

Pemberdayaan Inovasi dan Pemasaran UMKM Nasi Bakar Pak Gopal

Dwi Murniyati^{1)*}, Metik Asmike²⁾, Dedy Richi Rizaldy³⁾, Hendra Setiawan⁴⁾, Dino Riyadi Hermawan⁵⁾, Ayu Nur Rachmawati⁶⁾, Ardita Nafia Rachmawardani⁷⁾

^{1,2,3,4,5,6,7)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

¹murniyati@unipma.ac.id

Abstrak

Pendampingan UMKM sebagai wujud dukungan terhadap usaha mikro kecil dan menengah untuk bertumbuh dan mencapai titik berdaya. Tujuan pengembangan UMKM tidak hanya menyejahterakan pelaku usaha saja namun dalam perkembangan lebih lanjut dapat memberdayakan masyarakat sekitar. Proses menuju tahap tersebut harus diawali dengan memperkuat masing-masing UMKM secara tata kelola internal dapat memberikan dampak ekonomi bagi pelaku usaha. Pada pendampingan UMKM Nasi Bakar “Pak Gopal” melalui optimalisasi penggunaan digital marketing sebagai bagian strategi pemasaran. Pendampingan ini berfokus pada menjangkau konsumen lebih luas melalui optimalisasi penggunaan sarana sosial media marketing dan penjualan melalui platform online seperti *Go Food* pada aplikasi Gojek. Dengan mempertahankan kualitas produk dan menjaga konsistensi dalam setiap hidangan UMKM Nasi Bakar “Pak Gopal” dapat mempertahankan pelanggan dalam pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Sosial Media Marketing

Abstract

SME assistance supports SMEs to develop and reach the ability to empower. Development goals SMEs are not only to prosperous entrepreneurs however, in further development, it can empower the surrounding community. The process towards this stage must begin by strengthening each SME regarding internal governance which can impact business actors economically. Assisting "Pak Gopal" Nasi Bakar SMEs through optimizing application digital marketing as part of the marketing strategy. This assistance focuses on reaching wider consumers through an interest in the optimization of social media marketing and sales via online platforms such as Go Food on the Gojek application. By maintaining product quality and maintaining consistency in every dish, "Pak Gopal" Baked Rice SME can retain customers in the wider market.

Keywords: Marketing Strategy, Social Media Marketing

A. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan penunjang dan tulang punggung perekonomian Negara yang dapat menyerap hingga 97% lapangan kerja di Indonesia. Namun saat ini, UMKM menjadi salah satu yang paling rentan atas imbas dari E-Commerce. Menurut Dinas tenaga Kerja, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Madiun terdapat 23.618 unit

WIRYAKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 03, Nomor 02, Juli 2024, e-ISSN: 2827-9336

UMKM di Kota Madiun yang berkontribusi sebanyak 41,72% atau sebesar Rp 5,89 T terhadap perekonomian Kota Madiun pada tahun 2022 (Dinas KUKM Provinsi Jawa Timur, 2022). UMKM diharapkan untuk dapat melakukan digital marketing untuk memaksimalkan penjualan (Syari Harahap et al., 2021). Disimpulkan bahwa keadaan UMKM Kota Magetan juga memiliki andil besar terhadap perekonomian Kota Magetan, seperti penurunan laju ekonomi, peningkatan angka pengangguran dan peningkatan angka kemiskinan pada masa Optimalisasi E-Commerce saat ini terutama UMKM pada sektor selain jasa dan pertanian yang sangat terdampak oleh hal tersebut.

Pendapatan UMKM di Kota Magetan terus menurun seiring berjalannya persaingan E-Commerce sebagai platform jual beli online, hal ini di semakin berpengaruh dengan adanya pembelajaran untuk platform tersebut. Data pemerintah kota Magetan menyatakan bahwa ada 35 ribu UMKM yang mengalami penurunan omzet, penurunan utama terjadi pada pelaku usaha dengan modal dibawah 2 juta rupiah, pendapatan pelaku usaha terjun bebas hingga 80%. Imbas dari turun nya pendapatan menyebabkan para pemilik usaha mengurangi jumlah pegawai yang di butuhkan untuk menekan biaya oprasional.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik usaha Nasi Bakar Pak Gopal mengatakan Nasi Bakar merupakan salah satu peserta UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner yang beralamatkan di Desa Rejosari RT 06 RW 02 Kec. Kawedanan, Kab. Magetan. Nasi Bakar Pak Gopal berdiri sejak tahun 2022 bulan Oktober, Nasi Bakar Pak Gopal melayani pembeli dari jam 06.00 – 19.00 WIB. Dalam menjalankan usahanya Nasi Bakar Pak Gopal berbeda dengan Nasi Bakar pada umumnya. Nasi Bakar Pak Gopal memiliki cita rasa yang berbeda. Hal yang membuat Nasi Bakar ini berbeda yaitu merupakan resep sendiri / memiliki citra rasa khas dan penghidangan kepada konsumen di lakukan sendiri. Kualitas dari Nasi Bakar mendapatkan penilai yang cukup baik dari para konsumen langsung.

