

OPTIMALISASI USAHA RUMAHAN DAPUR MBAH PUTRI MELALUI PACKAGING DAN DIGITAL MARKETING

Syah Amelia Manggala Putri^{1*}, Julia Noermawati Eka Satyarini¹

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183, Indonesia

*e-mail: manggalaputri89@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap 23.89% GDP dan 93.78% total karyawan. Salah satu usaha UMKM yang berkembang pesat adalah dibidang kuliner. Dapur Mbah Putri merupakan salah satu UMKM kuliner yang sedang berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha yang mulai dirintis 3 (tiga) tahun yang lalu ini bisa membidik segmen yang tepat sehingga bertahan ditengah pandemi. Dapur Mbah Putri termasuk usaha rumahan sehingga dikelola dengan sangat sederhana. Permasalahan packaging dan pemasaran menjadi kendala utama mitra yang perlu diatasi saat ini. Aspek pemasaran mengandalkan *word of mouth* sedangkan pengemasan dilakukan seadanya secara sederhana. Tim pengusul mengajukan solusi atas permasalahan tersebut dengan dilakukannya pelatihan dan pendampingan *packaging* dan *digital marketing*. Hasil akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mitra pengabdian dapat menerapkan pemasaran produk usahanya melalui digital marketing memanfaatkan media sosial dengan mengoptimalkan pemasaran melalui WhatsApp Bisnis dan terkait permasalahan packaging kini produk mitra pengabdian sudah menerapkan packaging yang menarik serta memiliki label sebagai keterangan pada produk.

Kata Kunci: Digital Marketing; Kuliner; Packaging; UMKM

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the pillars of the Indonesian economy which contribute to 23.89% of GDP and 93.78% of total employees. One of the fast growing MSME businesses is in the culinary field. Mbah Putri Kitchen is one of the developing culinary SMEs in the Special Region of Yogyakarta. This business, which was started 3 (three) years ago, can target the right segments so that it can survive amidst a pandemic. Mbah Putri's kitchen is a home-based business, so it is managed very simply. Packaging and marketing problems are the main obstacles for partners that need to be overcome at this time. The marketing aspect relies on word of mouth while the packaging is done simply. The proposing team proposed a solution to this problem by conducting packaging and digital marketing training and assistance. The end result of this community service activity is that service partners can implement marketing of their business products through digital marketing utilizing social media by optimizing marketing via WhatsApp Business and related

to packaging issues, now service partner products have implemented attractive packaging and have labels as information on the product.

Keywords: *Digital Marketing; Culinary; Packaging; MSMEs*

A. Pendahuluan

Industri rumahan merupakan salah satu perwujudan eksistensi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penopang perekonomian Indonesia yang berkontribusi sebesar 23.89% terhadap GDP dan 93.78% terhadap total karyawan (Sukmana et al., 2020). Salah satu UMKM yang sangat menarik untuk dikembangkan adalah usaha kuliner. Usaha kuliner yang berasal dari Yogyakarta banyak yang sudah berkembang pesat dan bersaing di level Nasional. Namun jika tidak dikelola dengan baik maka akan banyak pengusaha kuliner yang mengalami kebangkrutan (Putri et al., 2020).

Pengembangan usaha rumahan perlu diberdayakan guna mencapai hasil optimal. Industri rumahan merupakan salah satu penopang perekonomian negara (Irfandi et al., 2018). Olahan pangan yang dihasilkan oleh industri rumahan semakin variatif dan diminati masyarakat dikarenakan jenis produknya beragam dan harganya yang terjangkau (Wisdaningrum et al., 2018). Dari sisi jumlah industri rumahan mengalami peningkatan positif. Namun secara umum aspek *packaging* dan marketing belum mengalami peningkatan yang signifikan dikarenakan UMKM. Packaging mempunyai peranan yang baik dalam menarik minat konsumen, mencerminkan identitas suatu produk meningkatkan daya tarik serta melindungi suatu produk (Ridho et al., 2019).

