

Penyebaran Informasi Dengan Pemanfaatan Teknologi Untuk IRT Etika Jaya Denpasar

^{1*}Made Satria Wibawa, ²Nyoman Ayu Nila Dewi, dan
³I Gusti Nyoman Agung Bisma Tatwa

^{1,2,3} Sistem Informasi STMIK STIKOM BALI

*Email: satria.wibawa@stikom-bali.ac.id, nila@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dalam pengembangan dan perluasan produk. Pemasaran memiliki manfaat yang sangat penting bagi pengusaha dalam hal ini adalah IRT atau UKM yang akan memasarkan produk yang telah diproduksi. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah IRT yang memiliki usaha dalam memproduksi aneka jajan seperti aneka donat, kue sus kering dan kue sus vla yang diproduksi setiap hari. Proses pemasaran mitra masih menggunakan pemasaran tradisional yaitu mitra menjual jajanan dengan menitipkan pada toko-toko di sekitaran lokasi mitra dan pasar pagi yang ada di daerah lokasi mitra. Permasalahan yang saat ini dialami mitra adalah proses pemasaran masih secara tradisional, kemasan produk mitra saat ini masih sangat sederhana hanya menggunakan plastik bening tanpa memiliki label produk atau informasi nama usaha mitra. Dari permasalahan mitra saat ini maka solusi yang akan diberikan dalam kegiatan ini adalah pelatihan pembuatan *labeling* kemasan untuk produk usaha mitra. Pelatihan *labeling* kemasan dimulai dengan kegiatan sosialisasi untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, tahap selanjutnya dilakukan persiapan pembuatan desain label oleh tim pengabdian masyarakat dan kegiatan ketiga adalah dilakukan kegiatan pelatihan *labeling* kemasan untuk produk dipasarkan. Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian yang telah berlangsung adalah untuk pemanfaatan teknologi saat ini menjadi sangat cepat penyebaran informasi produk yang di produksi sehingga mitra mengalami penambahan pesanan melalui media *online* yang dapat dilihat dari media sosial yang telah di implementasikan. Kegiatan pengabdian dengan memberikan *labeling* kemasan menjadi lebih bermanfaat dengan mencantumkan informasi nama usaha dan pemesanan.

Kata kunci: Produksi, Kemasan, Desain, Pemasaran, Pengabdian Masyarakat

ABSTRACT

Marketing is one of the activities can be done in the development and expansion of products and has important role to IRT (home industries) or SME in order to market the products. Partners in this community engagement are the IRT or SME that produces daily various kinds of snacks such as donuts, crispy choux, choux pastry. The marketing process used by partners were implemented in traditional way, where snacks are sold by wrapped them in clear plastic bag without label or the business name. Based on the problem and demand from partner, solutions were offered on marketing strategy training and product labeling. The activities were started by community engagement socialization, continued with preparation on label design, then trained partner to do labeling for the marketed products. The community engagement activities aim to accelerate the use of technology to promote the product information through online platform. Marketing through social media were introduced and business identity design labeled to the products. The given strategies were proved to be successfully, the product order increased through social media and the product label become well known in the community.

Keyword: Production, Packaging, Design, Marketing, Community Engagement.

PENDAHULUAN

Kebutuhan pangan tidak hanya meliputi kebutuhan bahan pangan pokok, melainkan pada pangan jajanan. Dari tahun ke tahun kebutuhan akan pangan terus meningkat, seiring kebutuhan hidup manusia yang terus meningkat. Hanya sebagian kecil masyarakat Indonesia yang masih mengonsumsi pangan berbahan dasar singkong, jagung, ubi jalar, sagu dan sebagainya. Pemantapan ketahanan pangan tersebut dicirikan dengan setiap warga negara mengonsumsi pangan yang cukup dalam jumlah dan mutu, bergizi, aman, beragam dan terjangkau. Setiap daerah mempunyai gambaran pola konsumsi dengan menu yang spesifik dan sudah membudaya serta tercermin di dalam tatanan menu sehari-hari. Akan tetapi menu yang tersedia biasanya kurang memenuhi norma kecukupan gizi, sehingga perlu ditingkatkan kualitasnya dengan tidak merubah karakteristiknya, agar tetap dapat diterima oleh masyarakat setempat (Ekayani, 2014).

