

## **PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN PENJUALAN DI TOKO MLG LATU, DESA ABIANSEMAL**

**I Made Sudiartana<sup>1,\*</sup>, I Gusti Made Ngurah Krisna Adi Putra<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: artaguz85@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui peningkatan kualitas produk dan penjualan di Toko MLG Latu, Desa Abiansemal. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian tindakan yang melibatkan partisipasi aktif dari pemilik warung serta pendampingan dari tim peneliti. Langkah-langkah strategis termasuk identifikasi kebutuhan pasar, peningkatan kualitas produk melalui pelatihan dan bimbingan teknis, serta pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi ini, Toko MLG Latu dapat meningkatkan daya saingnya di pasar lokal dan meningkatkan pendapatan serta keberlanjutan UMKM di Desa Abiansemal. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah memberikan panduan dan contoh bagi UMKM lain dalam menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan penjualan untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Pengembangan UMKM, Kualitas Produk, Penjualan.

### **ANALISIS SITUASI**

Pengabdian merupakan sebuah bentuk pengabdian terhadap masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa untuk menjadi bagian dari pemberdayaan dan pembelajaran bagi mahasiswa untuk terjun secara langsung dalam realita kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut ditujukan untuk mempersiapkan mahasiswa agar dapat berkontribusi dengan masyarakat secara langsung dalam hal pembangunan di lingkungan. Kuliah Kerja Nyata muncul dari kesadaran mahasiswa bahwa sebagai calon sarjana perlu mengikuti program ini untuk memberikan bekal wawasan mengenai kehidupan bermasyarakat yang sesungguhnya.

UMKM atau yang biasa dikenal dengan Usaha mikro kecil dan menengah menjadi salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang memiliki peran penting dalam sebuah daerah dan juga memberikan kontribusi pada negara terutama jika dikaitkan dengan jumlah pekerja yang mampu diserap. Jumlah UMKM dari tahun ke tahun diharapkan semakin meningkat agar mampu memperbaiki taraf hidup masyarakatnya, suatu UMKM dapat bertahan atau mengalami masa kritis tergantung dari hambatan yang dihadapi seperti halnya bagaimana pengelolaan sumber daya yang dimiliki akan mampu membawa UMKM pada kejayaan atau malah sebaliknya. UMKM merupakan kegiatan yang tidak membutuhkan persyaratan khusus seperti tingkat pendidikan, keahlian atau keterampilan tertentu melainkan komitmen dan semangat kerja yang tinggi. Menurut Purwantini, dkk (2022), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

telah terbukti memiliki peran krusial bagi perekonomian Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berperan penting bagi perekonomian Negara Indonesia. Kementerian Keuangan RI dalam laporannya menjelaskan UMKM sebagai penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto Nasional sehingga berdampak positif bagi Negara Indonesia (Hidayat N et al., 2022). Keadaan ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM sangat dominan dalam perekonomian Indonesia, karena jumlah industrinya yang besar dan ada di setiap sektor perekonomian, potensi penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan perekonomian.

Usaha UMKM Toko MLG Latu merupakan usaha yang bergerak dibidang perdagangan yang menjual makanan ringan, minuman, sembako, alat tulis, skincare dan lain sebagainya. Banyak hal yang membuat UMKM Toko MLG Latu ini menjadi terhambat, mulai dari kurangnya daya tarik visual dan kemasan yang berdebu sehingga tidak menarik perhatian konsumen, kurangnya diversifikasi produk dan inovasi dalam untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang berkembang, ketidaktahuan masyarakat sekitar tentang keberadaan Toko MLG Latu. Cara memperkenalkan Toko MLG Latu agar jangkauannya lebih luas, diperlukan pembinaan dan pelatihan tentang strategi pemasaran berbasis *e-commerce* seperti whatsapp dan facebook.

Pradnyawati, dkk (2022) menjelaskan guna meningkatkan kembali pendapatan pada ranah UMKM alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual. Di era digital saat ini, bentuk UMKM tidak terbatas pada toko secara fisik (offline) saja, tetapi para pelaku usaha sudah memasuki ranah pemasaran secara online, (Suhardiah, dkk (2020). Oleh karena itu saya melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat ingin memberikan bimbingan mengenai pengembangan UMKM melalui peningkatan kualitas produk dan yang nantinya diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Toko MLG Latu.

### **RUMUSAN MASALAH**

1. Kurangnya daya tarik visual dan kemasan yang berdebu sehingga tidak menarik perhatian konsumen.
2. Kurangnya diversifikasi produk dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang berkembang.
3. Rendahnya awareness atau ketidaktahuan masyarakat sekitar tentang keberadaan dan produk Toko MLG Latu.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

1. Memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik dan professional dengan cara membersihkan kemasan produk, membuat tempat atau wadah yang lebih unik agar dapat dilirik konsumen, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan citra merk Toko MLG Latu.
2. Menyediakan produk baru yang lebih variatif dan melakukan riset pasar serta

- survey kepuasan pelanggan untuk mendapat umpan balik langsung tentang preferensi konsumen.
3. Mengoptimalkan penggunaan sosial media dalam melakukan pemasaran seperti membuat foto produk lalu memasarkannya dengan caption atau deskripsi produk agar produk diminati.

