

Pelatihan *Entrepreneurship* Pada UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu dalam Meningkatkan Promosi dan *Smart Packaging Digital*

Mira Gustiana Pangestu ^{*1}, Joni Devitra ², Irfan Hassandi ³, Mardiana ⁴, Yosi Fahdillah ⁵, Ikrima Khairunnisa ⁶

^{1,2,3,4,5,6,7)} Universitas Dinamika Bangsa Jambi; Jl. Kol. M. Kukuh, Paal Lima, Kec. Kota Baru, 35097

^{1,2,3,4,5,6,7)} Kewirausahaan, Ilmu Manajemen dan Bisnis, Universitas Dinamika Bangsa Jambi

email: ^{*1} miragustianapangestu@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan perkembangan teknologi, dan cara menjadi seorang entrepreneur di era gempuran teknologi yang semakin banyak dan beraneka ragam di kalangan masyarakat khususnya pada sektor UMKM. Hal tersebut juga berdampak dalam cara pandang dan cara implementasi promosi penjualan seorang entrepreneur dalam keberlangsungan guna untuk meningkatkan hasil dari usaha UMKM yang di rintisnya. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah salah satu upaya bagaimana cara dalam memanfaatkan dan meningkatkan kualitas Entrepreneur serta teknologi berbasis digital sehingga menjadi seorang entrepreneur yang tidak hanya sekedar tumbuh saja, tetapi juga sebagai entrepreneur yang aktif dan terus memodifikasi usaha yang dimiliki guna meningkatkan promosi penjualan dengan memanfaatkan teknologi (digital marketing) dengan seefisien mungkin. Di harapkan hasil dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini adalah terciptanya entrepreneurship yang mampu tidak hanya secara konvensional tetapi secara digital dalam mengelola usaha UMKM yang dimilikinya. Dalam hal promosi digital diharapkan para entrepreneur nantinya dapat dengan cakap mempromosikan hasil produksi dengan menggunakan promosi digital dengan baik, hal tersebut di harapkan dapat menjangkau pembeli lebih luas dan melalui smart packaging yang baik di harapkan dapat membuat produk hasil olahan kerupuk ikan menjadi lebih higienis dan berkualitas untuk di promosikan.

Kata kunci: *Entrepreneur, Pemasaran Digital, Promosi, UMKM*

Abstract

Along with the development of technology, and how to become an entrepreneur in the era of the onslaught of technology which is increasingly numerous and diverse among the community, especially in the MSME sector. This also has an impact on the perspective and way of implementing sales promotion of an entrepreneur in sustainability in order to increase the results of the MSME business he started. In this community service activity is one of the efforts on how to utilize and improve the quality of Entrepreneur and digital-based technology so that it becomes an entrepreneur who not only grows, but also as an active entrepreneur and continues to modify the business owned to increase sales promotion by utilizing technology (digital marketing) as efficiently as possible. It is hoped that the result in the implementation of this Community Service is the creation of entrepreneurship that is able not only conventionally but digitally in managing its MSME business. In terms of digital promotion, it is hoped that entrepreneurs will be able to skillfully promote production results by using digital promotion properly, it is hoped that it can reach a wider range of buyers and through good smart packaging it is hoped that it can make processed fish cracker products more hygienic and quality to be promoted.

Keywords: *Entrepreneur, Digital Marketing, Promotion, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka tidak hanya menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menyediakan lapangan kerja bagi jutaan orang. UMKM membantu mendistribusikan kesejahteraan secara lebih merata dan berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan. Salah satu sektor UMKM yang menonjol adalah industri pengolahan makanan, termasuk produksi kerupuk ikan, yang merupakan produk lokal dengan potensi pasar yang besar.

Salah satu UMKM yang ada di Jambi adalah UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu merupakan salah satu usaha lokal yang telah beroperasi dalam produksi kerupuk ikan, sebuah produk yang populer di masyarakat.

Meskipun memiliki produk berkualitas, UMKM ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan pengembangan usahanya, seperti: Kurangnya Promosi: Strategi promosi yang kurang efektif menyebabkan produk sulit dikenal oleh pasar yang lebih luas. Keterbatasan Teknologi: Minimnya pemanfaatan teknologi modern dalam pengemasan dan pemasaran menyebabkan daya saing produk menurun. Sumber Daya Manusia: Kurangnya keterampilan dan pengetahuan tentang kewirausahaan di kalangan pengusaha dan pekerja UMKM ini.