Pengembangan pangan lokal merupakan pengembangan pola konsumsi pada tingkat yang lebih luas dari keluarga. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi setempat sekaligus sebagai pondasi dalam pengembangan agribisnis pangan. Potensi sumberdaya pangan tersebut belum seluruhnya dimanfaatkan secara optimal sehingga pola konsumsi pangan rumah tangga masih didominasi beras dan tepung terigu (Sudewi, 2010). Aneka jajanan yang berbahan dasar beras dan tepung saat ini menjadi kegemaran masyarakat. Olahan jajanan saat ini pun beraneka macam mulai dari jajanan kering, jajanan basah dan jajanan dengan varian rasa dan bentuk yang beraneka macam. Teknik pengolahan jajanan pun berbeda-beda disesuaikan dengan jajanan yang diinginkan.

Usaha olahan jajan dimiliki oleh Ibu Lies beralamat di jalan Sulu, Denpasar, yang memulai usaha sejak tahun 2011, yang dalam hal ini adalah mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Usaha olahan jajanan ini dibantu oleh dua orang pekerja yang membantu mitra untuk memproduksi jajanan setiap harinya. Aneka jajanan yang di produksi oleh mitra adalah aneka donat dengan berbagai rasa, kue sus, bakiang, pie coklat, roti sisir, dan kue bolu. Mitra setiap hari memproduksi jajanan dan dipasarkan

pada toko-toko jajanan di sekitaran lokasi mitra dan memproduksi jajanan pesanan konsumen. Jumlah produksi jajanan setiap harinya berbeda-beda disesuaikan dengan jumlah pesanan konsumen dan jualan setiap harinya. Mitra memiliki toko-toko yang menjadi langganan untuk memasarkan produk jajanan. Adapun produk jajanan yang dihasilkan mitra seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kue bolu



Gambar 2. Kue Bikiang



Gambar 3. Produk Donat

Permasalahan yang sering dihadapi oleh mitra selama memproduksi jajanan tersebut adalah proses pemasaran untuk

produk yang dihasilkan, permasalahan yang dialami mitra saat meliputi dua hal:

Permasalahan pertama yang dihadapi mitra keterbatasan pengetahuan mitra dalam pemanfaatan teknologi yang menyebabkan pemasaran produk mitra sampai saat ini masih menggunakan cara tradisional. Teknik tradisional yang dilakukan mitra adalah dengan menitipkan pada toko-toko disekitaran lokasi mitra, dan menjual jajanan di rumah mitra. Jumlah produksi mitra sampai saat ini tidak menentu hal ini disebabkan karena kurangnya penyebaran informasi tentang usaha mitra, permintaan konsumen yang tidak menetap dikarenakan informasi usaha tidak tercantum dalam produk.

Permasalahan kedua yang dihadapi mitra adalah kurangnya pemahaman mitra dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran sehingga keuntungan dan kerugian tidak tercatat dengan baik. Mitra berlokasi di Jl.Suli, Denpasar dengan dibantu oleh dua orang karyawan yang membantu dalam membuat jajanan. Setiap harinya mitra membutuhkan 5-10 kg tepung terigu dan bahan-bahan lainnya yang digunakan untuk membuat jajanan.

Mitra sering mengalami kerugian yang disebabkan jumlah produksi pada hari tersebut tidak habis terjual sehingga jajanan tidak bertahan untuk hari-hari berikutnya. Jajanan yang tidak laku dipasarkan pada hari tersebut dibagikan ke anggota keluarga dan tetangga di sekitaran lokasi mitra

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

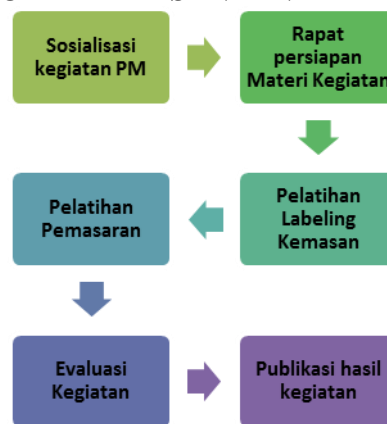
Melihat permasalahan yang terjadi dalam mitra pengabdian masyarakat ini. Masalah yang dialami adalah permasalahan pemasaran dan pemanfaatan teknologi agar dapat mengembangkan produk yang dihasilkan, dari permasalahan tersebut maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini telah melaksanakan kegiatan berupa pelatihan pemanfaatan teknologi dengan memanfaatkan untuk penggunaan label kemasan, dan pelatihan media promosi dengan pemasaran *online*. Kegiatan pelatihan label kemasan diberikan kepada mitra untuk mengetahui manfaat penggunaan label kemasan pada sebuah produk yang dipasarkan. Produk yang

dimiliki saat ini belum memiliki label dimana label kemasan merupakan salah satu media promosi yang akan digunakan untuk menyebarkan informasi produk yang dihasilkan oleh mitra. Pembuatan label kemasan juga dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pemahaman mitra dalam penggunaan teknologi untuk membuat sebuah label kemasan.

