

Strategi Pemasaran Peningkatan Kualitas Produk UMKM Sambal Goreng Kentang Fatma

Fitria Wulandari

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Wulandarifitria01@gmail.com

Tasya Putri Ariyanti

Administrasi Publik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

tasyaputriariyanti@gmail.com

Abdul Halik

Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

halik@untag-sby.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan usahanya, dengan fokus pada kasus UMKM sambal goreng kentang di Desa Bakalan, Mojokerto. Permasalahan penelitian ini adalah mengenai kurangnya izin usaha yang sah, strategi pemasaran yang tidak efektif, dan perlunya kemasan produk yang lebih menarik. Program tersebut bertujuan untuk memberikan pendampingan pengurusan izin usaha melalui sistem Online Single Submission (OSS), desain ulang logo produk, dan pelaksanaan sosialisasi pemasaran. Metodole pelaksanaannya meliputi survei dan wawancara dengan pemilik UMKM, koordinasi dengan mitra UMKM, dan persetujuan dari lembaga penelitian universitas. Hasilnya mencakup keberhasilan pendaftaran izin resmi, pembaruan kemasan produk, dan lokakarya pemasaran. Implikasi dari program tersebut adalah potensi peningkatan kualitas usaha dan efektivitas pemasaran UMKM.

Kata Kunci: pengabdian kepada masyarakat, usaha kecil dan menengah, legalitas izin, strategi pemasaran.

Abstract

This community service program aims to assist small and medium enterprises (MSMEs) in their business development, focusing on the case of Sambal Goreng Kentang in Bakalan Village, Mojokerto. The problems of this study are the lack of a valid business license, ineffective marketing strategies, and the need for more attractive product packaging. The program aimed to provide

assistance in obtaining a business license through the Online Single Submission (OSS) system, redesigning the product logo, and implementing marketing socialization. Implementation methods included surveys and interviews with MSME owners, coordination with MSME partners, and approval from university research institutions. Results included successful registration of official licenses, product packaging updates, and marketing workshops. The implication of the program is the potential to improve business quality and marketing effectiveness of MSMEs.

Keywords: *community service program, MSME, permit legality, marketing strategy.*

Pendahuluan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan sebagai bentuk pemberian kontribusi secara langsung terhadap Masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan interdisipliner. Maksudnya adalah kegiatan ini menggabungkan berbagai fokus dalam satu kegiatan dengan durasi tertentu di suatu wilayah tertentu melalui kerjasama dengan pihak universitas. Kegiatan pengabdian masyarakat biasanya dilakukan di wilayah yang masih berkembang atau terdapat suatu permasalahan dan para mahasiswa bertanggung jawab, untuk menciptakan program kerja sebagai solusi atas permasalahan tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat didasarkan pada suatu masalah yang berada di suatu wilayah tertentu yang kali ini berada di wilayah Desa Bakalan, Mojokerto. Diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan aktivitas pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat, di mana sebagai generasi penerus bangsa, kegiatan ini memberikan makna bahwa generasi selanjutnya akan membawa perubahan yang lebih baik. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat memiliki tujuan dengan memberikan serta meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku usaha UMKM dalam meningkatkan penjualan.[1]

Desa Bakalan merupakan salah satu mitra kegiatan pengabdian masyarakat kali ini. Di mana pada desa tersebut terdapat banyak potensi alam yang bisa dikembangkan. Terdapat beberapa permasalahan pula pada beberapa BUMDES yang ada pada desa tersebut sehingga sangat memungkinkan untuk dijadikan program kerja dengan berbagai tujuan dan manfaat bagi mitra yang terkait. Salah satu potensi yang ada di Desa Bakalan adalah terdapat UMKM sambal goreng kentang.

UMKM merupakan salah satu pilar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan merupakan wadah pengembangan sosial-ekonomi masyarakat.[2] Salah satu tantangan paling mendasar yang dihadapi UKM adalah kurangnya sumber daya manusia

yang terlatih. [3] Di mana beliau ingin mengembangkan usaha sambal goreng kentangnya karena menurut beliau, produk sambal goreng kentang tersebut cukup diminati namun belum dapat dikembangkan karena kurangnya tenaga ahli dan juga wawasan yang belum luas terkait pemasaran. Produk UMKM ini belum memasarkan produknya secara luas dan efektif. Produk ini masih menggunakan metode pemasaran tradisional sehingga hasil penjualan pun kurang maksimal.

