

Kegiatan Pelatihan Optimalisasi Pemasaran dan Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan pada Home Industri Jenang Mbah Sumini Kab. Madiun

Hari Purwanto¹, Heny Sidanti², Wiwin Juliyanti³, Idzan Faqih Azhari⁴

^{1,2,3,4} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Hari Purwanto

E-mail: hari.purwanto@unipma.ac.id

Abstrak

Home industri merupakan usaha bisnis kecil memerlukan berbagai inovasi. Hal ini untuk mengembangkan daya pemasaran agar semakin luas serta menunjang keberlangsungan usahanya. Produk yang diproduksi pada home industri ini adalah Jenang, Madu Mongso, Wajik dan lain- lainnya. Permasalahan yang ada pada usaha ini antara lain pemasaran yang dilakukan dengan hanya word of mouth (dari mulut ke mulut) dan kemasan yang hanya menggunakan standing pouch kemudian ditali serta tanpa label. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, inovasi yang diberikan yaitu pemasaran, melakukan repackaging serta pemasangan banner produk dari usaha ini. Pada permasalahan repackaging kita telah membuatkan label produk sehingga mudah dikenali oleh masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas serta penggunaan standing pouch zipper yang praktis. Dan untuk permasalahan pemasaran, kita telah membantu mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi online dengan Facebook, Instagram dan TikTok, serta strategi dengan pemasangan banner sebagai media cetak promosi. Hal tersebut diharapkan agar usaha ini dapat menghasilkan peningkatan penjualan dan keuntungan yang besar.

Kata kunci - Optimalisasi Pemasaran, Inovasi Kemasan, Jenang Mbah Sumini

Abstract

The home industry is a small business enterprise that requires various innovations. This is to develop marketing power so that it becomes wider and supports the sustainability of the business. The products produced in this home industry are Jenang, Madu Mongso, Wajik, and others. The problems that exist in this business include marketing that is done only by word of mouth and packaging that only uses standing pouches and then ties and no labels. In this community service activity, the innovation provided is marketing, repackaging, and installing banners for products from this business. Regarding the repackaging issue, we have created product labels so that they are easily recognized by the public with a wider reach and also use a practical standing zipper pouch. For marketing issues, we have helped optimize the use of social media as an online promotional medium with Facebook, Instagram, and TikTok, as well as a strategy by placing banners as promotional print media. It is hoped that this business can result in increased sales and large profits.

Keywords - Marketing Optimization, Packaging Innovation, Jenang Mbah Sumini

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Dengan berbagai tantangan yang terjadi UMKM masih mempertahankan pangsa pasarnya. Hal ini karena Sebagian besar UMKM menghasilkan produk konsumsi atau jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, modal yang di peroleh sebagian besar UMKM tidak berasal dari bank, dan modal yang terbatas dan pasar yang bersaing (Admin ekbangsetda, 2019). Namun banyak kendala yang menghambat perkembangannya. UMKM seringkali tidak memperhatikan kekurangan pada produk yang dihasilkannya. Salah satu faktornya dapat disebabkan oleh kemasan produk yang kurang menarik minat konsumen.

Desain kemasan sendiri merupakan salah satu aspek yang dapat menunjang minat daya beli konsumen terhadap produk. Dalam hal lain, kemasan dapat diigunakan sebagai pembungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengeluarkan, mengidentifikasi dan membedakan suatu produk di pasar (Febriyana, Cahyadi, Wulaningrum, & Rahmat, 2021). Kemasan yang didesain dengan baik dan menarik akan menciptakan eksistensi merek sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Pemasaran merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam kegiatan usaha. Dengan pemasaran yang baik dan tepat dapat menarik minat konsumen sehingga meningkatkan penjualan. Menurut Assauri, "Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan, acuan dan alokasi terutama respon perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah"(Assauri, 2013)

Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu kegiatan akademik yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, mahasiswa diharapkan dapat berinteraksi dan berkontribusi positif kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dari kelompok satu dilakukan di Home Industri Jenang Mbah Sumini yang berlokasi di Jl. Dusun Mukuh, RT.13/RW.03, Mukuh, Tempursari, Kecamatan. Wungu, Kabupaten Madiun.

Usaha ini ada sejak tahun 90-an, Mbah Sumini yang selaku pembuat sekaligus pendiri Home Industri jenang mbah Sumini memulai usaha dengan berjualan secara keliling dari desa kedesa lainnya. Produk usaha ini merupakan home indutrsi yang memproduksi jenang, madu mongso, wajik, dan lain-lainnya. Namun sekarang usaha ini dijalankan oleh anaknya yaitu Ibu Endang.

