
PEMBERDAYAAN UMKM KACANG TELUR JERO PADMA DALAM KEMASAN DAN PROMOSI MEDIA ONLINE DI DESA SINGAPADU TENGAH

I Made Sudiartana^{1,*}, Ni Made Sintya Dewi², Kadek Anggitasari³

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

*Email: artaguz85@unmas.ac.id

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Sitompul, 2022). Di Desa Singapadu Tengah ada banyak UMKM dari survey kami sebelumnya. Dari survey kami memilih di UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma yang dimiliki oleh ibu yang bernama Jero Padma dengan nama lengkap Ni Made Suarni. Promosi produk dilakukan dengan cara yang masih konvensional hanya melalui mulut ke mulut. Pengemasan produk dilakukan dengan menggunakan plastik putih polos. Adapun solusinya melakukan upaya pembaruan pengemasan produk dengan membelikan alat pres plastik, kemasan baru berbentuk pouch dan pembentukan logo serta pembuatan stiker. Serta Melakukan upaya promosi media online produk melalui sosial media seperti facebook dan pemesanan lewat no WA. Dengan adanya edukasi ini Bu Jero Padma lebih bisa memahami dan mengerti cara mempromosikan produk Kacang telur di Sosial Media. Sehingga Bu Jero Padma nantinya hanya perlu memposting foto-foto agar konsumen lebih mudah untuk melihat produk yang dibuat oleh Bu Jero Padma. Dan Bu Jero Padma sudah memiliki logo identitas untuk Produk Kacang Telur. Mitra diharapkan konsisten dalam mengaplikasikan strategi pemasaran yang telah diberikan, dengan terus aktif dalam pengunggahan foto-foto produk kacang telur pada profil usaha di facebook serta pemanfaatan media digital lainnya sebagai media pemasaran produk sehingga dapat menjangkau lebih luas pasar dan konsumen.

Kata Kunci: UMKM, Pengemasan, Promosi, Sosial Media.

ANALISIS SITUASI

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Sitompul, 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap Negara. Hal ini disebabkan oleh besarnya sumbangsih UMKM terhadap Negara, khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah. Oleh karena itu, berbagai kebijakan dan program pendukung telah dirumuskan dan diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

Kebijakan dan program pendukung tersebut bertujuan untuk melindungi dan mengembangkan UMKM melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif (Zahra, 2022). Di Desa Singapadu Tengah ada banyak UMKM yang ada dari survey kami sebelumnya. Dari survey kami memilih perbantuan di UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma yang dimiliki oleh ibu-ibu yang bernama Jero Padma dengan nama lengkap Ni Made Suarni.

Kacang telur Bu Jero Padma merupakan salah satu UMKM yang terletak di Banjar Negari, Desa Singapadu Tengah, Sukawati, Gianyar, Bali. Usaha ini bergerak dalam bidang kuliner khususnya kacang telur. Pemilik usaha kacang telur merupakan seorang ibu-ibu yang lebih dikenal dengan nama Jero Padma dengan nama lengkap Ni Made Suarni. Beliau mendirikan usaha ini sejak 6 tahun yang lalu.

Promosi adalah proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial (Mulyana, 2019). Promosi/pemasaran produk dilakukan dengan cara yang masih konvensional yakni hanya melalui mulut ke mulut. Hal ini tentu jangkauan produk dari UMKM kacang telur Bu Jero Padma tidak meluas. Kurangnya pemahaman akan pemanfaatan teknologi menjadi hambatan dalam melakukan pemasaran di sosial media. Pengemasan produk hanya dilakukan dengan menggunakan plastik putih polos sehingga pelanggan pun akan mudah melupakan produk dari usaha kacang telur Bu Jero Padma. Identitas produk yang kurang menarik di mata pelanggan tidak mampu menarik pelanggan untuk mengingat dan membeli kembali dari produk kacang telur ini. Umkm kacang telur Bu Jero Padma memproduksi di rumahnya sendiri yang beralamat di banjar Negari desa Singapadu Tengah. Cara yang dapat dilakukan agar peningkatan penjualan adalah dengan pembaruan dari segi kemasan dan melakukan pemasaran promosi media online merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. UMKM kacang telur Bu Jero Padma dapat dioptimalkan melalui pemasaran promosi media online yakni melalui sosial media seperti facebook dan pemesanan lewat no WA. Selain promosi media online, kesuksesan sebuah usaha atau bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah branding sebuah produk dengan menggunakan logo.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi pada UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana cara untuk meningkatkan pengemasan produk UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma?
2. Bagaimana upaya promosi media online produk UMKM Kacang telur Bu Jero Padma?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dipaparkan, solusi yang ditawarkan kepada UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma yaitu :

