

Program Pendampingan Pemasaran Usaha Snack dan Catering UMKM Di Desa Tunahan

David Eka Setiawan ¹, Geralda Putra Aryatama ²,Ersa Efrizal ³, Miftahul Arifin ⁴, M. Ismail Fahmi ⁵, Nio Mazid Saputro ⁶, Reiza Innayah ⁷, Siti Masruroh ⁸, Nana Listiana ⁹, Nur Aeni Agustin ¹⁰

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

ABSTRAK

Salah satu program dalam KKN XII Unisnu Jepara adalah program pengabdian masyarakat. Tujuan dari program pengabdian masyarakat adalah mendampingi mitra usaha dari Desa Tunahan mengembangkan usaha snack and catering menjadi salah satu umkm yang memiliki potensi untuk berkembang. Analisis permasalahan mitra dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi mitra serta menemukan solusi bersama mitra. Berdasarkan hasil analisis permasalahan, bahwa prioritas masalah yang harus diselesaikan yaitu aspek Pemasaran, dimana belum memiliki merk usaha, banner usaha, desain packaging, pemasaran melalui sosial media dan belum terdaftar di Google Maps yang tepat sesuai dengan standar dipasaran. Tim KKN desa Tunahan melakukan program berupa pendampingan dalam mendesain merk usaha, banner usaha, desain packaging, dan mendaftar di Google Maps yang tepat sesuai dengan standar dipasaran.

Kata Kunci: Pengabdian, UMKM, Pemasaran.

PENDAHULUAN

Pelaku ekonomi saat ini mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional dan terus tumbuh berkembang. Namun basis UMKM sendiri dan ekonomi rakyat secara umum ternyata sangat lemah dalam visi, sikap wirausaha dan manajemen bisnis yang paling mendasar, walaupun sering dianggap cukup bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi yang sampai saat ini masih belum dapat teratasi. Eksistensi usaha kecil diakui masih belum bisa terlepas dari beberapa permasalahan. Dalam upaya mengembangkan usaha terdapat beberapa masalah terutama masalah akses mendapatkan modal dan kesempatan mendapat peluang usaha, disamping masalah menyangkut segi produksi, pemasaran, manajerial, jaringan kerja, dan teknologi.

Berbagai persoalan tersebut muncul akibat sulitnya UMKM dalam mengakses sumber ekonomi, dan tidak banyak kelompok masyarakat yang mempunyai komitmen bagi pengembangan UMKM, contohnya meningkatkan produk yang dihasilkan UMKM. Meskipun pemerintah memberikan upaya pemberdayaan berupa kebijakan, program dan kegiatan untuk menguatkan sektor UMKM ini, namun upaya tersebut belum memberikan hasil yang maksimal pada masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM (Weda, 2018:68).

Desa Tunahan merupakan satu dari 12 desa di Kecamatan Keling dengan luas wilayah 886,981 Ha yang terdiri dari sawah (irigasi, tadah hujan, dan pasang surut), tegal, perkebunan dan permukiman. Desa Tunahan terdapat 34 RT dan 10 RW, dari 756 warga 16,93 % penduduk Tunahan bekerja sebagai petani, mata pencaharian yang sedemikian adanya merupakan bagian dari sebab dan akibat keadaan alam, letak wilayah yang terdapat di lereng kaki Gunung Muria. Selain itu masyarakat di Desa Tunahan mempunyai usaha sampingan memproduksi dan menjual kripik.

Salah satu UMKM yang ada di Desa Tunahan adalah UMKM Kripik Bu Atun yang ber alamatkan di Desa Tunahan RT 13 RW 04 Kecamatan Keling, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Usaha kripik ini dikelola oleh perorangan. Pengelolaan dilakukan oleh satu orang tidak ada tenaga kerja dalam membantu proses produksinya, pelaku usaha memproduksi sesuai pesanan. Masih dijalankan secara tradisional dan pencatatan pengeluaran uang masih menggunakan buku. Produksi dijalankan didalam rumah pemilik mitra dengan modal pribadi pemilik mitra. Pemasaran dan operasional UMKM Kripik Bu Atun hasil produksi dipasarkan dengan memanfaatkan market place WhatsApp dan didistribusikan pada toko partner didesa setempat. Untuk pesanannya hanya bisa diambil di tempat usaha tidak menerima COD (*cash on delivery*), atau pengantaran barang.

