

PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM KERUPUK PULI MELALUI RE- BRANDING & DIGITAL MARKETING KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO

Farah Zahila

Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Farahzahila@gmail.com

Carendy Indrawan

Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Carendy456@gmail.com

Ruth Yunita Putri Sianipar

Program Studi Sastra Jepang, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Putriruth1404@gmail.com

Siti Muhimatul Khoiroh

Dosen Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya Siti_muhimatul@untag-sby.ac.id

Abstrak

Desa Kesimantengah, yang terletak di Kecamatan Pacet, Mojokerto, merupakan desa yang kaya akan potensi alam, terutama dalam hal sumber daya alam dan pertanian. Salah satu UMKM yang ada di Desa Kesimantengah adalah Kerupuk Puli. Terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan pada UMKM kerupuk puli di Desa Kesimantengah, salah satunya yaitu UMKM yang pemasarannya kurang memadai, pengemasan yang kurang efektif, pelayanan yang kurang dan alat yang digunakan untuk pengemasan masih menggunakan alat sederhana. Upaya peningkatan produktivitas UMKM kerupuk puli di Desa Kesimantengah dilakukan dengan re-branding, dengan pembaharuan packaging dan logo kerupuk puli serta penambahan variasi rasa dari kerupuk puli; dan digital marketing, dengan pembuatan akun media sosial Instagram dan marketplace Shopee. Selain itu diberikan juga alat sealer press yang bisa membantu dalam mempersingkat proses dari produksi. Perubahan ini dilakukan dengan tujuan untuk memajukan produk UMKM Kerupuk Puli agar dapat dikenal lebih luas.

Kata Kunci : UMKM kerupuk puli, Produktivitas, Re-branding, digital marketing

Abstract

Kesimantengah Village, located in Pacet Sub-district, Mojokerto, is a village rich in natural potential, especially in terms of natural resources and agriculture. One of the MSMEs in Kesimantengah Village is Puli Crackers. There are several problems found in puli cracker MSMEs in Kesimantengah Village, one of which is that MSMEs have inadequate marketing, ineffective packaging, lack of service and the tools used for packaging are still using simple tools. Efforts to increase the productivity of puli cracker MSMEs in Kesimantengah Village are carried out by re-branding, by updating the packaging and logo of puli crackers and adding flavor variations of puli crackers; and digital marketing, by creating an Instagram social media account and Shopee marketplace. In addition, a sealer press was also provided which can help shorten the production process. These changes were made with the aim of advancing the products of Kerupuk Puli MSMEs so that they can be more widely recognized.

Keywords : Puli Crackers MSMEs, Productivity, Re-branding, Digital Marketing

Pendahuluan

Desa Kasimantengah, yang terletak di Kecamatan Pacet, Mojokerto, merupakan desa yang kaya akan potensi alam, terutama dalam hal sumber daya alam dan pertanian. Hanya terdapat 2 warga Desa Kesimantengah yang bermatapencaharian sebagai pelaku Usaha Kecil Menengah Mikro (UMKM). Salah satunya ada Pak Budiono yang produk UMKMnya adalah Kerupuk Puli. Kerupuk Puli adalah jenis kerupuk tradisional yang berasal dari Indonesia. Kerupuk sendiri merupakan makanan ringan yang terbuat dari bahan-bahan seperti tepung tapioka, dan bawang yang dicampur dengan bumbu-bumbu kemudian dikeringkan atau digoreng hingga menghasilkan tekstur yang renyah.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan di lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN), Terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan pada UMKM kerupuk puli di Desa Kesimantengah, salah satunya yaitu UMKM yang pemasarannya kurang memadai, pengemasan yang kurang efektif, pelayanan yang kurang dan alat yang digunakan untuk pengemasan masih menggunakan alat sederhana. Kekurangan alat yang digunakan pada UMKM kerupuk puli dalam melakukan pengemasan memperlambat dalam melakukan pengemasan sehingga memakan waktu untuk melakukan produksi kembali, serta kemasan yang masih tidak efisien dalam kemasan makanan, dan UMKM kerupuk puli tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).

