Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | SENAMA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849
UNIVERSITAS SERANG RAYA, 3 Juli 2024

Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Penjualan pada Produk Jajanan Cirubi

Siska Mardiana[1], Nurillah Sukma Utami[2]

[12]Program Studi Ilmu Komunikasi FISIPKUM Universitas Serang Raya, Kota Serang

mardiana.siska@yahoo.com

ABSTRAK

UMKM makanan Cirubi merupakan salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Cipocok Jaya, Kota Serang. Produk makanan Cirubi memiliki ke khas an pada produk cireng olahannya yaitu dengan menyediakan varian ubi ungu, yang juga digunakan pada penamaan produknya, Cirubi Cireng Ubi Ungu. Namun demikian penjualannya mengalami kondisi stagnan. Berdasarkan hal tersebut maka kegiatan pengabdian berupa pendampingan dilakukan dengan tujuan meningkatkan volume penjualan produk cirubi. Kegiatan pengabdian dilakukan berupa pendampingan dengan mengenalkan menitipkan produk di toko frozen, desain label baru dan packaging, memasang banner didepan lokasi, memunculkan nama usaha di google maps, memperluas wilayah pemasaran dan menerapkan system reseller. Hasil kegiatan pengabdian menunjukan terjadi peningkatan volume penjualan per bulan menjadi tiga kali lipat.

Kata kunci: UMKM, Penjualan, Produk Makanan

ABSTRACT

The Cirubi food UMKM is one of the UMKN in Serang City. Cirubi Product has a specialty in its processed Cireng products, namely by providing a purple sweet potato variant, which is also used in the name of its product, Cirubi Cireng Ubi Ungu. However, sales have stagnated. Based on this, service activities in the form of mentoring are carried out with the aim of increasing the sales volume of cirubi products. Service activities are carried out in the form of assistance by introducing product deposits in frozen shops, designing new labels and packaging, installing banners in front of locations, displaying business names on Google Maps, expanding marketing areas and implementing a reseller system. The results of service activities show that sales volume has tripled.

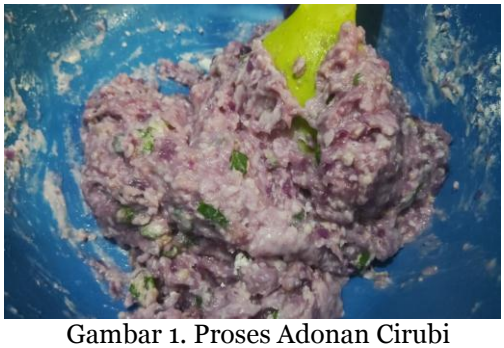
Keywords*: UMKM, Selling, Food Product*

1. PENDAHULUAN

Upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi wilayah selalu dilakukan oleh Pemerintah setempat, berbagai hal dilakukan salah satunya adalah melalui upaya mendorong pertumbuhan UMKM (Dahlan, 2017). Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sektor ekonomi yang paling strategis, dan memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian negara (Sholikah, R., Ulhaq, I. D., & Laili, N. ,2023).

Pertumbuhan UMKM juga dialami di Kelurahan Cipocok Jaya, dimana mata pencaharian warga yang paling banyak adalah wiraswasata yaitu sebanyak 1166 orang, kemudian karyawan swasta 1293 orang dan buruh 1054 orang (Sumber data dari Kelurahan Cipocok Jaya). Berbagai UMKM tumbuh di Kelurahan tersebut, diantara UMKM yang ada yaitu UMKM yang bergerak pada penjualan jajanan Cireng Rujak Ubi Ungu (Cirubi).

