

Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi

Novita Ekasari^{*1}, Nur Hasanah², Ade Perdana Siregar³, Novita Sari⁴, Ade Titi Nifita⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317
^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi
email : ^{*1} ekasari.novita01@yahoo.com, ² nur_hasanah@unja.ac.id, ³ ade.perdana@unja.ac.id,
⁴ arkaanraja@yahoo.co.id, ⁵ ade_titinifita@yahoo.co.id

Abstrak

Pengembangan produk daerah dapat meningkatkan usaha bagi UMKM. Promosi terhadap suatu produk dapat menjadikan suatu produk menjadi produk unggulan khas daerah. Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama di Kelurahan Tengah Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. Permasalahan mitra yang menjadi sasaran adalah lemahnya pemahaman mitra mengenai promosi produk, belum tersedianya media promosi untuk mengenalkan produk, belum tersedianya kemasan untuk produk dan lemahnya pengetahuan mitra dalam desain kemasan produk agar menarik. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan kegiatan promosi melalui media sosial dan membuat serta mendesain kemasan produk kuliner khas Jambi agar lebih menarik. Pencapaian tujuan dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, memberikan solusi terhadap mitra berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pada kegiatan promosi, tersedianya kemasan yang higienis, bersih dan rapih, tersedianya merek pada kemasan dengan desain yang menarik dan informasi yang lengkap serta tersedianya media sosial sebagai media pada mitra dalam melakukan kegiatan promosi.

Kata kunci : Digital Marketing, Desain Kemasan, Inovasi

Abstract

The development of regional-specific products can increase business for micro small and medium enterprises. Promotion of a product can turn a product into a regional superior product. The partner of this community service activity is the Mutiara Indah Bersama Business Group in Tengah Village, Pelayangan District, Jambi City. The problem of partners being targeted is the weak understanding of partners regarding product promotion, the unavailability of promotional media to introduce products, the unavailability of packaging for products and the weak knowledge of partners in the design of product packaging to be attractive. The purpose of this service is to increase the ability of partners to carry out promotional activities through social media and create and design Jambi culinary product packaging to make it more attractive. Achievement of the objectives is carried out using lecture, tutorial and discussion methods. The results of community service activities, providing solutions to partners in the form of increased understanding and skills in promotional activities, the availability of hygienic, clean and neat packaging, the availability of brands on packaging with attractive designs and complete information and the availability of social media as media to partners in do promotional activities.

Keywords : Digital Marketing, Packaging Design, Innovation

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada saat ini masih di dominasi dengan Usaha Kecil Menengah (UKM). Ketika krisis menerpa Indonesia pada sekitar tahun 1997-1998, UKM terbukti tetap berdiri kokoh di saat usaha-usaha besar lainnya berjatuh. Keunggulan UKM dalam bertahan dari badai krisis karena berbagai alasan, salah satunya adalah UKM tidak mengandalkan bahan baku impor dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal baik dari sisi sumber daya manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. UKM tidak begitu merasakan pengaruh krisis global yang biasanya ditandai dengan penurunan nilai tukar rupiah yang dalam. UKM mempunyai peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian. Pengelolaan usaha dilakukan secara sederhana sehingga lebih banyak menjadi pilihan karena memerlukan modal yang relatif kecil. Jenis barang atau komoditi usahanya tidak selalu tetap,

sewaktu-waktu dapat berganti, hal ini disebabkan semakin meningkatnya persaingan karena banyaknya UKM dengan komoditi yang sejenis. UKM dituntut untuk membuat produk unggulan agar dapat lebih unggul dari para pesaing. Kreatifitas sangat dibutuhkan dalam mendesain produk agar lebih menarik dan produk khas lokal suatu daerah sangat menjanjikan untuk dikembangkan, baik dalam skala nasional maupun internasional.

