

E-COMMERCE DAN REPACKAGING KRUPUK KRIUK DESA TAKMUNG

Ni Putu Novi Yuliasari¹⁾ I Gde Putu Agus Pramerta²⁾, I Nyoman Suparsa³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: putuagus1708@unmas.ac.id

ABSTRAK

COVID-19 merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan yang menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia seperti batuk pilek. dampaknya tidak hanya di bidang kesehatan tetapi di bidang ekonomi sangat berdampak. Omset perusahaan pun menurun, banyak masyarakat yang dirumahkan bahkan kehilangan pekerjaan akibat *covid-19*. Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan yaitu Memberikan materi *Packaging* produk, Memberikan pendampingan dan pelatihan cara *packing* yang menarik dan pemasangan stiker logo pada kemasan, dan Membuat official akun di *e-commerce* seperti Instagram dan facebook untuk mempromosikan Krupuk Kriuk. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mengedukasi mitra tentang pentingnya *packaging* dan pemasaran di *e-commerce* seperti *instagram* dan *facebook*, sehingga penjualan dapat meningkat metode yang digunakan adalah diskusi, pelatihan/penyuluhan, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan. Hasil kegiatan ini adalah mitra dapat mengerti pentingnya *packaging* produk serta *e-commerce* untuk mempromosikan dan menaikkan penjualan.

Kata Kunci: *Covid-19, packaging, e-commerce*

ANALISIS SITUASI

Desa Adat Takmung merupakan salah satu dari 13 desa yang ada di Kecamatan Banjarangkan, Provinsi Bali. Luas wilayah Desa Adat Takmung yaitu sekitar 5,94 km² dengan kepadatan penduduk berjumlah 5.134 jiwa terdiri dari 2.611 laki-laki dan 2.523 perempuan dengan jumlah KK yaitu 1.202 KK di desa ini. Dimasa pandemi ini, tercatat ada beberapa UMKM yang mengalami penurunan pendapatan, dikarekan kurangnya pemahaman tentang mempromosikan produknya di berbagai sosial media dan kemasan produk yang kurang menarik. Penjualan tidak akan berjalan optimal apabila tidak dibarengi dengan promosi yang baik dan tepat sasaran (Manurung, 2017). Selain itu, dapat dilakukan juga pendampingan pemasaran online yang bertujuan untuk peningkatan omset penjualan, efisiensi sehingga semakin mampu bersaing di masyarakat (Suryandari & Pramerta, 2018).

Pernyataan di atas diperkuat dengan hasil observasi yang telah dilaksanakan oleh pelaksana pengabdian masyarakat pada Kamis, 29 juli 2021 di salah satu usaha UMKM krupuk milik Ketut Rusmini selaku *owner* bersama 4 anggota keluarga yang turut membantu. Dalam observasi tersebut diperoleh informasi bahwa di masa pandemi ini omset penjualan mengalami penurunan. Salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya omset penjualan ini disebabkan karena kurangnya pemahaman yang dimiliki oleh pemilik UMKM dalam memanfaatkan *aplikasi e-*

commerce. Website dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari bidang bisnis yang telah maju saat ini sebagai salah satu aspek penting yang mampu menarik minat konsumen sebagai jalur pemasaran baru dengan daya jangkauan pasar yang lebih luas (Putra, 2020). Penggunaan *e-commerce* akan membantu masyarakat kelas bawah dalam membantu usaha penjualannya (Listianto, Fauzi, Irviani, Kasmi, & Garaika, 2017).

Selain itu, kurang menariknya *packaging* produk yang dapat digunakan sebagai salah satu media dalam meningkatkan omset penjualan di masa pandemi ini. Aspek *packaging* memiliki peran penting sebagai penentu target pasar dan cocok dengan keperluan masyarakat (Dirman & Wahyuni, (2020). Kemudian, selain sebagai wadah dan pelindung produk juga, *packaging* produk yang baik memiliki peran sebagai sarana untuk memberikan informasi dan memasarkan produk dengan tepat sasaran. Berikut adalah permasalahan-permasalahan yang saya temukan pada saat observasi:

1. Kurangnya pemanfaatan *e-commerce* untuk memasarkan produk. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ketut Rusmini pemilik usaha krupuk kriuk dimana saya melakukan observasi dan argumen ini juga diperkuat dengan tidak adanya pemasaran produk dengan *e-commerce*.
2. Kurangnya pemahaman tentang *packaging* produk. Hal ini sangat dipengaruhi oleh ketidakhadiran ibu Ketut Rusmini dalam *packaging* yang masih menggunakan jepret dalam penutupan produk dan tidak adanya pelebeleran produk yang merupakan ciri khas dari produk tersebut.
3. Kurangnya penerapan protokol kesehatan seperti tidak memakai masker dan juga tidak menggunakan sarung tangan plastik pada saat proses pembuatan krupuk.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka pelaksana pengabdian masyarakat dengan persetujuan Kepala Desa dan Masyarakat di Desa Adat Takmung akan melaksanakan kegiatan dalam rangka penyuluhan tentang edukasi dalam memanfaatkan *e-commerce* dan *repackaging* produk sebagai sarana untuk memasarkan Produk krupuk.

PERUMUSAN MASALAH

1. Kurangnya pemahaman dalam pemasaran di *e-commerce*.
2. Kurang menariknya kemasan produk.
3. Kurangnya penerapan protokol kesehatan

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Memberikan penyuluhan mengenai pemanfaatan tentang menggunakan aplikasi *e-commerce* yang tepat untuk memasarkan produk krupuk kriuk.
2. Membuat akun official di berbagai *e-commerce* seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan Produk Krupuk Kriuk.
3. Melakukan pelatihan dan pendampingan kepada Ibu Ketut Rusmini dalam *repackaging* produk dan pelatihan pembuatan design label.

4. Melakukan penyuluhan pentingnya menggunakan masker saat bekerja ,menjaga jarak, dan menggunakan sarung tangan plastik saat bekerja.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam merealisasikan pengabdian masyarakat di Desa Takmung dengan Owner krupuk kriuk dan 5 anggota keluarga yaitu :

1. Metode diskusi dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra dan berusaha untuk memecahkan atau mencari jalan keluar sehingga permasalahan tersebut dapat teratasi dengan baik.
2. Metode Pelatihan/ penyuluhan edukasi berupa pemaparan materi seputar *packaging* produk dengan alat pres dan ditemplei stiker logo, membuat akun official di *e-commerce* seperti *instagram* dan *faceebook* lalu memasarkannya.
3. Metode pendampingan dilakukan untuk lebih memberikan pengarahan terhadap mitra dalam menerapkan pengawasan terhadap kegiatan *packaging* produk agar tetap menerapkan protokol kesehatan, memaksimalkan kegiatan promosi melalui media sosial dengan platform *Instagram* dan *facebook*.
4. Program evaluasi bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan atau belum sehingga apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan disempurnakan lagi.
5. Program keberlanjutan bertujuan untuk memantau kegiatan yang sudah dilakukan agar tetap dilanjutkan lagi oleh mitra.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di lingkungan Br.Takmung, Klungkung pada tanggal 28 juli 2021 sampai dengan 4 September 2021. Kegiatan meningkatkan pengetahuan mitra tentang *packaging* dan pemanfaatan *e-commerce* serta pentingnya pencegahan COVID-19 telah berhasil dilaksanakan dengan program kerja pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut :

- 1) Memberikan materi seputar pentingnya *packaging* produk untuk meningkatkan penjualan.

Kegiatan diawali dengan pengenalan program kerja yang akan dilakukan dilanjutkan dengan memberikan materi *packaging produk* meliputi pengertian pentingnya pengemasan yang baik dan pentingnya stiker/logo yang menunjukkan jati diri produk. Kemudian memberikan ide menggunakan impluser untuk pengemasan agar lebih kedap udara.



Gambar 3.1

Pemberian materi seputar *packaging*

- 2) Mendampingi dan memberi pelatihan *packaging* produk
Kegiatan diawali dengan memberitahu cara menggunakan impluser kepada mitra dilanjutkan dengan pemasangan stiker kemasan agar terlihat lebih menarik