Cireng Rujak Ubi Ungu telah ada sejak tahun 2022 dengan varian original dan ubi ungu. Namun, cireng dengan campuran ubi ungu baru diinovasi pada tahun 2023. Berikut adalah gambar proses adonan cirubi:



Gambar 1. Proses Adonan Cirubi

Alasan pemilik usaha membuat produk tersebut yaitu dikarenakan ingin menjual sebuah produk yang jarang atau bahkan tidak diproduksi oleh siapapun. Namun demikian penjualannya mengalami kondisi stagnan. Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa kondisi penjualan yang stagnan disebabkan penjualan masih sederhana dari mulut ke mulut dan dibuat berdasarkan pesanan saja.

Berdasarkan analisis situasi maka kegiatan pengabdian berupa pendampingan dilakukan dengan tujuan meningkatkan volume penjualan produk cirubi.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan dilakukan berbasis kebutuhan dan kemampuan UMKM, maka menggunakan pendekatan *partisipatif approach* yaitu UMKM terlibat langsung aktif dalam kegiatan. Adapun pelaksanaan kegiatan melalui tahapan-tahapan yaitu tahapan perencanaa, tahapan implementasi dan tahapan evaluasi, seperti dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Jadwal Pengabdian

No	Kegiatan	Mei	Juni
1	Tahap Analisis Situasi		
2	Tahap Pelaksanaan		
3	Tahap Evaluasi		

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilakukan pada UMKM Cirubi yang berada di Kelurahan Cipocok Jaya. Sebelum melaksanakan kegiatan pendampingan, tim telah melakukan tahap awal yaitu analisis situasi dengan cara menemui pihak kelurahan untuk mendapatkan data UMKM dimasyarakat, lalu menemui UMKM Cirubi tersebut untuk mendapatkan data mengenai permasalahan yang dihadapi.

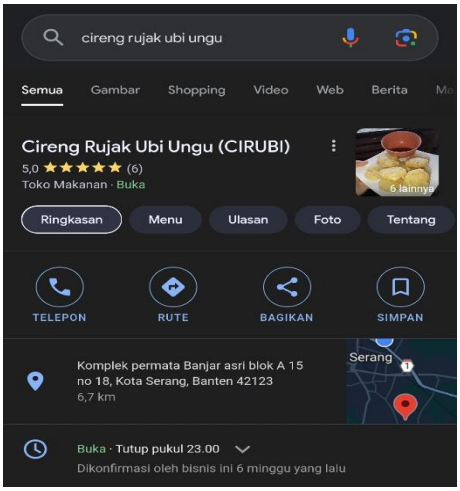
Selanjutnya dari analisis situasi tersebut dan hasil diskusi dengan mitra UMKM maka tim pengabdian membuat beberapa kegiatan untuk membantu meningkatkan volume penjualan UMKM Cirubi sebagai Implementasinya.

Adapun kegiatannya yang dilakukan adalah berupa pendampingan pemasaran pesanan, dengan membuka *pre order* dan mensuplai ke toko frozen, selanjutnya

kegiata lainnya dengan membuat google maps.

Pemasaran melalui *Open Pre Order* dilakukan oleh tim dengan memasarkan pada mahasiswa, dan ibu-ibu rumah tangga. Dalam dua minggu total pesanan yang diterima sekitar 300 pack. Selanjutnya *supply* pada toko-toko frozen dilakukan di lingkungan Kota Serang, diantaranya pada Toko Famili Frozen (lokasi di Cipocok Jaya), Banten Frozen (lokasi di Pasar Rau), AF Frozen (lokasi di Cipocok Jaya) dan Toko Tiga Saudara Food yang berlokasi di Pasar Rau. Dari keempat toko frozen yang telah di survei, hanya dua toko yang dapat kita *supply*, dikarenakan setiap toko memiliki ketentuannya masing-masing yang tidak bisa pihak UMKM penuhi.

