

OPTIMALISASI PRODUK CAMILAN DENGAN MANAJEMEN PRODUK ANEKA JAJANAN

Bagus Adhitya¹⁾, Agus Prabawa²⁾

^{1,2)} Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No. 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

²⁾ e-mail: bagus.adhitya26@gmail.com

²⁾ e-mail: Agusprabawa14@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 5 Juli 2023
Diterima: 17 Juli 2023
Diterbitkan: 30 Agustus 2023

Kata Kunci:

Desain Kemasan;
Pemasaran Online;
UMKM

Keywords:

Packaging Design;
Online Marketing;
MSMEs

Copyright © 2022 penulis

Abstrak

Tujuan pendampingan yang dilakukan pada UMKM di Desa Serang Kecamatan Krangreja Kabupaten Purbalingga adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan pelatihan desain dan penjualan melalui media sosial, pendampingan ini juga diharapkan dapat memberikan aspek pendampingan bisnis yang lebih kompleks terhadap perkembangan UMKM di Desa Serang Kecamatan Krangreja Kabupaten Purbalingga. Metode pendampingan yang digunakan adalah presentasi dengan tatap muka dan pelatihan dan pendampingan desain kemasan dalam memuat logo. Hasil pengabdian pada masyarakat adalah terjadi peningkatan dan pengembangan kualitas produk mulai dari kemasan/packaging, dan logo produk. Terjadi pemasaran online melalui sosial media Instagram dan whatsapp pada usaha jajanan, pemasaran produk secara online melalui social media sangat berpengaruh terhadap penjualan dan dapat meningkatkan pendapatan usaha jajanan.

Abstract

The purpose of the assistance provided to MSMEs in Serang Village, Krangreja District, Purbalingga Regency is to increase income with design and sales training through social media. This assistance is also expected to provide more complex aspects of business assistance to the development of MSMEs in Serang Village, Krangreja District, Purbalingga Regency. The mentoring method used is face-to-face presentation and training and packaging design assistance in loading the logo. The result of community service is an increase and development of product quality starting from packaging, and product logos. There is online marketing through social media Instagram and whatsapp in the snack business, online product marketing through social media is very influential on sales and can increase the income of the snack business.

PENDAHULUAN

Pendampingan bisnis memiliki peranan yang sangat penting sebagai metode yang efektif untuk mempercepat pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Khalid et al, 2017). UMKM sebagai alat yang terbukti mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat telah menjadi fokus utama bagi negara – negara berkembang. Hal ini karena UMKM merupakan sektor bantuan dalam menciptakan kesempatan kerja, sehingga membantu meningkatkan standar hidup bagi masyarakat yang kurang mampu. Dampak positif yang dirasakan adalah tumbuhnya ekonomi dan pembangunan di suatu negara (Marri et al, 2011).

Salah satu langkah untuk merealisasikan pertumbuhan UMKM agar sesuai apa yang diharapkan, maka perlu pendampingan bisnis. Para pengusaha mengikuti bimbingan mentor berpengalaman yang bertindak sebagai pendengar atau pelatih kerja mereka untuk mencapai indikator kinerja tujuan bisnis. Mentor harus memberikan berbagai pelatihan yang dapat meningkatkan kinerja UMKM. Beberapa indikator kinerja meliputi produktifitas tenaga kerja, penjualan dan aset perusahaan harus menjadi titik fokus dari para mentor. Misalnya dalam hal meningkatkan penjualan, mentor diharapkan dapat membagikan ilmu pemasaran yang mereka kuasai (Crompton, 2012).

Ada banyak pelatih usaha mandiri yang hebat. Jika kita adalah UMKM yang masih kecil, kualitas pelatih belum tentu menjadi hal yang paling penting, karena masih banyak yang harus dilakukan dalam menjalankan bisnis. Hal yang paling utama adalah ketekunan untuk mencapai bisnis yang lebih besar. Akan tetapi, penting untuk memastikan bahwa pelatih yang kita jadikan mentor memiliki keterampilan yang tepat untuk memberikan apa saja kebutuhan bisnis (Bell, 2014).