UMKM merupakan salah satu kegiatan produksi untuk memacu laju pertumbuhan, pergerakan dan perkembangan sektor perekonomian, oleh sebab tersebut maka pengembangan UMKM di Desa Kesimantengah sangat penting bagi perekonomian Desa. Berdasarkan temuan tersebut, kami merasa perlu melakukan kegiatan *Re-Branding & Digital Marketing* yang berfokus pada upgrade pemasaran yang semula hanya dilakukan secara offline ditambah pemasaran melalui berbagai *e-commerce* karena dunia internet atau digital sangat berpengaruh dalam perkembangan usaha. Kami juga akan memberikan sealer press untuk packaging kerupuk puli dengan logo baru yang bisa menjadikan ciri khas dari kerupuk puli tersebut. Kami juga akan mendaftarkan Nomor Induk Berusaha (NIB) agar dalam melakukan pemutaran biaya UMKM Kerupuk puli bisa dengan gampang melakukan pemutaran biaya dari bahan sampai proses produksi. Melalui kegiatan ini, kami berharap dapat meningkatkan produktivitas UMKM Kerupuk Puli Melalui *Re-Branding & Digital Marketing*.

Kegiatan Pengabdian ini didesa Kesimantengah, Pacet, Mojokerto bertujuan untuk memperkenalkan pelaku Menengah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya pengembangan usaha melalui peningkatan penjualan produk yang efektif guna memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Dalam hal pengembangan Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) yang telah dilakukan warga sekitar banyak ditemui permasalahan dalam hal pemasaran produk, branding produk dan pengemasan produk, sehingga hal tersebut menyebabkan penurunan omset pasar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satunya cara yang dapat dimanfaatkan adalah pendampingan langsung dan pelatihan pembuatan desain kemasan produk guna meningkatkan nilai jual produk di Desa Kesimantengah

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh mahasiswa kelompok R15 dan subkelompok 02 sasaran utama adalah UMKM kerupuk puli desa kesimantengah, kecamatan pacet, Mojokerto, dimana pelaksanaannya dimulai dari mengenalkan tentang cara meningkatkan strategi pemasaran yang efektif. Metode program kerja yang kami gunakan dalam melaksanakan program pengabdian merupakan metode wawancara dan observasi langsung kepada mitra kerupuk puli desa kesimantengah. Metode

pelaksanaan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

1. Teknik pengumpulan data
Pengumpulan data dilakukan dengan cara diskusi atau wawancara langsung dengan pihak mitra. Diskusi dilakukan untuk saling mendapatkan dan memberikan solusi dengan memberikan masukan-masukan dari pengalaman selama pembuatan kerupuk puli berlangsung.
2. Memperbaiki kemasan
Pada tahap ini dilakukan re-branding pada kemasan dan logo, dimana kemasan yang awalnya dipress secara manual diganti dengan alat sealer, memperbaiki logo kemasan agar bisa menarik pelanggan dengan logo baru.
3. Memperbaiki pelayanan
UMKM kerupuk puli menjual secara offline kepada toko-toko klontong, pada tahap ini kami memperbaiki pelayanan dengan memperluas jangkauan pemasaran melalui e-commerce dan pembuatan akun Instagram agar masyarakat diluar desa kesimantengah bisa mengetahui mengenai kerupuk puli
4. Memberikan inofasi secara berkala
Pada tahap ini UMKM kerupuk puli belu mempunyai nomer induk berusaha (NIB), kami akan melakukan pendampingan dalam mengurus nomer induk berusaha (NIB) manfaat dari NIB sendiri bisa meningkatkan efisiensi, tranparasi, dan keamanan dalam lingkungan bisnis
5. Mempersiapkan pengadaan alat/mesin sealer press
Dengan adanya pengadaan alat/mesin sealer press bisa meningkatkan dalam proses packaging, sehingga waktu tidak terbuang sia-sia.
6. Pendampingan secara berkala
Pendmappingan langsung tertuju kepada umkm kerupuk puli, agar dalam pendampingan bisa lebih efektif dan bisa langsung dicoba. Dalam pendampingan ini yaitu pendampingan pembuatan e-commerce, akun Instagram, pembuatan Nomer Induk Berusaha (NIB), penggunaan alat sealer press.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan ini dimulai pada tanggal 15 Januari 2024 hingga 20 Januari 2024 di Desa Kesimantengah RT 4/RW 4 Kecamatan Pacet Mojokerto. Kegiatan ini diawali dengan melakukan survey terhadap mitra kerupuk puli dengan tujuan memberikan informasi dan pemahaman mengenai program kerja yang akan lakukan selama pengabdian berlangsung. Pada kegiatan survey dilakukab sebanyak 2x, mahasiswa dapat melihat potensi dan permasalahan yang diambil berdasarkan hasil observasi sehingga dapat membantu proses penyusunan konsep program kerja.



