



PENINGKATAN EKSISTENSI USAHA MENUJU TERWUJUDNYA KESEJAHTERAAN ANGGOTA KUB “ MAJU LANCAR ”

Wahyu Dwi Artaningtyas¹, Harry Budiharjo Sulistyarso², Indah Widiyaningsih³

¹²³ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email ¹ wahyudwiartaningtyas@upnyk.ac.id, ² harry_hb@upnyk.ac.id

³ indahwidiyaningsih @upnyk.ac.id

Abstract

The internal Community Service (PbM) program activity done by UPN “Veteran” Yogyakarta’s team aims to completely overcome all the problems faced by partners today. The assistance that has been carried out in 2020 has had a real impact, namely in the form of increasing partner production capacity and sales turnover by 15%. The condition of the Covid-19 pandemic, which is still ongoing today, is a challenge for KUB’s “MAJU LANCAR” business. Various new breakthroughs must be taken to be able to continue to exist and develop. This is one of the arguments why this PbM activity needs to be re-done. This internal Community Service Program seeks to provide solutions that are expected to help resolve new problems related to how partners can continue to maintain their business in the midst of the current difficult situation. In the field of production, the procurement of more modern production equipment is expected to increase the production capacity of partners. The solution to problems in the field of marketing management is to help redesign product packaging so that it is more attractive to consumers, and can increase product value. Another solution that is provided apart from a new packaging design is to provide training using social media to better introduce the partners’ products to the community so that they can further expand their marketing reach. Evaluation of the success of program implementation continues to be carried out so that all activities really provide problem solving for partners’ problems, so that this household industry business will continue to exist in the midst of increasingly difficult conditions.

Keywords : omzet, exist, solution, market place

Abstrak

Kegiatan program Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) internal yang dilaksanakan oleh tim pengabdian UPN “Veteran” Yogyakarta ini bertujuan untuk secara tuntas mengatasi segala permasalahan yang dihadapi oleh mitra saat ini. Pendampingan yang telah dilakukan di tahun 2020 sudah memberikan dampak nyata yaitu berupa peningkatan kapasitas produksi mitra dan omzet penjualan sebesar 15%. Kondisi pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sampai dengan saat ini, menjadi tantangan tersendiri usaha KUB “MAJU LANCAR”. Berbagai terobosan baru harus diambil untuk dapat tetap eksis dan berkembang. Hal inilah yang menjadi salah satu

argumen mengapa kegiatan PbM ini menjadi perlu untuk dilakukan kembali. Program Pengabdian bagi Masyarakat internal ini berusaha untuk memberikan solusi yang diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan baru terkait bagaimana mitra tetap dapat mempertahankan usaha di tengah situasi yang sulit saat ini. Pada bidang produksi, pengadaan peralatan produksi yang lebih modern diharapkan mampu meningkatkan kapasitas hasil produksi mitra. Solusi bagi permasalahan di bidang manajemen pemasaran adalah dengan membantu mendesain kembali kemasan produk sehingga lebih menarik bagi konsumen, dan dapat meningkatkan nilai produk. Solusi lain yang diberikan selain berupa design kemasan yang baru adalah dengan memberikan pelatihan menggunakan media sosial guna lebih mengenalkan hasil produksi mitra pada masyarakat sehingga dapat lebih memperluas jangkauan pemasaran. Evaluasi terhadap keberhasilan pelaksanaan program terus dilakukan sehingga semua kegiatan benar-benar memberikan *problem solving* bagi permasalahan mitra, sehingga usaha industri rumah tangga ini akan tetap dapat terus eksis di tengah kondisi yang semakin sulit

