

## **INOVASI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM LAKLAK ANGET AYU HOKI**

**Gde Bayu Surya Parwita<sup>1,\*</sup>, Gede Putra Dana<sup>2</sup>**

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

\*Email: gdebayusurya@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Meningkatkan kreatifitas masyarakat sangat penting dilakukan untuk menambah wawasan dalam hal usaha warung adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan. Namun, pada penerapan karyawan Warung Bu Ayu masih belum optimal. Hal tersebut diindikasikan karena kurangnya kreatifitas kerja di Warung Bu Ayu karna keterbatas informasi baik dari media sosial maupun dari orang sekitar. Hal tersebut dapat memengaruhi pendapatan bagi Warung Bu Ayu tersebut, sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk membantu memberikan penyelesaian atas permasalahan yang terjadi dengan menyiapkan beberapa program kinerja karyawan yaitu: Penyuluhan dan pengenalan pentingnya kinerja yang baik dari karyawan, memberikan motivasi serta merubah beberapa hal yang ada di Warung Bu Ayu. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini, owner, karyawan, tersedianya fasilitas yang memadai, dan taatnya protokol kesehatan yang diterapkan oleh para karyawan. Sedangkan faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian ini adalah keterbatasan waktu dalam kegiatan pengabdian.

**Kata Kunci:** Promosi, Konsumen, Warung.

### **ANALISIS SITUASI**

Kewirausahaan dapat berupa kapasitas imajinatif dan inventif, tajam untuk melihat celah dan terus terbuka terhadap setiap masukan dan perubahan positif yang mampu membawa perdagangan untuk terus berkembang dan memiliki harga diri. Salah satu pendorong perkembangan selain mengubah dan harus menyesuaikan adalah kesadaran akan lubang antara apa yang ada dan apa yang seharusnya, dan antara apa yang dibutuhkan individu dan apa yang telah ditawarkan ataupun dilakukan oleh pemerintah, sektor swasta maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) seperti koperasi ataupun UMKM yang dibuat masyarakat sekitar (Arfin, 2017).

Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya (Arief, 2015). Inovasi merupakan kata kunci bagi perusahaan yang ingin terus bertahan di era persaingan bebas seperti sekarang. Berbagai

studi menunjukkan bahwa faktor pembelajaran dan orientasi produk pasar merupakan strategi yang dapat digunakan untuk menstimulasi inovasi organisasi. Melalui analisis database UKM Spanyol dan Italia (Fernández Dkk, 2015).

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang diberikan adalah melakukan pelatihan dalam pembuatan logo sebagai brand jajan Bali dan pelatihan serta pendampingan dalam promosi online pada media sosial facebook, instagram dan aplikasi go-food. Melihat kondisi saat ini, sudah banyak UMKM yang membuka akses secara online untuk pengenalan produknya (Lumanauw, 2018). Dan Saat ini jajan laklak Bali menjadi kegemaran masyarakat dimana rasanya yang gurih serta manis dengan tambahan gula aren. Jajan laklak juga dipakai oleh Puri Kerambitan di Bali untuk memperkenalkan wisatawan terhadap kehidupan pedesaan terutama tentang pengolahan makanan tradisional (Ruastiti, 2011).

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini akan mengangkat jajanan tradisional Bali yaitu jajan laklak Bali. Jajanan tradisional saat ini mulai digemari kembali oleh masyarakat (Nata dkk, 2018). jajan laklak masih jarang dipasarkan ke kota-kota, dikarenakan jajanan tradisional identik dengan desa. Jajan laklak terbuat dari bahan dasar tepung terigu, santan, dan kelapa parut, gula merah, serta daun pandan. Golongan menengah ke bawah masih menggemari makanan jajanan yang diperjualbelikan di pasar tradisional (Suprptini dkk, 2011).

Selama ini jajan Bali masih dianggap sebagai jajanan pasar sehingga tidak menjadi fokus masyarakat untuk mengemas dan membuat identitas jajan bali menjadi unik dan menarik bahkan sering ditemui para pedagang jajan Bali bukan hanya di pasar tetapi di daerah perumahan masyarakat yang di jual di warung-warung (Marsiti Dkk, 2017).

