnis. Churros & Coffee Lastini, sebuah UKM kuliner di Canggu, Bali, menghadapi beberapa permasalahan yang menghambat pertumbuhannya, seperti kemasan dan label produk yang kurang menarik, promosi digital yang tidak optimal, serta kualitas layanan yang kurang memadai. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut melalui pelatihan desain kemasan, strategi promosi digital, dan peningkatan kualitas layanan. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam daya tarik produk, eksposur di media sosial, dan kepuasan pelanggan. Pendampingan berkelanjutan dan partisipasi aktif dari pemilik serta karyawan UKM menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program ini. Diharapkan, model intervensi ini dapat diterapkan pada UKM lain di daerah wisata seperti Canggu.

Kata Kunci: UKM, Kemasan Produk, Promosi Digital, Kualitas Layanan, Pengabdian Masyarakat

ANALISIS SITUASI

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud nyata dari peran akademisi dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) (Purborini & Harsanty, 2024). Dalam konteks ini, Churros & Coffee Lastini di Canggu merupakan salah satu UKM yang menghadapi beberapa permasalahan kritis yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya. Churros & Coffee Lastini, sebuah usaha kuliner yang menawarkan berbagai produk churros dan kopi, telah berdiri sejak beberapa tahun lalu dan memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh. Namun, seiring berjalannya waktu, UKM ini menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian dan pendampingan untuk mengoptimalkan pengelolaan usahanya (Ramadhaniyati, 2023).

Lokasi mitra, Canggu, merupakan daerah yang dikenal sebagai destinasi wisata populer, terutama di kalangan wisatawan internasional. Dengan pertumbuhan pariwisata yang pesat, UKM di Canggu memiliki peluang besar untuk memanfaatkan potensi pasar yang luas. Namun, di sisi lain, persaingan yang ketat dengan usaha sejenis menuntut UKM seperti Churros & Coffee Lastini untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saing produk mereka. Dalam hal ini, UKM tersebut menghadapi tiga permasalahan utama yang saling berkaitan, yaitu kurangnya pengetahuan tentang

pengelolaan laporan keuangan, kemasan dan label produk yang kurang menarik, serta promosi produk yang kurang optimal.

Permasalahan pertama terkait dengan kemasan dan label produk yang digunakan oleh Churros & Coffee Lastini. Produk yang ditawarkan oleh UKM ini memiliki potensi untuk menarik minat konsumen, namun kemasan produk yang digunakan kurang menarik dan tidak informatif. Kemasan yang kurang menarik dapat mengurangi daya tarik produk di mata konsumen, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif seperti di Canggü. Selain itu, label produk yang tidak informatif membuat konsumen kurang memahami nilai dan keunggulan produk, yang pada akhirnya mengurangi minat beli (Ginting & Hartati, 2023).

Permasalahan kedua adalah promosi produk yang kurang optimal. Meskipun Churros & Coffee Lastini memiliki produk berkualitas, promosi yang dilakukan masih minim dan kurang efektif. Kurangnya strategi promosi yang terencana dan terarah menyebabkan produk ini kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Akibatnya, penjualan produk stagnan dan tidak mengalami perkembangan yang signifikan, meskipun terdapat peluang besar untuk ekspansi pasar, terutama di kalangan wisatawan yang terus berdatangan ke Canggü.

Permasalahan ketiga terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan konsumen di Churros & Coffee Lastini. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, layanan yang kurang optimal dapat berdampak negatif pada pengalaman konsumen. Di lingkungan yang kompetitif seperti Canggü, kualitas layanan yang rendah dapat menyebabkan ketidakpuasan dan menurunnya loyalitas pelanggan. Ketidakpuasan ini bisa muncul dari pelayanan yang lambat, staf yang kurang ramah, atau fasilitas yang kurang memadai. Jika tidak ditangani dengan baik, hal ini dapat mengurangi tingkat kunjungan ulang dan menghambat pertumbuhan bisnis (Susanto & Wibowo, 2022).