Kata kunci: omzet, eksis, *digital marketing*, solusi, *market place*

PENDAHULUAN

KUB “ MAJU LANCAR ” yang merupakan mitra pada kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) ini adalah sebuah kelompok usaha bersama yang dirintis dan diketuai oleh Ibu Sukir. KUB ini mengolah singkong dan juga pisang menjadi camilan berupa keripik. Usaha produksi keripik pisang dan singkong ini telah mendapatkan ijin usah, sebuah desaa yang berupa Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P.IRT.No: 214.34.03.01.462 dan juga telah mendapatkan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan Nomor : 363 / 34.03 /2008. Keterbatasan modal dan minimya pengetahuan anggota KUB menyebabkan ijin usaha PIRT yang telah habis masa berlakunya ini tidak diperpanjang kembali. Lokasi mitra berada di Padukuhan Gagan, Desa Pengkol, Kapanewon Nglipar, Kabupaten Gunung Kidul, sekitar 43 kilometer dari kampus UPN “ Veteran “ Yogyakarta. Letaknya yang terpencil, kondisi masyarakat baik dari sisi edukasi maupun dari sisi ekonomi yang masih rendah menjadikan padukuhan ini dipilih sebagai salah satu lokasi yang dijadikan sebagai obyek pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata bagi mahasiswa UPN “ Veteran “ Yogyakarta angkatan 69. Perlu ekstra kehati hatian untuk menuju ke lokasi mitra dikarenakan kontur



jalanan yang naik turun cukup terjal.

Pada kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat yang dilaksanakan di tahun 2020 ternyata berdampak positif bagi peningkatan hasil produksi mitra, dan juga pendapatan anggota KUB " MAJU LANCAR ". Bantuan peralatan produksi berupa alat perajang singkong manual kompor beserta tabung gas , plastik kemasan , penggorengan , bubuk varian rasa dan juga *impulse sealer*, ternyata mampu meningkatkan produksi mitra baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Peningkatan penjualan setelah program PbM pada tahun 2020 dilaksanakan kurang lebih sebesar 15 %.

Komunikasi yang rutin tetap terjalin antara mitra dan pengabdi , bahkan terkadang melalui pengabdi pula mitra mendapatkan order pesanan keripik singkong dan keripik pisang. Setiap kali konsumen telah mengkonsumsi keripik .hasil produksi mitra , konsumen diminta untuk memberikan review terhadap kualitas hasil produksi mitra baik dari sisi tampilan maupun dari sisi cita rasa . Diperkenalkannya metode pemasaran online yang masih sederhana dengan bantuan dari pengabdi sebagai admin penjualan online maupun dalam menerima pesanan langsung dari konsumen melalui komunikasi dengan Whats App, membuat konsumen dapat memberikan review terhadap citarasa dan kualitas keripik yang mereka konsumsi. Sebagian besar review dari para konsumen mengatakan jika cita rasa keripik pisang rasa manis sangat enak , akan tetapi apabila dilihat dari segi kemasan , kemasan masih sangat sederhana .

Beberapa konsumen mengatakan bahwa kemasan masih terkesan sangat biasa bahkan kurang menarik, sehingga kurang begitu membuat orang untuk langsung melirik ketika dipajang pada etalase di toko pusat oleh oleh. Bagaimanapun juga tampilan dari suatu produk seringkali menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk . Kemasan memiliki fungsi yang sangat penting antara lain kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung produk serta memiliki fungsi kepraktisan yang harus sesuai dengan pandangan konsumen, Kemasan memiliki fungsi branding/merek sebagai sarana komunikasi citra dan posisi produk dipasar. Konsumen menyarankan agar produk dikemas dalam *standing pouch* yang lebih menarik sehingga akan memberikan nilai tambah bagi

produk keripik , mengingatrasanya yang tidak kalah dengan keripik buatan usaha usaha besar yang telah memiliki nama .

Masih terlihatnya bercak minyak goreng pada kemasan produk juga merupakan review yang banyak diberikan oleh konsumen, sehingga ke depannya perlu lebih diperhatikan tingkat ketuntasan hasil gorengan keripik . Minyak goreng yang tidak tuntas menyebabkan keripik menjadi cepat beraroma tengik dan mempercepat habisnya masa kelayakan dan keamanan keripik untuk dikonsumsi. Belum dicantumkannya masa kadaluarsa pada kemasan produk juga menjadi review dari para konsumen .