Salah satu usaha rumahan yang sedang berkembang adalah Dapur Mbah Putri Usaha bergerak dibidang masakan rumahan (sayur, lauk-pauk dll) dan snack dengan varian yang baik sesuai dengan permintaan pasar. Usaha dirintis sejak 2017 dan terus berkembang stabil walaupun diterpa oleh pandemi. Kondisi pandemi disikapi dengan positif oleh *owner* sebagai tantangan yang melahirkan peluang bisnis yang lebih baik. kondisi pembatasan sosial direspon dengan ekspansi usaha dengan pemesanan melalui *delivery order* melalui pesan singkat whatsapp serta memasarkan produk secara manual atau tradisional, yaitu dengan cara memasarkan produk-produk usaha rumahan dengan dititipkan ke lapak pedagang yang ada dipasar serta dititipkan ke warung-warung terdekat lokasi usaha rumahan mitra pengabdian. Terbatasnya aktifitas disebabkan pandemi Covid-19 membuat masyarakat tidak bisa bebas untuk mengolah makanan sebagai kebutuhan primer keluarga. Dapur Mbah Putri

menawarkan solusi berupa olahan masakan rumahan dan snack akhirnya direspon antusias oleh masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan strategi ini sukses mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut sampai saat ini.

Usahan ini memiliki kelebihan varian produk snack dan frozen sebagai. Berikut gambaran produk Dapur Mbah Putri:



Gambar 1. Produk Dapur Mbah Putri

B. Masalah

Terdapat permasalahan yang dihadapi Dapur Mbah Putri adalah *packaging* dan pemasaran. Packaging masih terkesan sederhana berakibat terhadap harga jual kurang kompetitif. Padahal dengan pengemasan yang lebih baik akan menambah ketertarikan konsumen dengan biaya tidak terlalu banyak. *Packaging* menjadi identitas sebuah produk yang harus diperhatikan karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan konsumen. (Khoirianingrum et al., 2018). *Packaging* akan meningkatkan *branding* sehingga suatu produk bisa lebih dikenal.

Sedangkan permasalahan pemasaran dianggap kurang efektif karena saat ini masih mengandalkan *word of mouth* dan mitra pengabdian selama ini masih memasarkan produk secara manual atau tradisional, yaitu dengan cara memasarkan produk-produk usaha rumahan dengan dititipkan ke lapak pedagang yang ada dipasar serta dititipkan ke warung-warung terdekat lokasi usaha rumahan mitra pengabdian. Pemasaran sangat penting untuk pengembangan usaha. persaingan promosi usaha pada era 4.0 yang disertai pandemi menjadikan *digital marketing* menjelma menjadi sebuah keharusan. Aspek pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis. Usaha rumahan Dapur Mbah Putri menemui kendala ketatnya persaingan pada produk serupa. Pesaing yang sudah lama menggeluti bisnis tersebut memiliki strategi *digital marketing* yang lebih unggul. Tantangan

ini bisa diatasi dengan penerapan *digital marketing* yang efektif dan efisien sesuai dengan bisnis yang dijalankan.

C. Metode Pelaksanaan

1. Pelaksanaan

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Masalah Mitra	Solusi yang Ditawarkan	Jenis Kepakaran yang Dibutuhkan
1.	Mitra belum melakukan optimalisasi <i>packaging</i>	Pendampingan dan pelatihan optimalisasi <i>packaging</i>	Penyuluh yang paham mengenai pembuatan <i>packaging</i> . Tim pengusul berencana akan menggandeng profesional yang sudah memahami pengembangan dan pelaksanaan <i>packaging</i> untuk makanan.
2.	Mitra belum memiliki strategi pemasaran yang efektif dan efisien	Pendampingan dan pelatihan <i>digital marketing</i>	Penyuluh yang paham mengenai manajemen pemasaran. Tim pengusul berencana akan menggandeng profesional yang sudah memahami manajemen <i>digital marketing</i> .

