

## PENGEMBANGAN USAHA UMKM NANTA PRODUKSI KERIPIK MELALUI DIGITAL MARKETING DAN INOVASI PRODUK VARIAN BARU DI DUSUN ANJINGAN

Ida Bagus Ari Arjaya<sup>1)</sup>, Putu Kepra Mareni<sup>2)</sup> I Gede Hendra Wiguna<sup>3)</sup>

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : *ariarjaya@unmas.ac.id*

### ABSTRAK

Kurangnya pengetahuan UMKM mengenai manfaat digitalisasi pemasaran memberikan dampak yang kurang baik terhadap peningkatan omset UKM Nanta di masa Pandemi. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan implementasi mengenai pemanfaatan *media online* dalam pemasaran, pengetahuan mengenai manajemen keuangan, dan meningkatkan pengembangan produk mitra. Metode yang digunakan, yaitu metode penyuluhan dan praktik. Hasil dari kegiatan ini dapat memberi wawasan kepada pemilik UMKM bagaimana cara memasarkan produk di media sosial sebagai platform penjualan *online* di masa pandemi, serta mengetahui cara penggunaan aplikasi buku warung sebagai aplikasi pembukuan *online* menggunakan smartphone. dan mendukung tentang desain packaging baru, rasa baru, dan jenis varian keripik baru. Hasil pengabdian masyarakat adalah mitra dapat mengaplikasikan promosi melalui media sosial, mitra juga dapat menggunakan aplikasi keuangan. Pemberian label dan pengembangan produk juga dilakukan dengan baik.

**Kata kunci** : promosi, pembukuan, rasa baru, UMKM

### ANALISIS SITUASI

Dalam kondisi seperti ini, virus corona merupakan suatu wabah yang tidak bisa dianggap biasa saja. Jika dilihat dari gejala orang terinfeksi, orang yang belum paham virus ini akan mengiranya hanya sebatas influenza biasa, tapi bagi analisis kedokteran virus ini cukup berbahaya dan mematikan. Penyebaran covid yang begitu cepat sehingga mengakibatkan pemerintah memberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). (Emarizial Uda Dkk 2018). Pemerintah juga menganjurkan jaga jarak secara fisik dan mengurangi kegiatan berkerumunan, untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 di Indonesia. Penyebaran virus *Corona Virus Deseace* (Covid-19) secara global, masih terus bertambah dari hari ke harinya. Kasus Covid-19 di Indonesia sangat menggemparkan masyarakat dan menimbulkan ketakutan dari berbagai kalangan. Pandemi ini mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di berbagai tatanan kehidupan manusia saat ini. Pembatasan berskala besar mempunyai dampak yang cukup baik dalam waktu relative lama dan berdampak positif terhadap kesehatan, penurunan penyebaran khususnya di Bali mulai dirasakan, namun hal ini berbanding terbalik pada sektor ekonomi, pemerintah telah menerbitkan beragam regulasi dengan tujuan agar roda ekonomi kembali bergerak kearah positif. Sejumlah besar tenaga kerja harus kehilangan pekerjaan akibat

pandemic yang berkepanjangan, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terutama berskala mikro tak lagi memiliki modal untuk berusaha. UMKM merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh rakyat dalam meningkatkan ekonomi dan taraf hidup. Sudaryanto, Dkk (2019).

Di zaman modern seperti saat ini media sosial merupakan platform berbisnis yang paling banyak mendapat keuntungan, karena dengan media sosial para pelaku bisnis dapat mempromosikan produk mereka dengan sangat menarik, hal itu tentu saja akan banyak menarik minat para pelanggan. Dengan adanya promosi produsen mengharapkan kenaikan angka penjualan. Ada banyak sekali cara para pelaku usaha dalam mempromosikan produknya, beda produk beda juga cara mempromosikannya berikut ini jenis-jenis promosi yang bisa kita lihat seperti dikutip dari Wikipedia yaitu, Promosi secara fisik, promosi dapat diadakan dilingkungan fisik yang biasa dilakukan pada acara-acara tertentu seperti, pameran, bazaar dan festival. Biasanya para pelaku bisnis membuka stand atau booth untuk menampilkan dan menawarkan produknya.

Promosi Digital. Jenis promosi ini mencakup media sosial dan internet. Ini adalah cara modern untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Kelebihan menggunakan media sosial sebagai alat promosi adalah dapat menjangkau orang atau pelanggan dengan jarak yang sangat luas dengan waktu dan biaya yang tidak banyak dan tentu saja efisien. Dalam melakukan promosi biasanya para pelaku UMKM menggunakan *smartphone* atau telepon genggam, merupakan alat telekomunikasi masa kini yang mudah digunakan dan penyebaran yang sangat luas dikalangan masyarakat.