Melimpahnya bahan baku keripik singkong sebenarnya dapat menjadi jaminan bagi keberlangsungan usaha mitra ini, akan tetapi tidak demikian halnya dengan bahan baku keripik pisang , dimana pada waktu waktu tertentu terkadang sangat sulit untuk mendapatkan pisang di daerah sekitar desa Pengkol . Hal ini tentu saja berdampak pada hasil produksi yang tidak menentu dan banyak menghabiskan waktu untuk mencari bahan baku berupa pisang ke luar daerah. Tambahan biaya produksi terutama terkait dengan biaya transportasi tentu akan menjadi naik, dan apabila mitra tidak menaikkan harga jualnya maka biaya tersebut akan mengurangi margin keuntungan yang didapat . Kondisi pandemi yang tengah berlangsung saat ini tentu saja sangat menjadi penghalang bagi kelompok ini baik dalam hal pencarian bahan baku maupun dalam memasarkan hasil produksinya secara langsung , mengingat mitra belum begitu menguasai penjualan berbasis internet .

Hasil produksi yang dijual tanpa menggunakan kemasan yang menarik dan label merk (hanya dijual dengan dengan kemasan plastik biasa dan design merk seadanya) membuat hasil produksi mitra tidak dapat menembus pangsa pasar dengan sistem penjualan langsung di berbagai toko toko modern yang ada di Kabupaten Gunung Kidul . Alat produksi yang masih sederhana menjadi permasalahan yang dihadapi oleh mitra , hal ini tidak dapat dipungkiri dikarenakan minimnya permodalan yang mereka miliki . Bantuan peralatan produksi yang pernah mereka terima dari Disperindakop kabupaten Gunung Kidul tidak bisa lagi dipergunakan, sementara untuk mengajukan bantuan permodalan ,



mitra sama sekali tidak memiliki pengetahuan tentang bagaimana membuat sebuah proposal bantuan permodalan yang baik .

Tidak adanya catatan pembukuan tentang arus kas masuk dan keluar menyebabkan mitra tidak dapat mengetahui sampai dimana posisi perkembangan usaha yang mereka jalankan. Selama masih ada uang yang dapat digunakan untuk membeli bahan baku dan berproduksi lagi , mereka beranggapan bahwa usaha yang mereka jalankan untung .

Belum dimilikinya logo terkait merek , seta kemasan produk yang menarik , dan juga metode pemasaran yang masih konvensional merupakan permasalahan yang dihadapi oleh KUB “ MAJU LANCAR “ yang sangat segera membutuhkan solusi permasalahannya , sehingga usaha ini akan tetap mampu eksis di masa yang akan datang di tengah kondisi pandemi yang tidak kita ketahui akan sampai kapan berlangsung .

Target luaran yang akan dicapai dalam Program Pngabdian bagi Masyarakat Internal ini adalah sebagai berikut , sebagaimana tertera pada tabel 2.1 berikut ini .

Tabel 1. Target Capaian Luaran Kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
A.	LUARAN WAJIB	
1.	Publikasi Ilmiah di Jurnal / Prosiding	Accepted/Published
2.	Publikasi pada media masa (cetak / elektronik)	Telah terbit di media masa
3.	Video Kegiatan PbM	Sudah jadi,siap publikasi
4.	Buku Ber ISBN	Sudah terbit ISBN
5.	Poster Ukuran A0 landscape maksimal 2MB	Sudah ada
6.	Kekayaan Intelektual (Hak Cipta Buku)	Sudah terbit HAKI
7.	Peningkatan Pemberdayaan Mitra	Sudah ada
B.	LUARAN TAMBAHAN	
1.	Wirausaha baru mandiri	Sudah ada wirausaha baru

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Metode kegiatan yang dilakukan dalam program PbM ini berupa pelatihan dan pendampingan serta peningkatan pemahaman akan pentingnya pembukuan sederhana, desain logo dan etiket merk serta pemasaran online.