Target Luaran

Target dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemasaran produk meluas dengan memanfaatkan media promosi *online* yang telah dibuat. Peningkatan pemahaman mitra dalam menggunakan teknologi menjadi meningkat dengan memanfaatkan teknologi UKM dapat lebih mengetahui manfaat yang diterima dengan menggunakan teknologi. Target luaran kegiatan ini persentase pemesanan produk melalui media *online* lebih meningkat. Peningkatan pemesanan telah tercatat meningkat dengan menggunakan media *online*.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Gambar 4 di atas merupakan metode kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan selama kegiatan pelatihan ini berlangsung. Tahapan kegiatan pengabdian ini dimulai dari sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat ke mitra untuk memberikan informasi dan penyuluhan tentang manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan selanjutnya tim melakukan rapat dan koordinasi dan

mempersiapkan materi yang akan diberikan pada saat kegiatan. Kegiatan ketiga dengan melakukan pelatihan *labeling* kemasan dengan memberikan pelatihan *labeling* kepada mitra dan menjelaskan cara pembuatan label kemasan. Kegiatan pengabdian keempat adalah melakukan pelatihan pemasaran untuk produk yang dihasilkan dan jenis pelatihan ini kita berikan dengan pelatihan media sosial di Facebook dan Instagram. Kegiatan selanjutnya adalah evaluasi kegiatan pengabdian dengan tahapan wawancara kepada mitra. Kegiatan terakhir dalam agenda pengabdian masyarakat ini adalah publikasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki rencana kegiatan yang akan dilakukan selama 8 bulan pengerjaan kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun tahapan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan seperti pada Gambar 4. Adapun penjelasan untuk masing-masing tahapan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi kegiatan PPKM
Pada tahapan ini dilakukan kegiatan sosialisasi oleh tim pengabdian masyarakat ke lokasi mitra untuk menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan serta menentukan jadwal kegiatan yang akan dilakukan di lokasi mitra. Kegiatan ini juga dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada mitra tentang manfaat kegiatan pengabdian masyarakat untuk usaha mitra.
2. Rapat persiapan materi kegiatan
Tahapan ini akan dilakukan rapat tim pelaksana pengabdian masyarakat dengan membahas dan mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada mitra. Materi yang akan diberikan adalah penggunaan teknologi dan pembuatan *labeling* kemasan.
3. Pelatihan *labeling* kemasan
Tahapan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman mitra dalam penggunaan teknologi, membuat mitra label kemasan dan mengajarkan mitra memasang label kemasan.

4. Pelatihan Pemasaran
Tahapan pemasaran ini digunakan untuk memberikan pelatihan dan pengetahuan kepada mitra tentang pentingnya sebuah pemasaran dan pemanfaatan teknologi untuk proses pemasaran. Pelatihan pemasaran akan difokuskan pada pemasaran digital melalui media sosial. Media sosial yang digunakan adalah Facebook dan Instagram. Pemilihan Instagram dan Facebook sebagai media pemasaran dikarenakan pengguna yang besar di Indonesia. Kegiatan ini akan dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat.
5. Evaluasi kegiatan
Evaluasi kegiatan akan dilakukan oleh tim pelaksana untuk mengetahui pemahaman mitra terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan selama proses pengerjaan pengabdian masyarakat.
6. Publikasi hasil kegiatan
Tahapan ini merupakan pelaporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pelaksana. Hasil kegiatan akan dipublikasikan pada jurnal atau seminar nasional pengabdian masyarakat.

Sub bab pelaksanaan kegiatan ini membahas tentang hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada IRT Etika Jaya, kegiatan yang diberikan adalah pelatihan *labeling* kemasan. Pelatihan ini diberikan kepada mitra untuk memberikan pengetahuan mitra terhadap pentingnya sebuah informasi yang dapat tersebar luas dengan menggunakan label. Proses pemasaran yang cukup mudah dan sangat membantu mitra dalam memasarkan produk. Mitra dalam kegiatan ini bernama Ibu Lies yang memiliki usaha kue yang masih sampai saat ini dikerjakan.