Permasalahan-permasalahan tersebut tidak hanya menghambat pertumbuhan bisnis Churros & Coffee Lastini, tetapi juga berpotensi mengurangi daya saing UKM ini di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, intervensi melalui program pengabdian kepada masyarakat ini menjadi sangat penting untuk membantu Churros & Coffee Lastini dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Program ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pengelolaan laporan keuangan, peningkatan daya saing produk melalui kemasan dan label yang lebih menarik, serta mengoptimalkan promosi digital agar produk Churros & Coffee Lastini dapat dikenal oleh pasar yang lebih luas dan mampu bersaing dengan produk-produk lainnya.

Dengan demikian, diharapkan melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, Churros & Coffee Lastini dapat meningkatkan pengelolaan usahanya, memperbaiki daya tarik produk, dan mengoptimalkan promosi, sehingga dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang ketat. Pendampingan yang diberikan juga diharapkan dapat menjadi contoh bagi UKM lain di Canggü dalam menghadapi tantangan serupa, sehingga dapat berkontribusi pada

peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat melalui pengembangan usaha kecil dan menengah yang lebih kuat dan berdaya saing.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang terjadi pada Churros & Coffee Lastini di Canggü, dapat dirumuskan beberapa masalah utama yang menjadi prioritas untuk ditangani. Masalah-masalah ini telah diidentifikasi sebagai tantangan yang paling mendesak dan memiliki dampak langsung terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha. Adapun perumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan daya tarik produk Churros & Coffee Lastini melalui perbaikan kemasan dan label produk agar lebih menarik dan informatif bagi konsumen?
2. Bagaimana mengoptimalkan strategi promosi digital Churros & Coffee Lastini agar produk dapat lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan?
3. Bagaimana strategi yang paling efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka terhadap Churros & Coffee Lastini, Canggü?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh Churros & Coffee Lastini, telah dirumuskan beberapa solusi yang diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha ini.

1. Permasalahan 1: Kemasan dan Label Produk yang Kurang Menarik
Solusi: Memberikan pelatihan tentang desain kemasan dan label yang menarik serta membantu UKM dalam mendesain kemasan yang lebih baik. Dengan kemasan yang lebih menarik dan informatif, diharapkan produk dapat lebih menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar.
2. Permasalahan 2: Promosi Produk yang Kurang Optimal
Solusi: Membantu UKM dalam merancang dan menjalankan kampanye promosi yang efektif serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi promosi yang tepat, produk Churros & Coffee Lastini diharapkan dapat lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas.
3. Permasalahan 3: Kurangnya Kualitas Layanan serta kepuasan Konsumen
Solusi: Meningkatkan kualitas pelatihan karyawan agar mereka memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan pelayanan yang baik. Muatlah standar operasional prosedur (SOP) yang jelas dan mudah dipahami oleh seluruh karyawan. Serta aktiflah dalam mengumpulkan dan menganalisis feedback pelanggan untuk mengetahui area yang perlu diperbaiki. Keempat, perhatikan dan tingkatkan fasilitas yang ada, seperti kebersihan dan kenyamanan tempat. Terakhir, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui program loyalitas, personalisasi layanan, dan event khusus.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan KKN-T di Churros & Coffee Lastini dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat sasaran, dalam hal ini pemilik dan karyawan Churros & Coffee Lastini, dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan program. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan:
 - Identifikasi masalah dilakukan melalui diskusi awal dengan pemilik usaha untuk memahami permasalahan yang dihadapi.
 - Perencanaan program kerja dilakukan berdasarkan hasil identifikasi masalah, yang mencakup pelatihan akuntansi, lokakarya desain kemasan, dan kampanye promosi digital.
 - Penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan dilakukan secara terperinci untuk memastikan setiap program kerja dapat terlaksana dengan efektif dalam waktu yang telah ditentukan.
2. Tahap Pelaksanaan:
 - Lokakarya Desain Kemasan: Lokakarya desain kemasan diadakan selama dua hari dan melibatkan para peserta dalam sesi interaktif di mana mereka diajarkan tentang elemen-elemen desain kemasan yang menarik dan informatif. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk mendesain kemasan produk mereka sendiri dengan bimbingan dari tim pelaksana.
 - Konsultasi dan Desain Ulang Kemasan: Sesi konsultasi individu dilakukan setelah lokakarya, di mana setiap peserta mendapatkan masukan khusus tentang desain kemasan mereka. Proses desain ulang dilakukan secara kolaboratif antara tim pelaksana dan pemilik usaha.
 - Kampanye Promosi Produk: Tim pelaksana membantu Churros & Coffee Lastini dalam merancang strategi promosi digital yang efektif. Kegiatan ini mencakup pembuatan konten promosi seperti foto produk, video pendek, dan posting di media sosial. Selain itu, tim juga membantu dalam manajemen akun media sosial untuk memastikan konten dipublikasikan secara teratur dan tepat sasaran.
 - Pelatihan dan Peningkatan Kualitas Layanan: Kegiatan pelatihan ini berlangsung selama tiga hari dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan Churros & Coffee Lastini. Pelatihan mencakup materi tentang standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, pengelolaan feedback pelanggan, dan cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Peserta pelatihan juga akan dilatih dalam hal personalisasi layanan dan pelaksanaan program loyalitas pelanggan.
 - Pendampingan Layanan Pelanggan dan Kepuasan Konsumen: Setelah pelatihan, pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa peningkatan kualitas layanan diterapkan secara efektif. Pendampingan ini melibatkan kunjungan langsung dan konsultasi daring, fokus pada pemantauan SOP,

