

PENDAMPINGAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN DAN SOSIAL MEDIA MARKETING PADA UMKM JAMU TRADISONAL

¹Edy Purwanto, ²Sapriadi, ³Rifqil Hilmi, ⁴Nur Fadhilatul Jannah, ⁵Nurfaizah,
⁶Inayatul Laili, ⁷Leli Dwi Fitria, ⁸Agus Jufriyanto Hidayat

¹⁻⁸Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja

edypurwanto@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Di era digital yang semakin maju, para pelaku umkm mengalami banyak tantangan untuk meningkatkan daya saing produk. Tantangan tersebut diantaranya adalah pemasaran produk dan Desain kemasan yang menarik. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Jamu Tradisional Ibu Rasmina melalui pendampingan dalam pembuatan desain kemasan dan pemasaran media sosial. Mitra dalam kegiatan ini yaitu UMKM Jamu Tradisional Ibu Rasmina di desa Jambu kecamatan lenteng Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan yaitu sosialisasi dan pelatihan tentang bagaimana membuat desain kemasan yang menarik dan bagaimana melakukan promosi melalui social media. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat desain yang lebih menarik dan bagaimana membuat content dalam social media. Hasil dari Pre test dan Post Test menggunakan Skala Guttman dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM yang awalnya tidak mengetahui mengenai desain kemasan dan promosi menggunakan social media marketing kini menjadi paham akan pentingnya hal tersebut. Pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM lainnya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat melalui inovasi desain kemasan dan optimalisasi pemasaran digital.

Kata Kunci : *Desain Kemasan, Sosial media marketing, UMKM, Jamu Tradisional*

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, strategi pemasaran dan desain kemasan menjadi elemen yang sangat krusial dalam meningkatkan daya saing produk di pasar. Banyak pelaku umkm berlomba untuk melakukan inovasi dalam bidang kemasan agar bisa mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Arifin et al., (2024) menyampaikan bahwa para pelaku usaha sangat perlu untuk memaksimalkan desain kemasan dari setiap produk. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada (Sofyan, 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seringkali menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan usaha mereka.

Demikian juga dengan UMKM yang bergerak di bidang produksi jamu tradisional.

Menurut Maytanius et al., (2023). Pemasaran digital adalah salah satu kunci keberhasilan usaha. Para pelaku umkm harus mampu memanfaatkan media digital agar bisa membantu dalam memperluas pangsa pasar dan peningkatan penjualan (Fahdia et al., 2022).

Dalam kaitannya dengan potensi pasar, berbagai studi menyampaikan bahwa potensi ekonomi digital Indonesia masih terbuka lebar. Hal ini didukung oleh sejumlah faktor, diantaranya yakni total penduduk yang terbesar ke-4 di dunia, dengan jumlah penduduk usia produktif mencapai 191 juta atau 70,7% (Susanto et al., 2021). Dari sisi digital user, jumlah pengguna ponsel Indonesia saat ini mencapai 345,3 juta atau 125,6% dari populasi dengan penetrasi internet sebesar 73,7% dan trafik internet yang mengalami peningkatan 15-20% (Wijaya et al., 2021). Oleh sebab itu, pendampingan tentang pemberian kompetensi kepada para pelaku umkm yang berkaitan dengan digital marketing sangat penting untuk dilakukan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Purwanto et al, (2023) bahwa content marketing merupakan hal yang sangat penting agar konsumen bisa tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Kabupaten sumenep merupakan kabupaten yang berada di ujung timur pulau Madura. Kabupaten sumenep memiliki banyak pelaku umkm salah satunya adalah UMKM Jamu Tradisional Ibu Rasmina yang terletak di Desa Jambu kecamatan Lenteng kabupaten Sumenep. UMKM ini merupakan salah satu desa yang terdapat di wilayah daratan. Permasalahan yang ada di UMKM ini dapat dilihat dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Permasalahan Mitra

| | | |
|-----------|---|--|
| Produk | : | Belum memiliki desain kemasan sendiri |
| Pemasaran | : | Pemesanan melalui komunikasi dengan masyarakat sekitar |

