

Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Mutu dan Omset Penjualan Bubur Ayam Jakarta Mantap di Era Endemi

Bagus Saputra

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
bagussaputra23.mdn@gmail.com

Royyan Firdaus

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
royyanf@untag-sby.ac.id

Abstrak

KKN dilaksanakan untuk menerapkan relevansi Pendidikan Tinggi dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dalam pembangunan. Kegiatan KKN kali ini merupakan kegiatan penerapan hasil-hasil penerapan model atau media pembelajaran yang inovatif dimasyarakat bersamaan dengan KKN mahasiswa. KKN kali ini akan dilaksanakan dengan mengacu pada kondisi endemi Covid-19. Wabah COVID-19 menghantam berbagai sendi perekonomian. Dampak negatif COVID-19 terhadap UMKM pelan-pelan mendekati kenyataan, yang tersebar di 18 propinsi mendapatkan dampak negatif akibat penyebaran virus corona. Mengacu pada kondisi yang menimpa para pelaku UMKM, maka berinisiatif untuk membantu para pelaku UMKM melalui pelatihan pengelolaan usaha di masa pandemi covid-19. Bubur Ayam Jakarta Mantap merupakan salah satu UMKM di Kota Surabaya yang terdampak adanya pandemic Covid-19 sehingga menimbulkan kurangnya target konsumen yang mengakibatkan penurunan omset penjualan pada usaha bubur tersebut. Solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan cara memanfaatkan digital marketing dalam strategi pemasaran produk, mengembangkan desain packaging agar lebih menarik dan praktis dalam meningkatkan minat konsumen, membuat akun official, menyebar luaskan informasi melalui media cetak dan membuat logo produk. Sasaran pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat Kota Surabaya. Lokasi UMKM Bubur Ayam Jakarta Mantap berada di Jl. Raya Mulyosari No.362b Dukuh Suterejo, Kec. Mulyorejo Surabaya. Target kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan mutu dan omset UMKM Bubur Ayam Jakarta Mantap sehingga dapat berkembang di masa endemic.

Kata kunci: UMKM, Kuliner, Endemic Covid-19, Digital Market.

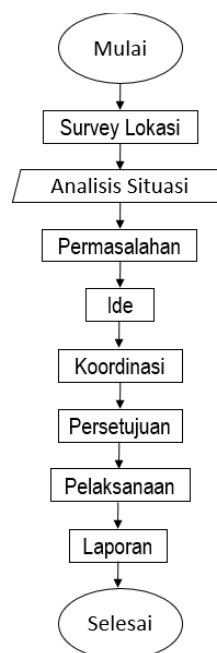
Pendahuluan

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang- Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha. Berdasarkan penjelasan tersebut, UMKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil. Sebelum memulai UMKM ada baiknya mengerti komponen seperti omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Tak heran jika di zaman sekarang kita sudah mulai banyak menjumpai usaha rumahan yang dijalankan atau dimiliki oleh perindividu saja. Oleh karena itu sangat penting kita mempelajari bagaimana pentingnya cara kita memikat pelanggan atau pembeli. Ada banyak hal yang bisa kita lakukan untuk memikat pembeli seperti membuat barang jualan menjadi lebih menarik dengan kemasan atau packagingnya, ada juga kita bisa melakukan promosi secara online ataupun offline agar target jangkauan penjualan bisa maksimal dan memanfaatkan fasilitas digital marketing agar sasaran pembeli lebih luas.

Karena itu, saya selaku mahasiswa melakukan pengabdian UMKM di Mulyorejo Surabaya melalui pemasaran produknya, insight media sosial, pemasaran melalui digital marketing. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu bentuk pendidikan dan pengabdian masyarakat dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luar kampus, yang secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan menemukan solusi untuk masalah yang ada di desa. Kegiatan KKN ini diharapkan dapat mengasah soft skill kemitraan, kerjasama tim lintas disiplin / keilmuan (lintas kompetensi), dan leadership mahasiswa dalam mengelola program pembangunan di wilayah Jl. Raya Mulyosari No. 362b, Dukuh Sutorejo, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya.

