

## PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK UMKM KERIPIK LADRANG BU PANCA PENARUKAN BERBASIS E- COMMERCE

Putu Sintya Dewi<sup>1)</sup>, Maher Syalal Hashbas Merukh<sup>2)</sup>, Ni Putu Cempaka Dharmadewi  
Atmaja<sup>3)</sup>, I Made Tamba<sup>4)</sup>

Universitas Mahasaraswati Denpasar

E-mail: cempakadewi@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Penarukan, Kerambitan, Tabanan, Bali. Mitra adalah Pedagang UMKM Makanan. Adapun permasalahan mitra yaitu pelaku UMKM masih menggunakan cara lama dalam memasarkan produknya yaitu bertemu langsung dengan pembeli (*face to face*). Selain itu, kesulitan mengetahui omzet yang diperoleh akibat tidak menerapkan pembukuan sederhana menjadi alasan penurunan pendapatan. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan cara memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran melalui *marketplace* di *Facebook* dan menambahkan lokasi UMKM Bu Panca pada *Google Maps* untuk menjangkau lebih banyak calon pembeli serta memberikan informasi mengenai produk UMKM Bu Panca, memperbaharui label atau logo produk, memperkenalkan pembukuan sederhana, membuatkan nota sebagai bukti transaksi pada saat jual beli produk usaha.

**Kata Kunci:** Kripik Ladrang, E-Commerce

### ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 yang menyebar di hampir seluruh dunia dan telah mengganggu aktivitas ekonomi dan membawa implikasi besar bagi perekonomian sebagian besar negara-negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Dampak pandemi Covid-19 khususnya pada UMKM dapat dilihat dari sisi penjualan yang menurun akibat diberlakukannya *Lock Down* atau Pembatasan Kegiatan Masyarakat sehingga para pelaku UMKM mulai giat melakukan pemasaran melalui berbagai *flat form* digital. Tujuan kegiatan pendampingan ini adalah sebagai respon atas temuan kebiasaan baru pelaku UMKM di era digital sekaligus di era pandemi Covid-19 yang berdampak pada diberlakukannya peraturan pembatasan sosial, sehingga perlu diupayakan penciptaan kebiasaan bisnis baru yang unggul dan kompetitif salah satunya adalah terkait manajemen pemasaran produk yang dilakukan melalui teknologi digital.

Salah satu yang terdampak pandemi covid-19 adalah penduduk yang berada di Desa Penarukan, Kerambita, Tabanan, Bali. Desa Penarukan merupakan desa yang berada di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Desa Penarukan merupakan daerah landai dengan ketinggian <500 FT diatas permukaan laut, dengan batas wilayah administrative: sebelah utara yaitu Desa Kerambitan, sebelah timur Sungai Yeh Abe, sebelah selatan Desa Kelating, dan sebelah barat Sungai Yeh Lating. Desa ini terbagi atas 5 banjar yakni : Penarukan Bantas, Penarukan Kaja, Penarukan Kelod, Penarukan Tengah Kaja, dan Penarukan Tengah Kelod. Dengan jumlah penduduk desa Penarukan sampai dengan tahun 2016 berjumlah 3.156 jiwa terdiri dari 1.518 laki-laki dan 1.638 perempuan.

Mata pencaharian penduduk di Desa Penarukan bermacam-macam. Ada yang berprofesi sebagai di bidang pertanian, perdagangan, peternakan, perikanan, pertukangan, pengerajin seni ukiran, pegawai negeri sipil, dan sebagian besar adalah

karyawan perusahaan swasta. Tidak luput pula dengan perekonomiannya di Desa Penarukan merupakan desa yang terkenal dengan UMKM nya yang beraneka ragam seperti usaha pembuatan garam, pembuatan pupuk organik dari kotoran sapi, perternakan lele, serta pembuatan kerupuk dari sayur bayam, dan keripik ladrang. Di masa pandemi covid-19 ini menurunnya hasil pendapatan penduduk cukup berdampak pada perekonomian setempat

Berdasarkan permasalahan tersebut kami mengambil pedagang makanan sebagai mitra untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah menggunakan metode Participation Action Research (PAR) yang mana dalam pelaksanaannya dilakukan melalui metode pendekatan secara partisipatif, kemudian diimplementasikan ke dalam sebuah aksi. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara pendampingan pengembangan dan pemasaran produk UMKM serta pembuatan sarana marketing melalui digital marketing berbasis sosial media. Media sosial merupakan suatu alat promosi yang membutuhkan kreatifitas dalam meningkatkan usaha promosi (Atmaja dkk, 2022).