analisis feedback pelanggan, dan perbaikan fasilitas di tempat usaha. Tim pelaksana juga membantu dalam merancang dan melaksanakan program loyalitas serta event khusus untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring:

- Evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program kerja yang telah dilaksanakan. Monitoring dilakukan melalui survei kepuasan peserta dan penilaian peningkatan keterampilan serta dampak langsung pada usaha Churros & Coffee Lastini.
- Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi perbaikan dan tindak lanjut untuk pengembangan lebih lanjut usaha Churros & Coffee Lastini.

Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program ini sangat signifikan. Pemilik dan karyawan Churros & Coffee Lastini secara aktif mengikuti seluruh kegiatan yang diadakan, memberikan masukan, dan berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan selama program berlangsung. Partisipasi aktif ini tidak hanya meningkatkan efektivitas pelaksanaan program tetapi juga memastikan bahwa solusi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian Program Kerja

Pelaksanaan program kerja KKN-T di Churros & Coffee Lastini, Cangu, secara umum dapat dikatakan berhasil mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Berikut adalah uraian keberhasilan serta faktor-faktor yang mempengaruhi ketercapaian program:

1. Lokakarya Desain Kemasan:

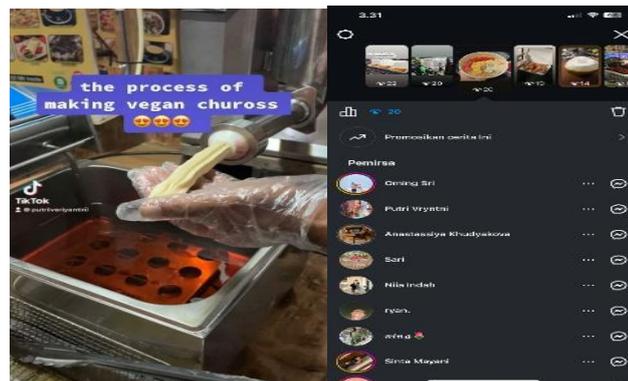


Gambar 1. Bimbingan dan Pengembangan Desain Kemasan

- Keberhasilan: Lokakarya desain kemasan berhasil menghasilkan desain kemasan baru yang lebih menarik dan informatif. Kemasan produk Churros & Coffee Lastini kini menggunakan desain yang lebih profesional dengan warna dan informasi yang lebih jelas, yang diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen.