Kegiatan pendampingan selanjutnya adalah dengan membuatkan Google Maps untuk mempermudah pelanggan atau konsumen menemukan lokasi CIRUBI, seperti dapayt dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1.Produk Cirubi di Mesin Pencarian dan Maps

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh tim adalah dengan membantu menyediakan alat press plastik kemasan, mencetak sticker vinyl, memasang banner membuatkan banner untuk didepan rumah dan membantu membuat design dan mencetaknya untuk stiker di belakang kemasan. Berikut adalah gambar kemasan baru dari Cirubi dan desain *banner*:



Gambar 2 Kemasan baru Cirubi



Gambar 3 Desain Banner Cirubi

Dengan berbagai kegiatan pendampingan yang dilakukan, maka produksi dan keuntungan produk Cirubi mengalami kenaikan sebesar sekitar tiga kali lipat. Bahkan sampai saat ini peminat Cirubi masih sangat banyak. Kami juga berhasil mendapatkan beberapa *reseller* yang tentu saja dapat meningkatkan volume penjualan Cirubi.

Tahapan kegiatan selanjutnya adalah tahap evaluasi. Tahap evaluasi dilakukan oleh tim dengan menanyakan kepada UMKM Cirubi mengenai jumlah penjualan, juga bertanya kepada konsumen mengenai kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk Cirubi. Hasilnya menunjukkan bahwa produksi dan keuntungan produk Cirubi mengalami kenaikan sebesar sekitar tiga kali lipat, dan konsumen merasa tertarik untuk membeli produk jajanan cirubi dengan packaging baru yang lebih menarik, dan dalam hal rasa konsumen juga menyukai produk

jajanan cirubi, baik rasa original maupun ubi ungu.

Pemasaran yang dilakukan bertujuan dalam meningkatkan volume penjualan Annisarizki, Surahman, S., & Mardiana, S, 2023). Kesesuaian minat konsumen dengan konten promosi yang dijalankan akan menimbulkan permintaan terhadap suatu produk. Peningkatan permintaan inilah yang akan mendorong proses produksi yang diakibatkan adanya kenaikan penjualan (Khairani, S., & Pratiwi, R, 2018).

Selain itu Lokasi usaha juga dapat mempengaruhi pendapatan atau volume penjualan (Mardiana, S., & Annisarizki., 2017). Lokasi usaha dapat lebih mudah dikenali dengan adanya lokasi tersebut di google maps yang akan memudahkan konsumen dalam pencarian(Alysha dkk, 2021).

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM Cirubi yang dilakukan dapat membantu meningkatkan volume penjualan, baik melalui kemasan yang lebih menarik konsumen, rasanya yang enak dan system pemasaran yang menjangkau konsumen lebih luas. Dengan meningkatnya volume penjualan maka UMKM juga dapat terus tumbuh dan menjadi bagian penyokong ekonomi

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pengabdian dan LPPM Universitas Serang Raya yang telah memberikan dukungan serta kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian yang menjadi dasar penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Annisarizki, Surahman, S., & Mardiana, S. (2023). Pengembangan UMKM Enyek Melalui Pemasaran Digital di Kampung Pasir Koyon Desa Pabuaran. *Prosiding Sembadha*. Jakarta: PKN STAN Press.

Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 81 - 86.

Dewi, R. S., Dewi, O. A., & Noviasri, R. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *DINAMISIA - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36-43.

Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36-43.

Mardiana, S., & Annisarizki. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 116-129.

Najib, M. F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., Lasambou, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 56-64.

Alysha,dkk. Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Guna Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi COvid-19. (2021). *SIDOLUHUR : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 14-21.

Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Budimas* , 102-108.

Setiadi, I., & Jepri, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Produksi UMKM Legita Kelurahan Bambu Apus. *Kapas : Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 16-22.

Sholikah, R., Ulhaq, I. D., & Laili, N. (2023). Pemberdayaan Pelaku

UMKM Melalui Digital Marketing. *Al-Ijtimā: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 243-254.

Ulya, H. N., & Agustin, R. P. (2022). Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merk Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 58-70.

Zahra, I. P., Khirunnisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Toko Kuenak di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.