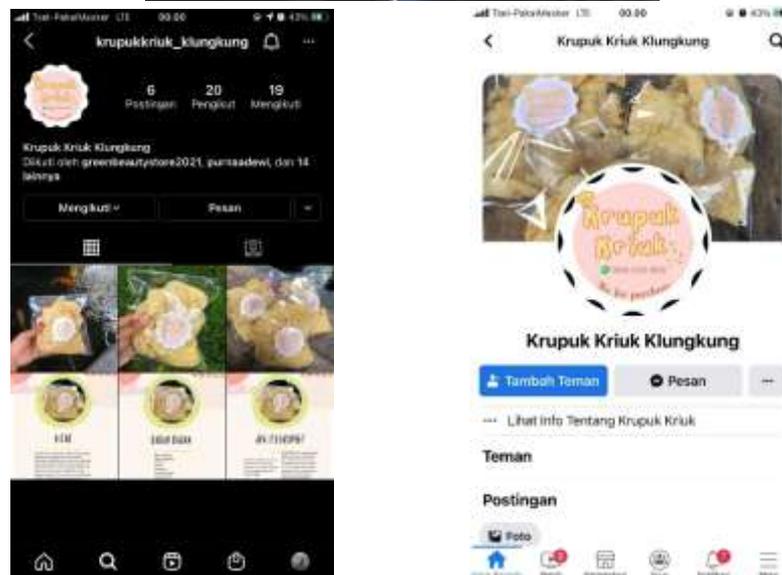


Gambar 3.2

Menggunakan impluser dan pemasangan stiker

- 3) Membuat *official account* di *e-commerce* seperti *instagram* dan *facebook* sebagai sarana promosi

Sosial media berperan penting dalam membantu mempromosikan produk yang dijual kepada konsumen secara digital, oleh karena itu dalam kegiatan ini dilaksanakan pelatihan dan pendampingan pembuatan official akun di *e-commerce* seperti *Instagram* dan *facebook* untuk Krupuk Kriuk agar lebih dikenal oleh konsumen.



Gambar 3.3
Pembuatan *official account* Krupuk Kriuk

- 4) Memberikan Masker dan Sarung tangan Plastik

Dimasa pandemi seperti sekarang ini, sangat penting pelaku UMKM memperhatikan protokol kesehatan. Dengan tetap menggunakan APD lengkap berupa masker dan sarung tangan. Oleh karena itu tim memberikan bantuan berupa masker dan sarung tangan plastik yang bertujuan agar pelaku UMKM tetap memperhatikan protokolnya kesehatan ditempat usahanya.



Gambar 3.4

Pemberian masker dan sarung tangan plastik

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan ” Pemanfaatan *E-Commerce* dan *Repacakaging* Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Krupuk Kriuk di Desa Takmung” terbukti dari antusiasme owner dan keluarga krupuk kriuk dari program kerja hari pertama sampai hari terakhir yang berjalan 30 hari yang memberikan Partisipasi mereka berupa kontribusi berupa waktu, kerjasama, dan mengembangkan potensi yang ada. Owner beserta keluarga krupuk kriuk dan pihak yang terkait juga menerima tim pelaksana dengan baik. Owner beserta keluarga krupuk kriuk merasa terbantu dengan diadakannya program kegiatan ini karena dapat meningkatkan penjualan dimasa pandemi

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Br. Takmung Desa Takmung, Kecamatan Banjarangkan, Kabupaten Klungkung secara umum telah terlaksana dengan baik dan berjalan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program Pemanfaatan *E-Commerce* dan *Repacakaging* Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Krupuk Kriuk di Desa Takmung yaitu mitra mampu mengerti cara *packaging* produk agar terlihat lebih menarik, mengetahui pentingnya stiker logo yang menunjukkan jati diri dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi telah terlaksana dengan baik.

REKOMENDASI

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100% besar harapan kami agar setelah ini, kegiatan yang telah kami lakukan dapat terus dilakukan dan diterapkan dengan baik oleh *owner* dan keluarga pemilik Krupuk Kriuk. Selain itu, kegiatan sejenis dengan memaksimalkan penggunaan media digital untuk peningkatan produktivitas UMKM perlu untuk dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dirman, A., & Wahyuni, P. D. (2020). Pelatihan Pengembangan Kreasi Dalam Hal Packaging Produk Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Kembangan Selatan. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 141-150. Diakses dari <http://www.ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/281>
- Listianto, K. F., Fauzi, R. I., Irviani, R., Kasmi, K., & Garaika, G. (2017). Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, 8(2), 146-152. Diakses dari <http://eprint.stmikpringsewu.ac.id/16/1608813399837-1-PB.pdf>
- Manurung, H. P. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran. *ECONOMIC SCIENCE: JURNAL ILMIAH DAN EKONOMI*, 1(1). Diakses dari <http://jurnal.una.ac.id/index.php/jes/article/view/7>
- Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17-24. Diakses dari <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/145>
- Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2019). Branding Dan Inovasi Packaging Pengrajin Minuman Jamu Tradisional. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. Diakses dari <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/download/379/506>
- Suryandari, N. N. A., & Pramerta, I. G. P. A. (2018). Tantangan Umkm Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Akses*, 10(2). Diakses dari <http://ojs.unr.ac.id/index.php/akses/article/view/16>