Banyak penyebab yang dapat mempengaruhi mengapa pemasaran tidak dapat dilakukan secara efektif. Misalnya, produk yang kurang berkualitas, kesalahan upaya dalam memasarkan produk, tidak memiliki legalitas usaha, kemasan yang kurang menarik, dan masih banyak lagi. Hal-hal tersebut dapat menjadi salah satu penyebab mengapa sebuah produk tidak mengalami peningkatan pemasaran.

Kemasan merupakan salah satu elemen yang berfungsi sebagai alat atau media promosi bagi suatu produk, karena kemasan merupakan hal pertama yang dapat dilihat oleh konsumen. Bagaimana sebuah desain kemasan dapat menarik konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak produk tersebut. Dalam sebuah desain kemasan harus memperhatikan beberapa hal untuk dapat memberikan daya tarik bagi konsumen yaitu informasi yang tertera pada kemasan tersebut seperti informasi mengenai isi produk, nama produk, serta keterangan-keterangan lain yang berkaitan dengan isi produk. Untuk membuat sebuah desain kemasan yang baik, terdapat beberapa kunci utama yaitu simple atau sederhana, fungsional, dan dapat menciptakan respon positif bagi konsumen. [4]

Dalam upaya mengatasi permasalahan di atas, tim merancang program kerja yang terfokus pada pendampingan pengurusan legalitas UMKM untuk membantu mitra supaya mendapatkan Nomor Induk Berusaha melalui OSS. NIB (Nomor Induk Berusaha) adalah identitas para pelaku usaha yang diterbitkan pemerintah melalui lembaga OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran [5]. Dengan memiliki legalitas berupa Nomor Induk Berusaha diharapkan Bu Siti akan lebih mudah untuk mengembangkan kualitas produknya dan mendapatkan banyak bantuan dari Lembaga dalam mendukung UMKM di Desa Bakalan tersebut. Selain itu tim juga melakukan pembaharuan desain logo pada kemasan sambal goreng kentang sekaligus memberikan pelatihan berupa sosialisasi re-branding produk UMKM.

Sehingga dapat dikatakan bahwa tim membantu pengurusan legalitas, pembaharuan desain logo dan melakukan sosialisasi untuk Bu Siti ini diharapkan akan mempermudah Bu

Siti dalam meningkatkan kualitas produknya dan meningkatkan wawasan Bu Siti dalam melakukan pemasaran agar lebih efektif.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 13 Januari hingga 24 Januari 2024 di Desa Bakalan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu diawali dengan metode survei dengan teknik pengumpulan data dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada Bu Siti selaku mitra UMKM sambal goreng kentang. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, tim menemukan permasalahan pada UMKM tersebut yaitu produk yang dijual oleh mitra belum memiliki legalitas usaha, logo kemasan yang kurang menarik, dan juga belum memiliki wawasan yang luas tentang cara untuk memasarkan produknya.

Kemudian tim menemukan solusi yang dapat mengatasi permasalahan yang ada, salah satunya yaitu dengan berkoordinasi dengan Bu Siti untuk pengurusan pembuatan legalitas usaha. Terdapat manfaat yang diperoleh dari adanya legalitas usaha, diantaranya yaitu mendapatkan jaminan perlindungan hukum, memudahkan dalam mengembangkan usaha, memudahkan pemasaran usaha, serta memudahkan memperoleh pendampingan dan pelatihan usaha dari pemerintah (Kusmanto et al, 2019).

Selain itu, tim juga memiliki ide pembuatan desain logo yang baru untuk pembaharuan kemasan produk yang di desain lebih modern dan menarik. Simbol atau logo adalah representasi dari identitas merek dalam bentuk ideogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda. [6] Hal ini mengindikasikan pentingnya untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa produk.[7] Selanjutnya tim melakukan persetujuan mengenai program pengabdian masyarakat kepada dosen pembimbing lapangan dan panitia LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Setelah mendapat persetujuan dari pihak LPPM, tim membuat desain berupa logo untuk pembaharuan kemasan yang akan dicetak menjadi stiker berukuran 7×7 cm.