Sumber: Data diolah

Umkm jamu tradisional ibu rasmina memiliki 2 permasalahan umum yaitu persoalan desain kemasan dan permasalahan pemasaran yang belum maksimal. Selama ini, umkm jamu tradisional ibu rasmina hanya menggunakan botol bekas sebagai wadah ketika ada yang membeli produk jamunya. Selain itu, di bidang pemasaran beliau menyampaikan bahwa beliau belum pernah melakukan promosi baik dengan cara konvensional maupun secara digital.

Dengan demikian, tujuan kegiatan ini yaitu untuk memberikan edukasi kepada umkm tentang pentingnya desain kemasan yang menarik dan pentingnya melakukan promosi melalui social media marketing. Selain itu, tujuan dari pengabdian ini yaitu untuk memberikan pelatihan kepada umkm agar memiliki kompetensi dalam membuat desain kemasan dan melakukan promosi melalui social media.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Kediaman Ibu Rasmina di Desa Jambu Kecamatan Lenteng, Kabupaten sumenep Provinsi Jawa timur. Mitra dalam kegiatan ini yaitu UMKM Jamu tradisional Ibu Rasmina

1. Prosedur:

- a. Persiapan Kegiatan: Kegiatan ini diawali dengan melakukan koordinasi kepada pemilik usaha Jamu Tradisional yaitu Ibu Rasmina.
- b. Pelaksanaan kegiatan: pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan dua pendekatan yaitu kegiatan sosialisasi dan pelatihan.
- c. Evaluasi hasil pelatihan: Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, maka selanjutnya dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan ini.

2. Metode Pelaksanaan:

- a. Sosialisasi
Pelaksanaan sosialisasi dilakukan untuk memberikan wawasan kepada UMKM tentang pentingnya desain kemasan dan social media marketing.
- b. Pelatihan
Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada UMKM tentang cara membuat desain kemasan dan cara melakukan promosi melalui social media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Persiapan pelaksanaan kegiatan dilakukan sejak tanggal 27 April 2024 sampai dengan 18 Mei 2024

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 18 Mei 2024 di kediaman Ibu Rasmina di Desa Jambu Kec. Lenteng Kab. Sumenep. kegiatan ini dimulai dengan memberikan pertanyaan kepada UMKM. Lebih jelasnya mengenai kegiatan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan

| Kegiatan | Keterangan |
|----------|---------------------------|
| Pre Test | UMKM diberikan pertanyaan |

| | |
|-------------|---|
| Sosialisasi | Materi tentang Desain dan social media marketing |
| Pelatihan | Pelatihan tentang pembuatan desain kemasan dan social media marketing |

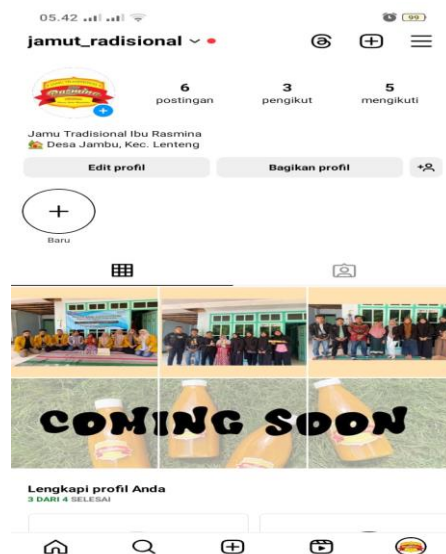
Kegiatan dimulai dengan memberikan pre test kepada umkm. Setelah pre test selesai dilakukan, selanjutnya dilakukan penyampaian materi. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi diawali dengan penyampaian materi mengenai desain kemasan dan social media marketing dan hal – hal lain yang berkaitan dengan topik kegiatan.