1. Melakukan upaya pembaruan pengemasan produk dengan membelikan alat pres plastik, kemasan baru berbentuk pouch dan pembentukan logo serta pembuatan stiker.
2. Melakukan upaya promosi media onnline produk melalui sosial media seperti facebook dan pemesanan lewat no WA.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang akan dilalui dalam program kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Survey Awal

Tahap ini merupakan tahap awal yang dilakukan dengan melakukan kunjungan ke UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma pada tanggal 6 Maret 2024. Survey awal kegiatan dilakukan dengan mengamati kondisi UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma dan melakukan wawancara terhadap pemilik usaha tersebut yang bernama Ibu Jero Padma atau Ibu Ni Made Suarni.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, diketahui bahwa UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma bergerak di bidang Makanan yaitu pembuatan kacang telur. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma adalah kemasan yang kurang tertutup rapat dikarenakan mesin yang digunakan sudah rusak dan pengemasan yang kurang menarik selain itu kurang maksimalnya promosi media onnline produk yang telah dilakukan. Selama ini promosi pemasaran yang dilakukan UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma hanya pada daerah sekitar saja. Kebanyakan pembeli hanya mengetahui Kacang Telur Bu Jero Padma ini dari mulut ke mulut yang artinya pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma masih konvensional dan kurang maksimal di era yang saat ini sudah serba digital. Ibu Jero Padma juga menuturkan bahwa dari pemasaran promosi media onnline yang kurang maksimal, produk mereka hanya dijual disekitar daerah saja kemudia beliau juga meminta tolong kepada kami agar bisa dipromosikan melalui media onnline. Selain itu dari segi branding belum memiliki sebuah logo.



Gambar 1 Tahapan Survey awal kemitraan

2. Tahap Persiapan

Tahap Persiapan diawali dengan penentuan jadwal kegiatan yang akan dilakukan bersama anggota tim. Kegiatan dilakukan selama 1 hari saja, yakni pada tanggal 14 Maret 2024. Tahap ini merupakan pematangan atas program kerja yang akan dilakukan. Persiapan dilakukan dengan mencari informasi di Google dan menonton di YouTube bagaimana cara membuat video konten yang menarik serta inovatif dan penggunaan facebook dan bagaimana cara memposting produk facebook, bagaimana cara menaikkan postingan produk agar dapat dijangkau lebih luas, Persiapan selanjutnya cara pembentukan logo serta spanduk baru yang lebih simple dan fashionable. Selain itu mencari kemasan yang lebih modern dari sebelumnya dan alat press plastik kemasan.



Gambar 2. Pembuatan Design Logo

3. Tahap Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma dilakukan selama dua hari dimulai dari hari Kamis, 28 Maret dan Minggu 7 April 2024. Pada tanggal 28 Maret dilaksanakan kegiatan program kerja yang pertama yaitu pembaruan kemasan. Kegiatan hari pertama yang dilakukan dimulai dari membantu pembuatan kacang telur kemudian menyerahkan alat press plastik kemasan dan kemasan pouch, selanjutnya membantu pengemasan produk. Kemudian pengambilan video dan foto promosi untuk kebutuhan untuk diposting di Facebook dan Wa.

Pada tanggal 07 April dilakukan kegiatan promosi media online dengan pembuatan konten serta pembuatan logo yang menarik dan inovatif. Menyerahkan stiker yang sudah dicetak kemudian memasang spanduk sebagai media promosi offline di depan rumah tempat usaha. Kemudian dilanjutkan dengan memposting video promosi produk pada halaman facebook dan story Wa.



Gambar 3. Post Video Konten pada Facebook

4. 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, Ibu Jero Padma dengan nama lengkap Ni Made Suarni selaku pemilik menuturkan bahwa adanya peningkatan penjualan setelah dilaksanakannya program kerja ini. Beliau merasa senang atas kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat karena jangkauan pelanggannya telah meluas hingga dan beliau juga berterima kasih atas bantuan Logo Stiker, Spanduk, Kemasan Pouch yang diberikan karena menarik pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan membeli kembali serta berterimakasih juga atas pemberian alat press plastik makanan karena dengan ini produk tidak mudah berubah rasanya.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Keberhasilan

Keberhasilan dari program kerja kali ini tidak terlepas dari dukungan dan partisipasi dari Kepala Desa, Kepala Dusun dan teman-teman Mahasiswa. Mulai dari pengajuan program kerja kepada Kepala Desa, yang tentu saja mendukung dengan adanya edukasi mengenai strategi pemasaran digital media sosial dan pembuatan spanduk nama usaha kacang telur Bu Jero Padma, dengan adanya edukasi ini Bu Jero Padma lebih bisa memahami dan mengerti cara mempromosikan produk Kacang telur di Sosial Media. Sehingga Bu Jero Padma nantinya hanya perlu memposting foto-foto agar konsumen lebih mudah untuk melihat produk yang dibuat oleh Bu Jero Padma. Dan Bu Jero Padma sudah memiliki logo identitas untuk Produk Kacang Telur.

Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, berikut tabel realisasi ketercapaian kegiatan sesuai solusi yang dilakukan:

No	Dokumentasi	Spesifikasi Kegiatan	Relisasi	Kendala Yang Dihadapi
1		Pembaruan kemasan agar lebih baik dan menarik dari sebelumnya, untuk mempertahankan tekstur dari kacang telur agar tetap garing dan rasanya tidak berubah.	Terlaksana	Tanpa Kendala

2		Kegiatan promosi media online dengan pembuatan konten serta pembuatan logo yang menarik dan inovatif.	Terlaksana	Tanpa Kendala
---	---	---	------------	---------------

B. Faktor pendukung

Faktor pendukung dalam ketercapaian kegiatan pengabdian masyarakat ini, mahasiswa dapat izin dan dukungan dari masyarakat sasaran untuk melaksanakan kegiatan ini. Besarnya antusias dari masyarakat sasaran dalam pelaksanaan kegiatan ini sangat membantu kegiatan ini tercapai dengan tepat waktu.

C. Faktor penghambat

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat tidak ada faktor penghambat dalam melakukan program kerja yang dilaksanakan. Karena mitra sangat sangat mendukung program kerja dan antusias bersama sama melakukan kegiatan dalam setiap pelaksanaan program kerja yang dilaksanakan oleh mahasiswa.

Partisipasi Masyarakat

Keberlangsungan program kerja ini tentunya didukung oleh partisipasi mitra yaitu pihak Kepala Desa dan Staf Desa beserta pihak Mitra yang memberikan sambutan baik dan hangat. Terlihat dari cara mereka menyambut tim ketika observasi pertama kali ke lokasi usaha serta mengatur bersama jadwal kegiatan yang sangat membantu tim dalam melaksanakan kegiatan seperti membantu menyiapkan segala macam keperluan untuk berlangsungnya program kerja. Kemudian dalam tahap pelaksanaan, partisipasi mitra cukup antusias dengan adanya kegiatan ini dan mitra merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat sebagai upaya meningkatkan penjualan Kacang Telur.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat adalah kegiatan pengabdian masyarakat guna untuk menambah pengalaman serta meningkatkan kemampuan mahasiswa melalui pengimplementasikan kegiatan sesuai dengan studi yang diambil. Dibeberapa universitas, pengabdian masyarakat merupakan indikator kelulusan karena dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dapat meningkatkan rasa empati dan simpati mahasiswa. Melalui ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, tentunya ilmu tersebut akan sangat bermanfaat jika dibagikan kepada pejuang UMKM. Khususnya di desa Singapadu Tengah. Untuk pemasaran produk tidak lagi hanya bergantung pada warga sekitar saja, melainkan. diperlukannya perluasan jaringan bisnis dengan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi.

Dalam laporan pengabdian masyarakat yang berjudul "Pemberdayaan UMKM Kacang Telur Bu Jero Padma Dalam Kemasan Dan Promosi Media Online Di Banjar Negari Desa Singapadu Tengah, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali" ini, penulis membuat strategi pemasaran dengan membuat Spanduk yang di pasang di halaman rumah, dan pembuatan Logo untuk memasarkan produk via Facebook. Kegiatan ini terlaksana dengan baik dan lancar, serta diharapkan dengan Spanduk yang di pasang di halaman rumah, dan pembuatan Logo di Facebook dapat meningkatkan penjualan Bu Jero Padma dari platform-platform online lainnya.

Mitra diharapkan konsisten dalam mengaplikasikan strategi pemasaran yang telah diberikan, dengan terus aktif dalam pengunggahan foto-foto produk kerajinan pada profil usaha di Instragram serta pemanfaatan media digital lainnya sebagai media pemasaran produk sehingga dapat menjangkau lebih luas pasar dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi.
- Novi Satria Jatmiko. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM.
- Putra, I. G. C., Wiryawan, I. W. G., & Utami, N. P. N. Y. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Sarin Camplung Di Desa Pesaban, Kabupaten Karangasem. In *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020*.
- Sitompul, P. (2022). Digitalisasi Marketing UMKM. In *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 1).
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria Dan Konsep Umkm.