Berdasarkan hasil sensus ekonomi BPS Provinsi Jambi (2016), dari 11 kabupaten/kota, jumlah UMK yang terbesar di Kota Jambi yaitu mencapai 19,27 persen. Pada posisi selanjutnya, Kabupaten Merangin, Kabupaten Bungo dan Kabupaten Tebo merupakan tiga wilayah dengan jumlah UMK mendekati 10 persen di Provinsi Jambi. Kota Jambi merupakan Ibu Kota Provinsi Jambi, yang terdiri dari 11 Kecamatan. Salah satu kecamatan di Kota Jambi yang banyak terdapat UKM adalah di Kecamatan Pelayangan. Lokasinya terpisah oleh sungai Batanghari dari Kota Jambi, sehingga letaknya berada di seberang Kota Jambi. Menurut BPS Kota Jambi (2018), di Kecamatan Pelayangan memiliki industri rumah tangga berjumlah 211 dan industri besar / sedang berjumlah 3, maka jenis usaha terbanyak di Kecamatan Pelayangan adalah industri rumah tangga. Berdasarkan hasil pengamatan, hasil industri rumah tangga di dominasi dengan makanan tradisional khas daerah Jambi.

Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama salah satu kelompok usaha yang memproduksi makanan tradisional. Salah satu makanan tradisional yang sangat unik dan belum dikenal masyarakat umum adalah kue tanah atau sering disebut kue bengen. Melihat potensi produk khas daerah Jambi tersebut, maka Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama dipilih sebagai mitra pada pengabdian kepada masyarakat ini. Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama beralamat di RT. 03 Kelurahan Tengah Kecamatan Pelayangan Kota Jambi, ketua dari kelompok usaha ini bernama Zumratul Aini.

Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama sangat aktif dalam menjalankan usaha, setiap hari memproduksi makanan tradisional sebagai produk utama dalam usahanya. Makanan tradisional yang di produksi oleh Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama yang memiliki keunikan dan kemanarikan sebagai produk kuliner khas Jambi adalah Kue Tanah atau di sebut Kue Bengen

Kue Tanah atau Kue Bengen yang merupakan salah satu makanan tradisional khas Jambi. Pembuatan Kue Tanah yang ada di seberang Kota Jambi dilakukan oleh masyarakat secara turun menurun. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan adalah tepung beras, gula kelapa, santan kelapa dan ditambah rempah-rempah seperti jinten dan biji wijen. Masyarakat umum masih sangat banyak yang belum mengenal kue tanah atau kue bengen padahal kue bengen sangat menarik dijadikan sebagai produk kuliner khas lokal daerah Jambi.

Berdasarkan pengamatan pada mitra Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama, potensi menjadikan kue bengen sebagai produk unggulan kuliner khas lokal daerah Jambi sangat besar, disamping produknya unik dan menarik, bahan baku juga sangat mudah untuk didapatkan. Namun kondisi saat ini, kue bengen hanya dikenal oleh masyarakat asli daerah Jambi, khususnya masyarakat daerah seberang Kota Jambi. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi penjualan masih belum dilaksanakan. Sarana untuk melakukan komunikasi pemasaran yang disebut juga bauran promosi (*promotion mix*) merupakan perpaduan khusus antara periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, penjualan langsung dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya (Sunarto, 2004:261). Selain belum dilakukannya promosi penjualan, jika dilihat dari produk juga belum ada kemasan. Kemasan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting, bukan hanya sebagai pembungkus tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2002), pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan merupakan penglihat dari konsumen, maka sangat penting untuk dijadikan menarik sebagai daya tarik untuk menumbuhkan minat beli konsumen.

