
Pelatihan Peningkatan Branding dan Penjualan UMKM Melalui Digitalisasi dan Kreativitas Promosi

Huzaima Mas'ud¹, Eka Vickraien Dangkua²

¹⁾ Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, ²⁾ Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo

Email: huzaima@ung.ac.id¹, eka_dangkua@ung.ac.id²

Abstract

Kuy snack stall is one of the MSMEs in the Gorontalo area which operates in the culinary sector such as snacks/snacks. The problem with these MSMEs is that their sales promotion designs are less attractive, so we provide a solution to these MSMEs, namely by revising the promotional design so that they remain competitive and strengthen their position in the market. By maintaining freshness in promotional design, MSMEs can attract the attention of new customers and maintain the loyalty of existing customers. So the conclusion is the importance of innovation, responsiveness to customer needs, and careful financial management. His advice for other MSME business owners is to always be open to change, accept customer feedback, try new things, and maintain the quality of products or services.

Keywords : *Stall profile, Promotion, Innovation, Change*

Abstrak

Lapak jajan kuy merupakan salah satu UMKM yang berada di daerah Gorontalo yang bergerak di bidang kuliner seperti cemilan/jajan. Permasalahan yang ada pada UMKM ini adalah desain promosi penjualannya kurang menarik sehingga kami memberikan solusi kepada UMKM tersebut yaitu dengan merevisi desain promosi agar tetap bersaing dan memperkuat posisi mereka di pasar. Dengan menjaga kesegaran dalam desain promosi, UMKM dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Sehingga kesimpulannya pentingnya inovasi, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan manajemen keuangan yang cermat. Sarannya untuk pemilik bisnis UMKM lainnya adalah selalu terbuka terhadap perubahan, menerima feedback pelanggan, mencoba hal baru, dan menjaga kualitas produk atau layanan.

Kata Kunci: Profil lapak, Promosi, Inovasi, Perubahan

A. Pendahuluan

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www.smecca.com).

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian Indonesia yang perlu mendapat perhatian karena dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan pada pekerjaan sektor formal. Usaha golongan kecil sangat banyak didirikan oleh masyarakat. Kementerian Koperasi dan UMKM menargetkan supaya meningkatkan peran UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Mendirikan usaha ini sangat mudah dan tidak mengeluarkan modal yang besar. Pemberdayaan UMKM menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah, dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan melalui peningkatan kapasitas usaha dan keterampilan

pengelolaan usaha. Semakin berpengaruhnya UMKM di Indonesia dengan begitu UMKM dapat memberikan dampak yang kompleks sesuai ukuran usaha UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan ekonomi rakyat yang memiliki lingkup kecil yang berdiri sendiri dan dikelola oleh perorangan atau kelompok. Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Ditujukan tidak hanya mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural. Kontribusi tersebut adalah meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Kegiatan usaha pada umumnya didirikan dengan salah satu tujuannya adalah meningkatkan modal, meningkatkan aset, dan lain-lain. Hal ini menggambarkan kegiatan usaha tersebut tumbuh atau berkembang. Untuk mengetahui pertumbuhan kegiatan usaha maka di butuhkan informasi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha.

B. Metode Pelaksanaan

1. Wawancara

Dalam penelitian metode yang digunakan adalah metode Kualitatif. Dalam mengumpulkan data-data penelitian Kualitatif. Dalam mengumpulkan data-data dalam penelitian digunakan wawancara. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan teori S.P.E.A.K.I.N.G oleh Hymes (1963) yang diambil dari buku manajemen lembaga informasi (Laksmi, 2011:113). Akronim tersebut mempunyai kepanjangan Situation, Participants, Ends, Acts, Key, Instrumentality, Norms, dan Genres.