Pada tanggal 16 Januari 2024, tim mendatangi kediaman Bu Siti selaku penjual sambal goreng kentang untuk melakukan pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha sambal goreng kentang hingga mendapatkan Nomor Induk Berusaha melalui website OSS. Ada beberapa manfaat dan keuntungan dengan memiliki surat izin yaitu legalitas usaha, kemudahan untuk mendapatkan modal karena sudah legal, akses untuk mendapatkan

pendampingan usaha dari pemerintah, dan kesempatan untuk mendapatkan bantuan pemberdayaan dari pemerintah. [8] Pendampingan pendaftaran perizinan berusaha secara elektronik (OSS) bertujuan untuk mempermudah pelaku usaha dalam memenuhi persyaratan legalitas dan meningkatkan kepercayaan konsumen. [9] Pembuatan Nomor Induk Berusaha melalui OSS terbilang cukup mudah. Meskipun mudah, dalam mengisi data pada sistem OSS diperlukan ketelitian yang lebih (Soejono et.al, 2020).

Pada tahap terakhir, telah diadakannya sosialisasi yang bertempat di Balai Desa Bakalan. Sosialisasi ini dihadiri juga oleh beberapa pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Bakalan. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk menginformasikan dan mengedukasi pelaku usaha UMKM terkait bagaimana cara memasarkan produk dengan benar dan efektif serta penerapan konsep 4P dalam pemasaran produk. 4P adalah singkatan dari *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotions*. Konsep ini merupakan elemen wajib yang harus diterapkan dalam melakukan pemasaran. Penerapan konsep 4P ini juga bertujuan untuk menunjang kualitas produk kepercayaan konsumen. Menurut Kotler dan Keller bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.[10]

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Bakalan, Dusun Kesono, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto yang bertujuan untuk membantu pengurusan legalitas usaha dari produk UMKM Sambal Goreng Kentang Fatma. Selain melakukan pendampingan pengurusan legalitas, tim juga melakukan sosialisasi pemasaran sekaligus pembaharuan desain logo untuk meningkatkan kualitas produk.



Gambar 1. Sosialisasi pemasaran produk

Dalam kegiatan sosialisasi, Bu Siti selaku mitra diberikan wawasan mengenai bagaimana melakukan pemasaran yang efektif, cara mengevaluasi pesaing, cara efektif memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran, bagaimana cara membuat konten yang berkualitas, menentukan strategi pemasaran dan menerapkan konsep 4P dalam melakukan pemasaran.



Gambar 2. Pendampingan pengurusan legalitas usaha

Dalam kegiatan pendampingan pengurusan legalitas ini, tim membantu mitra untuk mendaftarkan legalitas usahanya. Pendaftaran legalitas usaha ini dilakukan secara daring menggunakan website resmi pemerintah bernama OSS atau *Operations Support System*. Pengurusan legalitas usaha ini bertujuan agar mitra mendapatkan NIB atau Nomor Induk Berusaha sehingga produk UMKM mitra sudah dapat dikatakan memiliki hak kepemilikan merek. Selain itu dengan mendapatkan NIB dapat membantu mitra dalam pengurusan sertifikat halal atau surat perizinan lainnya.



Gambar 3. Proses pembuatan desain logo

Pembaharuan desain logo ini dilakukan karena adanya beberapa elemen atau informasi yang perlu di *upgrade* di dalam desain logo tersebut. Salah satunya adalah Nomor Induk Berusaha yang akan ditambahkan dalam desain logo tersebut. Selain itu juga ada perubahan warna tema dari desain logo yang sebelumnya agar terlihat lebih modern dan menarik.