Permasalahan usaha ini karena keterbatasan pengetahuan dan strategi pemasaran, sehingga selama ini pemilik hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut. Mereka tidak menggunakan teknologi dalam upaya pemasaran produknya. Perlu adanya strategi pemasaran yang inovatif dengan menggunakan teknologi yang ada untuk meningkatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama ini adalah pengemasan dan strategi pemasaran. Karena pemasaran yang dilakukan hanya dengan *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan kemasan yang hanya menggunakan *standing pouch* kemudian ditali serta tanpa label.oleh karena itu, diperlukannya repackaging produk dengan membuat label produk sehingga mudah dikenali oleh masyarakat luas serta penggunaan *standing pouch zipper* yang praktis.dan perluasan pemasaran dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook, Instagram dan TikTok serta startegi dengan pemasangan banner sebagai media cetak promosi. Hal tersebut diharapkan agar usaha ini dapat menghasilkan peningkatan penjualan dan keuntungan yang besar.

Hasil penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pelaku usaha coklat di Mlatibaru kecamatan Semarang Timur menemukan bahwa pelaku usaha mengalami kenaikan pengetahuan terkait strategi pemasaran online dimana sebesar 84,38% dan mampu membuat konten marketing yang menarik guna memasarkan produk coklat.(Guarango, 2022). Hasil penelitian pada pengabdian masyarakat pelaku UMKM bisa membandingkan dan mendapat gambaran identitas produk dan kemasan yang menarik minat beli pada konsumen. Selain itu, dengan pengetahuan dalam melakukan pemasaran produk juga dapat meningkat. Penggunaan kemasan yang baru yang diberikan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

telah dipraktekan dengan sangat baik (Pujoningrum, Widyawati, Putra Armiawan, & Praswati, 2022). Temuan selanjutnya pentingnya untuk melakukan pemasaran dengan media offline terlebih lagi jika kondisi desa yang masih susah dalam jaringan internet maka banner dapat menjadi pilihan media promosi yang lebih tepat dan efektif bagi UMKM di desa sehingga dapat memudahkan calon pembeli mengetahui produk apa yang ditawarkan (Aini, Nyoman, & Arsawati, 2023).

METODE

Kegiatan Pendahuluan

Berikut penjabaran mengenai pembagian tugas mengerjakan program kerja dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tabel 1.
Tahapan Kegiatan

No.	Nama Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan /Mingguan
1.	Melaksanakan Program Kerja yang Pertama yaitu Menuju Home Industri Mbah Sumini Untuk Survei Lokasi	Minggu 1: Jumat, 13 Oktober 2023
2.	Mengidentifikasi Permasalahan dan Diskusi yang Ada Di Usaha ini yang digunakan Untuk Pengabdian Masyarakat Agar UMKM Tersebut Memiliki Perubahan/ Kemajuan Dari Sebelumnya.	Minggu 2: Senin, 23 Oktober 2023
3.	Melakukan observasi pencatatan pengeluaran dan pemasukan setiap harinya (Setiap 2 Minggu Sekali)	Minggu 3: 1. Sabtu, 4 November 2023 2. Sabtu, 18 November 2023
4.	Melakukan observasi kegiatan proses produksi Madu Mongso	Minggu 4: Senin, 7 November 2023
5.	Melakukan observasi kegiatan packaging produk Madu Mongso	Minggu 5: Rabu, 13 November 2023

Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan ini menjelaskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terlibat dalam tahapan pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan di Home Industri Jenang Mbah Sumini.