Gambar 1. Foto Sosialisasi



Gambar 2. Foto Pelatihan



Gambar 3. Akun Instagram UMKM

Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan pembuatan desain kemasan dan social media marketing.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan umkm post test. Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Evaluasi Kegiatan

| No | Kegiatan | Keterangan |
|----|--------------|---|
| 1 | Post-Test | Memberikan post test kepada peserta kegiatan |
| 2 | Kajian Hasil | Memberikan pertanyaan kepada para peserta tentang pemahaman yang didapatkan |

Dalam tahap evaluasi ini para peserta diberikan 3 pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Adapun penjelasan dari skala Guttman yang digunakan terdiri dari dua pilhan yaitu tau dan tidak tau. Berikut ini merupakan tabel hasil pre-test dan post-test dengan menggunakan skala guttman.

Tabel 4. Hasil Pre test dan Post Test menggunakan Skala Guttman

| No | Pertanyaan | Pre test | | Pos-Test | |
|----|---|----------|------------|----------|------------|
| | | Tahu | Tidak Tahu | Tahu | Tidak Tahu |
| 1 | Apakah anda mengetahui desain kemasan yang menarik? | 0 | 1 (100%) | 1 (100%) | - |
| 2 | Apakah anda mengetahui social media marketing? | 0 | 1 (100%) | 1 (100%) | - |

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4 di atas didapatkan informasi mengenai hasil pelaksanaan kegiatan ini

dengan melihat pemahaman para peserta kegiatan sebelum dan sesudah kegiatan. Jawaban para peserta kegiatan sebelum kegiatan dimulai (pre test) untuk pertanyaan pertama pelaku umkm menyampaikan bahwa beliau tidak mengetahui tentang desain kemasan yang menarik 1 (100%). Untuk pertanyaan kedua, pelaku usaha menjawab tidak tahu 1 (100%).

Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, pelaku usaha diberikan post-test. Untuk pertanyaan pertama pelaku umkm menyampaikan bahwa beliau sudah mengetahui tentang desain kemasan yang menarik 1 (100%). Untuk pertanyaan kedua, pelaku usaha menjawab mengetahui 1 (100%).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ini mampu meningkatkan pemahaman dan kompetensi bu rasmina selaku pemilik dari umkm jamu tradisional. Meskipun demikian, masih ada hal-hal lain yang masih belum maksimal terutama dalam hal kemampuan ibu peserta dalam membuat desain untuk dijadikan sebagai content dalam promosi melalui sosial media.

Kegiatan pendampingan tentang desain kemasan dan sosial media marketing di umkm jamu tradisional ibu rasmina diakhiri dengan sesi foto bersama dengan peserta dan tim:



Gambar 4: Sesi Foto Bersama

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan tentang desain kemasan dan sosial media marketing berhasil mengedukasi dan memberikan kompetensi kepada pelaku usaha jamu tradisional. Untuk kegiatan berikutnya perlu dilakukan pemberian edukasi mengenai syarat-syarat kemasan yang sesuai dengan persyaratan yang seharusnya terkandung didalam kemasan tersebut. Hal ini sangat penting, karena kemasan yang ada akan menjadi salah satu bahan untuk promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Maytanius, J., Wahyudi, H., Lim, R., & Sentoso, A. (2023). Analisis Digital Marketing UMKM Creativ. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1563-1567.
- Arifin, M., Purwanto, E., & AR, M. M. S. (2024). Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Pada UMKM Di Desa Sumberangka. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 157-164.
- Purwanto, E., AR, M. M. S., & Arifin, M. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Content Marketing Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 195-204.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33-64.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Wijaya, N. H., Wulaningrum, P. D., & Kartika, W. (2021). Peningkatan Produktifitas dan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Informasi dan Manajemen Keuangan untuk Memacu Perekonomian yang Lebih Baik. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 566-572