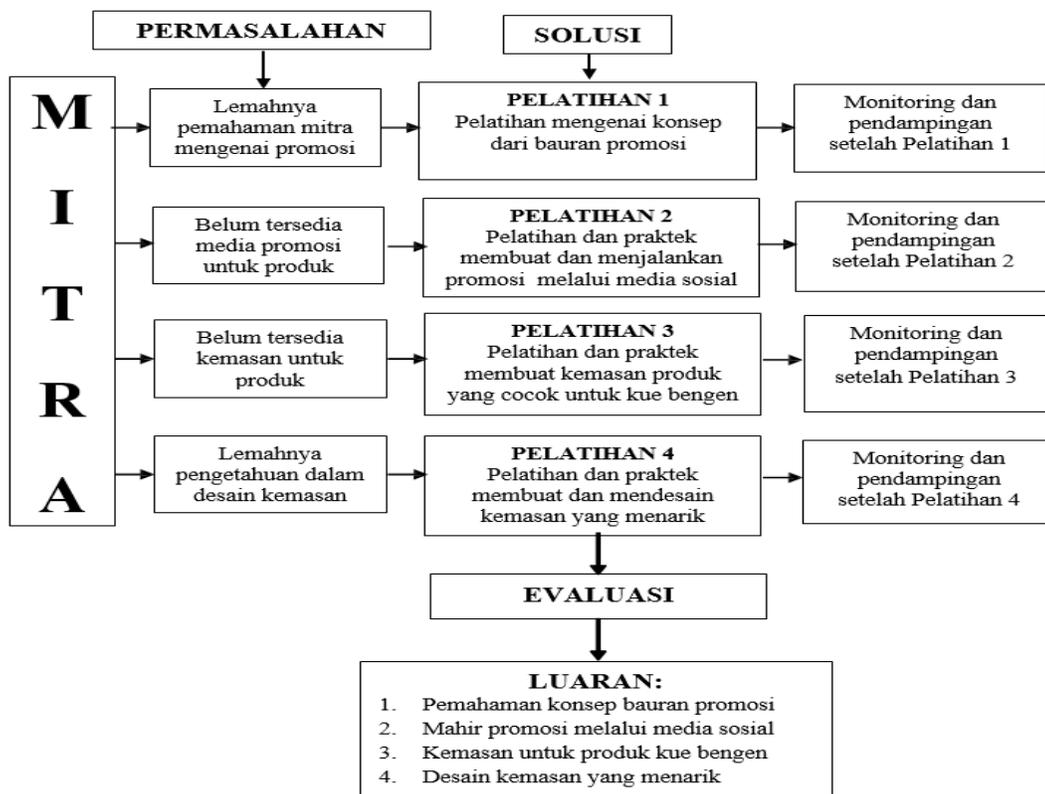
Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kegiatan promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk. Tingginya penjualan dan dikenalnya suatu produk merupakan kesuksesan dari promosi. Lemahnya kegiatan promosi dari mitra menyebabkan belum dikenalnya produk sehingga penjualan dari produk kue bengen tidak mengalami peningkatan. Kegiatan promosi hendaknya didukung dengan suatu kemasan yang menarik sehingga menumbuhkan minat beli dari calon konsumen.

Berdasarkan penjelasan hasil pengamatan tim pengabdian, maka kesimpulan permasalahan dari mitra Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama sebagai berikut : 1) Lemahnya pemahaman mitra mengenai promosi produk; 2) Belum tersedianya media promosi untuk mengenalkan produk; 3) Belum tersedianya kemasan untuk produk; 4) Lemahnya pengetahuan mitra dalam desain kemasan produk agar menarik