Promosi melalui media tradisional. Media tradisional disini maksudnya adalah seperti Koran, tabloid, majalah dan sejenisnya, dan media elektronik seperti, radio, televisi, serta yang diluar ruangan seperti, papan reklame, iklan banner. Kekurangan menggunakan promosi tradisional adalah memerlukan biaya yang banyak, Karena melibatkan media besar seperti, radio, televise, penyedia papan reklame dan lainnya.

Zaman sekarang melakukan pembukuan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap pelaku bisnis, karena dengan pembukuan pelaku UMKM dapat mencatat semua hal di butuhkan atau yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Contohnya, seperti jumlah pemasukan yang didapat, pengeluaran perusahaan, hutang dan piutang, dan lain-lain. Tapi masih banyak para pelaku UMKM yang melakukan pembukuan dengan cara lama yaitu dengan cara tulis tangan atau manual, cara lama ini dinilai kurang efisien dan cenderung lama untuk dilakukan, serta hal yang sudah dicatat disebuah buku rentan untuk hilang. Sekarang ini banyak sekali aplikasi pembukuan *online* di *smartphone* seperti contohnya, aplikasi buku warung, dan buku kas, dengan adanya aplikasi digital tersebut pelaku UMKM dimudahkan untuk melakukan pembukuan, dimana saja dan kapan saja, hanya dengan bermodal *smartphone*.

Suatu UMKM pasti memiliki produk yang mereka unggulkan, tapi dengan seiring berjalannya waktu produk tersebut pasti akan bosan dibeli oleh para konsumen. Pelaku UMKM harus kreatif dengan produk mereka seperti pembaruan desain packaging, rasa baru, dan jenis produk baru. Hal itu akan membuat usaha akan berjalan lancar dan akan bertahan lama.

Melihat kondisi tersebut, Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu UMKM dalam melakukan promosi dan pembukuan *online* melalui smartphone, dengan cara yakni mengajak pelaku UMKM terlibat langsung dalam melakukan promosi di media sosial seperti facebook dan instagram, serta melakukan pembukuan dengan aplikasi buku warung sebagai alat pembukuan digital melalui smartphone. Dan pemberian ide tentang desain packaging, rasa baru dan varian produk baru.

### **PERUMUSAN MASALAH**

1. Para pelaku UMKM masih belum tahu tentang cara pemanfaatan media *online* seperti Facebook dan Instagram, sangat disayangkan karena pada era modern ini media *online* merupakan *platform* paling sering digunakan untuk berwirausaha.
2. Masih kurangnya pengetahuan cara menggunakan aplikasi digital untuk mencatat pengeluaran, pemasukan, hutang, dan keuntungan dalam berdagang maupun jasa. Kebanyakan dari mereka masih menggunakan cara lama yaitu dengan buku tulis yang diisi dengan beberapa kasbon dan kwitansi pembayaran yang dirasa sangat rentan untuk hilang.
3. Kurangnya varian rasa dan desain kemasan membuat UMKM Nanta Produksi Keripik susah bersaing dengan para competitor, pasalnya rasa yang dijual merupakan rasa yang sudah banyak dijual oleh pedagang lainnya, sehingga para pembeli kurang berminat untuk membelinya karena sudah terlalu bosan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

1. Melatih pelaku UMKM bagaimana cara penggunaan, promosi dan pemasaran di media *online*. Tim Pengabdian Masyarakat akan memberikan dan melakukan edukasi terhadap pelaku UMKM tersebut agar bisa menggunakan media *online* untuk menjualkan produknya secara luas seperti, facebook, instagram dan whatsapp. Sifat program ini rintisan.
2. Memberikan edukasi tentang penggunaan aplikasi Buku Warung sebagai sarana pembukuan digital melalui smartphone. Sifat program ini rintisan
3. Melakukan pengembangan packaging produk keripik dan memberi varian rasa baru yaitu rasa ubi ungu dan varian keripik baru, keripik batang pisang agar bisa bersaing dengan para competitor.

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan kali ini Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang diprakarsai oleh Ida Bagus Ari Arjaya selaku penanggung jawab kegiatan, I Gede Hendra Wiguna selaku pelaksana program kerja yang akan direalisasikan di UMKM Nanta Produksi Keripik di Dusun Anjingan. Metode yang digunakan, yaitu metode penyuluhan dan praktik.

### HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHSAN

Salah satu UMKM yang dikunjungi adalah “Nanta Produksi Keripik” yaitu salah satu UMKM yang ada di Dusun Anjingan yang menjual jajanan bali seperti, jajan matahari, keripik ayam, keripik bawang. Melihat usaha penjualan jajanan yang membutuhkan promosi penjualan, agar cakupan pelanggan menjadi banyak dan luas, tak hanya promosi, UMKM juga kesulitan dalam melakukan pembukuan secara manual atau tulis tangan, kurangnya pembaruan packaging dan inovasi rasa dan jenis keripik baru membuat UMKM tersebut tidak begitu lancar.