Metode

Program KKN ini dilaksanakan di Jl. Raya Mulyosari No. 362b, Dukuh Sutorejo, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya Jawa Timur Indonesia. Pelaksanaan kegiatan KKN ini dimulai pada tanggal 30 April 2022 – 12 Juni 2022 yang berlangsung selama 12 hari. Pelaksanaan KKN ini adalah meningkatkan mutu dan omzet penjualan bubur ayam Jakarta mantap dalam masa endemi. Berikut alir kegiatan selama pelaksanaan :



(Sumber : Penulis, 2022)

1. Analisis Situasi

Usaha bubur ayam Jakarta mantap berlokasi di Jl. Raya Mulyosari No. 362b, Dukuh Sutorejo, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya.

2. Permasalahan

Dari analisis situasi tersebut adapun beberapa temuan masalah di lokasi lapangan yakni kurangnya target jumlah penjualan, tidak adanya logo pada usaha bubur ayam

Jakarta mantap, kemasan packaging kurang modern dan kurangnya dalam promosi melalui media massa.

Dari hasil analisa situasi dan permasalahan yang didapatkan mahasiswa terhadap lokasi, maka dapat dihasilkan :

1. Ide

Ide merupakan gagasan dan ide dari mahasiswa dalam mengatasi atau memberikan solusi bagi masyarakat tentang masalah yang dihadapi. Adapun solusi yang saya berikan yakni :

- Memanfaatkan digital marketing dalam strategi pemasaran produk.
- Mengembangkan desain packaging agar lebih menarik dan praktis dalam meningkatkan minat konsumen.
- Membuatkan akun official.
- Menyebar luaskan informasi melalui media cetak.
- Membuatkan logo produk.

2. Koordinasi

Setelah menemukan ide, mahasiswa melakukan koordinasi dengan mitra dan perangkat desa tentang program kegiatan pengabdian di masyarakat yang akan dilakukan.

3. Persetujuan

Setelah melakukan koordinasi dengan mitra dan perangkat desa, mahasiswa melakukan persetujuan Kegiatan Pengabdian Di Masyarakat yang dilengkapi dengan dokumentasi.

4. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan proses Kegiatan Pengabdian Di Masyarakat oleh mahasiswa yang dilakukan dilapangan.

Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Hari Ke-											
Koordinasi dengan ketua RT												
Koordinasi dengan pemilik UMKM												
Mendesign Banner, Stiker dan poster												
Mencetak Banner, Stiker dan Poster												
Pembelian kemasan produk												

[illegible]

5. Laporan

Laporan merupakan hasil data yang diperoleh mahasiswa dari proses Kegiatan Pengabdian Di Masyarakat yang kemudian disusun untuk laporan hasil akhir.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi usaha kuliner bubur ayam di masa endemic covid-19, dengan cara memanfaatkan teknologi digital marketing merupakan salah satu solusi untuk menambah omzet penjualan, membuat logo dan mengembangkan model kemasan pada usaha bubur ayam juga merupakan strategi dalam meningkatkan mutu penjualan. Adapun hasil kegiatan program KKN kali ini meliputi :