Pengertian dari pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai bagi orang lain (Kotler, 2008). Pemasaran produk dilakukan ke wilayah yang lebih luas sampai pemasaran produk tersebut secara online, mengawali dengan penciptaan brand/merk, berupa logo perusahaan yang akan menjadi icon dan unik jika dilihat oleh konsumen, kemudian dapat menjadi brand awareness tersendiri bagi para konsumen untuk UMKM siap go *online* untuk bersaing di lapak *e-commerce* yang tersedia yaitu go-food yang ditawarkan sebagai solusi untuk penjualan online (I Ketut Suter dkk, 2013).

## **PERUMUSAN MASALAH**

Pengembangan usaha begitu sulit dilakukan karena pemasarannya yang dilakukan masih secara offline dan hanya mengandalkan pembelian dari masyarakat sekitar saja. Masalah lainnya adalah plang nama yang kurang menarik perhatian konsumen dan tergolong tidak layak pakai. Selain hal tersebut kurangnya pengetahuan manajemen pembukuan yang sederhana juga menjadi kendala saat memperhitungkan laba yang

diperoleh karena kas usaha dan kas pribadi masih menjadi satu. Sehingga UMKM tersebut sulit untuk mengembangkan usahanya dimasa pandemi ini. Selain adanya minat beli pelanggan yang menurun, pemasaran menggunakan platform digital juga masih belum dilakukan. Berdasarkan situasi di atas dan hasil observasi dengan pemilik UMKM Laklak Anget Ayu Hoki, permasalahan mitra yang dihadapi saat ini adalah :

1. Kurangnya pemahaman dan pemasaran berbasis digital dan hanya berpatok pada penjualan masyarakat sekitar.
2. Kurangnya pengetahuan tentang pembukuan sederhana untuk mengetahui laba yang diperoleh.
3. Kurangnya pengetahuan bahwa penting untuk memperhatikan hal kecil seperti penggantian plang yang sudah tidak layak.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang diangkat dan hasil dari observasi melalui wawancara dengan pemilik UMKM, berikut adalah solusi yang dapat saya berikan, saya tuangkan kedalam satu program kerja antara lain:

1. Pengenalan dan pelatihan bagaimana penggunaan platform digital seperti instagram dan pembuatan kartu nama sebagai sarana pemasaran.
2. Pengenalan dan pelatihan teknologi manajemen pembukuan secara sederhana sebagai pedoman pembukuan agar nantinya bisa mengetahui berapa laba yang diperoleh.
3. Penyuluhan tentang pentingnya memperhatikan hal-hal kecil yang memungkinkan untuk menarik konsumen.

### **METODE PELAKSANAAN**

Tahapan-tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh dalam kegiatan untuk menjalankan program kerja pada Laklak Anget Ayu Hoki yaitu:

1. Persiapan  
Pada tahap pertama ini dilakukan persiapan untuk perencanaan pedoman manajemen pembukuan sederhana menggunakan platform digital dan pendaftaran usaha pada platform digital seperti Instagram, dan pembuatan buku menu baru guna menarik konsumen.
2. Perencanaan  
Melakukan pembuatan buku menu untuk mendukung kemajuan warung Laklak Anget Ayu Hoki.
3. Evaluasi  
Pada tahap ini dilakukan beberapa evaluasi mengenai hasil dari pelatihan pembukuan sederhana dan penilaian tentang pengaruh adanya buku menu baru serta plang nama baru.

Program kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 30 hari di Jalan Padma, Denpasar Utara. Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis metode yang digunakan untuk menganalisis kejadian secara sosial. Program ini dilakukan dengan pendekatan edukasi dan pelatihan kepada pemilik UMKM Laklak Anget Ayu Hoki.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Kurangnya pemahaman pemanfaatan platform digital dan manajemen pembukuan yang sederhana dalam upaya pemasaran oleh pemilik UMKM LAKLAK ANGET AYU HOKI telah berhasil ditingkatkan melalui pengenalan, pelatihan, dan pendampingan.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Warung adalah sebagai berikut:

1. Adanya aplikasi editor pada media handphone dan laptop yang mempermudah untuk pembuatan buku menu.
2. Banyaknya ketersediaan waktu masyarakat sasaran untuk melakukan wawancara dan melaksanakan program ini.