Gambar 1: Survey ke Pelaku UMKM

UMKM Kerupuk Puli di Desa Kesimantengah diolah oleh Bu Nurhayati ini menjual Kerupuk Puli dalam bentuk yang sudah matang maupun yang masih mentah. Penjualan dari Kerupuk Puli ini sendiri masih berada di sekitaran Desa Kesimantengah saja. Selain itu, kemasan dari kerupuk puli ini sendiri masih berupa plastik biasa dengan ketas sederhana berisi merk dagangnya. Kemasan dari kerupuk puli ini juga masih dikemas dengan alat yang seadanya yang memuat proses produksi menjadi lambat. UMKM ini juga belum memiliki media sosial dan marketplace sebagai tempat pemasaran dari produknya.

Proses Pembuatan Kerupuk puli sebagai berikut :

Bahan - Bahan :

- a. Tepung tapioka
- b. 300 ml air matang
- c. 1 sendok teh garam
- d. Bawang putih

Cara Pembuatan :

- a. Pastikan semua bahan sudah tersedia dan diukur dengan tepat.
- b. Campur Tepung dan Air, Tuangkan tepung tapioka ke dalam mangkuk besar, Tambahkan air sedikit-sedikit sambil terus diaduk, Masukkan garam, bawang-bawang ke dalam adonan dan aduk hingga merata.



Gambar 2: Pembuatan Prouduk Krupuk puli

- c. Setelah adonan cair sudah siap, ambil wadah berbentuk lingkaran dan tuangkan keatas wadah secukupnya dan kukus diatas panci yang sudah panas, ulangi sampai adonan habis
- d. Setelah adonan selesai dikukus, adonan dipotong berbentuk kotak menggunakan spatula diatas wadah.
- e. Selanjutnya kerupuk yang sudah dibentuk, Letakkan kerupuk yang sudah dibentuk di atas talam atau alas yang bersih dan rata. Biarkan kerupuk kering di tempat yang teduh hingga mengeras. Proses pengeringan bisa memakan waktu beberapa jam atau lebih tergantung pada kondisi udara.
- f. Goreng, Panaskan minyak goreng dalam wajan hingga cukup panas, Goreng kerupuk satu per satu hingga mengembang dan berwarna keemasan. Angkat dan tiriskan kerupuk menggunakan serbet atau tisu dapur.
- g. Setelah ditiriskan, selanjutnya proses packaging menggunakan plastic dan logo yang sudah di desain, dan dipress menggunakan mesin sealer. Harga satu bungkus kerupuk puli yaitu Rp 1.000



Gambar 3: Proses Pengemasan Krupuk Puli

Optimalisasi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) akan lebih efektif jika didukung dengan media komunikasi yang dapat menghubungkan pengusaha dan konsumen yaitu media pemasaran digital seperti media sosial yang dari berbagai penelitian terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran[1]. Kegiatan *Re-Branding & Digital Marketing* yang dilakukan adalah dengan pembuatan design packaging berupa stiker, penambahan variasi rasa, serta *upgrade* pemasaran yang semulanya hanya dilakukan secara *offline* ditambah pemasadan melalui berbagai *e-commerce*. Selain itu, akan diberikan alat *sealer press* yang akan mempermudah serta mempercepat proses pengemasan kerupuk puli. Untuk desain logo yang kelompok kami buat memberikan kesan yang unik dan menarik, seperti halnya produk lain diluar sana yang pastinya memiliki ciri khas sendiri dari produk mereka.



Gambar 4: Logo UMKM Krupuk Puli

Logo tersebut tidak hanya gambar atau suatu merek dari produk kerupuk puli, tetapi juga mempunyai makna tersendiri dalam pembuatan logo tersebut, seperti:

- Gambar kerupuk puli mencerminkan kekayaan kuliner Indonesia dan keberagaman hidangan yang ada di berbagai daerah.
- Teks "Krupuk Puli NK" memiliki arti sendiri yaitu nama lengkap dan disingkat menjadi NK dari pemilik UMKM kerupuk Puli
- Teks "Lezat-Kriuk-Gurih" memiliki arti kerupuk puli sendiri dengan rasa yang lezat, kriuk dan gurih. Kerupuk puli memiliki ciri khas karena bentuknya yang panjang, tipis, dan terbuat dari adonan tepung tapioka yang dibentuk seperti kotak. Proses pembuatannya melibatkan adonan yang dicetak dalam bentuk panjang, kemudian direbus, dikeringkan, dan digoreng hingga menjadi kerupuk yang renyah. Kerupuk Puli biasanya disajikan sebagai camilan atau pendamping makanan. Rasa kerupuk ini umumnya gurih dan renyah. Selain itu, kerupuk ini juga sering dijumpai pada acara-acara khusus, perayaan, atau

sebagai oleh-oleh khas daerah tertentu di Indonesia.