2. Partisipasi Mitra

Pelaksanaan program PKM merupakan kegiatan yang dilakukan bertahap dengan kerjasama antara tim pengusul, mahasiswa dan mitra dengan langkah sebagai berikut:

- Tim pengusul melakukan survei awal ke lokasi mitra. Hal ini dilaksanakan supaya mengetahui kondisi, permasalahan yang dihadapi serta potensi dari mitra yang dapat dikembangkan.
- Setelah proposal disetujui maka tim akan melakukan perencanaan pelaksanaan program dengan menyusun jadwal pendampingan, sosialisasi, pelatihan, evaluasi. Selain itu, team juga akan melakukan penetapan tugas dan tanggungjawab pelaksana kegiatan supaya seluruh program dapat dilaksanakan dengan baik.
- Mitra terlibat dalam seluruh proses kegiatan dari perencanaan sampai pelaksanaan kegiatan. Tim pengusul selalu berkoordinasi dengan mitra supaya dapat memahami dan melaksanakan seluruh metode sampai bisa melaksanakan dengan mandiri.
- Tim pengusul selalu melakukan evaluasi secara berkala untuk memantau perkembangan program PKM.

- e. Selama program dilaksanakan mitra selalu berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan dan diskusi untuk menggali dan mengoptimalkan potensi bisnis yang dimiliki. Disisi lain mitra berpatrisipasi dalam penyediaan tempat dan waktu selama kegiatan PKM dilaksanakan.
- f. Pada akhir kegiatan PKM mitra diharapkan mampu menerapkan packaging yang menarik dan bisa menerapkan digital marketing yang efektif dan efisien.

D. Pembahasan

1. Pelatihan dan pendampingan optimalisasi packaging.

a. Perumusan materi pelatihan

Pada tahapan ini tim pelaksana kegiatan pengabdian melakukan analisa dan perumusan materi pelatihan yang cocok dengan kondisi mitra. Masalah yang dihadapi oleh mitra pengabdian dalam hal packaging/kemasan yaitu kemasan yang digunakan pada produk belum standar serta kurang menarik, sehingga tampilan kurang menarik minat calon pembeli. Materi pelatihan yang dipilih untuk disampaikan dan dilakukan pendampingan kepada mitra pengabdian adalah terkait optimalisasi packaging/kemasan. Tahapan perumusan materi sangat penting untuk menjamin hasil pengabdian bisa menjadi solusi atas problem yang mitra hadapi. Tantangan yang dihadapi adalah penyesuaian teori yang kompleks dengan problem dan kondisi di lapangan yang dinamis. Kondisi tersebut diatasi dengan pelaksanaan diskusi yang intensif baik dengan mitra maupun dengan pematari. Dengan strategi tersebut maka perumusan materi dipandang telah sesuai dengan kondisi lapangan dan kebutuhan mitra.

b. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan optimalisasi packaging.

Pelatihan dan pendampingan optimalisasi packaging dilaksanakan di lokasi usaha mitra yang diikuti dengan antusias. Adapaun detail pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut

Nama Pelatihan	: Pelatihan dan pendampingan optimalisasi packaging
Lokasi	: Dapur Mbah Putri, Patran RT/RW 01/01 Banyuraden, Gamping, Sleman.
Hari/Tanggal	: Jum'at, 21 Mei 2021

Durasi	: 60 Menit
Pemateri	: Syah Amelia Manggala Putri, S.EI., M.E.I dan Julia Noermawati Eka Satyarini, S.E., M.S.I.
Peserta	: Mitra Pengabdian



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Packaging

c. Evaluasi pelaksanaan pelatihan

Pelaksanaan evaluasi dilakukan guna memastikan output pelatihan sesuai dengan harapan mitra. Hasil evaluasi meunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan telah sesuai dengan kondisi lapangan dan bisa membantu menyelesaikan permasalahan mitra yang selama ini dihadapi terkait packaging produk yang belum standar.

2. Pelatihan dan pendampingan pemasaran yang efektif dan efisien melalui digital marketing

a. Perumusan materi pelatihan dan pendampingan

Pada tahapan ini pelaksana kegiatan melakukan analisa dan perumusan materi pelatihan dan pendampingan yang cocok dengan kondisi mitra. Dimana masalah yang dihadapi oleh mitra pengabdian selama ini yaitu masih memasarkan produk secara manual atau tradisional, yaitu dengan cara memasarkan produk-produk usaha rumahan dengan dititipkan ke lapak pedagang yang ada dipasar serta dititipkan ke warung-warung terdekat lokasi usaha rumahan mitra pengabdian. Tahapan perumusan materi sangat penting untuk menjamin hasil pengabdian bisa menjadi solusi atas problem yang mitra hadapi. Perumusan materi pelatihan dan pendampingan kepada mitra pengabdian diputuskan mengenai pemasaran melalui “digital marketing”, yaitu pemasaran melalui