Melihat permasalahan yang terjadi pada mitra, maka rincian program yang akan dijalankan dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat benar-benar dapat disesuaikan dengan kondisi mitra dan potensi sumber daya manusia yang lebih terampil mencakup ilmu teknologi dan kelembagaan. Setiap permasalahan yang terjadi maka dapat dilakukan sebagai berikut: 1) Kegiatan promosi pada penjualan produk merupakan kegiatan yang mengantarkan produk kepada masyarakat sebagai target konsumen. Target dari kegiatan pengabdian ini, mitra dapat mahir dalam menjalankan kegiatan promosi. Penjualan yang meningkat dan produk kue bengen dikenal secara luas merupakan keberhasilan dalam kegiatan promosi; 2) Media promosi selama ini belum tersedia pada mitra. Kebutuhan biaya akan media promosi juga menjadi pertimbangan bagi mitra untuk melakukan kegiatan promosi. Perkembangan teknologi memberikan solusi pada permasalahan ini, kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial pastinya tidak membutuhkan biaya yang terlalu tinggi. Melihat kondisi mitra, tim pengabdian memberikan solusi dengan melakukan promosi pada produk kue bengen menggunakan media sosial. Promosi melalui media sosial dapat menyampaikan informasi mengenai produk tepat dan cepat pada target konsumen; 3) Kemasan merupakan suatu wadah dari penjual untuk memberikan produk yang dibeli kepada pembeli. Kemasan memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang beli higienis, bersih dan rapih. Mitra diberikan solusi pada tim pengabdian untuk membuat kemasan dari berbagai ukuran, sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing dalam membeli suatu produk; 4) Desain dalam suatu kemasan memberikan kesan tersendiri bagi konsumen. Kemasan yang menarik akan menumbuhkan minat bagi konsumen untuk membeli produk. Tim pengabdian memberikan solusi, kemasan untuk kue bengen dapat di desain dengan tema bahwa kue merupakan produk kuliner khas lokal dari daerah Jambi.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan untuk mengatasi permasalahan mitra melibatkan dosen dan mahasiswa. Metode dan tahapan dalam kegiatan pengabdian ini, mulai dari indentifikasi kebutuhan mitra, perancangan, pembuatan konsep pemasaran dalam promosi, pendampingan praktek membuat media promosi dan kemasan serta penerapan teknologi dalam kegiatan promosi dan desain kemasan kepada mitra, dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Metode Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Sosialisasi yang dilakukan berhubungan dengan bauran promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, penjualan langsung dan hubungan masyarakat, gambaran mengenai promosi melalui media sosial, informasi mengenai kemasan dan desain kemasan yang menumbuhkan minat konsumen. Dalam melakukan pelatihan dan praktek kegiatan yang dilakukan membuat dan menjalankan media sosial untuk kegiatan promosi dan membuat kemasan produk kue bengen menjadi menarik yang menggambarkan khas daerah Jambi sebagai produk kuliner unggulan. Setelah dilakukannya pelatihan dan praktek maka tim melakukan monitoring, diskusi dan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan dan kegiatan praktek yang sudah dilakukan

Pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut: 1) Metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai promosi melalui media sosial dan trik membuat desain yang menarik; 2) Metode tutorial, dengan memberikan akun sosial media dan cara menggunakannya serta membuat desain yang menarik untuk kemasan; 3) Metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan bertempat di RT.03 Kelurahan Tengah Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. Tim secara keseluruhan terlibat dalam kegiatan ini dan 2 (dua) mahasiswa dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi ikut terlibat membantu dalam kegiatan ini. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pelatihan, praktek dan diskusi mengenai digital marketing dan inovasi kemasan pada produk Kue Bengen yang merupakan produk khas lokal Kota Jambi. Kegiatan ini dihadiri 15 orang dari Kelompok Usaha Mutiara Indah Bersama yang diketuai oleh Zumratul Aini. Adapun tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut :

1) Pelatihan mengenai konsep dari bauran promosi

Pelatihan tahap pertama yaitu memberikan materi penjelasan mengenai bauran promosi. Materi menjelaskan unsur dari bauran promosi merupakan iklan, promosi penjualan, promosi pribadi, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Hal ini memberikan pemahaman terhadap mitra mengenai konsep dalam melakukan kegiatan promosi terhadap suatu produk.

2) Pelatihan membuat dan mendesain kemasan yang menarik

Pelatihan dilakukan dengan menjelaskan desain kemasan berupa merek dari produk agar menjadi lebih menarik serta informasi yang disampaikan pada merek sehingga produk lebih dapat dikenal. Berikut contoh desain dari merek yang telah didesain untuk produk kue bengen :



Gambar 2 Merek Produk

Pada pelatihan tahap ini memberikan penjelasan bahwa desain yang menarik akan menambah nilai dari suatu produk dan menumbuhkan minat beli. Merek terdapat informasi yang jelas, dimana terdapat identitas pada kelompok usaha, terdapatnya nomor telepon yang bisa dihubungi, terdapatnya media sosial pada produk dan terdapatnya informasi bahwa produk merupakan produk khas jambi. Penjelasan mengenai informasi yang terdapat pada merek sangat membantu mitra dalam melakukan kegiatan promosi.

3) Pelatihan dan praktek membuat kemasan produk yang cocok untuk kue bengen

Pada tahap ini, memberikan penjelasan mengenai kemasan dengan memberikan contoh perbandingan antara kemasan lama dengan kemasan baru, kemasan dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3. Kemasan Baru Produk

Berdasarkan pada gambar 3 memberikan penjelasan perbedaan terhadap kemasan bahwa produk harus dikemas dengan baik, terlebih produk merupakan produk makanan. Hal penting bagi produk makanan yaitu produk terlihat higienis bersih dan rapih serta produk diberikan merek sebagai identitas dan menyampaikan informasi.