Tujuan pelaksanaan pembinaan UMKM Nasi Bakar Pak Gopal untuk memberikan bantuan seperti konten pemasaran untuk menaikkan penjualan Nasi Bakar Pak Gopal, memberikan pengenalan mengenai berwirausaha dengan baik dalam pengelolaan keuangan mendukung UMKM bertahan dan bangkit kembali dikarenakan kontribusi UMKM pada perekonomian di Indonesia sangat besar. Manfaat kegiatan pendampingan ini antara lain membantu pelaku

UMKM beradaptasi pada perkembangan teknologi digital dan memberikan kesempatan kepada UMKM untuk berkembang.

B. METODE

Tahapan awal kegiatan kami berawal dari survey lokasi, melakukan wawancara dengan owner/ pemilik usaha untuk mengidentifikasi permasalahan apa saja yang sedang beliau hadapi dan perubahan apa yang bisa kami bantu agar usaha Nasi Bakar Pak Gopal dapat lebih diminati. Metode pendampingan UMKM dengan langsung memahami kebutuhan pelaku usaha sebagai SDM yang menjalankan usaha diharapkan dapat tepat sasaran dan mampu meningkatkan kualitas layanan maupun kemudahan untuk konsumen (Komalasari et al., 2021). UMKM harus mampu berbenah dan melakukan inovasi untuk tidak hanya bertahan namun juga dapat menikmati keuntungan financial dari perubahan teknologi (Hapsoro et al., 2019). Setelah bertemu dengan pemilik dan melakukan wawancara ditemukan masalah sebagai berikut :

1. Tidak memiliki desain banner
2. Promosi yang dilakukan kurang maksimal
3. Belum memiliki stempel dan nota penjualan
4. Laporan keuangan yang belum maksimal
5. Media Sosial yang digunakan masih terbatas

Dari masalah-masalah yang ada kelompok kami sepakat untuk membantu mengatasi dan memberikan pemahaman agar usaha Nasi Bakar Pak Gopal jauh lebih baik dan pemasarannya lebih luas dengan membuat desain banner, label, memperbaiki laporan keuangan, membuat akun media sosial beserta konten dan juga menginovasi packaging/ kemasan agar lebih menarik. UMKM perlu melakukan branding agar bisnis dapat berkembang dan berdaya saing (Faiz Muntazori et al. 2021). Proses pendampingan UMKM yang dilakukan selama kurang lebih 2 bulan (Oktober-November) ini melibatkan 14 mahasiswa dan 3 orang dosen pendamping untuk kelancaran dan juga menjalankan program kerja perubahan UMKM Nasi Bakar Pak Gopal.

Kegiatan yang dilakukan pada minggu terakhir yaitu mempersiapkan kebutuhan yang dibutuhkan UMKM Nasi Bakar Pak Gopal seperti: label, kemasan, banner, nota, stempel, spanduk dan hadiah dari tim kami untuk UMKM Nasi Bakar Pak Gopal. kebutuhan tersebut akan diserahkan oleh tim pada minggu terakhir untuk mendukung pengembangan UMKM Nasi Bakar

WIRYAKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 03, Nomor 02, Juli 2024, e-ISSN: 2827-9336

Pak Gopal. Laporan keuangan juga disusun oleh tim yang bertujuan untuk lebih terorganisir dengan baik agar pelaku UMKM dapat lebih mengetahui omset serta alur kas pada penjualannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pendampingan UMKM Nasi Bakar Pak Gopal ini selama kurang lebih 2 bulan ini dapat dilihat bahwa banyak perubahan dan perkembangannya yang ada kami sertakan dokumentasi sesudah dan sebelum adanya kegiatan pendampingan UMKM serta program apa saja yang kami lakukan selama kurang lebih 2 bulan. Mengatasi keluhan dan apa yang bisa kami bantu dengan menginovasi kemasan menjadi lebih menarik dan mempunyai logo baru, membuat konten untuk media sosial, membuat banner untuk usaha beliau, pengelolaan dan laporan keuangan yang lebih rinci dan tersusun, membuat konten media sosial untuk pemasaran yang lebih luas, penjualan melalui platform online seperti gojek, dan membuat katalog foto produk untuk promosi / konten sosial media. Dibawah ini adalah dokumentasi selama proses dan sesudah adanya pendampingan UMKM di Nasi Bakar Pak Gopal.