No.	Permasalahan	Kegiatan	Target Luaran
1.	Hasil produksi sedikit, kualitas produk tidak seragam dikarenakan masih menggunakan Peralatan sederhana.	Bantuan peralatan produksi berupa : alat perajang singkong dan pisang, tabung dan kompor gas, penggorengan besar, kompor gas, impulse sealer, timbangan digital, standing pouch, spinner.	Kuantitas dan kualitas hasil produksi meningkat
2.	Belum ada pengelolaan keuangan yang baik, minimnya pengetahuan pembuatan proposal bantuan permodalan.	Pelatihan Pembukuan sederhana dan pelatihan pembuatan proposal bantuan permodalan	Adanya catatan arus kas keluar masuk dan distribusi proposal bantuan permodalan bagi mitra.
3.	Kemasan Produk yang kurang menarik, produk dijual tanpa menggunakan etiket merk	Penyuluhan dan praktek pembuatan kemasan hasil produksi keripik pisang, pembuatan logo dan etiket merk untuk hasil produksi.	Menghasilkan merk hasil [produksi dan kemasan yang lebih menarik
4.	Pemasaran yang masih bersiat konvensional.	Pelatihan tentang strategi pemasaran dan penjualan dengan metode <i>online</i> (media internet)	Mitra memperoleh pengetahuan tentang bagaimana cara memasarkan hasil produksi baik secara <i>online</i>

Pelaksanaan Kegiatan

1. Pemberian Bantuan Peralatan

Pada tahap awal pelaksanaan program PbM ini, terlebih dahulu diadakan sosialisasi kepada seluruh anggota KUB “ MAJU LANCAR ” dan juga diikuti oleh perangkat desa Pengkol sebagai bentuk wujud perhatian pemerintah desa



terhadap warganya yang berupaya untuk meningkatkan perekonomiannya. Setelah program tersosialisasi dengan baik dan telah disepakati kegiatan yang akan dilaksanakan selama program PbM berlangsung berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka kemudian di tahap awal program ini diberikan beberapa bantuan peralatan produksi kepada mitra. Bantuan peralatan produksi ini diharapkan mampu meningkatkan kuantitas dan juga kualitas dari keripik pisang dan keripik singkong yang dihasilkan oleh mitra. Beberapa peralatan produksi seperti kompor, tabung gas, timbangan digital, spinner dan impulse sealer.



Gambar 1. Pemberian Bantuan Peralatan Produksi

2. Pelatihan Pembukuan dan penyaluran proposal bantuan permodalan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan dari mulai mempersiapkan materi pelatihan , menentukan jadwal dan metode pelatihan , tahap pelaksanaan pelatihan sampai dengan praktek membuat laporan keuangan sederhana dan juga penyaluran proposal bantuan permodalan . Hasil yang diperoleh dalam pelatihan pembukuan sederhana bagi KUB “ MAJU LANCAR “ ini adalah dimilikinya pengetahuan dan keterampilan dalam memisahkan keuangan pribadi dengan usaha sehingga mitra dapat mengetahui perkembangan usahanya melalui pembukuan yang baik dan sistematis. Manajemen keuangan dalam menjalankan sebuah usaha kecil mikro adalah salah satu aspek penting dalam menentukan kesuksesan suatu usaha. Dengan manajemen yang baik maka akan diperoleh laba yang jelas jumlahnya, dan akan terjadi pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, laporan pembukuan sederhana sangat penting diperlukan dan diterapkan oleh pelaku usaha dan tidak menggabungkan uang pribadi dengan usang hasil usahanya. Meningkatnya pengetahuan tentang pentingnya mengelola keuangan usaha dan merencanakan keuangan agar dapat meminimalisir kerugian akibat kesalahan yang dilakukan sendiri. Dengan keuangan yang terkelola dengan baik diharapkan keuntungan usaha bisa meningkat serta dapat mengembangkan usahanya.

3. Penyuluhan dan praktek pembuatan kemasan hasil produksi keripik pisang , pembuatan logo dan etiket merk untuk hasil produksi .