#### **METODE PELAKSANAAN**

1. Melakukan survey ke lapangan untuk mendapatkan data yang valid agar nantinya bisa memberikan masukan dan solusi untuk permasalahan mitra.
2. Melakukan perbaikan fisik pada kemasan seperti membersihkan, menambahkan tempat atau wadah snack, serta merapikan untuk meningkatkan daya tarik visual dan citra merk Toko MLG Latu.
3. Menyediakan produk baru yang sesuai dengan hasil riset pasar dan survey, serta mempertimbangkan variasi yang lebih luas untuk menjangkau berbagai selera pelanggan.
4. Melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan sosial media seperti whatsapp dan Facebook untuk meningkatkan visitabilitas penjualan Toko MLG Latu.
5. Evaluasi program pemberdayaan masyarakat ini berfungsi untuk mengetahui perbandingan sebelum dan sesudah pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat.

#### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai penambahan strategi pemasaran produk, melakukan perbaikan fisik, dan menyediakan produk baru, Toko MLG Latu berhasil meningkatkan daya tariknya di mata pelanggan, terutama dalam hal kebersihan pada kemasan dan presentasi produk, pemanfaatan media sosial dan promosi diskon telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas Toko MLG Latu di kalangan masyarakat Desa Abiansemal.

- 1) Membersihkan, merapikan tata letak produk agar terlihat rapi sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.



**Gambar 1.** Perbaikan Fisik Pada Kemasan

- 2) Memberikan saran serta mempertimbangkan mengenai jenis produk yang banyak dicari oleh pelanggan.



**Gambar 2.** Memberi saran mengenai produk baru

- 3) Meningkatkan penjualan dengan mempromosikan lewat sosial media yaitu whatsapp dan Facebook agar Toko MLG Latu dikenal lebih luas oleh masyarakat.



**Gambar 3.** Promosi Sosial Media

**Tabel 1. Ketercapaian Kegiatan**

No	Jenis Kegiatan	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi Kegiatan
1	Melakukan perbaikan fisik pada kemasan.	Membantu membersihkan kemasan yang berdebu, menambahkan tempat atau wadah snack, serta merapikan tata letak produk	100 %
2	Membantu dalam menyediakan produk baru	Membantu dalam menyediakan produk baru yang banyak dicari oleh pelanggan sebagai bahan pokok mereka dalam kehidupan sehari-hari atau sebagai bahan untuk berjualan	100 %
3	Memperkenalkan Toko MLG Latu dengan memberikan informasi pada khalayak umum	Membantu mempromosikan ke marketplace facebook agar khalayak umum atau masyarakat mengetahui tentang Toko MLG Latu yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti beras, minyak, skincare, dan kebutuhan pokok lainnya.	100 %

## SIMPULAN DAN SARAN

Program kerja Pengabdian "Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Kualitas Produk dan Penjualan di Toko MLG Latu, Desa Abiansemal" telah memberikan bukti bahwa upaya pengembangan UMKM di tingkat lokal dapat memiliki dampak positif yang signifikan. Melalui kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan pemilik usaha, program ini berhasil meningkatkan kapasitas dan daya saing Toko MLG Latu. Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, partisipasi dalam kegiatan komunitas, serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik warung. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan dalam visibilitas warung, peningkatan penjualan, dan penguatan hubungan

dengan komunitas lokal.

Diharapkan pengusaha UMKM “Toko MLG Latu” di Desa Abiansemal harus selalu rutin mempromosikan dagangan disosial media dan selalu berinovasi mengenai hal hal baru yang semenarik mungkin untuk menjaga minat pelanggan dan menarik pelanggan baru, serta untuk dijadikan pengembangan karena hal tersebut sangat mempengaruhi penjualan dan daya saing di era yang serba digital ini. Selain itu, Toko MLG Latu dapat terus menyediakan produk yang banyak dicari oleh pelanggan dan sesuai dengan preferensi pelanggan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Hidayat N, R., Sulistyawati, L., & Prabowo, B. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia di EraDigital Berbasis UMKM. Airlangga University Press.
- Purwantini, A. H., Amalia, R. D., Kasmawati, A., Kinasih, A. S., Novitasari, N., & Sarita, R. (2022). UPAYA PENGEMBANGAN MODEL PEMASARAN DAN PELAPORAN KEUANGAN UMKM DUSUN KADI GUNUNG KABUPATEN MAGELANG. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(6), 716-724
- Pradnyawati, S. O., Dewi, K. I. K., & Lestari, N. K. M. (2022). OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL DAN PENERAPAN PEMBUKUAN SEDERHANA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO EKA. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT FAKULTAS BAHASA ASING UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR (SENADIBA) 2021* (pp. 245-251).
- Tirtoni, F., Anam, M. C., Kusumaagni, Z., Annisa, L., Lailiyah, S. N., Susanto, A. P., ... & Fabiola, L. G. (2019). Pengabdian Masyarakat Desa Penanggung Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Umsida Press*, 1-62.