

MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM PRABALI MINYAK KELAPAMURNI MELALUI SOSIAL MEDIA MAUPUN E-COMMERCE DAN MEMBANTU DALAM PEMBUATAN LOGO UMKM TEH GONDA

Ni Made Emi Prajna Paramitha ¹⁾, Ni Kadek Puspayanti ²⁾, Intan Kemala
Dewi ³⁾, Dewa Gede Agung Gana Kumara ⁴⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : emiparamitha27@gmail.com

ABSTRAK

Minyak kelapa merupakan produk utama yang dapat dikembangkan dari tanaman kelapa. Saat ini, berkembang penelitian – penelitian baru mengenai minyak kelapa terutama minyak kelapa yang dihasilkan tanpa proses penambahan bahan kimia maupun pemanasan. Minyak merupakan hasil dari proses tersebut dikenal dengan minyak kelapa murni (Virgin Coconut Oil). Logo adalah salah satu hal penting bagi sebuah perusahaan atau usaha Anda. Dengan adanya logo mampu mencerminkan sebuah identitas dari perusahaan itu sendiri agar lebih dikenal banyak orang, oleh karena itu membangun brand adalah hal yang penting dalam memulai bisnis. UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni ini berlokasi di Br. Bongan Jawa Kawan, Desa Bongan Tabanan. Sedangkan UMKM Teh Gonda berlokasi di Br. Bongan Jawa Kangin Desa Bongan Tabanan. Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni yaitu kurangnya pemasaran yang dilakukan pada social media sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui produk ini.

. Sedangkan permasalahan yang dihadapi pada UMKM Teh Gonda yaitu kurang menariknya logo yang dimiliki UMKM maka dari itu kami membantu membuat logoyang lebih menarik sebelum produk ini dijual. Sebagai upaya nyata untuk memfasilitasi kepentingan tersebut, Universitas Mahasaraswati Denpasar melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini akan memberikan tentang tata cara penggunaan social media sebagai wadah promosi serta membantu mendesain logo baru untuk tempat usaha. Adapun sasaran yang ingin dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan teknologi seperti media sosial yang diharapkan mampu dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pelaku usaha sebagai media pemasaran produknya.

Kata Kunci : *UMKM, Pemasaran, Logo, Pelaku Usaha, Produk*

ANALISIS SITUASI

Minyak kelapa merupakan produk utama yang dapat dikembangkan dari tanaman kelapa. Saat ini, berkembang penelitian – penelitian baru mengenai minyak kelapa terutama minyak kelapa yang dihasilkan tanpa proses

penambahan bahan kimia maupun pemanasan. Minyak merupakan hasil dari proses tersebut dikenal dengan minyak kelapa murni (Virgin Coconut Oil).

Virgin Coconut Oil (VCO) sudah banyak beredar di pasaran dengan berbagai merk. Fungsi dari VCO mempunyai efek fisiologis yang menguntungkan bagi kesehatan seperti mampu membunuh bakteri, virus, meningkatkan daya tahan tubuh, melembutkan kulit dan sebagainya. Berbagai khasiat VCO tersebut disebabkan oleh asam lemak berantai sedang yang dikandungnya yaitu asam laurat. Asam laurat merupakan kandungan paling dominan dalam VCO. (Price, 2004).

Prabali minyak kelapa murni yang berdiri pada tahun 2021 ini sudah dipasarkan ke luar daerah seperti daerah Jakarta dan Palu. Minyak kelapa ini bertahan selama 2 bulan. Produk minyak ini masih diproduksi menggunakan cara manual dan alat yang sederhana. Kemasan 1 botol 500ml dijual dengan harga Rp. 30.0000 sedangkan kemasan 350ml dijual dengan harga Rp. 25.000.