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, kelompok UMKM memiliki label produk dan sekaligus memiliki sarana marketing berbasis media sosial seperti *Facebook* yang dilakukan melalui teknologi digital. Strategi ini secara langsung mampu meningkatkan dan mengembangkan nilai jual produk pelaku UMKM usaha Keripik Ladrang Bu Panca sehingga pemasaran produk Keripik Ladrang dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta usaha dapat terselamatkan di masa pandemi Covid-19.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan analisis situasi di atas, permasalahan utama yang dialami UMKM Bu Panca adalah adanya penurunan pendapatan penjualan akibat pandemi Covid-19, pemahaman mengenai penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dan melakukan transaksi jual beli secara *online* masih kurang, belum membuat pembukuan sederhana dalam menjalankan usahanya, memperbaharui label atau logo usaha, dan belum memiliki nota yang berisi label usaha sebagai bukti transaksi pada saat jual beli produk usaha.

## **SOLUSI PENJUALAN YANG DIBERIKAN**

Solusi yang bisa diberikan terkait permasalahan UMKM Bu Patma di atas adalah:

- 1) Melakukan pelatihan dalam memasarkan produk ke *Facebook* melalui *marketplace*, dan menyediakan jasa pesan antar melalui via whatsapp untuk menjangkau lebih banyak pembeli dan calon pembeli sehingga terjadi peningkatan dengan sifat rintisan.
- 2) Membantu UMKM Bu Panca untuk memperbaharui label pada kemasan produk agar produk yang dibuat oleh usaha Bu Panca dapat dikenali oleh kalangan masyarakat dengan sifat komplementer.
- 3) Mengedukasi dan mengenalkan pembukuan sederhana secara digital supaya dapat mengetahui omzet pasti yang diperoleh selama menjalankan usaha, dengan sifat program rintisan.
- 4) Menambahkan lokasi UMKM Bu Panca pada *Google Maps* agar mudah ditemukan oleh calon pembeli maupun pembeli dengan sifat program rintisan.
- 5) Membantu UMKM Bu Panca dalam pembuatan nota yang berisikan label usaha

agar dapat menyertakan bukti transaksi pada saat jual beli dengan sifat komplementer.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yaitu dengan pelatihan, pendampingan, dan penyuluhan. Ketiga metode ini dilakukan secara langsung dengan pelaku UMKM serta selalu menerapkan protokol kesehatan. Metode ini dilakukan untuk memanfaatkan penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dan melakukan transaksi jual beli secara *online* melalui *marketplace* di *Facebook*, menambahkan lokasi UMKM Bu Panca pada *Google Maps* agar mudah ditemukan oleh calon pembeli maupun pembeli, memperbaharui label atau logo usaha serta membuatkan nota yang berisi logo usaha.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

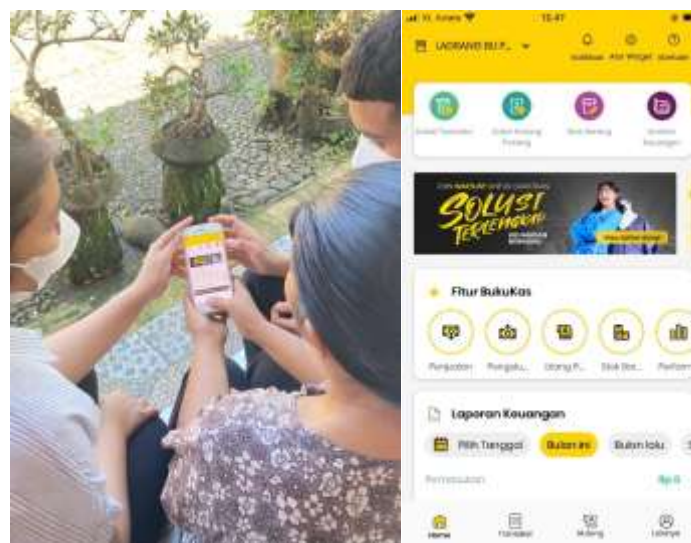
Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat dalam strategi pemasaran serta penerapan pola hidup bersih dan sehat pada UMKM Bu Panca di Desa Penarukan, Kerambitan, Tabanan telah berhasil ditingkatkan melalui pendampingan, pelatihan, dan penyuluhan. Semua kegiatan berjalan dengan baik dan lancar walaupun terdapat sedikit hambatan yaitu susah akses internet namun respon dari UMKM Bu Panca sangat aktif dan menerima program kerja tersebut. UMKM Bu Panca sangat antusias mengikuti strategi pengembangan UMKM yang diharapkan nantinya dapat diimplementasikan dan ditingkatkan di kemudian hari.