Pelatihan entrepreneurship menjadi sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk strategi pemasaran, pengelolaan bisnis, dan inovasi produk. Peningkatan pemahaman tentang pentingnya promosi dan penggunaan teknologi smart packaging digital juga menjadi fokus utama dalam rangka meningkatkan nilai tambah produk dan daya tarik konsumen.

Selanjutnya, penggunaan smart packaging digital merupakan inovasi yang dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM. Teknologi ini tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menyediakan informasi yang berguna bagi konsumen melalui label interaktif, kode QR, dan fitur lainnya. Smart packaging dapat meningkatkan pengalaman konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas jangkauan pasar.

Serta dalam pengabdian ini juga memberikan pelatihan promosi melalui digital marketing dengan berbagai bentuk, yang mana mengubah cara orang berbelanja, dan ini adalah kesempatan bagi usaha kecil untuk mempromosikan produk mereka. Mereka dapat menggunakan media sosial untuk melakukan ini, tetapi banyak pemilik usaha kecil tidak tahu bagaimana menggunakannya secara efektif [1]. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh dan berkembang. Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka. Sosial media ini telah menjadi cara yang sangat populer dan bermanfaat untuk menjual barang kepada orang-orang, tetapi masih banyak UMKM yang belum memanfaatkannya secara optimal.

Pertumbuhan bisnis di bidang promosi produk sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan internet. Melalui penggunaan media digital, informasi dapat bergerak bebas antara pembeli dan penjual, menyederhanakan prosedur bisnis dan memperluas pilihan pelanggan [2]. Penelitian Tafesse & Wien (2018), menunjukkan bahwa media sosial berhubungan positif dengan kinerja media sosial. Temuan ini juga menunjukkan hubungan yang menguntungkan antara kinerja media sosial dan efektivitas pemasaran. Dengan memberikan konseptualisasi segar dan konfirmasi empiris mengenai konstruksi implementasi media sosial, penelitian ini menambah literatur.

Dan penelitian Anjaningrum (2020) mengungkapkan pemasaran digital dan jaringan membantu usaha kecil di Malang selama pandemi COVID-19. Studi ini juga menemukan bahwa menggunakan pemasaran digital dan jaringan dapat benar-benar meningkatkan seberapa baik bisnis melakukan pemasaran mereka. Dan sejalan juga dengan penelitian Cao, dkk (2018), Meneliti motivasi, perilaku, dan efek penggunaan media sosial dalam manajemen rantai pasokan organisasi adalah tujuan dari penelitiannya. Berdasarkan temuan penelitiannya, faktor-faktor penting seperti tekanan eksternal, kesiapan internal,antisipasi manfaat, tujuan strategis, dan risiko yang dirasakan mempengaruhi cara organisasi menggunakan media sosial, yang pada gilirannya mempengaruhi seberapa baik kinerjanya dalam operasi dan pemasaran serta seberapa puas organisasi tersebut terhadap media sosial. pemangku kepentingan internal dan eksternal termasuk klien, mitra, dan pemasok—berada di organisasi secara keseluruhan.

Salah satunya juga menggunakan Instagram untuk beriklan membantu usaha kecil yang dalam berjualan [6]. Berdasarkan hasil penelitian Nuraini et al., (2023) Menggunakan media sosial, khususnya Instagram, dapat sangat membantu bisnis kecil. Dengan menggunakan Instagram, bisnis dapat melihat bagaimana orang berinteraksi dengan posting mereka dan mempelajari apa yang diminati masyarakat. Ini penting karena membantu bisnis mengetahui produk apa yang disukai dan ingin dibeli oleh produk dan ingin dibeli. Ketika bisnis berbagi gambar dan video produk batik mereka, lebih banyak orang mulai belajar tentang mereka dan menjadi tertarik. Ini adalah cara yang baik untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan.

Memberikan pelatihan entrepreneurship kepada pengusaha dan pekerja UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu, Meningkatkan kemampuan dalam strategi promosi dan pemasaran digital, Mengajarkan penerapan smart packaging digital untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan untuk mengembangkan usaha yang lebih berkelanjutan dan kompetitif. Dengan demikian, pelatihan

entrepreneurship ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu dalam menghadapi tantangan bisnis dan meningkatkan kinerja pemasaran mereka.