- Faktor Pendukung: Partisipasi aktif dari pemilik usaha dan karyawan dalam proses desain serta bimbingan teknis dari tim pelaksana yang memiliki keahlian dalam desain grafis.
- Faktor Penghambat: Keterbatasan akses ke sumber daya desain profesional menjadi tantangan, namun diatasi dengan kreativitas dan pemanfaatan software desain yang tersedia.

2. Kampanye Promosi Produk:



Gambar 2. Strategi Pemasaran Produk

- Keberhasilan: Kampanye promosi produk berhasil meningkatkan eksposur Churros & Coffee Lastini di media sosial. Akun media sosial yang dibuat menunjukkan peningkatan jumlah pengikut dan interaksi, serta konten promosi yang dibuat berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas.
- Faktor Pendukung: Pemanfaatan platform media sosial yang tepat serta pembuatan konten yang menarik dan relevan.
- Faktor Penghambat: Keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan manajemen media sosial oleh pemilik usaha. Hal ini diatasi dengan pelatihan dan pendampingan yang intensif dari tim pelaksana.

3. Pelatihan dan Peningkatan Kualitas Layanan:



Gambar 3. Pendampingan Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Konsumen

- Keberhasilan: Pelatihan tentang peningkatan kualitas layanan berhasil dilaksanakan dengan baik. Karyawan Churros & Coffee Lastini mampu memahami standar operasional prosedur (SOP) baru yang dirancang untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Setelah pelatihan, terdapat

- peningkatan dalam kepuasan konsumen yang tercermin dari feedback positif mengenai pelayanan yang lebih ramah, cepat, dan responsif.
- Faktor Pendukung: Tingginya komitmen karyawan dalam mengikuti pelatihan serta dukungan penuh dari pemilik usaha yang memastikan seluruh staf terlibat aktif dalam program ini.
 - Faktor Penghambat: Tantangan terbesar adalah tingkat pemahaman karyawan yang berbeda-beda, namun ini diatasi dengan memberikan sesi pelatihan tambahan bagi yang membutuhkan.
4. Pendampingan Layanan Pelanggan dan Kepuasan Konsumen:
- Keberhasilan: Pendampingan yang dilakukan secara berkala berhasil memastikan penerapan SOP yang telah dipelajari selama pelatihan. Tim pelaksana memberikan bimbingan dalam manajemen feedback pelanggan, yang memungkinkan Churros & Coffee Lastini untuk menanggapi keluhan dan saran dengan lebih cepat dan efektif. Selain itu, program loyalitas pelanggan mulai diterapkan, meningkatkan keterlibatan dan loyalitas konsumen.
 - Faktor Pendukung: Ketersediaan alat dan teknologi untuk mengumpulkan feedback pelanggan secara real-time, serta keterbukaan pemilik usaha terhadap masukan yang diberikan oleh tim pendamping.
 - Faktor Penghambat: Kendala teknis dalam penggunaan platform digital untuk mengelola feedback, namun ini diatasi dengan pelatihan lanjutan dan penyesuaian sistem yang lebih user-friendly.

Realisasi Penyelesaian Kegiatan

Seluruh kegiatan yang direncanakan berhasil diselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara bertahap, dan semua program kerja terlaksana dengan baik. Tim pelaksana dan masyarakat sasaran bekerja sama untuk memastikan semua program dapat dijalankan secara optimal dan memberikan dampak positif yang nyata bagi usaha Churros & Coffee Lastini.

Partisipasi Masyarakat

Partisipasi dalam Perencanaan:

Masyarakat sasaran, khususnya pemilik dan karyawan Churros & Coffee Lastini, dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan program. Diskusi awal diadakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi serta untuk menentukan prioritas solusi yang akan diterapkan. Pemilik usaha memberikan masukan penting yang membantu tim pelaksana dalam merancang program kerja yang sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Partisipasi dalam Pelaksanaan:

Selama pelaksanaan program, pemilik dan karyawan Churros & Coffee Lastini terlibat secara aktif dalam setiap kegiatan. Mereka mengikuti pelatihan dengan

antusias, berpartisipasi dalam lokakarya desain kemasan, dan bekerja sama dengan tim pelaksana dalam kampanye promosi digital. Keterlibatan ini tidak hanya memastikan bahwa program dapat berjalan lancar, tetapi juga meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam aspek yang dilatih.