Salah satu kripik yang sering di produksi UMKM ini adalah rempeyek atau peyek merupakan jenis makanan atau kue gorengan yang bisa disajikan dan dinikmati dengan beraneka hidangan. PeyeK bisa dinikmati langsung sebagai camilan atau makanan ringan, sebagai kerupuk teman makan nasi, atau disajikan sebagai bahan variasi pelengkap pecal, gado-gado dan rujak. Rempeyek yang disukai oleh berbagai kalangan ini bisa dengan mudah ditemukan dijual di warung makan, pasar, ataupun di pasar swalayan. Di daerah pedesaan, peyek biasanya disajikan dalam acara pernikahan, kenduri, dan beragam acara kekeluargaan lainnya. PeyeK biasanya selalu diisi dengan biji kacang tanah atau kedelai. Namun, selain jenis kacang-kacangan, peyek juga bisa diisi dengan bahan pangan hewani berukuran kecil, seperti ikan teri, udang kecil, potongan ikan asin atau potongan belut. Bahkan, saat ini orang juga membuat peyek dari daun bayam. (Mumpuni & Paramitha, 2013)

Kemasan rempeyek yang dipasarkan masih sangat sederhana. Rempeyek yang dipasarkan ke warung-warung hanya dikemas dengan plastik biasa dan di alasi dengan kertas bekas, kemudian di setples. Usaha rempeyek ini belum dilengkapi dengan tanggal kadaluarsa apalagi P-IRT. Harga jual perkemasan rempeyek antara Rp. 1.000,00. Disamping itu UMKM Kripik Bu Atun juga memproduksi rempeyek sesuai dengan pesanan. Rempeyek yang dipesan dalam jumlah yang cukup besar juga hanya dikemas dalam kantong plastik biasa dan di stepples atau di ikat dengan karet gelang.

Melalui kegiatan KKN abdimas desa Tunaahan, tim pengabdian mendampingi mitra dalam memperbaiki proses produksinya sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik. Proses produksi merupakan rangkaian kegiatan dalam mengolah bahan dasar menjadi suatu produk yang dapat dijual dengan keuntungan maksimal.

METODE

Melihat analisis situasi diatas, beberapa permasalahan mitra yang dapat diselesaikan secara nyata dengan skala prioritas adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Permasalahan Mitra

| No | Aspek | Permasalahan Mitra |
|----|--------------------|--|
| 1 | Peralatan Produksi | - Kurangnya alat produksi - Proses produksi masih menggunakan alat seadanya. |
| 2 | Sarana | - Proses produksi masih dilakukan di dalam rumah mitra dan belum memiliki tempat usaha khusus. |

| | | |
|---|--------------|--|
| 3 | Pemasaran | <ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki merk usaha - Belum memiliki banner usaha - Belum memiliki desain <i>packaging</i>. - Belum terdaftar di Google Maps - Pemasaran hanya di desa Tunahan |
| 4 | Administrasi | <ul style="list-style-type: none"> - Belum ada pencatatan keadministrasian yang jelas. - Hanya mengandalkan catatan seadanya |

(Sumber : Hasil Observasi KKN Tunahan XII 2022)

Berdasarkan tabel permasalahan, terlihat bahwa prioritas masalah yang harus diselesaikan yaitu aspek Permasalahan Pemasaran, dimana belum memiliki merk usaha, banner usaha, desain *packaging* dan belum terdaftar di *Google Maps* yang tepat sesuai dengan standar dipasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di awal pengamatan tim KKN Desa Tunahan, mitra usaha hanya memiliki sosial media berupa wa (whatsapp) tetapi belum memiliki isi wa produk yang beragam. Strategi pemasaran yang dilakukan selama ini masih berupa *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan pemasaran lokal yang dilakukan sekitar Desa Tunahan. Untuk mengembangkan pemasaran usaha mitra, tim KKN Desa Tunahan melaksanakan program sebagai berikut ;

1. Pendampingan pembuatan logo dan juga merk usaha

Langkah ini dilakukan oleh Tim KKN desa Tunahan dan melibatkan mitra UMKM snack and catering Bu Sofia untuk ikut serta dalam pembuatan pembuatan logo dan merk usaha UMKM-nya. Pembuatan logo atas dasar konsep bersama mitra yang diwujudkan melalui tim KKN desa Tunahan dengan pembuatan melalui aplikasi desain terkini, sehingga menghasilkan logo usaha yang sesuai dengan karakteristik UMKM mitra. Kemudian pengesahan merk usaha bersama mitra. Adapun hasil dari logo usaha sebagai berikut.