- d. Nama Lokasi dan Nomer Telepon agar memberikan konteks tempat dan informasi secara spesifik.
- e. Untuk latar belakang logo saya menggunakan warna coklat agar dapat dapat memberikan kesan netral, agar warna coklat padu dengan warna kerupuk puli yang berwarna coklat, tidak memengaruhi secara khusus persepsi warna lainnya, dan terlihat lebih simple.

Re-branding selanjutnya adalah menambahkan variasi rasa pada kerupuk puli. Hal ini disebabkan karena rasa yang ada selama ini hanyalah rasa original kerupuk puli. Variasi rasa ini dibuat dengan menambahkan kerupuk puli dengan bumbu tabur rasa Balado dan Sapi Panggang. Dengan adanya rasa baru yang sebelumnya hanya dibeli oleh orang dewasa sebagai pendamping makan berat sekarang bisa menarik pembeli anak kecil karena aneka rasa yang baru. Keputusan Pembelian terbentuk dari adanya berbagai inovasi produk yang muncul serta peningkatan kepercayaan dan perubahan suasana toko menjadi lebih nyaman, sehingga minat pelanggan untuk mengunjungi dan membeli akan semakin tinggi, namun juga dibarengi dengan perspektif pelanggan yang lain seperti kualitas produk minuman dan makanan, harga yang terjangkau, dan perspektif masing masing pelanggan lainnya [2].



Gambar 5: Produk Krupuk Puli dalam Kemasan yang baru

Pasca pandemi covid memberikan banyak pelajaran dan perubahan dari segala aspek, jadi dapat disimpulkan terjadi perubahan perilaku konsumen seperti konsumen lebih peduli dengan perawatan diri dan kesehatan fisik maupun mental jadi bisnis

traveling dan pariwisata serta kesehatan akan potensial di masa mendatang.

Akselerasi teknologi juga terjadi yang awalnya media sosial digunakan untuk berbagi foto dan video saja sekarang ada fitur belanja, dengan begitu trennya belanja online semakin meningkat apalagi bagi generasi Z. Hal itu dapat memberikan alternatif pilihan yang banyak bagi konsumen sehingga perilaku konsumen menjadi akan membandingkan dengan produk lain. Oleh karena itu jika ingin memenangkan persaingan penting bagi penjual untuk mengetahui lebih awal perilaku konsumen yang terjadi, dengan demikian, penjual akan dapat menentukan strategi yang tepat untuk memasarkan yang tentunya sesuai apa yang dibutuhkan konsumen. Dengan ketepatan data dan temuan bagi peneliti selanjutnya mungkin bisa lebih spesifik lagi dalam menentukan bisnis digital apa yang mampu mempengaruhi atau terpengaruh oleh perilaku konsumen dengan referensi dan sumber data yang lebih komplit.[3]

Pembuatan media sosial dan marketplace juga dilakukan dengan tujuan agar produk bisa dipasarkan tidak hanya di masyarakat sekitar Desa Kesimantengah, melainkan ke seluruh Indonesia. Media sosial yang digunakan adalah Instagram. Instagram sendiri merupakan aplikasi media sosial yang berfokus pada foto dan video yang digunakan oleh semua kalangan. Sedangkan untuk marketplace yang digunakan adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia yang bisa digunakan oleh semua kalangan. Diharapkan dengan adanya akun Instagram dan Shopee, produk kerupuk puli bisa dikenal tidak hanya di Desa Kesimantengah tetapi di luar Desa Kesimantengah.



Gambar 6: Pembuatan akun marketplace bagi pelaku UMKM

Selanjutnya pada tahap memberikan informasi berkala UMKM Kerupuk Puli belum mempunyai Nomer Induk Berusaha (NIB), NIB sendiri yaitu nomor identifikasi yang diberikan kepada setiap pelaku usaha atau perusahaan yang terdaftar di Indonesia. Penetapan NIB dilakukan sebagai bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk menyederhanakan proses perizinan dan meningkatkan kemudahan berusaha di negara tersebut. Pemberian NIB bertujuan untuk menyederhanakan proses perizinan dan administrasi bisnis. Dengan memiliki NIB, pelaku usaha diharapkan dapat memulai dan mengelola usahanya dengan lebih mudah dan cepat. Legalitas usaha memiliki pengaruh yang positif terhadap akses pembiayaan pelaku UMKM di Desa Cupak. Dengan demikian, apabila nilai legalitas usaha mengalami peningkatan maka akses pembiayaan pelaku UMKM di Desa Cupak akan mengalami peningkatan dan juga sebaliknya[4].