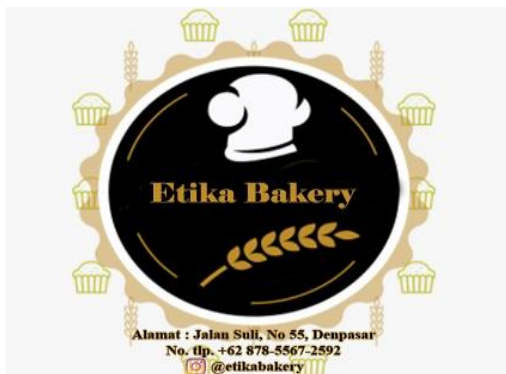
Persiapan kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat beserta dibantu oleh 1 orang mahasiswa. Tahap persiapan mulai dari mempersiapkan model desain sampai dengan pendesaian label kemasan dan proses mencetak label kemasan. Kegiatan ini dilakukan selama 3 hari dan dilakukan di lokasi tempat produksi mitra. Kegiatan dimulai dengan tahapan sosialisasi, tahapan pelatihan label kemasan dan tahapan evaluasi kegiatan desain *labeling*

kemasan. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat didokumentasikan dengan foto-foto kegiatan yang telah berlangsung. Adapun desain label kemasan yang diberikan kepada mitra adalah seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 5. Desain UKM

Gambar 5 merupakan desain awal yang dipersiapkan oleh tim pada saat persiapan materi pengabdian masyarakat untuk kegiatan *labeling* kemasan. Dengan informasi yang di terima dari mitra. Pada saat kegiatan pertama yaitu tahap sosialisasi dan penjelasan mengenai *labeling* kemasan, mitra sangat antusias dengan mendengarkan informasi yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat. Pada saat pelatihan desain mitra melakukan latihan perubahan desain dengan menambahkan informasi terkait nama usaha yang akan dicantumkan dan informasi alamat serta instagram yang akan di kerjakan oleh tim. Hasil desain label produk seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 6 Desain UKM Setelah Pelatihan

Gambar ini merupakan desain yang telah disepakati oleh mitra dengan masukan dari Ibu Lies dan peserta pelatihan untuk merubah nama toko dan memberikan informasi alamat serta Instagram.



Gambar 7. Label Kemasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 2 hari pelaksanaan di lapangan dengan melakukan tahapan – tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan sosialisasi

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi tentang kegiatan pengabdian masyarakat dan penyuluhan mengenai pentingnya penggunaan *labeling* kemasan pada produk kue. Kegiatan ini dilakukan oleh ketua dan anggota pengabdian masyarakat. Respon dari masing-masing peserta cukup baik dengan memperlihatkan kesiapan untuk mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 8. Sosialisasi Kegiatan

2. Tahapan pengerjaan desain kemasan

Dalam tahapan pengerjaan desain kemasan ini dilakukan oleh tim pengabdian yaitu ketua dan anggota kegiatan pengabdian masyarakat, dengan melakukan desain label kemasan produk. Label kemasan produk berisikan informasi nama tempat usaha, alamat serta nomor telpon pemilik usaha. Desain label

diberikan informasi tersebut agar dapat memberikan informasi yang luas kepada masyarakat yang ingin kembali membeli atau memesan produk kue yang diproduksi.



Gambar 9. Pelatihan Desain Label



Gambar 9. Pelatihan Desain Label Kemasan

3. Tahapan pelatihan desain kemasan
Tahapan pelatihan desain kemasan dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada peserta kegiatan pengabdian masyarakat. Peserta dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah pemilik usaha produksi kue Etika Jaya dan 2 orang karyawan yang membantu proses produksi kue yang diproduksi setiap harinya. Mitra berpartisipasi secara penuh dengan memberikan waktu kegiatan serta mempersiapkan tempat pelatihan yang dapat digunakan untuk pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan baik, dimana mitra sangat aktif dalam memberikan masukan. Desain yang dihasilkan mendapatkan cukup banyak masukan dari mitra dikarenakan beberapa desain memang mencirikan hasil produk mitra. Dengan harapan desain yang dihasilkan memberikan kesan dan informasi tersendiri bahwa produk tersebut diproduksi oleh etika jaya.