Gambar 1. Logo usaha mitra

2. Pembuatan desain pengemasan atau packaging

Pembuatan desain pengemasan atau packaging produk dilakukan bersama mitra dan sesuai hasil koordinasi bersama mitra. Desain pengemasan terbuat dari plastik dengan ukuran 15 x 30 dan pemasangan label berada di atas produk.



Gambar 2. Label kemasan (packaging)



Gambar 3. Contoh pengemasan produk

3. Pembuatan dan pemasangan banner usaha

Pembuatan banner usaha sebagai tanda pengenalan tempat usaha dan lebih mudah ditemukan tempat produksinya. Pembuatan banner dilaksanakan oleh tim KKN desa Tunahan atas persetujuan pihak mitra, kemudian tim KKN desa Tunahan bersama pihak mitra memilih lokasi pemasangan banner. Pemasangan banner pada tempat yang strategis yaitu depan rumah produksi UMKM sendiri. google maps/sistem penanda. Desain, pengemasan, banner dan google maps/sistem penanda, akan diberikan kepada mitra UMKM sebagai bentuk identitas dan meningkatkan konsumen dari produksi tersebut.



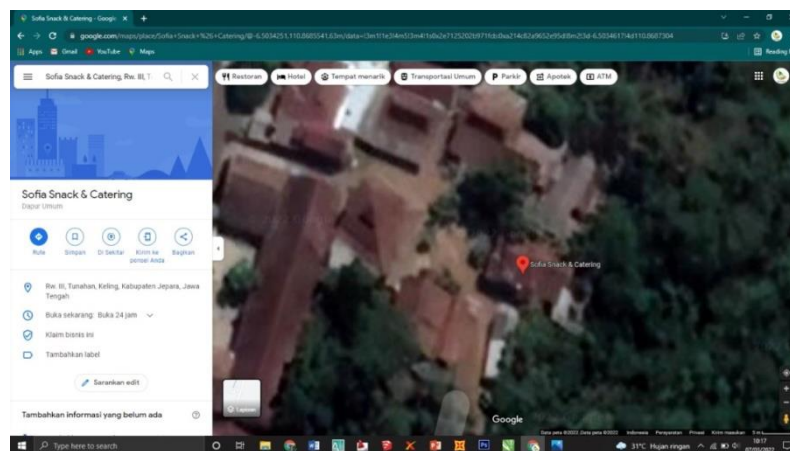
Gambar 4. Pemasangan banner oleh tim KKN



Gambar 5. Desain banner UMKM mitra

4. Google maps/sistem penanda.

Desain pengemasan, banner dan google maps/sistem penanda, akan diberikan kepada mitra UMKM sebagai bentuk identitas dan meningkatkan konsumen dari produksi tersebut karena melalui fitur Google Maps yang dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, bahkan testimoni dari pelanggan. Sehingga mempermudah pemasaran dan meningkatkan penjualan. Google Maps juga menyediakan fitur pemberian skor/review dari pelanggan. Untuk bisnis online, kepercayaan adalah hal yang sangat penting. Dengan menambahkan direktori bisnis di Google Maps, pelanggan akan percaya bahwa usahanya benar-benar ada dan tidak gaib. Pelanggan juga dimudahkan dengan data dan informasi tentang bisnis sehingga langsung bisa menghubungi di nomor kontak seperti yang tercantum di Google Maps



Gambar 6. Screenshot google maps UMKM mitra

5. Pendampingan Pemasaran Online dan Offline.

Langkah ini dilakukan oleh tim KKN sendiri dengan membuat akun yang nantinya akan digunakan untuk mempromosikan hasil produksi UMKM mitra agar menembus pasar online, dan meningkatkan omset penjualan, yaitu dengan akun Instagram yang memuat bisnis dan usaha yang dijalankan.