optimalisasi media sosial berupa pelatihan Whatsapp Bisnis. Tujuan pelatihan tersebut dilaksanakan guna memudahkan serta meluaskan pangsa pasar dari mitra pengabdian dalam memasarkan produk-produk usaha rumahan mbah putri tersebut agar lebih efektif dan efisien. Tantangan yang dihadapi adalah penyesuaian teori yang kompleks dengan problem dan kondisi di lapangan yang dinamis. Kondisi tersebut diatasi dengan pelaksanaan diskusi yang intensif baik dengan mitra maupun dengan pemateri. Dengan strategi tersebut maka perumusan materi dipandang telah sesuai dengan kondisi lapangan dan kebutuhan mitra.

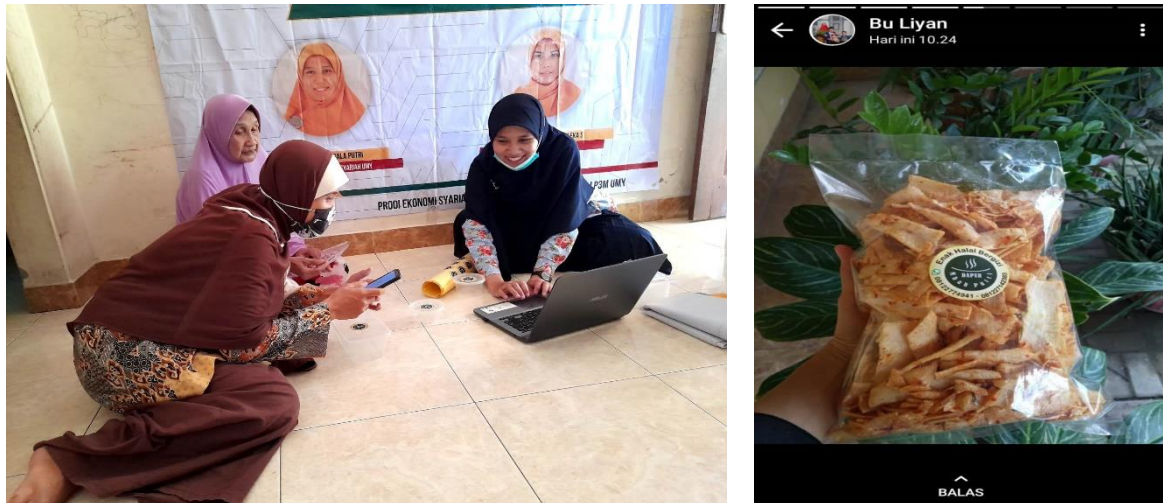
- b. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pemasaran yang efektif dan efisien melalui digital marketing.

Pelatihan dan pendampingan pemasaran yang efektif dan efisien melalui digital marketing dilaksanakan di lokasi usaha mitra yang diikuti dengan antusias. Adapun detail pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut

Nama Pelatihan	: Pelatihan dan pendampingan pemasaran yang efektif dan efisien melalui digital marketing: optimalisasi media sosial yaitu whatsapp bisnis.
Lokasi	: Dapur Mbah Putri, Patran RT/RW 01/01 Banyuraden, Gamping, Sleman.
Hari/Tanggal	: Kamis, 22 April 2021
Durasi	: 60 Menit
Pemateri	: Syah Amelia Manggala Putri, S.EI., M.E.I.
Peserta	: Mitra Pengabdian

- c. Evaluasi pelaksanaan pelatihan

Pelaksanaan evaluasi dilakukan guna memastikan output pelatihan sesuai dengan harapan mitra. Hasil evaluasi meunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan telah sesuai dengan kondisi lapangan dan bisa membantu menyelesaikan permasalahan mitra yang selama ini dihadapi.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Pelatihan Digital Marketing Serta Contoh Promosi Produk Digital Marketing Melalui Media Sosial Whatsapp.