Pemilik UMKM sangat merespon baik dengan program kerja yang kami jalankan. Pemilik UMKM sangat berantusias dalam belajar menggunakan media sosial sebagai sarana promosi *online*, bukan hanya pemilik UMKM saja yang dapat belajar menggunakan media sosial sebagai platform berjualan *online*, melainkan semua lapisan masyarakat dapat belajar bersama tentang penggunaan media sosial.



Gambar. 1 Tim Pengabdian Masyarakat Mengedukasi tentang media sosial.

Karena di tengah pandemi ini media sosial merupakan alat yang sangat menjanjikan untuk memasarkan produk, terlepas dari jarak dan waktu yang tak banyak dikeluarkan. Selain mengedukasi tentang media sosial kami juga mengedukasi tentang adanya aplikasi pembukuan *online* menggunakan smartphone, aplikasi tersebut bernama Buku Warung.

Aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi pembukuan yang paling mudah untuk digunakan oleh semua kalangan masyarakat, karena simpelnya cara penggunaan dan tidak sulit untuk dimengerti.



Gambar 2. Tim Pengabdian Masyarakat mendukung tentang aplikasi Buku Warung.

Pemilik UMKM merasa tertarik dengan aplikasi tersebut kemudian mendownloadnya di Play Store, kemudian kami sedikit mengajarkan bagaimana cara penggunaannya. Melihat packaging kemasan UMKM kami berinisiatif memberikan ide untuk kemasan baru, dengan penambahan stiker tambahan agar terlihat lebih menarik dan bisa memikat minat pelanggan.



Gambar 3. Desain packaging baru.

Kami juga memberikan ide tentang penambahan rasa baru di jajanan, yaitu dengan memakai ubi ungu



Gambar 4. Varian rasa baru pada jajanan matahari.

untuk rasa barunya. Jenis keripik baru sangatlah berguna untuk usaha kedepannya, kami memberi ide untuk membuat keripik dari batang pisang,



Gambar 5. Varian keripik baru dengan pelepah batang pisang.

batang pisang sendiri tidak asing lagi di masyarakat, batang pisang dapat digunakan sebagai makanan yang enak.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting dilakukan ketika kita membuka suatu usaha, dengan promosi produk kita akan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya promosi tentu saja pemilik usaha menginginkan peningkatan dalam segi penjualan, orang-orang melakukan promosi untuk mencapai tujuan tertentu misalnya, keuntungan, mendapatkan konsumen baru dan menjaga loyalitas pelanggan, serta menjadi pembanding produk kita dengan produk orang lain.

Salah satu cara promosi saat ini adalah dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram, dengan menggunakan media sosial produk kita akan dikenal oleh masyarakat luas, dengan jangkauan jarak yang jauh, dan tentu saja mengeluarkan biaya yang sedikit. Dalam sebuah usaha, pembukuan merupakan hal yang cukup penting untuk dilakukan, karena kita bisa tahu berapa keuntungan yang didapat dan berapa biaya pengeluaran selama usaha kita berjalan, di zaman sekarang banyak aplikasi yang bisa digunakan sebagai alat untuk pembukuan, contohnya aplikasi Buku Warung. Desain packaging merupakan hal penting dalam produk, hal ini bisa menarik minat pelanggan, rasa baru dan varian baru bisa dibuat agar para pelanggan tidak merasa bosan dengan rasa dan varian produk yang hanya itu-itu saja. Diharap apa yang telah diedukasi agar tetap bisa dijalankan oleh pemilik UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Aditya Yoga, Sugiharti, Zati Rizka Fadhila. (2021). *Jurnal Budimas, Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Produk UMKM Desa Boja.*

- Emaridial Uza, Ferdiansyah, dan Dirga Masri. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembinaan dan Pembantuan Modal Usaha di Utan Kayu Jakarta Timur*.
- Khoirudin, Henny Indriwati, dan Edi Widodo. (2021). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tabikpun, Pemanfaatan Aplikasi Pembukuan Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kecamatan Pedurungan*.
- Sudaryanto, Haruno Sejati, Anggraini Kusumaninggrum, Dwi Nugraheny, Salam Aryanto, dan Hero Wintolo. (2019). *Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Intagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul*.
- Tommy, Ruswan Nurmadi, Imran Lubis, Nenma Irsa Syahputri. (2020). *Penyuluhan Potensi Media Informasi dan Internet Bagi Bisnis UMKM Desa Bukit Lawang*.