Pelatihan pengemasan dengan menggunakan alat impulse sealer yang telah diberikan pada kegiatan sebelumnya diberikan pada mitra. Penutupan kemasan selama ini dilakukan hanya dengan menggunakan staples biasa sehingga masih memungkinkan adanya celah tempat masuknya udara atau kemasan tidak tertutup dengan kerapatan sempurna yang dapat menyebabkan produk menjadi tidak lagi krispy atau dikatakan menjadi melempe . Dibutuhkan tingkat ketelitian untuk menggunakan alat ini sehingga perlu dicoba dan dilatih berkali kali sehingga menghasilkan produk yang dikemas dengan kerapihan sempurna . Tingkat kepanasan dari alat impulse sealer yang digunakan sangat menentukan kerapihan dari hasil pengemasan . Pengetahuan mitra mengenai hal apa saja yang perlu

dicantumkan dalam kemasan juga masih sangat kurang sehingga perlu tambahan pengetahuan. Setelah dilakukan pelatihan, mitra lebih memperoleh pemahaman tambahan tentang pentingnya kemasan untuk memasarkan hasil produksinya. Selain itu, mitra juga memahami informasi-informasi yang perlu dicantumkan dalam kemasan, seperti merk dagang (yang harus terdaftar), tanggal kadaluarsa (*expired*), berat produk, komposisi, No PIRT (perlu diurus), dan label halal (harus terdaftar baru bisa digunakan).



Gambar 3. Mitra Menggunakan Impulse Sealer

4. Pelatihan metode pemasaran dengan metode online

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran berbasis online yang diberikan kepada mitra, sangat berkaitan erat dengan kondisi yang dihadapi oleh para pelaku usaha industri rumah tangga saat ini, dimana pandemi yang tengah melanda Indonesia dan diberlakukannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sangat berpengaruh terhadap hasil penjualan mitra yang selama ini masih sangat bergantung pada sistem pemasaran yang masih bersifat konvensional yaitu dengan jalan menjual langsung pada konsumen dan juga

dengan menitikkan pada beberapa toko yang ada di sekitar lokasi mitra berada . Jika kondisi seperti ini masih berlangsung lama tentu saja akan sangat berpengaruh pada eksistensi usaha mitra , oleh karena itu penguasaan metode pemasaran berbasis online guna meningkatkan pangsa pasar menjadi sangat mutlak untuk segera dimiliki oleh mitra. Guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan dua metode sebagai berikut: ceramah dan juga metode praktek. Metode ceramah dilakukan dengan menyampaikan teori tentang teknologi informasi yang berkaitan dengan bidang pemasaran . Materi yang disampaikan meliputi cara pemanfaatan media online, untuk pemasaran, pemasaran *online* dengan instagram, shopee dan juga *market place* di *Facebook* . Menuangkan ide bisnis dalam media *online*, bagaimana membuat media pemasaran *online*. Materi yang diberikan memang sangat sederhana dan dasar sekali. Sebagai pendukung materi ceramah, para peserta diberikan makalah yang berisi panduan singkat mengenai media pemasaran secara *online*. Metode praktek digunakan setelah para pengelola usaha diberikan materi singkat sebagai pendahuluan tentang media *online*. Ketika praktik menggunakan membuat media *online*, mitra menggunakan *handphone* masing masing , sehingga dapat langsung praktek membuat media *online* untuk pemasaran.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Program Pengabdian bagi Masyarakat dengan mitra Kelompok Usaha Bersama “ MAJU LANCAR ” terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan usaha mitra , baik dari sisi kuantitas maupun kualitas hasil produksi . Dari sisi manajemen administrasi terbukti dengan dimilikinya catatan pembukuan yang lebih akuntabel dan sistematis , sehingga layak jika akan digunakan sebagai salah satu persyaratan dalam mengajukan proposal bantuan permodalan kepada pihak pihak terkait .