Para UMKM di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga masih belum mengalami perkembangan baik itu dari segi kemasan maupun pemasaran dengan adanya pendampingan ini, diharapkan dapat memberikan aspek pendampingan bisnis dan manajemen yang lebih kompleks terhadap perkembangan UMKM di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga.

Maksud dan tujuan dari adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan pelatihan desain dan penjualan melalui media sosial, pendampingan ini juga diharapkan dapat memberikan aspek pendampingan bisnis yang lebih kompleks terhadap perkembangan UMKM di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga.

METODE

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Pasinggangan Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas adalah presentasi dengan tatap muka. Sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah pelaku usaha jajanan di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga, dapat mendorong pelaku usaha tersebut untuk meningkatkan kualitas produk dan melakukan pemasaran produk secara *online* melalui sosial media guna meningkatkan pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian pada Masyarakat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Wijayakusuma Purwokerto di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga, dapat mendorong pelaku usaha tersebut untuk meningkatkan kualitas produk. Sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah masyarakat terutama pelaku usaha UMKM Aneka Jajanan. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat terhadap usaha jajanan berupa pendampingan dan pelatihan manajemen produk dapat diketahui bahwa pelaku usaha jajanan di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga melakukan peningkatan kualitas produk dan pemasaran melalui sosial media. Usaha jajanan di Desa Serang mengembangkan produknya menjadi lebih menarik dan bervariasi.

Muljono (2018:3) mendefinisikan pemasaran sebagai kegiatan, proses, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Media sosial yang sering digunakan untuk memasarkan produk adalah facebook, website, Instagram dan lainnya. Social media memiliki peran penting dalam kegiatan pemasaran produk. Kegiatan pemasaran produk melalui sosial media juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan penjualan produk.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Maret-April 2023 menghasilkan berbagai varian/jenis produk. UMKM jajanan memanfaatkan kegiatan pelatihan dan pendampingan ini untuk meningkatkan keuntungan. Ditunjang dengan peralatan produksi yang sudah memadai. Selain itu, pelatihan digital marketing/pemasaran produk melalui sosial media diharapkan mampu meningkatkan permintaan dan penjualan produk.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan
Gambar 1. Desain Kemasan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga yang bertujuan untuk membantu mengatasi masalah yang dihadapi dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM telah berjalan dengan baik. Kegiatan yang dilaksanakan telah mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan
Gambar 2. Kemasan Sebelum dan Sesudah Pendampingan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian pada masyarakat serta pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa Terjadi peningkatan dan pengembangan kualitas produk mulai dari kemasan/packaging, dan logo produk. Terjadi pemasaran online melalui sosial media Instagram dan whatsapp pada usaha jajanan di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga. Pemasaran produk secara online melalui social media sangat berpengaruh terhadap penjualan dan dapat meningkatkan pendapatan usaha jajanan di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, G. (2014). Coaching is key to SME success. <https://doi.org/10.1108/DLO-2014-0022> 04
- Crompton, B. M. (2012). The Effect Of Business Coaching And Mentoring On Small-To-Medium Enterprise Performance And Growth. School of Management College of Business RMIT University, Melbourne, Australia.
- Khalid, F. A., Kayani, A. A., & Gilbert, D. (2017). The impact of monitoring and business assistance intensity on Malaysian ICT incubatee s 'performance, 6032, 1–9. Marri, H. B. U. X., Nebhwani, M., & Sohag, R. A. (2011). Study of Government Support System in SMEs: An Empirical Investigation, 30(3).
- Kumala, N., & SWW, D. P. W. (2022). OPTIMASLISASI PRODUK CAMILAN DENGAN MANAJEMEN PRODUKS DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 1-6.
- Muljono Kristo Ryan. (2018). Digital Marketing Concept. Jakarta. Kompas Gramedia.

Setyawan, D. A., Sari, N. I., Kuswindari, I. A., Sari, D. E., Sakhara, I., & Kustiningsih, N. (2020). Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran Di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 37-46.