3. Pembelian peralatan hibah

Peralatan hibah yang dibeli merupakan sarana pendukung kegiatan operasional usaha rumahan Dapur Mbah Putri terkait packaging/kemasan, produksi serta pemasaran. Jenis peralatan yang dibeli adalah sebagai berikut:

- a. Alat Kemasan/packaging: Impulse Sealer, Merk Double Leopards SP-300I, Voltage 220V.
- b. Paket kemasan produk berupa: platik kiloan dengan beberapa jenis dan ukuran & kotak plastik makanan dengan beberapa ukuran sesuai kebutuhan kemasan produk.
- c. Paket label produk berupa: Stiker sebagai label produk & Cap stempel.
- d. Perlatan yang menunjang produksi usaha: Timbangan merk five rams kitchen scale kapasitas 10 kg dan stand mixer merk Mito mx100.
- e. Paket pulsa internet guna menunjang digital marketing promosi produk-produk usaha rumahan Dapur Mbah Putri melalui media sosial whatsapp.

Peralatan packaging Impluse Sealer, paket kemasan dan paket label produk sangat mendukung kualitas penyajian dan kebersihan produk-produk usaha rumahan dapur mbah putri yang semula disajikan seadanya dan kurang menarik. Packaging juga akan meningkatkan nilai jual produk sehingga meningkatkan kinerja mitra. Pembelian peralatan yang menunjang propduksi seperti timbangan dan stand mixer mendukung akomodasi mitra dalam memproduksi produk-produk masakan dapur mbah putri serta lebih efektif serta efisien dalam melayani konsumen. Sedangkan paket internet digunakan untuk promosi produk-produk usaha melalui media sosial yaitu whatsapp yang mana sangat

mendukung peningkatan brand dan jaringan pemasaran penjualan produk usaha mitra. Berdasarkan hasil evaluasi, pembelian peralatan hibah sangat mendukung mitra dalam meningkatkan kualitas dan kapasitas usaha rumahannya.



Gambar 4. Penyerahan Peralatan Hibah



Gambar 5. Contoh Packaging Salah Satu Produk Usaha Dapur Mbah Putri

E. Kesimpulan

Berdasarkan rencana PKM semua rangkaian kegiatan yang direncanakan berjalan dengan baik. Pelatihan dan pendampingan packaging dan digital marketing berjalan dengan lancar. Hasil dari kegiatan tersebut mejandakan mitra mampu meningkatkan kualitas packaging dan mampu melakukan pemasaran secara digital. Mitra menyadari pentingnya packaging dan pemasaran secara online bisa meningkatkan branding dan penjualan.

F. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada LP3M UMY yang telah menyelenggarakan program PKM serta memberikan bantuan hibah dana sehingga kegiatan ini dapat terlaksana

dengan baik. Kami juga berterimakasih kepada mitra pengabdian yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Irfandi, I., Hidayat, T., & Salman, R. (2018). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kuliner Roti Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(2), 661. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i2.10337>.
- Khoirianingrum, I., Sarjono, Stevani, F., Crusma Fradan, A., & Pristian, R. (2018). Workshop Labeling Dan Packaging Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Lokal Keripik Ketela Di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 114–125.
- Putri, S. A. M., Restuning Hayati, S., Noermawati Eka Satyarini³, J., & Riski Salsabila, I. (2020). *Optimalisasi Usaha Rumahan Al Maidah Catering Melalui Pencatatan Laporan Keuangan Dan Manajemen Pemasaran* (pp. 1–9). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ridho, M. R., Simanjuntak, P., & Ningsih, D. (2019). PKM Ecommerce, Packaging Design dan Manajemen Pemasaran untuk Usaha Kuliner Kota Batam. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i1.1180>.
- Sukmana, R., Wahyudi Indrawan, I., & Rohmatul Ajija, S. (2020). The impact of Covid-19 Outbreak on the Islamic Financial Industry: Indonesia. In *Impact of the Covid-19 Outbreak on Islamic Finance in the OIC Countries* (pp. 43–52). KNKES.
- Wisdaningrum, O., Rahayuningsih, & Bariyyah, K. (2018). Pelatihan Proses Produksi dan Branding Packaging (Pengemasan) Pada Kelompok Penderes Gula Merah Desa Gintangan Kab. Banyuwangi. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 139–148.