Pengetahuan akan pemasaran berbasis *online* pun juga sudah dimiliki oleh mitra , sehingga di masa pandemi seperti saat ini dapat sangat membantu dalam proses pemasaran hasil produksi dimana di masa pandemi sangat sulit untuk dipasarkan secara langsung pada konsumen .

Indikator keberhasilan dari program PbM ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Program PbM

No.	Indikator Keberhasilan	Uraian
1.	Kapasitas hasil produksi mitra dan volume penjualan	Terjadi peningkatan kapasitas dan volume penjualan sebesar 15% , dengan penggunaan alat produksi yang lebih modern .
2.	Dimilikinya merk dan desain logo yang baru dalam kemasan hasil produksi keripik singkong dan keripik pisang	Pelatihan akan pentingnya design dan logo membuat hasil produksi mitra memiliki nilai lebih sehingga dapat dipasarkan di toko modern , menjadikan produk mudah dikenal oleh masyarakat .
3.	Dimilikinya catatan pembukuan administrasi keuangan usaha mitra	Pelatihan pembukuan lanjutan, meningkatkan skill dan pengetahuan mitra dalam membuat laporan keuangan / pembukuan yang dapat digunakan sebagai salah satu persyaratan dalam pengajuan proposal bantuan permodalan
4.	Tersusunnya 2 proposal bantuan permodalan yang diajukan ke Koperasi KOMPAYO dan	Dengan tersalurkannya proposal bantuan permodalan diharapkan dapat meningkatkan permodalan yang

	Disperindagkop kabupaten Gunung Kidul	dimiliki oleh mitra sehingga dapat mengembangkan kapasitas produksinya .
5.	Dimilikinya media pemasaran online untuk memasarkan hasil produksi mitra .	Dengan adanya media pemasaran online diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran hasil produksi mitra

Pembahasan

Solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan mitra di bidang produksi yaitu dengan jalan memberikan bantuan peralatan produksi berupa timbangan digital , *impulse sealer*, mesin *spinner* dan plastik kemasan *standing pouch*. Luaran dari solusi ini adalah berupa meningkatnya kapasitas produksi keripik singkong dan keripik pisang sebesar 15 % , yang dihasilkan mitra setiap bulannya dibandingkan produksi di saat belum mendapatkan bantuan peralatan produksi yang lebih modern dari tim pengabdian . Kegiatan ini disambut baik oleh mitra dan juga dari para perangkat desa , terlebih Ibu Tutik selaku kepala dusun Gagan . Kegiatan ini dapat dikatakan tidak ada hambatan dalam pelaksanaannya .

Kegiatan pelatihan pembukuan lanjutan bagi mitra diberikan dalam rangka memberikan solusi di bidang manajemen keuangan . Selama ini mitra sama sekali tidak mempunyai catatan pembukuan mengenai arus keluar masuk uang hasil penjualan keripik yang berhasil dibayarkan . Mereka beranggapan bahwa selama masih dapat memenuhi kebutuhan pokok rumahtangga , atau mereka menggunakan istilah selama dapur masih bisa mengepul , dan masih ada modal tersisa untuk kembali atau disebut kulakan bahan baku utama produksi keripik berupa singkong dan pisang , maka mitra beranggapan bahwa mereka masih memiliki keuntungan dari usaha yang mereka jalankan . Padahal tidak selamanya mereka membeli singkong dan juga pisang , melainkan mereka tinggal memanen dari kebun yang mereka miliki, sehingga tidak dihitung sebagai biaya produksi . Kegiatan usaha hanya mengalir begitu saja asalkan cukup untuk digunakan untuk memproduksi kembali , tidak ada pemisahan asset yang jelas antara asset rumah tangga dan hasil dari usaha yang mereka jalankan. Ketiadaan catatan pembukuan yang bersifat akuntabel inilah yang seringkali menjadi hambatan bagi KUB “ MAJU



LANCAR ” dalam mendapatkan akses ke lembaga keuangan yang bersifat legal. Maraknya pinjaman online ilegal juga menjadi keprihatinan tersendiri jika kemudian mitra terpaksa memanfaatkan jasa mereka guna memenuhi kebutuhan permodalan dengan alasan untuk pengembangan usaha. Luaran dari kegiatan ini adalah dengan dimilikinya catatan pembukuan yang bersifat akuntabel , yang kemudian akan dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan dalam mengajukan pinjaman permodalan .