Tabel 2.
Pelaksanaan Kegiatan

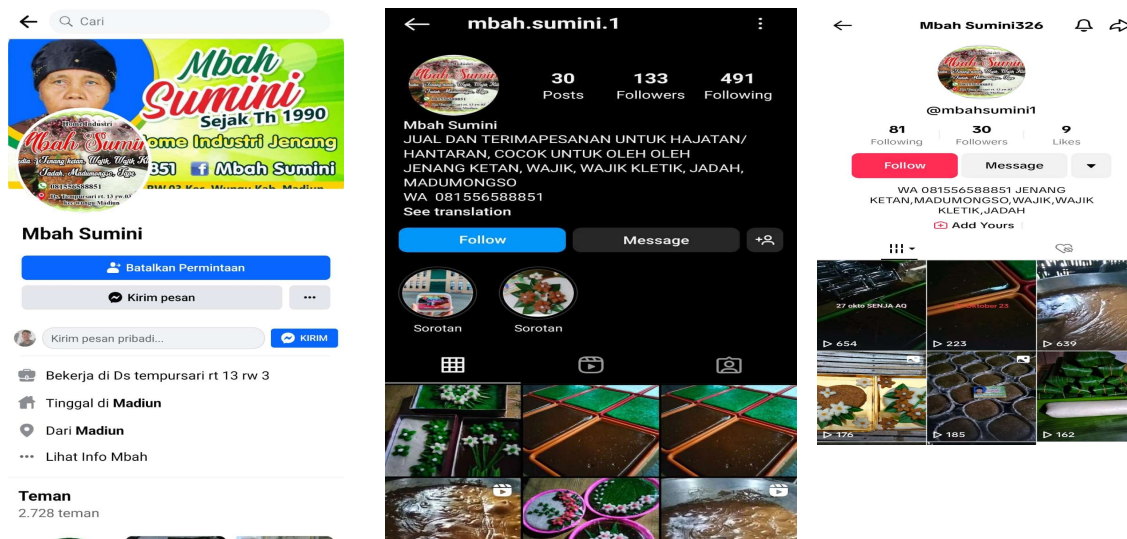
Program Kerja	Kegiatan	Luaran
Optimalisasi Pemasaran	Mengoptimalkan penggunaan media sosial (Facebook, Instagram dan TikTok) untuk media promosi secara <i>online</i>	Memberikan pengetahuan tentang digital serta melakukan pendampingan dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi agar pemasarannya lebih mudah dan menarik serta jangkauan pemasarannya bisa lebih luas
Inovasi Kemasan	Melakukan Repackaging	Melakukan pembaruan pada kemasan Madumongso yang semula dari plastik biasa diubah menjadi <i>standing pouch</i> dan pemberian label pada kemasan agar kemasan menjadi lebih menarik
Strategi Promosi	Melakukan Pemasangan Banner Produk Jenang Mbah Sumini Sabagai	Memberikan dan melakukan pemasangan banner produk Jenang Mbah Sumini agar lebih menarik

	Strategi Promosi dengan Media Cetak	dan terlihat oleh masyarakat bahwa kediaman merupakan Home Industri Jenang Mbah Sumini
--	-------------------------------------	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Home Industri Jenang Mbah Sumini yang berlokasi di Jl. Dusun Mukuh, RT.13/RW.03, Mukuh, Tempursari, Kecamatan. Wungu, Kabupaten Madiun. Kegiatan Penelitian dilaksanakan oleh Dosen dan mahasiswa selama lima minggu. Berikut beberapa kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat tersebut, yaitu:

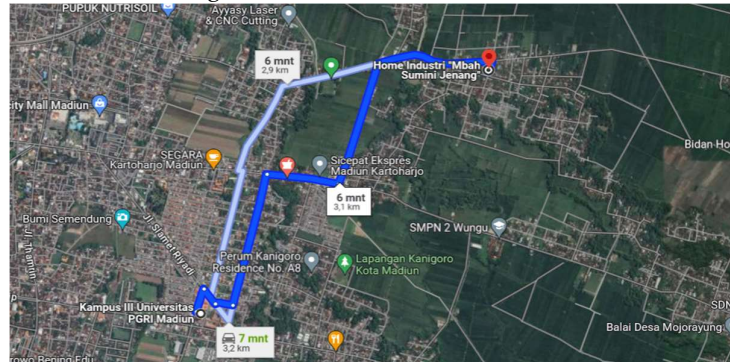
1. Optimalisasi Pemasaran: Memberikan pengetahuan tentang digital serta melakukan pendampingan dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi agar pemasarannya lebih mudah dan menarik serta jangkauan pemasarannya bisa lebih luas. Hal tersebut telah dilaksanakan dengan mengaktifkan kembali media sosial dan mengupload konten-konten yang berisi produk sebagai sarana promosi. Media sosial yang dibenahi dan melengkapinya dengan konten promosi diantaranya Facebook, Instagram dan Tik Tok.
2. Inovasi Kemasan: pembaruan pada kemasan Madumongso yang semula dari plastik biasa diubah menjadi standing pouch dan pemberian label pada kemasan agar kemasan menjadi lebih menarik. Produk yang semula tidak memiliki identitas sekarang dibenahi dengan kemasan baru yang disertai identitas produk serta nomor telepon agar mudah pelanggan jika melakukan order dalam jumlah yang besar.
3. Strategi Promosi: Memberikan dan melakukan pemasangan banner produk Jenang Mbah Sumini agar lebih menarik dan terlihat oleh masyarakat bahwa kediaman merupakan Home Industri Jenang Mbah Sumini. Pada mulanya Home Industri Mbah Sumini tidak memiliki identitas sama sekali di lokasi usahanya sekarang telah dibuatkan banner besar agar pelanggan yang akan berkunjung dengan mudah menemukan lokasi usaha jenang Mbah Sumini. Hal ini telah terealisasi dengan baik.