Gambar 7: Pendefteran Legalitas bagi UMKM

Tahap selanjutnya memberikan saran kepada pemilik UMKM Kerupuk Puli, dengan adanya mesin sealer press, yang awalnya masih menggunakan alat manual yaitu dengan lilin (dijilit) dan bisa memakan waktu cukup lama dan rentang cacat/sobek dalam pengemasan. Disini kami memberikan alat sealer press untuk mengoptimalkan produktivitas produksi UMKM kerupuk puli. Yang awalnya dalam 1 ball kerupuk puli goreng dibungkus selama 3 jam secara manual. Dengan adanya bantuan alat sealer bisa meningkat 1 ball hanya memerlukan waktu 2 jam proses packaging.

Kesimpulan

Upaya peningkatan produktivitas UMKM kerupuk puli di Desa Kesimantengah dilakukan dengan *re-branding* dan *digital marketing*. Re-branding dilakukan dengan pembaharuan packaging dan logo kerupuk puli serta penambahan variasi rasa dari kerupuk puli. Sedangkan digital marketing dilakukan dengan pembuatan akun media sosial Instagram dan marketplace Shopee. Selain itu diberikan juga alat sealer press yang bisa membantu dalam mempersingkat proses dari produksi. Perubahan ini dilakukan dengan tujuan untuk memajukan produk UMKM Kerupuk Puli agar dapat dikenal lebih luas.

Daftar Pustaka

- [1] Mahendra, I. A., Maruta, I. A., & Maduwinarti, A. (2023). Customer Relationship Management and Utilization of Digital Marketing Media as a Strategy for Increasing the Marketing Performance of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises). *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 103-114.
- [2] Yulaikha, S., Tazha, J., Ainurrohman, C., & Mahendra, I. A. (2023). PENGARUH ATMOSFER TOKO, KEPERCAYAAN, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FRANCHISE KOPI JANJI JIWA SURABAYA. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 81-90.
- [3] Swardinata, P. P. E., Wirayudha, A., Wijaya, W. S., Efendi, I., & Mahendra, I. A. (2023). ANALISIS PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN PASCA PANDEMI COVID DI INDONESIA TERHADAP BISNIS DIGITAL DAN GAYA HIDUP. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 70-80.
- [4] Narastri, M., Mahendra, I. A., Juaayunata, K., Hadi, E. K., Pithaloka, S. A., Noviandari, T., ... & Hartawan, D. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Legalitas Usaha Untuk UMKM Desa Cupak, Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang. CEMERLANG:

- Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, 3(3), 80-93.
- Fakultas, J., Produktivitas, P., Kemampuan, P., Motivasi Pada Azzahra Moslem Wear Yogyakarta, dan, Soni Kurniawan, I., Cahyaningtyas Prodi Manajemen, T., & Ekonomi, F. (2021). JURNAL PRODUKTIVITAS. In Jurnal Produktivita (Vol. 8). www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Khoiroh, S. M., Mundari, S., Sofianto, R., & Septiana, A. (2019). PENGARUH DIGITAL MARKETING, PROFITABILITY, LITERASI KEUANGAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI LAT (LOBSTER AIR TAWAR) DI INDONESIA. *Teknika : Engineering and Sains Journal*, 3(2), 71-76.
- Prihatiningtyas, S., Fahimah, M., Pertiwi, N. A. S., Umardiyah, F., & Fitri, N. N. V. (2021). REBRANDING PRODUK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PRODUKSI JAMU DI DESA MOJOKAMBANG JOMBANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 487. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.33535>
- Yuriyadi, A., & Khoiroh, S. M. (2023). Implementasi Metode Material Requirement Planning (MRP) Dalam Melakukan Perencanaan Persediaan Bahan Baku Kursi Susun Pada CV XYZ. *Jurnal Kendali Teknik Dan Sains*, 1(3), 165-176. <https://doi.org/10.59581/jkts-widyakarya.v1i3.656>