Gambar 11. Pelatihan Label Kemasan

4. Evaluasi kegiatan
Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan beberapa proses wawancara kepada mitra selaku peserta kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun kesimpulan dari proses evaluasi yang diberikan adalah sebagai berikut:
 - 1) Apakah Ibu Lies dan karyawan memiliki kendala saat ini dalam proses produksi maupun pemasaran? Kesimpulan hasil wawancara: Mitra memiliki kendala dalam hal alat produksi yaitu dalam proses pengembangan roti, untuk proses pengembangan roti dapat dilakukan dengan proses tradisional yaitu

diletakkan dibawah sinar matahari ini dapat memberikan panas agar roti dapat mengembang, kendala yang dialami susah nya memperoleh sinar matahari pada saat mendung atau matahari kurang terik. Hal yang dapat menjadi penyelesaian adalah dibutuhkan 1 alat pengembang untuk proses tersebut. Namun sampai saat ini pemesanan masih dapat dilakukan dengan proses yang alami

- 2) Bagaimana kondisi penjualan mitra saat ini? Kesimpulan hasil wawancara : Penjualan saat ini cukup lancar, dan pesanan dengan jumlah besar selalu di dapat pada saat hari raya galungan dan hari raya besar lainnya.
- 3) Bagaimana pendapat peserta dengan kegiatan yang diberikan Kesimpulan hasil wawancara : Kegiatan yang diberikan sangat membantu dalam pemasaran, mitra sangat senang telah dibantu untuk memasarkan produk yang dihasilkan, mitra pun senang dengan desain label yang diberikan sesuai dengan produk yang dihasilkan. Mitra berharap agar dibantu untuk proses pemasaran melalui instagram, dikarenakan mitra mengalami kendala pemasaran di instagram yang belum maksimal.
- 4) Apakah peserta memahami materi yang diberikan? Kesimpulan hasil wawancara : Mitra memahami materi yang diberikan, namun pada saat akan melakukan proses perubahan desain dan pembuatan desain memiliki kendala dengan langkah-langkah yang harus dikerjakan. Perlu dilakukan latihan-latihan kembali untuk pembuatan desain.
- 5) Apakah kegiatan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Mitra? Kesimpulan hasil wawancara: sangat dibutuhkan agar lebih banyak lagi yang mengetahui produk kue yang di produksi.
- 6) Apakah mitra merasa puas dengan materi yang diberikan? Kesimpulan hasil wawancara: cukup puas dengan materi yang diberikan karena sangat membantu usaha mitra dalam memasarkan produk.



Gambar 12. Evaluasi Kegiatan

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah : kegiatan ini telah berjalan dengan baik sesuai dengan harapan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah mengatasi masalah yang dialami oleh mitra, permasalahan mitra yaitu kurangnya pengetahuan mitra dalam menggunakan teknologi untuk menyebarkan informasi usaha yang dimiliki, solusi yang diberikan untuk permasalahan mitra ini adalah memberikan pelatihan pembuatan label kemasan untuk diletakkan pada produk yang dihasilkan agar konsumen mengetahui informasi produk seperti: nama usaha, alamat dan media sosial mitra untuk pemesanan selanjutnya. Solusi kedua yang diberikan adalah pelatihan media sosial yang dapat digunakan untuk media promosi produk yang dihasilkan oleh mitra.

Kesimpulan dari hasil evaluasi menyatakan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat baik dan menarik serta akan direkomendasikan kepada pengusaha atau IRT lainnya. Telah dihasilkan kemasan produk yang menarik yang dapat menarik minat pembeli dalam membeli produk tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada P2M STMIK STIKOM Bali yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini, dan ucapan terimakasih juga kami ucapkan kepada STMIK STIKOM Bali yang telah mendanai kegiatan kami ini. Kepada UKM yang telah memfasilitasi waktu dan tempat kami ucapkan banyak terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekayani, Masdarini, Sudria, (2014). Pelatihan Pengembangan Produk Jajanan Cake Berbahan Dasar Umbi-Umbian Sebagai Kontribusi Program Diversifikasi Konsumsi Pangan Di Desa Petandakan Buleleng. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Sudewi Yogha dan Nurani A.S. (2010). Potensi Tepung Singkong Sebagai Bahan Industri Kreatif Kuliner Boga. Universitas Negeri Malang. ISBN 978-60296174-0-5.