*Gambar 1. Merupakan foto saat melakukan observasi pada UMKM makanan milik Ibu Panca di Desa Penarukan, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan*

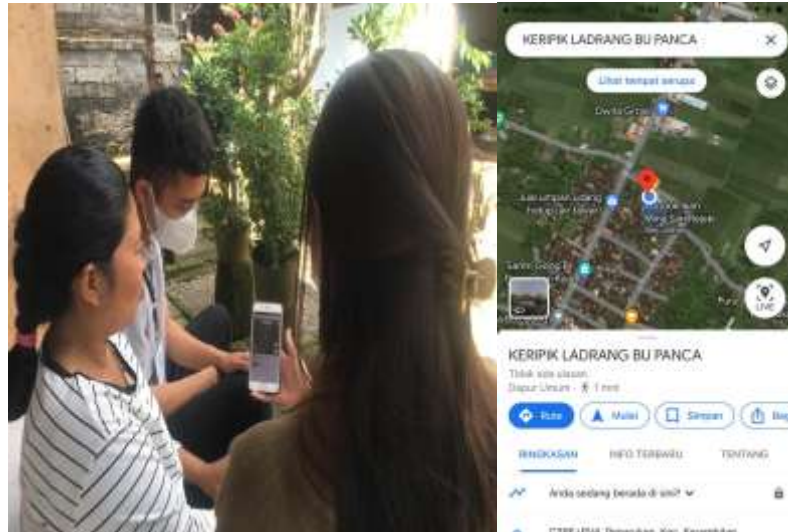


*Gambar 2. Memberikan pengarahan mengenai penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dan melakukan transaksi jual beli secara online*



*Gambar 3. Pendampingan dan pelatihan dalam melakukan pembukuan berbasis digital*





Gambar 4. Melakukan pendaftaran UMKM Bu Panca pada Google Maps



Gambar 5. Penyerahan nota beserta logo usaha kepada Bu Panca



Gambar 6. Olah makanan yang dijual oleh mitra UMKM

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan semua hal yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa program pengabdian masyarakat penting untuk diikuti oleh mahasiswa karena mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengamalkan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat melalui latihan dan penerapan ilmu-ilmu yang telah didapat di bangku kuliah kepada masyarakat desa, khususnya di Desa Penarukan. Salah satu tema yang menjadi fokus dari pengabdian masyarakat ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat bertema Pengembangan Dan Pemasaran Produk Umkm Keripik Ladrang Bu Panca Penarukan Berbasis *E-Commerce* di Desa Penarukan, Kerambitan, Tabanan, Bali

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar pada UMKM Bu Panca secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Kemampuan UMKM Bu Panca dalam memasarkan produk ke *Facebook* melalui *marketplace*, penambahan lokasi UMKM Bu Panca pada *Google Maps*, pengenalan pembukuan, pembuatan label yang disertakan label usaha dapat ditingkatkan melalui kegiatan pendampingan, pelatihan, dan penyuluhan.

Dalam kegiatan ini mahasiswa dapat mengetahui sejauh mana kemampuannya dalam meningkatkan pendapatan UMKM, sehingga mahasiswa dapat terjun langsung menyikapi kondisi yang ada. Mahasiswa menjadi lebih dewasa dalam menyikapi permasalahan yang ada dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat selain itu dapat membentuk kepribadian yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas dan fungsinya serta membentuk jiwa kepemimpinan. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat ini dapat dikatakan berjalan sukses dan lancar.

### Saran

Saran kami adalah agar UMKM Bu Panca konsisten dalam mengaplikasikan Pengembangan Dan Pemasaran Produk Umkm Keripik Ladrang Bu Panca Penarukan Berbasis *E-Commerce* ini dengan cara memanfaatkan penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dan melakukan transaksi jual beli secara *online*, memperbaharui informasi di *Google Maps* agar calon pembeli dan pembeli lebih banyak mengetahui

mengenai UMKM Bu Panca tetap mencatat transaksi yang terjadi selama menjalankan usaha melalui pembukuan, tujuan lainnya supaya pendapatan UMKM Bu Panca meningkat. Dan tetap menggunakan nota dan label yang telah di design sedemikian rupa agar tetap menjadi identitas dan ciri khas usaha tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Atmaja, NPCD, Sukerta, IM, Mertasari NMI, 2022. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Digital UKM Ukiran Bali DI Desa Batubulan Kangin. *PROSIDING SEMINAR REGIONAL Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021*. 618-625.

Bakhri, Syaeful, dan Vuvut Futiah. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial Vol 2 No. 2 September 2020*.

LPPM. 2022. *Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*