2. METODE

Pada proses perencanaan kegiatan ini dimulai pada September 2024, yang pertama dilakukan adalah pembuatan proposal dan mengurus surat izin dari UMKM kerupuk ikan putri bungsu untuk melaksanakan kegiatan pelatihan entrepreneurship UMKM kerupuk ikan putri bungsu dalam meningkatkan promosi dan smart packaging digital untuk masa depan dan kesejahteraan UMKM. Setelah mengajukan proposal selesai, dan izin sudah di dapat, maka selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan PKM nya antara lain: mendata peserta pelatihan, pembagian tugas tim, sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan. Selanjutnya, mengunjungi tempat kelompok usaha UMKM kerupuk ikan putri bungsu, untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan yang akan diadakan, dan mengurus izin pelaksanaan kegiatan dengan pihak ketua binaan, penyusunan materi, dokumentasi materi.

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada November 2024. Kegiatan ini mencakup materi teori dan praktik dari berbagai artikel dan sumber-sumber elektronik yang terpercaya. Pelaksanaan kegiatan mencakup pemasaran digital lewat media sosial dan teknik pengemasan yang cerdas. Ini akan memberikan pemahaman tentang entrepreneurship dan perannya sebagai strategi bisnis dalam mengembangkan UMKM, menyampaikan seberapa penting berinovasi dalam produk, promosi dan packaging untuk bersaing di pasar yang dimuat dalam bentuk presentasi visual agar peserta mudah memahaminya. Kemudian, lokakarya praktis atau sesi praktik langsung juga menjadi bagian dari pelatihan ini, salah satunya penggunaan teknologi QR Code pada kemasan produk dengan memanfaatkan generator QR Code Online yang free.

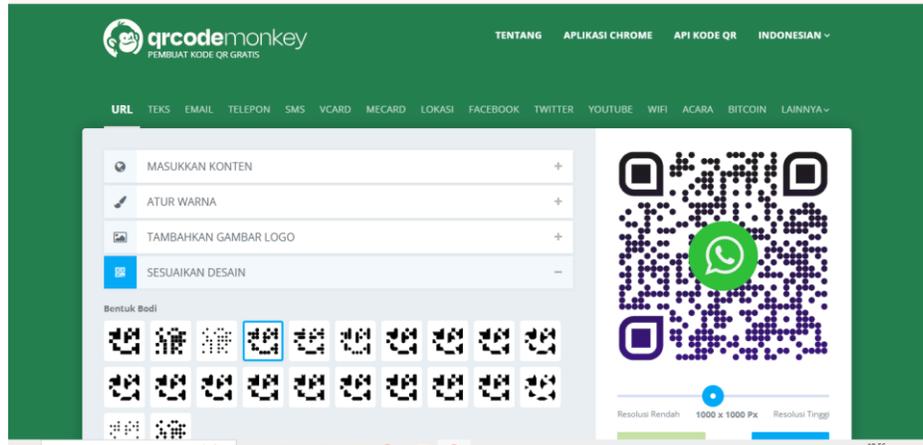
Evaluasi dan tindak lanjut adalah langkah terakhir dimana kita akan mengevaluasi hasil pelatihan dan dampaknya terhadap UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu. Ini termasuk umpan balik langsung dari peserta dan identifikasi area yang masih perlu pengembangan. Berdasarkan hal tersebut, selanjutnya kami memberikan dukungan lebih lanjut kepada UMKM untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kesejahteraan usaha mereka melalui pemulihan. Tentunya, kegiatan pelaporan juga di dokumentasi sebagai referensi untuk aktivitas serupa di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM, terutama UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu. UMKM Kerupuk ini merupakan usaha rumahan yang memproduksi kerupuk ikan khas daerah. Tantangan potensial yang dihadapi oleh UMKM ini adalah menantang terhadap perubahan yang ada, kurangnya sumber daya yang kompeten sehingga mengalami kesulitan teknis. Oleh karena itu, pelatihan memaparkan sesi promosi melalui media sosial dan smart packaging sebagai salah satu cara dalam membantu pemasaran mereka untuk mengatasi masalah yang ada. Para peserta akan mendapatkan pengetahuan baru tentang strategi pemasaran digital dan mengetahui pentingnya berinovasi dalam kemasan produk yang cerdas agar dapat lebih menarik minat konsumen.