Faktor yang menjadi pendorong dalam kegiatan ini adalah antusiasme dari anggota KUB “ MAJU LANCAR “ untuk bersedia belajar dan mulai membuat catatan untuk setiap pengeluaran dan pemasukan yang mereka lakukan, sehingga dapat dijadikan sebagai materi tahap awal dalam melakukan pelatihan pembukuan bagi dimilikinya sebuah catatan pembukuan yang akuntabel. Faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan ini adalah karena kondisi pandemic sehingga sangat terbatas dalam memberikan pelatihan secara langsung .Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat , menyebabkan pelatihan ini tidak dapat dilakukan secara luring melalui tatap muka , tapi hanya dapat dilakukan secara daring , sementara anggota mitra yang menguasai media meeting seperti aplikasi *ZOOM Meet* ataupun *Google Meet* masih sangat terbatas , belum lagi ditambah dengan akses internet yang sulit atau tidak stabil di daerah mitra , sehingga menjadikan pelatihan tidak dapat berjalan secara optimal .

Kegiatan penyaluran proposal bantuan permodalan dilakukan guna mendistribusikan kepada pihak pihak yang berkaitan dengan usaha mitra sebagai sebuah usaha mikro , sehingga isntansi yang paling tepat untuk memasukkan proposal tersebut adalah pada disperindagkop Kabupaten Guniungkidul . Pemyaluran proposal bantuan permodalan membutuhkan peran dari pengabdi untuk menjadi perantara bagi mitra dalam menyalurkan proposal bantuan permodalan yang telah mereka buat . Tidak ada kendala yang cukup berarti bagi mitra maupun pengabdi dalam pelaksanaan program kegiatan ini , sehingga pengabdi sangat berharap proposal tersebut akan lolos didanai .

Penggunaan logo dan desain kemasan yang bagus diharapkan akan menjadi sebuah magnet tersendiri bagi para calon pembel , khususnya para pembeli di

toko modern tempat hasil produksi mitra dipasarkan dan juga marik konsumen yang membeli produk mitra secara online . *“Design is to design a design to produce a design”* (John Heskett, 2004) yang memberikan pengertian bahwa ada tiga ranah dalam cakupan pengertian desain yaitu (1). Metode Perancangan mengenai prosedur dan proses (2). Konsep nilai yang terkandung didalam konten desain mengenai identitas dan makna (3). Desain sebagai artefak yang mencakup media dan fungsi desain . Pengemasan (packaging) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. *Packaging is a silent salesman*. Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Banyak pihak yang mengatakan bahwa kemasan hanya merupakan sampah dan menambah beban biaya penjualan. Namun tidak demikian adanya, kemasan yang standar dapat mengangkat citra suatu produk, memberikan nilai tambah dalam penjualan dan dapat melindungi produk dengan baik. Kemasan harus dapat memenuhi harapan konsumen. Kemasan bisa memberikan perlindungan produk dengan baik dari cuaca, cahaya/sinar, perubahan suhu, jatuh, tumpukan, kotoran, serangga, bakteri dan lain-lain. Struktur kemasan mudah dibuka, mudah ditutup dan mudah dibawa (ergonomi). Bentuk dan ukuran menarik sesuai dengan kebutuhan menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanis, display, distribusi dan segmen pasar. Labeling harus jelas dan lengkap dan disain kemasan dirancang unik dan khas sehingga tampak berbeda dengan produk lain.