1. Membuat Karya Desain Logo Bubur Ayam

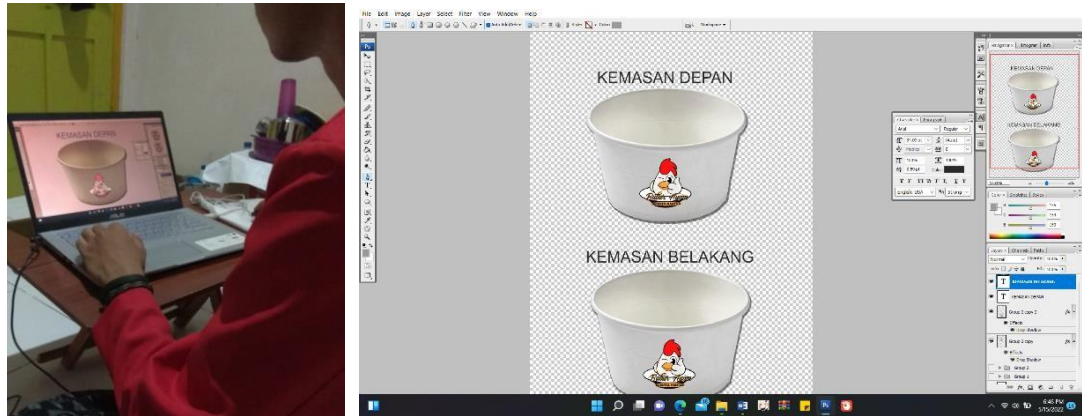
Kegiatan pembuatan karya desain logo ini bertujuan untuk memperbaiki logo agar terkesan semakin kekinian sehingga dapat menarik perhatian konsumen.



Logo tersebut bertemakan ayam jantan dengan jempol sayap kananya karena sesuai dengan nama lapak bubur ayam Jakarta mantap, berwarna putih dan bertengger merah agar lebih eksotis dan pemberani. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-III.

2. Membuat Karya desain kemasan

Kegiatan pembuatan karya desain kemasan ini bertujuan untuk mengembangkan desain packing kemasan Bubur Ayam Jakarta Mantap agar lebih menarik dan kekinian. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-IV.



3. Membuat Karya Desain Banner

Kegiatan pembuatan karya desain banner ini bertujuan untuk menarik perhatian dari para pembeli/customer yang berawal dari rasa penasaran akan apa yang dilihatnya. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-V.



4. Mencetak Karya Desain



Setelah membuat karya desain, Desain – desain tersebut di cetak karya desain bisa digunakan untuk alat promosi berupa media cetak pada usaha bubur ayam Jakarta mantap di percetakan yang beralamat di Jl. Raya Ngagel No. 213A kota Surabaya. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-VI.

5. Finishing hasil Cetakan

Setelah semua desain dicetak banner dan stiker dicek apakah sesuai dengan yang dibutuhkan. Setelah semua desain sudah sesuai, kemudian stiker di gunting dan nantinya diaplikasikan pada kemasan. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-VII.



6. Pembelian Kemasan Produk

Kegiatan kali ini membeli kemasan produk yang sesuai dengan ukuran yang sudah di desain pada hari lalu, dengan bahan kemasan terbuat dari paper bowl. Agar design kemasan bisa digunakan sebagai pengembangan packaging kemasan yang lebih efisien. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-VIII.



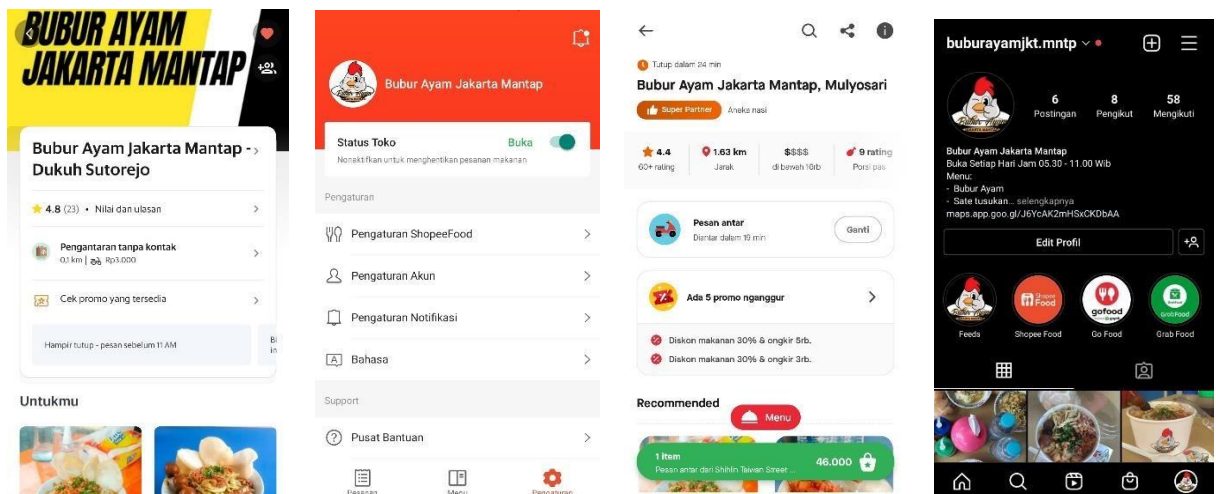
7. Pengenalan *design* kemasan bubur ayam Jakarta mantap