Gambar 1.
Media Sosial Jenang Mbah Sumini

Konten media sosial yang dibuat jauh lebih baik dengan video dan juga beberapa postingan. Konten ini menjadi salah satu cara untuk masyarakat lebih tertarik dengan produk yang di sediakan yang sudah di post di media sosial Home Indusri Mbah Sumini.

Memasukan denah lokasi (Google Map) Home Industri Mbah Sumini, agar masyarakat tahu lokasi pastinya Home Industri Jenang Mbah Sumini.



Gambar 2.
Lokasi Usaha Jenang Mbah Sumini



Gambar 3.
Repackaging Madu Mongso



Gambar 4.
Pemberian Banner Lokasi Usaha

KESIMPULAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki beberapa peran penting, yaitu sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan, sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Namun masalah utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal, tata kelola baik proses produksi maupun pemasaran. Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), seperti home industri Mbah Sumini yang memproduksi jenang dan madumongso. Permasalahan usaha ini adalah keterbatasan pengetahuan dan strategi pemasaran sehingga selama ini pemilik hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut dan masih minimnya penggunaan teknologi informasi sebagai sarana promosi utamanya media sosial marketing. Dengan adanya kegiatan ini maka pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan perluasan pemasaran dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook, Instagram dan TikTok telah dioptimalkan tinggal pemilik melanjutkan operasionalnya. Permasalahan berikutnya adalah pengemasan dimana kemasan yang hanya menggunakan *standing pouch* kemudian ditali serta tanpa label. Oleh karena itu melalui program kerja pengabdian masyarakat ini telah dilakukan repackaging produk dengan membuat label produk sehingga mudah dikenali oleh masyarakat luas serta penggunaan *standing pouch zipper* yang praktis. Identitas lokasi usaha yang tidak terpublikasi dengan baik merupakan permasalahan yang dihadapi, maka dengan kegiatan ini telah dilakukan pembuatan dan pemasangan benner sebagai identitas tempat usaha serta pembuatan Google Map lokasi usaha telah dibuat sehingga permasalahan teratasi. Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat kendala yang belum teratasi adalah teknik pembuatan jenang yang masih sangat tradisional memakai tungku dan kayu bakar sebagai alat masak serta pengolahan yang mengandalkan pengerjaan manual. Saran yang bisa diberikan bagi kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah fokus pada perbaikan proses produksi dan pengadaan peralatan produksi seperti kompor, pengaduk adonan dan peralatan lain yang dibutuhkan pada perbaikan proses produksi agar lebih efisien dan higienis sehingga saat dituntut pada permintaan konsumen dalam jumlah besar maka order bisa dilayani dengan cepat. Selain itu kebersihan tempat produksi yang perlu diperbaiki mengingat selama ini menggunakan bahan bakar kayu sehingga dapur pengolahan kurang bersih dan menghitam karena asap pembakaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami tujukan kepada:

1. UMKM Jenang Sumini yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian masyarakat Universitas PGRI Madiun.
2. Seluruh Civitas Universitas PGRI Madiun utamanya Struktural Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah mendukung kegiatan ini
3. Seluruh peserta baik dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2023 ini sehingga terlaksana dengan baik dan berkemanfaatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin ekbangsetda. (2019). 3 PERAN PENTING UMKM. Retrieved from <https://ekbangsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/3-peran-penting-umkm-penggerak-sektor-ekonomi-indonesia-di-tingkat-menengah-ke-bawah-74#:~:text=Peran penting UMKM yang pertama,milik Kementerian Koperasi dan UMKM>
- Aini, I. Z., Nyoman, N., & Arsawati, J. (2023). *Pendampingan umkm melakukan promosi melalui media cetak*. 6, 1–5.
- Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Febriyana, R. V., Cahyadi, D., Wulaningrum, R., & Rahmat. (2021). Pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk kerupuk buah naga di Desa Batuah. *Community Empowerment*, 6(10), 1941–1947.

- Guarango, P. M. (2022). No Title הכי קשה לראות מה את שבאמת לנגד העיניים. *הארץ*, 04(8.5.2017), 2003–2005.
- Pujoningrum, K., Widyawati, E. R., Putra Armiawan, M. E., & Praswati, A. N. (2022). Penerapan Desain Repacking dan Digital Marketing Rengginang Singkong Kelompok Wanita Tani Rukun Makaryo Desa Kedungdowo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Radisi*, 2(3), 119–124. <https://doi.org/10.55266/pkmradisi.v2i3.218>