Peran kemasan pada produk adalah 1) Sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen. 2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain. 3) Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Pemberian label dan merek pada makanan dan produk lain



sangat penting sebagai pembeda terhadap pesaing. Agar desain kemasan tampil menarik dapat dikonsultasikan pada desainer kemasan.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen yaitu dengan membuat kemasan produk yang : Unik, agar terkesan lebih menarik dan beda dibandingkan produk lain dengan jenis usaha sama. Sesuaikan Desain kemasan dengan produk, misalkan saja produk yang akan ditawarkan adalah produk kuliner, maka desain kemasan dan tampilannya bisa berupa gambar atau animasi rasa buah atau sayur yang ditawarkan produk kuliner tersebut, Buat Kemasan berbagai ukuran dan bentuk agar banyak ragam konsumen mulai partai kecil dapat membeli produknya sesuai kebutuhan, karena bentuk dan ukuran kemasan suatu produk akan mempengaruhi harga produk tersebut yang pada akhirnya akan mempengaruhi penjualan karena kemampuan beli para konsumennya. Buatlah kemasan yang dapat didaur ulang agar biayanya tidak mahal, ramah lingkungan dan juga dapat ikut berperan menjaga kelestarian lingkungan dan dunia. Buat kemasan dengan berbagai karakter konsumen agar dapat disesuaikan dengan target dan sasaran pasar. (Apriyanti , 2018)

Menurut Purwana dkk (2017), digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Menurut Sanjaya dan Tarigan (2016), digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial.

Digital marketing merupakan aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial . Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan . Sasaran yang lebih luas dapat dijangkau oleh pemasaran digital hingga merambah

ke dunia internasional. Dimanapun berada kini pemasaran dapat dilakukan karena hampir disemua tempat terdapat jaringan internet dan setiap orang memiliki alat, yaitu *smartphone*.

Berikut merupakan manfaat *digital marketing* (Pangestika, 2018):

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, *digital marketing* dapat diukur secara *real-time* dan tepat.

2. Kemudahan evaluasi

Menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk dilihat, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

3. Jangkauan lebih luas

Jangkauan geografis dari *digital marketing* yang luas menyebarkan produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

PENUTUP

Simpulan

Pada dunia usaha saat ini dengan situasi persaingan yang semakin ketat, menuntut para pengusaha yang ingin terus sukses agar kreatif dalam berbagai hal, salah satunya adalah menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan ke pasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan. Selain itu sistem penjualan yang bersifat inovatif dan kreatif juga sangat berperan dalam meningkatkan penjualan hasil produksi. Kreativitas dan inovasi yang terus dikembangkan diharapkan mampu menjaga eksistensi usaha mitra di masa yang akan datang, sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan.



Saran

Perlunya peningkatan kapasitas skill mitra dalam berinovasi baik dari sisi desain kemasan maupun dari sisi sistem pemasaran hasil produksi . Oleh karena itu dibutuhkan sinergisitas yang kuat antara mitra sebagai sebuah usaha mikro dengan pemerintah desa setempat dan juga instansi terkait terutama Disperindagkop Kabupaten GunungKidul , tidak hanya dalam bentuk pemberian bantuan saja tanpa disertai dengan adanya peningkatan kapasitas skill dan ketrampilan mitra dalam berinovasi dan juga dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi .

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. sehingga tujuan dan juga target luaran dalam kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) ini dapat terlaksana dengan baik .

DAFTAR PUSTAKA

- John Heskett, 2002, *“Design a very short Introduction”*, Oxford University Press Inc., Newyork.
- Masayu Endang Apriyanti, 2018, *Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan*. Jurnal Sosio e-kons, Vol.10 No. 1, April 2018
- Mukhtar, Muchammad Nurif, 2015, *Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen*. Jurnal Sosial Humaniora, Vol. 8 No.2, Nopember 2015
- Nadya. 2016. *Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Pangestika, Nadia. 2018. *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM).
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Undang – Undang RI No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Moleong, Lexy J.2004.
- Widjaja Y.R, Alamsyah D.P., Rohaeni H., Sukajie B, 2018, Peranan Kompetensi SDM

UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan
Jatinangor, Sumedang, *Jurnal Abdimas BSI*, Vol. 1 No. 3 Hal. 465-476