Setelah semua persiapan selesai kemudian desain mulai dikenalkan ke pembeli dan mulai mengaplikasikan model kemasan yang lama ke model yang baru pada produk bubur ayam Jakarta mantap. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari ke-IX.



8. Memanfaatkan market digital melalui media online shop

Kegiatan memanfaatkan market digital melalui media online shop bertujuan untuk menambah strategi pemasaran dalam memasarkan produk. Dengan mendaftarkan melalui aplikasi e-commerce seperti shopee food, Go-Food dan Grab-Food serta membuatkan akun official bubur ayam Jakarta mantap di panel Instagram.



9. Perbandingan hasil pengembangan kemasan produk

Setelah riset desain kemarin dan mencoba menerapkan pada kemasan baru sehingga menghasilkan desain packaging yang praktis, modern dengan branding yang terdapat pada kemasan membuat daya tarik pembeli produk bubur ayam. Kemasan yang sebelumnya menggunakan bahan sterofoam kotak polos.



Desain Lama



Desain Baru

10. Penerapan kemasan dan strategi pemasaran melalui digital marketing

Menerapkan semua hasil ide dan solusi dari permasalahan yang ditemukan pada mitra. Kemudian mulai mengaplikasikan melalui e-commerce seperti shopee food, Go-Food dan Grab-Food dengan model kemasan yang baru.

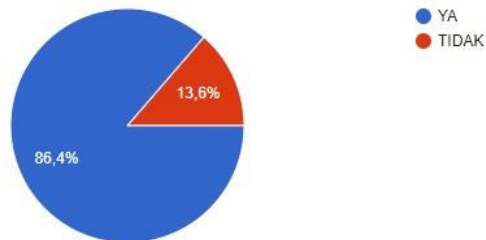


Berdasarkan hasil kuisioner diatas pembeli bubur ayam Jakarta sangat tertarik dengan adanya pengembangan dan memanfaatkan teknologi sebagai strategi pemasaran produk. Berikut hasil diagram setelah penerapan ide dan solusi dari permasalahan yang ditemukan di mitra :

Apakah kemasan yang baru lebih efisien?

22 jawaban

 Salin

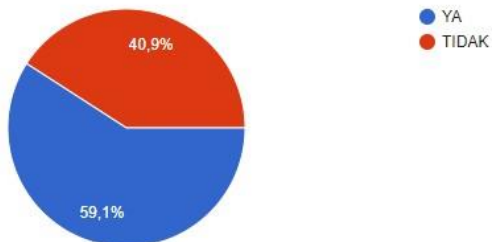


(Sumber : Penulis, 2022)

Apakah model kemasan yang baru lebih praktis?

22 jawaban

 Salin

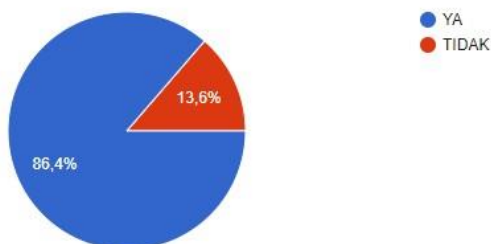


(Sumber : Penulis, 2022)

Apakah model kemasan yang baru lebih modern?