Kegiatan dimulai dari penjelasan tentang pemasaran digital karena semakin berubahnya zaman, orang-orang pun berlomba-lomba memasarkan produknya atau mempromosikan produknya secara digital yaitu melalui media sosial. Pada pelatihan ini tentunya dikenalkan dengan berbagai platform yang ada seperti instagram, facebook, dan tiktok sebagai wadah promosi, namun ketika berbicara promosi tentunya bukan hanya soal konten promosi saja yang dipikirkan tetapi juga dijelaskan bagaimana mengidentifikasi celah pasar dan mempelajari tren pasar saat ini untuk memperluas jangkauan pasar.

Selanjutnya, kegiatan pada pelatihan ini yaitu memperkenalkan konsep kemasan yang menggabungkan teknologi digital, tentu hal ini bukan hanya soal teknologi digital, tetapi kegiatan ini juga menekankan konsep kemasan ramah lingkungan berbahan dasar kertas daur ulang dan bioplastik yang diintegrasikan dengan teknologi digital saat ini seperti QR Code sebagai bentuk dari smart packaging. Para peserta tentunya mendapatkan informasi tentang apa saja yang terdapat dalam QR Code tersebut, dimulai dari informasi produk, sertifikat halal, dan BPOM. Disini para tim memanfaatkan generator QR Code online yang free yaitu QRCode Monkey sebagai demonstrasi kepada peserta UMKM agar mereka mendapatkan gambarannya.



Gambar 1. Platform QRCode Monkey



Gambar 2. Contoh QR Code

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik dari sebelumnya dan mereka mempelajari tren konsumen, tren pasar saat ini, meningkatkan wawasan mereka akan dasar-dasar sebagai entrepreneur, mulai menguasai pemasaran digital (digital marketing) untuk memperluas jangkauan pasar, dapat mempraktikkan smart packaging sebagai daya tarik produk. Sehingga, mereka pun tidak tertinggal oleh perkembangan teknologi yang ada dan dapat bersaing lebih baik untuk meningkatkan penjualan serta kerbelanjutan usahanya.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pelatihan ini, pelatihan entrepreneur ini merupakan inisiatif strategi yang bagus dalam menggabungkan aspek pemasaran digital dan penerapan smart packaging. Pelatihan ini tentunya juga memberdayakan UMKM sebagai memodernisasi strategi promosi dan pengemasan mereka yang mengarah pada daya saing yang lebih baik di pasar.

5. SARAN

Dalam pelatihan ini tentunya juga mempunyai tantangan sendiri, seperti kenggan awal untuk mengadopsi teknologi baru, keterbatasan anggaran dalam menerapkan solusi smart packaging. Oleh karena itu, perlunya berkolaborasi antar pihak pemerintah untuk membantu UMKM sebagai upaya keberlanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dinamika Bangsa yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini dan kepada UMKM Kerupuk Ikan Putri Bungsu yang telah mengijinkan kami untuk berbagi pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. S. Pratama, M. H. Haque, A. Ardianta, D. N. Arumsari, and A. Evanthy, "Pelatihan promosi dan pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm di kota surabaya," *Karya J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 118–124, 2022.
- [2] H. Suprayitno, D. Elvianita, and U. I. Balitar, "Pengenalan e-marketing untuk meningkatkan hasil penjualan umkm blitar 1," no. Hapemas 2, 2017.
- [3] W. Tafesse and A. Wien, "Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment," *J. Mark. Manag.*, vol. 34, no. 9–10, pp. 732–749, 2018, doi: 10.1080/0267257X.2018.1482365.
- [4] W. D. Anjaningrum, "Efektivitas Digital Marketing Dan Networks Dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran UKM Di Masa Pandemi Covid-19," *SENABISMA Semin. Nas. Adm. Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 7, pp. 50–61, 2020.
- [5] Cao and dkk, "Using social media for competitive business outcomes: An empirical study of companies in China," *J. Adv. Manag. Res.*, vol. 15, no. 2, pp. 211–235, 2018, doi: 10.1108/JAMR-05-2017-0060.
- [6] F. Syafutri, E. Handayani, A. Vebiyanti, and R. G. Suyatna, "Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Durian Woke: Studi Kasus Konten Digital Cafe Durian Woke Taktakan," *J. Nuansa Publ. Ilmu Manaj. Dan Ekon. Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 17–25, 2024.
- [7] H. Nuraini, R. Avi, N. Azizah, and M. R. Jordi, "Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Guna Meningkatkan Segmentasi Pasar Pada UMKM Batik New Colet Jombang," *Welf. J. ...*, vol. 1, no. 2, pp. 270–276, 2023.