Pada pelatihan tahap ini, dilakukan kegiatan praktek untuk menyusun kue bengen pada kemasan agar terlihat rapi serta memberikan merek pada kemasan tersebut, dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 4 Praktek Mengemas dan Penempelan Merek

Praktek mengemas kue bengen dan penempelan merek dilakukan agar mitra dapat langsung melihat hasil dari materi yang disampaikan sehingga untuk selanjutnya mitra dapat terbiasa mengemas dan memberikan merek pada produk kue bengen tersebut

4) Pelatihan dan praktek membuat dan menjalankan promosi melalui media social

Pada tahap ini, mitra diberikan materi mengenai cara membuat dan menjalankan media sosial yaitu instagram dan facebook dengan nama produk Materi yang disampaikan pada tahapan ini, pembuatan media sosial dan cara menggunakan media sosial tersebut untuk kegiatan promosi. Mitra melakukan praktek langsung untuk membuat dan menjalankan media sosial. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk kegiatan promosi dengan biaya yang sangat kecil, maka dengan adanya pelatihan dan praktek ini diharapkan mitra dapat secara rutin melakukan kegiatan promosi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi mitra. Penjelasan mengenai bauran promosi, desain kemasan, membuat kemasan dan penggunaan media sosial dapat dipahami oleh mitra dengan baik. Mitra sangat antusias dalam pelaksanaan kegiatan ini, terlihat dari keaktifan mitra dalam berdiskusi dan kegiatan praktek. Kemasan yang baik memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk higienis, bersih dan rapih. Desain yang menarik memberikan kesan tersendiri bagi konsumen dan akan menumbuhkan minat beli. Tersedianya media sosial sebagai sistem yang dibentuk dalam kegiatan promosi sangat membantu mitra dikarenakan tidak membutuhkan biaya yang terlalu tinggi. Promosi melalui media sosial dapat menyampaikan informasi mengenai produk tepat dan cepat pada target konsumen.

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan sebagai berikut; 1) Tersedianya materi pelatihan mengenai bauran promosi, pembuatan kemasan, desain merek dan pengoperasian media sosial dalam upaya meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam melakukan kegiatan promosi; 2) Tersedianya kemasan yang baik agar produk terlihat higienis, bersih dan rapih; 3) Tersedianya merek yang menarik dan menyampaikan informasi lengkap mengenai produk sebagai upaya peningkatan omzet pada mitra; 4) Tersedianya

media sebagai pendukung sistem promosi melalui digital berupa media sosial instagram dan facebook agar mitra dapat melakukan kegiatan promosi dengan biaya yang tidak tinggi

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal. Mitra memberikan respon yang positif pada kegiatan ini. Pelaksanaan kegiatan dihadiri oleh 15 orang peserta yang sangat antusias dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dan praktek, terlihat dari keaktifan peserta dalam berdiskusi dan menjalankan praktek. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan solusi terhadap mitra berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pada kegiatan promosi, tersedianya kemasan yang higienis, bersih dan rapih, tersedianya merek pada kemasan dengan desain yang menarik dan informasi yang lengkap serta tersedianya media sosial sebagai media pada mitra dalam melakukan kegiatan promosi.

5. SARAN

Pengembangan produk khas daerah memiliki potensi yang besar. Keberlanjutan dari hasil kegiatan ini, perlu adanya pendampingan terhadap mitra agar dapat membuat izin usaha dan sertifikat halal pada produk, sehingga produk lebih meningkat secara kualitas. Peran aktif pemerintah sangat diperlukan dalam mengembangkan produk khas daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2018), Kecamatan Pelayangan dalam Angka 2018, BPS Kota Jambi
Badan Pusat Statistik (2018), Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Jambi, BPS Provinsi Jambi
Fandy, Tjiptono (2002) *Strategi Pemasaran* Edisi I Yogyakarta Andi Offset
Kotler, P dan Armstrong (2012), *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Edisi VIII, Jilid II