

**PENDAMPINGAN UMKM “BAKPIA CRISPY 3 BINTANG”
MELALUI PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN LEGALITAS**

Damayanti¹, Agustina Putri Kurnia Sari², Fadiela Rokhiliantien Nufus³

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas YPPI Rembang**

damayanti.untarini@gmail.com¹, kurniasariagustina7@gmail.com², fadielaa17@gmail.com³

ABSTRACT

MSMEs that produce "Bakpia Crispy 3 Bintang" are located on Jl. Setiyabudi No.16 Kutoharjo Village, Rembang District, Rembang Regency has been established since 2009. The problems faced by partners are 1). The marketing is still not broad enough and tends to be passive, in this case the owner markets his product within the Rembang Regency, 2). Do not yet have a P-IRT (Household Industry Product) so that MSMEs cannot market their products to the fullest extent, and 3). Unattractive form of packaging. Community service programs carried out are 1). Expansion of marketing through the installation of banners, 2). Management of permits and business legality. The existence of a certificate from the Health Service for UMKM "Bakpia Crispy 3 Bintang" has a positive impact, because the community has recognized the legality of this UMKM and the public's trust has increased, 3). Making Instagram and Shopee social media accounts and making new packaging designs to make packaging more attractive and attractive to consumers.

Keyword: Assistance, MSME, Marketing Development and Legality

PENDAHULUAN

UMKM merupakan kumpulan para pewirausaha yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian sebuah negara dan memiliki kesempatan untuk menyerap tenaga kerja sehingga perlu untuk dikembangkan (Immanuel, 2019), sehingga diperlukan pemberdayaan UMKM perlu dilakukan dengan serius (Muljanto, 2020; Narto et al., 2020). UMKM berperan penting dalam pembagunan ekonomi, pengurangan kemiskinan, dan pembukaan lapangan kerja di Negara berkembang (Tarute dan Gatautis, 2014). Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Bukit et al, 2019).

Perkembangan pemasaran dalam usaha sekarang tidak hanya mengandalkan melalui pemaaran offline tetapi juga dilakukan pemasaran online, khususnya melalui pemasaran digital. *Digital Marketing* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media *online* seperti website dan *marketplace* agar bisa menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan lebih luas dan cepat (Sasongko et al, 2021). Secara sederhana *digital marketing* merupakan sebuah istilah yang mencoba mendeskripsikan jasa pemasaran terintegrasi yang digunakan untuk menarik perhatian dan melibatkan konsumen secara *online* (Rubiyanti et al., 2020). Media *online* yang saat ini banyak digunakan untuk memasarkan produk adalah memanfaatkan media sosial, contoh media

social yang populer digunakan oleh pengguna antara lain, Instagram, Facebook, dan Youtube (Hendriadi et al., 2019).

UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” salah satu UMKM yang ada di Rembang bergerak di bidang produksi makanan. Melalui analisis SWOT maka diperoleh hasil analisis dimana produk UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” memiliki beberapa kekuatan yang dapat menjadi peluang berkembangnya UMKM, yaitu diantaranya produk merupakan salah satu jenis makanan yang tidak mudah basi, selain itu di Kabupaten Rembang belum terdapat banyak UMKM yang memproduksi produk serupa. Adapun kelemahan UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” bakpia dicetak tanpa alat khusus sehingga ukurannya tidak sama atau berat per biji tidak sama termasuk masih kurang rapi, belum memiliki P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga) dan pemasarannya yang belum cukup luas. Peluang dari UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” adalah pangsa pasar produk kue khususnya di daerah Rembang masih sangat luas sehingga tidak begitu sulit untuk memasarkan produk ini. Produk ini tidak bersifat musiman sehingga produk ini mudah dibuat dan di produksi sesuai keinginan pasar.

Ancaman yang dihadapi dari UMKM “Bakpia *Crispy*” adalah munculnya pesaing baru dengan produk usaha yang sama yaitu kue bakpia serta adanya perubahan selera konsumen dari waktu ke waktu sehingga produksi menyesuaikan permintaan konsumen yang tidak menetap jumlahnya. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu 1). Pemasarannya masih belum cukup luas dan cenderung pasif, dalam hal ini pemilik memasarkan produknya di lingkup Kabupaten Rembang, 2). Belum memiliki P-IRT (Produk industri Rumah Tangga) sehingga UMKM belum bisa memasarkan produknya secara maksimal, dan 3). Bentuk *packaging* yang kurang menarik. Sehingga tim pengabdian tertarik untuk melakukan program pengabdian dengan mengenai Pendampingan UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” melalui Pengembangan Pemasaran dan Legalitas Usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui Kuliah Kerja Usaha ini berlangsung selama satu bulan. Tahapan pelaksanaannya dalam program program pengabdian ini meliputi:

1. Identifikasi Masalah melalui pra survey
Melakukan wawancara dan observasi untuk menemukan permasalahan UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang”.
2. Analisis Kebutuhan
Analisis kebutuhan untuk mengetahui rencana dan program apa yang dibutuhkan UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang”.
3. Penyusunan Program
Program disusun sesuai permasalahan mitra UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” sehingga bermanfaat, tepat guna dan tepat sasaran.
4. Pelaksanaan Program
Tim pengabdian masyarakat melakukan pelaksanaan program sesuai program yang telah disusun sebelumnya.
5. Pendampingan
Tim Pengabdian masyarakat melakukan pendampingan setelah program-program dilaksanakan dengan tujuan agar semua program pengabdian bisa berjalan dengan baik dan tetap perlu pendampingan dan pengawasan dari tim.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diwujudkan dalam Kuliah Kerja Usaha ini sekitar satu bulan dengan mitra UMKM “Bakpia *Crispy* 3 Bintang” yang mempunyai alamat di Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Beberapa Program yang dilaksanakan untuk pengembangan pemasaran dan legalitas usaha, dijelaskan sebagai berikut:

1. Perluasan pemasaran melalui pemasangan banner. Program ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen dengan mudah menemukan lokasi usaha UMKM dan jika calon konsumen juga

dapat mendapat tambahan informasi bahwa di alamat tersebut lokasi dari UMKM “Bakpia Crispy 3 Bintang”.



Gambar 1. Pemasangan Banner di UMKM

2. Pengurusan izin dan legalitas usaha. Adanya sertifikat dari Dinas Kesehatan pada UMKM “Bakpia Crispy 3 Bintang” memiliki dampak yang positif, karena masyarakat sudah mengakui legalitas dari UMKM ini dan kepercayaan masyarakat sudah meningkat. Juga sebagai salah satu syarat mutlak pengajuan P-IRT.



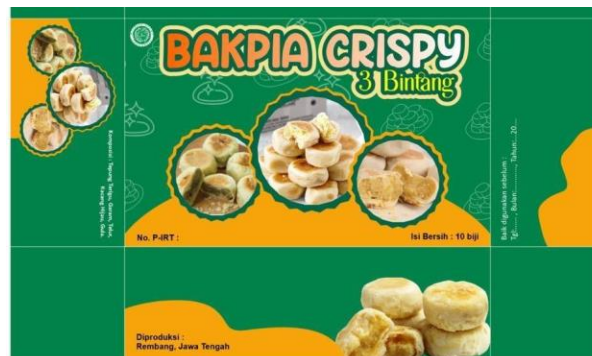
Gambar 2. Penyerahan sertifikat PKP (Penyuluhan Kesehatan Pangan) dari DinKesKab. Rembang

3. Pembuatan akun media sosial Instagram dan shopee UMKM “Bakpia Crispy 3 Bintang” sudah dikenal banyak masyarakat luas dan sudah menerima beberapa pesanan dari luar daerah Kabupaten Rembang.



Gambar 3. Akun Media Sosial “Bakpia Crispy 3

4. Pembuatan desain *packaging* yang baru membuat kemasan lebih menarik dan diminati oleh konsumen.



Gambar 4. Desain *Packaging* yang Baru

SIMPULAN DAN SARAN

Tim Pengabdian melakukan analisis SWOT setelah melakukan wawancara dan observasi di UMKM, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu: 1). Pemasarannya masih belum cukup luas dan cenderung pasif, dalam hal ini pemilik memasarkan produknya di lingkup Kabupaten Rembang, 2). Belum memiliki P-IRT (Produk industri Rumah Tangga) sehingga UMKM belum bisa memasarkan produknya secara maksimal, dan 3). Bentuk *packaging* yang kurang menarik. Tim pengabdian melakukan beberapa program meliputi: 1). Perluasan pemasaran melalui pemasangan banner, 2). Pengurusan ijin dan legalitas usaha, 3). Pembuatan akun media sosial Instagram dan shopee dan 4). Pembuatan desain *packaging* yang baru membuat kemasan lebih menarik dan diminati oleh konsumen. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan UMKM akan mampu bersaing dan berkembang menjadi lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Universitas YPPI Rembang
2. UMKM “Bakpia Crispy 3”.

DAFTAR PUSTAKA

- Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-236.
- Immanuel, D. M. (2019). Pembelajaran Online Marketing Pada Program Kewirausahaan Pemberdayaan Wanita Desa Kesamben Wetan Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5 (2), 149–159.
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6 (1), 40–43.
- Narto, N., HM, G. B., & others. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6 (1), 48–54.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6 (2), 92–96.
- Sasongko, D., Yuliawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7 (1), 68-73.
- Taruté, A., & Gatautis, R. (2014). ICT Impact on SMEs Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 1218–1225. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.968>.