Tabel 4. Capaian Pengabdian

| No | Sebelum | | Sesudah | | |
|-----------|----------------------------------|-------------------|----------------|--|-------------------|
| 1. | Bahan-Bahan Pembuatan 5 kg Peyek | | 1 | Bahan-Bahan Pembuatan 5 kg | |
| | Bumbu | 15.000 | | Bumbu | |
| | Tepung Tapioka | 45.000 | | Tepung Tapioka | |
| | Minyak Goreng | 40.000 | | Minyak Goreng | |
| | Ikan Teri | 20.000 | | Ikan Teri | |
| | Plastik | 5.000 | | Logo & Packing | |
| | Staples | 5.000 | | Plastik tebal | |
| | | | | Listrik (Pres) | |
| | Total (Modal awal) | 130.000 | | Total (Modal baru) | |
| | | | | 195.000 | |
| 2 | Harga Jual | | 2 | Harga Jual | |
| | 1 kg Peyek | 40.000 | | 1 Kg Peyek | |
| | 5 x 40.000 | 200.000 | | 5 x 50.000 | |
| | 1 bungkus 3 keping | 1.000 | | 1 bungkus 6 keping dengan kemasan baru | |
| | 5 kg = 600 Keping | 200 Bungkus | | 5 kg = 600 Keping | |
| | 200 bungkus x 1.000 | 200.000 | | 100 bungkus x 5.000 | |
| | | | |  | |
| 3 | Keuntungan | K = P - M | 3 | Keuntungan | K = P - M |
| | | 200.000 - 130.000 | | | 500.000 - 195.000 |
| | | 70.000 | | | 305.000 |

Dari hasil tabel pencapaian pengabdian sesudah dan sebelum terlihat bahwa pengemasan awal yang menggunakan staples dan plastik biasa mudah melempem, dan tidak tahan lama kerenyahannya, setelah pemberian packaging baru oleh tim KKN memberi keuntungan lebih baik, seperti tahan lama dan lebih estetik sehingga membantu pemasaran dan dalam pencapaian penjualan mulai dari modal awal dan

modal akhir setelah pengembangan oleh Tim KKN memberikan hasil keuntungan yang meningkat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan UMKM dalam program KKN mengabdikan kepada masyarakat tahun 2022 di Desa Tunahan bermitra dengan UMKM usaha *snack and catering*. Mitra memiliki usaha "snack and catering sofia" yang memerlukan pengembangan dan beberapa gagasan yang bermanfaat untuk keberlanjutan usaha. Dalam program pengabdian tim KKN mengembangkan pemasaran berupa pendampingan dalam mendesain merk usaha, banner usaha, desain packaging, dan mendaftar di Google Maps yang tepat sesuai dengan standar dipasaran. Program Pendampingan ini tentu menghadapi berbagai kendala saat pelaksanaannya. Pada hasil penemuan pengabdian Tim KKN XII Desa Tunahan, kami menemukan beberapa hal yang perlu ditambah dan dibenahi pada mitra dalam pengabdian Tim KKN XII Desa Tunahan. Karena mitra Tim KKN XII Desa Tunahan adalah UMKM (dagang) maka Tim KKN XII Desa Tunahan Memberikan beberapa pengarahan terkait produksi, packaging, dan pemasaran dari segi offline ataupun online, dan hasilnya dalam pencapaian penjualan mulai dari modal awal dan modal akhir setelah pengembangan oleh Tim KKN memberikan hasil keuntungan yang meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas tercapainya pengabdian berbasis mitra ini kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh Tim KKN XII Desa Tunahan, DPL KKN XII Desa Tunahan, Petinggi Desa Tunahan, Warga Desa Tunahan, dan Mitra UMKM Tim KKN XII Desa Tunahan. Atas diskusi, arahan, dan sumbangsih yang diberikan kepada Tim KKN XII Desa Tunahan dalam mensukseskan program pengabdian berbasis mitra ini tanpa halangan suatu apapun.

DAFTAR PUSTAKA

Alansori, Apip. 2020. Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Jakarta: Penerbit Andi.

Mumpuni, S., & Paramitha, I. P. (2013). Pelatihan penyempurnaan produk peyek rebon. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 2(3), 154–157.

Ummah, K. (n.d.). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Bersama Pembuatan Aneka Makanan Ringan Community empowerment Through Joint Efforts to Produce Various Snacks. *Journal of social Dedication* (November 2018). <http://dx.doi.org/10.21111/ku.v2i1.2654>

Weda, Tri Raharjo. 2018. Pengembangan Ekonomi Masyarakat. Surabaya: Jakad Publising.