Logo adalah salah satu hal penting bagi sebuah perusahaan atau usaha Anda. Dengan adanya logo mampu mencerminkan sebuah identitas dari perusahaan itu sendiri agar lebih dikenal banyak orang, oleh karena itu membangun brand adalah hal yang penting dalam memulai bisnis. Meskipun ada sebagian logo yang tidak mewakili dari identitas perusahaan, akan tetapi kebanyakan logo yang ada biasanya didesain berdasarkan filosofi yang terkandung di dalamnya. Pembuatan Logo dalam UMKM Teh Gonda ini memiliki tujuan untuk menarik konsumen dan akan dipakai saat UMKM ini telah memiliki ijin usaha.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah (Bayu, 2013). UMKM dan pariwisata, kedua sektor tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi (Edy sutrisno, 2021). Seiring dengan bangkitnya pariwisata tentu masyarakat atau pun para pelaku usaha harus dibekali dengan sedikit pengetahuan tentang kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi dan pengaruhnya yang pesat dalam berbagai bidang kehidupan. Oleh karena itu pengetahuan tidak hanya diberikan di bangku sekolah namun juga harus diberikan di lingkungan masyarakat (Tamrin, 2019).

UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni ini berlokasi di Br. Bongan Jawa Kawan, Desa Bongan Tabanan. Sedangkan UMKM Teh Gonda berlokasi di Br. Bongan Jawa Kangin Desa Bongan Tabanan. Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni yaitu kurangnya pemasaran yang dilakukan pada social media sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui produk ini. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran (Puspitarini dan Nuraeni, 2019). Maka dari itu sesuai permasalahan yang ada kami membantu dalam proses pemasarannya melalui social media agar semakin banyak orang yang mengetahui produk ini dan membeli produk ini. Sedangkan permasalahan yang dihadapi pada UMKM Teh Gonda yaitu kurang menariknya logo yang dimiliki UMKM maka dari itu kami

membantu membuat logo yang lebih menarik sebelum produk ini dijual.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan langsung dengan kelompok kecil masyarakat berupa UMKM, maka dapat diuraikan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu:

- 1) UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni kurangnya promosi di social media atau e-commers.
- 2) UMKM Teh Gonda mempunyai logo yang kurang menarik sehingga UMKM ini ingin mengganti dengan logo baru yang lebih menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada pelaku usaha saat observasi, ada beberapa solusi atau program kerja yang dapat diberikan oleh penulis terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, sebagai berikut:

1. **Membantu membuat akun Instagram dan shopee serta mengajarkan tata cara penggunaannya sebagai wadah promosi.** Tata cara penggunaan social media ini diberikan kepada pelaku usaha untuk menarik lebih banyak pelanggan lagi serta memperluas target pasar dan pemasaran, mengingat pengguna dari media social ini cukup banyak bahkan hampir semua orang menggunakannya. Dengan kemampuan cukup yang dimiliki oleh penulis tentang tata cara menggunakan media social serta sedikit pengetahuan tentang cara pemasaran, maka diharapkan usaha yang dimiliki oleh mitra mengalami perkembangan dari yang sebelumnya menjadi lebih baik lagi.
2. **Mendesain logo baru.** Melihat kurang menariknya logo yang dimiliki pelaku usaha serta pelaku usaha sendiri ingin memperbaharui logonya maka penulis membantu mendesain logo baru yang akan digunakan selanjutnya untuk produk mitra usaha. Dengan adanya logo baru diharapkan mampu lebih menarik pelanggan untuk membeli produknya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan observasi ke tempat masyarakat sasaran. Setelah lokasi ditentukan, kemudian dilakukan persetujuan mengenai bersedianya masyarakat sasaran menjadi mitra kerjanya diberikannya izin untuk melaksanakan program kerja. Kegiatan dimulai dengan tahap persiapan yaitu seperti pembuatan email yang akan digunakan untuk mendaftarkan social media.

Setelah itu dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan, dimana pada tahap ini dilaksanakan kedua program kerja yang telah disetujui bersama. Kegiatan program kerja yang pertama yaitu membantu membuat akun social media ataupun E-commerce serta mengajarkan tata cara untuk menggunakannya

sebagai wadah promosi. Setelah itu dilanjutkan ke program kerja yang kedua yaitu membantu medesain logo baru.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No.	Kegiatan	Metode Pelaksanaan
1.	Observasi secara langsung	Praktik
2.	Pembuatan akun social media ataupun E-commerce (Instagram, shopee)	Praktik
3.	Mengajarkan tentang tata cara penggunaan social media	Praktik
4.	Mengunggah produk UMKM ke social media	Praktik
5.	Mendesain logo baru	Praktik
6.	Konsultasi mengenai logo yang akan dipakai	Praktik

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan yang berjudul “Membantu Pemasaran UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni di Sosial Media Maupun E-commers dan Membantu Pembuatan Logo UMKM Teh Gonda: Telah dilaksanakan dua program kerja. Kedua program kerja berikut berupa membantu pemasaran UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni di social media maupun e-commers dan membantu membuat logo baru untuk UMKM Teh Gonda yang dapat dikatakan berhasil dilihat dari kemampuan yang sudah di bekali dan fasilitas yang dimiliki.