22 jawaban

 Salin

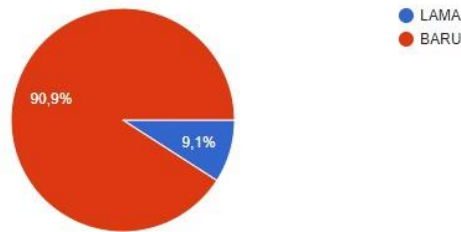


(Sumber : Penulis, 2022)

Menurut anda diantara model kemasan yang lama dengan baru, kemasan manakah yang lebih baik?

22 jawaban

 Salin

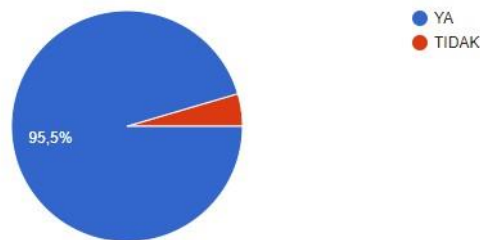


(Sumber : Penulis, 2022)

Dengan adanya penjualan online melalui shopee food, grabfood, dan gofood apakah dapat mempermudah anda untuk membeli bubur ayam jakarta mantap?

22 jawaban

 Salin



(Sumber : Penulis, 2022)

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan KKN Gasal 2020/2021 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dilaksanakan selama 12 hari berkisar dari tanggal 30 April 2022 s/d 12 Juni 2022 dengan program kerja :

1. Memanfaatkan digital marketing dalam strategi pemasaran produk.
2. Mengembangkan desain packaging agar lebih menarik dan praktis dalam meningkatkan minat konsumen.
3. Membuatkan akun official.
4. Menyebar luaskan informasi melalui media cetak.
5. Membuatkan logo produk.

Dari program kerja yang telah dilakukan mendapatkan hasil yang positif bagi mitra yaitu semakin meningkatnya daya tarik bagi konsumen, mampu bersaing dalam pemasaran produk sehingga lebih dikenal masyarakat sesuai dengan tujuan diadakannya kegiatan ini dan dengan adanya data kuisioner tersebut membuat ide dan solusi tersebut menghasilkan impact yang sangat baik. semoga kegiatan yang sudah saya laksanakan bisa bermanfaat bagi semua orang khususnya bagi mitra, Dengan demikian, kegiatan KKN ini dapat membantu perekonomian yang sebelumnya menurun perlahan akan segera membaik lagi.

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah ditulis diatas, saya mempunyai beberapa saran yang diharapkan dapat menstabilkan perekonomian bagi mitra yaitu dengan

memanfaatkan digital marketing dan terus konsisten menjaga mutu produk Bubur Ayam Jakarta Mantap.

Ucapan Terima Kasih

Penulis sampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Penulis saat menjalankan program serta pembuatan laporan beserta luaran KKN. Diantaranya ialah :

1. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA selaku Rektor UNTAG Surabaya yang sudah mendukung penulis untuk menjalankan program
2. Edi Santoso, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Mesin Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Royyan Firdaus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing lapangan yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing kami dalam menyelesaikan Laporan KKN dan kegiatan KKN.
4. Teman – teman yang selalu berkoordinasi dengan penulis untuk mengerjakan laporan beserta luaran KKN.
5. Orang tua yang telah mendukung penulis sampai menyelesaikan laporan akhir.

Tidak ada yang dapat penulis berikan selain doa serta rasa terima kasih yang tulus kepada para pendukung.

Daftar Pustaka

- Andriawan, A. H. (2020). Edukasi Tanggap Bencana Pada Masyarakat Di Desa Slahung Kabupaten Ponorogo. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 48-58.
- Evandio, Akbar. 2020. Ini *sector* UMKM yang meroket dan tertekan selama pandemic covid-19. Pengrajin pembuatan alas sepatu. *Bisnis.com*.
- Melani, Agustina. 2020. Cara Bangkitkan UKM saat Pandemi lewat Program KKN. *Liputan 6*.