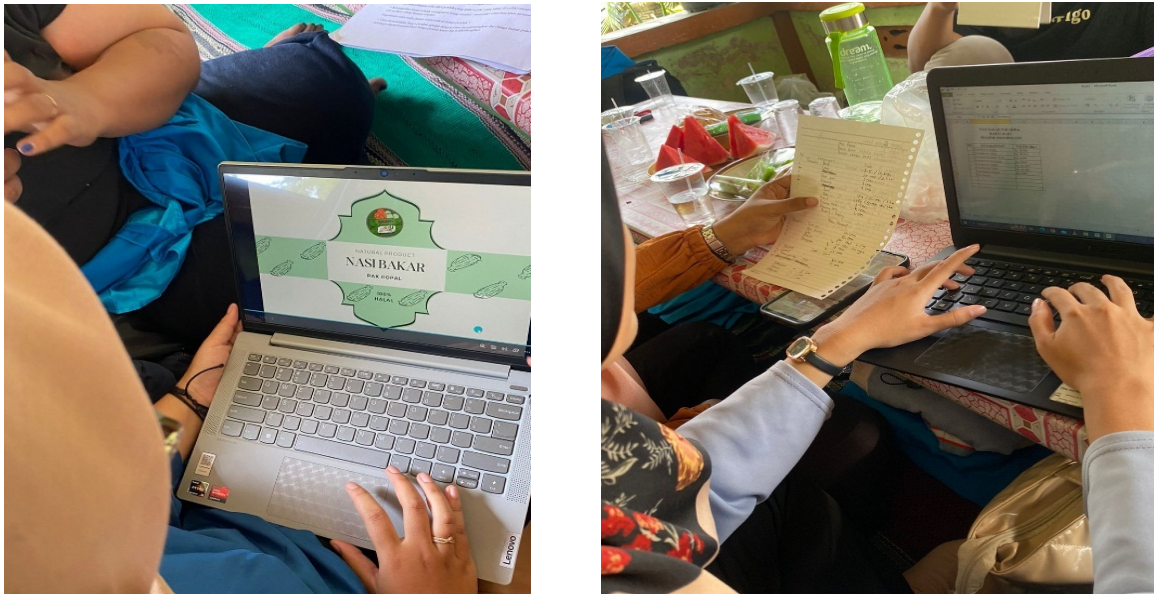


Gambar 1. Survey UMKM



Gambar 2. Wawancara UMKM





Gambar 3. Dokumentasi Pendampingan UMKM



Gambar 4. Penyerahan Banner dan MOU Minggu terakhir

D. SIMPULAN

Nasi Bakar Pak Gopal merupakan usaha kuliner yang bergerak dalam penyajian Nasi, dan telah mengadopsi strategi pemasaran melalui media online yakni dapat melalui grab-food, go-food, dan facebook guna memudahkan konsumen dalam memudahkan pemesanan. Tantangan yang dihadapi Nasi Bakar Pak Gopal dalam menghadapi pesaing adalah meningkatnya persaingan dari berbagai penjual nasi bakar di daerah Magetan, sehingga perlu menjaga ciri khas dan daya saing

WIRYAKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 03, Nomor 02, Juli 2024, e-ISSN: 2827-9336

produknya. Nasi Bakar Pak Gopal menerapkan strategi pemasaran melalui media online untuk memperluas jangkauan dan mempermudah pelanggan dalam memesan.

DAFTAR PUSTAKA

Faiz Muntazori, A., & Listya, A. (2021). *Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo*. 1(3), 342–351. www.gatra.com

Hapsoro, B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). *Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi klaster UMKM*.

Komalasari, E., Widiawati, D., & Puteri, N. E. (2021). *Pendampingan Pengurusan P-IRT UMKM Pangan di Desa Cikidang, Sukabumi*. 03, 1.

Syari Harahap, H., Komala Dewi, N., Prawesti Ningrum, E., Ilmu Komunikasi, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. In *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences* (Vol. 3, Issue 2).