Adapun faktor penghambat keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Warung adalah sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaannya saya tidak menemukan hambatan yang membuat saya kesulitan untuk menjalankan program kerja ini.



**Gambar 1.** Membuat media sosial untuk UMKM.



**Gambar 2.** Membuat buku menu dan plang nama UMKM.

**Tabel 1.** Realisasi Program Kerja

No	Permasalahan	Program Kerja
1	Penyajian produk yang kurang menarik konsumen	Membantu pemilik UMKM cara penyajian produk agar terlihat lebih menarik untuk meningkatkan penjualan sekaligus update mempromosikan produk di media sosial agar lebih mudah untuk dijangkau masyarakat.
2	Buku <i>menu</i> Laklak Anget Ayu Hoki sudah tidak bagus dipandang	Membuatkan buku menu menyertakan foto produk laklak jajan bali agar terlihat lebih menarik yang membuat customer ingin untuk mencoba produknya.
3	Laklak Anget Ayu Hoki hanya membuka usahanya di jalan padma dengan target pasar di daerah itu saja	Membuatkan plang nama UMKM Laklak Anget Ayu Hoki di depan tempat jualannya untuk menarik pelanggan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Sesuai dengan tema yang di ambil yaitu pengabdian kepada masyarakat peduli UMKM saya melakukan program kerja di Warung Laklak Anget Ayu Hoki karena terdapat beberapa kekurangan seperti pada buku menu, pembuatan buku menu serta update promosi, dan membuatkan plang nama usaha, saya pun membantu dengan pembuatan buku menu agar lebih dilihat menarik oleh konsumen serta membantu membuatkan plang nama yang lebih bagus agar lebih menarik perhatian konsumen sasaran. Program ini dilaksanakan selama 30 hari yang mendapat hasil serta respon yang baik. Program ini dapat selesai dengan tepat waktu, tidak lepas dari faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung dari kegiatan ini ialah adanya dukungan dari pihak Bu Ayu.

Saran yang bisa saya berikan sebaiknya masyarakat yang mempunyai usaha UMKM harus lebih pandai mengikuti jaman yang semakin canggih, karena dengan begitu usaha yang dimiliki pastinya tidak tertinggal oleh jaman ataupun usaha pastinya bisa lebih dikenal orang luas lagi. Karena di era digital seperti sekarang banyak orang-orang yang menginginkan yang mudah dan praktis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arfin. (2017). *Bisnis Tahan Banting Sambut MEA*. Klaten: Cable Book.
- Arief. (2015). *Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Informasi terdepan tentang Usaha.
- Cokorda Istri Raka Marsiti, Dkk 2017, "Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Berbasis Teknologi.
- Fernández-Mesa, A., & Alegre, J. (2015). *Orientasi kewirausahaan dan intensitas ekspor: Meneliti interaksi pembelajaran organisasi dan inovasi.*
- I Ketut Suter dkk, 2013, *Pangan Tradisional Bali Jaja : Kajian Aspek Budaya, Pengolahan, Gizi dan Keamanan*. Denpasar : Pusat Penelitian Makanan Tradisional Universitas Udayana Bekerja Sama dengan Buku Arti.

- Informasi Sebagai Upaya Pelestarian seni Kuliner Bali,". *Seminar nasional Riset Inovatif*, 517-521.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta.
- Nata, G. N. M., Suryawan, I. K. D., & Yudiastra, P. P. (2018). Peningkatan Produktivitas Industri Rumah Tangga Jajan Tradisional Khas Gianyar. *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, 9(1), 132–137.
- Nelsye Lumanauw, 2018, "Pengembangan Makanan Tradisional Bali pada Pasar Malam di Pasar Sindu, Sanur, Bali," *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*
- RUASTITI, N. M. (2011). Seni Pertunjukan sebagai Pengikat Hubungan Patron-client Puri dengan Masyarakat Lingkungannya. *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, 26(2), 107–113.
- Supraptini, Riris Nainggolan, Elsa-Elsi, & Dharmayanti, I. (2011). Kualitas Bahan Makanan Dan Makanan Jajanan Yang Dijual Di Pasar Tradisional Di Beberapa Kota Di Indonesia. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 10(4), 208 – 218.