PRE-TEST
"Produk UMKM Desa Bakalan"

Opini jawaban :

- 1 (Sangat Setuju)
- 2 (Tidak Setuju)
- 3 (Agak Setuju)
- 4 (Setuju)
- 5 (Sangat Setuju)

Jawablah dengan tanda Centang (✓) pada tabel dibawah ini :

No.	Pernyataan	1 (Sangat Tidak Setuju)	2 (Tidak Setuju)	3 (Agak Setuju)	4 (Setuju)	5 (Sangat Setuju)
1.	Re-Branding dapat meningkatkan jumlah produksi produk.				✓	
2.	Penjualan produk Melalui E-commerce dapat meningkatkan pembeli lebih luas				✓	
3.	Desain Logo kemasan yang bagus dapat menarik pembeli				✓	
4.	Mempromosikan produk melalui sosial					

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
5.	Memiliki keahlian sales bisa meningkatkan daya tarik pembeli	✓	
6.	Menyediakan 4P akan mempermudah pembeli pemasaran produk		✓
7.	Melatih skill public speaking akan membantu pemasaran produk		✓
8.	Membuat konten promosi yang berkualitas akan meningkatkan daya tarik pembeli		✓
9.	Menggunakan platform akan membantu mencapai target pasar		✓
10.	Mengikuti pelatihan mengenai pemasaran akan meningkatkan wawasan kita dalam melakukan promosi produk		✓

Gambar 4. Rekayasa Sosial

Rekayasa sosial dilakukan dengan mengisi pre test dan post test untuk mengetahui apakah terdapat peningkatan pengetahuan mitra terkait tentang re-branding dan pemasaran produk. Dengan hasil yang ada pre test dan post test mitra yang mengikuti sosialisasi terjadi peningkatan pemahaman terkait pemasaran produk dan re-branding produk.

Kesimpulan

Dari permasalahan yang dialami oleh mitra di mana mitra belum memiliki legalitas usaha atas produknya, tim memberikan solusi berupa inovasi dalam membantu pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha melalui website resmi pemerintah yaitu OSS. Selain itu untuk menunjang keberhasilan peningkatan kualitas produk, tim juga melakukan pembaharuan desain logo yang lebih menarik sekaligus sosialisasi mengenai cara melakukan pemasaran dengan benar dan efektif sekaligus cara menerapkan konsep 4P dalam pemasaran produk.

Daftar Pustaka

- [1] S. Saputri and H. Kusumaningrum, "Pelatihan Dan Pendampingan Branding Logo Dan Kemasan Produk Ndoyan Jajan Di Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Profit Dindoyan Jajan," *Semin. Nas. Patriot Mengabdi*, vol. 1, no. 1, pp. 1-9, 2021, [Online]. Available: <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/spm/article/view/91>
- [2] I. Lady, R. Prastiwi, Y. Hariyoko, B. P. Ayodya, U. M. Kecil, and K. Sukodono, "Pendampingan Pengurusan Perizinan," 2021.
- [3] S. R. Ningsih, U. C. Nasution, and A. Mulyati, "Analisis Strategi Diverifikasi Dalam Upaya Perluasan Jangkauan Pemasaran Pada UKM Rahmad Jaya di Desa Kebomlati Kabupaten Tuban," vol. 9, no. 1.
- [4] I. Kusumaningayu, A. Rolalisasi, I. K. L. E. Cahyo, and M. R. Kurniawan, "Re-Desain Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Omset Pada Umkm Pia 'Mahen' Di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan," pp. 111-118, 2020.
- [5] Ley 25.632, "濟無No Title No Title No Title," pp. 14-27, 2002.
- [6] N. Ainun, R. Maming, and A. Wahida, "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm," *Jesya*, vol. 6, no. 1, pp. 674-681, 2023, doi: 10.36778/jesya.v6i1.967.
- [7] T. N. Niazi, "Re-Branding Logo Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Pada UMKM Dapur 68 Di Kelurahan Klampis Ngasem Logo Re-Branding As An Effort To Increase Business Competitiveness In Kitchen 68 Msmes In Klampis Ngasem Village," vol. 5, no. 2, pp. 74-80, 2023.
- [8] R. Anggraeni, "Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Eksaminasi J. Huk.*, vol. 1, no. 1, pp. 77-83, 2021.
- [9] B. Duta *et al.*, "Optimalisasi kualitas dan varian produk olahan tanaman toga desa kebontunggul," pp. 738-749, 1945.
- [10] E. Nofaniapgmailcom, "PENGARUH ADVERTISING , PRICE , DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC PADA PENGGUNA TIKTOKSHOP DI SIDOARJO," vol. 9, no. 1, pp. 51-55, 2001.