Partisipasi dalam Pemantauan Kegiatan:

Setelah pelaksanaan program, pemilik usaha turut serta dalam proses evaluasi dan pemantauan hasil. Mereka memberikan umpan balik yang konstruktif mengenai efektivitas program dan menyampaikan area-area yang masih memerlukan perbaikan. Partisipasi dalam pemantauan ini sangat penting untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi usaha mereka.

Partisipasi masyarakat yang tinggi dalam setiap tahap pelaksanaan program menjadi faktor utama keberhasilan kegiatan ini. Dengan keterlibatan yang aktif, masyarakat tidak hanya menerima manfaat dari program kerja yang dilaksanakan, tetapi juga memiliki rasa kepemilikan terhadap hasil yang dicapai, yang diharapkan dapat berdampak positif pada keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan KKN-T di Churros & Coffee Lastini, Canggu, telah berhasil diselesaikan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Program kerja yang meliputi lokakarya desain kemasan, kampanye promosi produk, dan kualitas layanan serta kepuasan konsumen telah memberikan dampak positif terhadap pengelolaan usaha dan daya saing produk. Pemilik usaha dan karyawan berhasil meningkatkan pemahaman mereka dalam bidang akuntansi, desain kemasan, dan promosi digital. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat sasaran, program kerja dapat diimplementasikan secara efektif dan menghasilkan manfaat yang nyata.

Saran

Untuk mengefektifkan solusi yang telah diberikan dan memastikan keberlanjutan dari hasil yang telah dicapai, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah:

1. **Pelatihan Lanjutan:** Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala, terutama dalam bidang promosi digital. Hal ini penting agar pemilik usaha dapat terus mengembangkan keterampilannya dan mengikuti perkembangan terkini dalam pengelolaan usaha.
2. **Pendampingan Berkelanjutan:** Program pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan perlu diterapkan, khususnya dalam penerapan ilmu yang telah dipelajari selama pelatihan. Pendampingan ini akan membantu memastikan bahwa perubahan yang diimplementasikan dapat terus berjalan dengan baik dan memberikan dampak jangka panjang.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital: Pemilik usaha disarankan untuk terus memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, sebagai alat promosi utama. Menjaga konsistensi dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan akan membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
4. Kolaborasi dengan Desainer Profesional: Untuk terus meningkatkan kualitas kemasan produk, disarankan untuk menjalin kolaborasi dengan desainer grafis profesional. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa desain kemasan selalu up-to-date dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.
5. Monitoring dan Evaluasi Berkala: Disarankan untuk melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap implementasi program yang telah dijalankan. Evaluasi ini penting untuk mengidentifikasi area yang masih perlu perbaikan dan memastikan bahwa semua solusi yang diberikan dapat terus memberikan manfaat yang optimal.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan Churros & Coffee Lastini dapat terus berkembang dan meningkatkan daya saingnya di pasar, serta menjaga kesinambungan usaha dengan pengelolaan yang lebih profesional dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, C., & Hartati, F. A. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Berdasarkan Kemasan Produk Makanan dan Minuman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28195–28203.
- Purborini, V. S., & Harsanty, T. D. (2024). SOSIALISASI PENTINGNYA LEGALITAS UMKM DALAM BERWIRAUSAHA DI KABUPATEN SUKOHARJO. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 6627–6634.
- Ramadhaniyati, R. , S. I. N. T. , P. S. S. , P. M. , S. S. E. , I. H. S. E. , . . . & D. S. S. E. (2023). *Pengantar Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Susanto, H., & Wibowo, A. (2022). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Peningkatan Kualitas Layanan di Industri Kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(3), 234–245.