A. Membantu Membuat Akun Social Media Serta E-Commers dan Mengajarkan Tata Cara Penggunaan Media Social Sebagai Wadah Promosi

Pada program kerja yang pertama yaitu membantu membuat akun social media serta e-commers dan mengajarkan tata cara penggunaan media social sebagai wadah promosi sudah dilakukan. Media social yang digunakan sebagai wadah promosi yaitu Instagram sedangkan untuk e-commers yaitu Shopee. Terdapat beberapa capaian dari kegiatan ini adalah tempat usaha darimitra sudah mempunyai akun Instagram dengan nama pengguna **@Prabali_virgincoocnutoil** dan juga akun Shopee dengan nama toko **Prabali Minyak Kelapa Murni**. Di dalam kedua akun tersebut digunakan sebagai tempat promosi dari produk yang dimiliki oleh mitra. Yang tentu mempunyai harapan besar untuk menarik calon pembeli yang banyak dari daerah sekitar maupun di luar daerah.



Gambar 1. Pembuatan akun sosial media untuk tempat usaha



Gambar 2. Kegiatan mempromosikan produk UMKM di sosial media



Gambar 3. Akun media sosial UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni

B. Mendesain Logo Baru

Pada program kerja yang kedua yaitu membantu mendesain logo baru untuk UMKM Teh Gonda. Dari program kerja ini mahasiswa telah membantumendesain logo untuk mitra serta melakukan konsultasi

kepada mitra usaha mengenai logo mana yang akan dipakai untuk produknya.



Gambar 4. Kegiatan mendesain logo baru



Gambar 5. Kegiatan konsultasi bersama mitra usaha mengenai logo yang akan dipakai



Gambar 6. Desain logo baru

Tabel 2. Realisasi Ketercapaian

No	Tema	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi Ketercapaian
1	Membantu pemasaran UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni di social media maupun e-commers dan membantu pembuatan logo UMKM	Membantu pemasaran UMKM Prabali Minyak Kelapa Murni di social media maupun e-commers.	100%

	Teh Gonda.	Membantu pembuatan logo baru UMKM Teh Gonda.	100%
--	------------	--	------

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul “Membantu PemasaranUMKM Prabali Minyak Kelapa Murni di Sosial Media maupun E-Commers dan Membantu Membuat Logo Pada UMKM Teh Gonda”. Telah diadakannya beberapa program kerja di tempat usaha (UMKM) Prabali Minyak Kelapa Murni di Br. BongonJawa, Desa Bongon seperti membantu pembuatan akun media social maupun E- commers. Serta membantu membuat logo baru pada UMKM Teh Gonda di Br. BongonJawa Kangin, Desa Bongon. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan lancar dan sangat baik. Adapun manfaat yang bisa diberikan ialah berupa bertambahnya pengetahuan pelaku usaha dalam menggunakan social media sebagai promosi dan pemasaran serta dapat lebih menarik konsumen untuk membeli produk UMKM karena adanya logo baru.

Dari kegiatan yang telah dilakukan oleh mahasiswa kepada masyarakat sasaran, untuk social media yang dibuat, mitra harus lebih kreatif dalam membuat postingan atau konten agar calon pembeli lebih tertarik dengan produk dari mitra sehingga penjualan terus meningkat di setiap harinya serta mitra dapat mencari partner untuk memposting produk jualannya. Saran lainnya yang dapat diberikan adalah mitra harus lebih bersemangat lagi untuk mempelajari hal baru yang akan mampu membuat kemajuan dalam usahanya serta jangan pantang menyerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Syaefulloh, I. (2017). *MAKNA LOGO BARU EIGER SEBAGAI CORPORATE IDENTITY (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Makna Logo Eiger Sebagai Corporate Identity)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Syah, A. N. A. (2005). *Virgin coconut oil: minyak penakluk aneka penyakit*. AgroMedia.