Metode pengumpulan ini dilakukan dengan cara mewawancarai subjek mengenai Starup Digital pada UMKM secara langsung yang berlokasi Lapak Jajan Kuy, Jl. Durian 1, Tomulabutao Sel., Kec. Duingi, Kab, Gorontalo. Tujuan Wawancara ini adalah untuk menggali dan memenuhi kebutuhan informasi lebih dalam lagi tentang UMKM tersebut. Aktivitas- aktivitas yang di lakukan di laksanakan selama berjalannya wawancara berlangsung, dan respon dari pemilik lapak itu sendiri memberikan respon dan jawaban yang sangat baik, dapat di lihat dari informasi yang di berikan cukup detail dan mudah di pahami dengan detail

2. Tahap Pelaksanaan

Di dalam tahap pelaksanaan perencanaan yang kami buat yaitu pertama menyediakan baliho, dan menyediakan beberapa pertanyaan untuk wawancara

3. Tahap Penyajian Data

Hasil dari wawancara kami tuangkan di dalam hasil penelitian

4. Tahap Observasi

Pada observasi di jajan Kuy ini kami menggunakan 2 pendekatan metode yaitu metode wawancara dan metode observasi

5. Waktu observasi

Observasi di Jajan Kuy ini dilakukan pada :

Hari, tanggal : Kamis, 30 November 2023

Waktu : 13.50 – 16.40 WITA

Tempat : Jajan Kuy

Alamat : Jalan Durian I, Tomulabutao Sel., Kec. Duingingi, Kota
Gorontalo.

Narasumber : Ibu Tia



Gambar 1. Observasi UMKM

C. Hasil dan Pembahasan

a) Hasil Penelitian

Tentang Bisnis:

1. Wawancara : Bagaimana Anda mendefinisikan bisnis UMKM Anda?
Narasumber : Usaha saya bergerak dibidang kuliner seperti cemilan/jajanan
2. Wawancara : Apa visi dan misi utama bisnis Anda?
Narasumber : visi: mengembangkan usaha agar lebih maju serta dikenal banyak orang
Narasumber : misi: mengedepankan pertahanan kualitas, harga & rasa juga rajin melakukan promosi scra offline maupun online.
3. Wawancara : Bagaimana Anda mendeskripsikan produk atau layanan yang ditawarkan?
Narasumber : Memposting produk dalam seluruh sosmed & merchant, memberikan sarana2 promosi dalam pembelian secara offline/online, dan selalu memberikan pelayanan yg terbaik terhadap konsumen

b) Strategi dan Perencanaan:

1. Wawancara : Apa strategi pemasaran Anda untuk menarik pelanggan?
Narasumber : Tentunya selalu membuat sarana promosi serta mempertahankan kualitas produk
2. Wawancara : Bagaimana Anda merencanakan pertumbuhan bisnis Anda dalam 1-3 tahun ke depan?
Narasumber : Ingin kedepannya bisa membuka cabang, dan lebih banyak yang tau/kenal dengan usaha saya
3. Wawancara : Apa strategi keuangan Anda untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan bisnis?
Narasumber : Tentunya selalu utamakan untuk menabung dari sedikit hasil keuntungan dengan niat memperbesar usaha kedepannya
Narasumber : Tidak mencampurkan/memakai uang belanjaan bahan

c) Pelanggan dan Pemasaran:

1. Wawancara : Siapa target pasar utama Anda?

- Narasumber : Bicara target sebenarnya semua orang mulai dari kalangan anak2 hingga dewasa karena semua orang pasti menyukai namanya ngemil.
2. Wawancara : Bagaimana Anda berinteraksi dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik?
- Narasumber : Melakukan pelayanan dgn baik dan ramah serta selalu mempertahankan harga dan kualitas agar tetap sama
3. Wawancara : Apa upaya pemasaran yang paling efektif untuk bisnis Anda?
- Narasumber : Yaitu menjual dengan harga lebih murah dari harga di pasaran2 umum lainnya

d) Tantangan dan Hambatan:

1. Wawancara : Apa tantangan utama yang dihadapi bisnis Anda saat ini?
- Narasumber : Tantangan utama yang saat ini di hadapi adalah meningkatkan visibilitas bisnis di tengah persaingan yang ketat. Meskipun sudah melakukan promosi secara offline dan online, namun masih perlu upaya lebih untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial
2. Wawancara : Bagaimana Anda mengatasi hambatan dalam menjalankan bisnis?
- Narasumber : Untuk mengatasi hambatan dalam menjalankan bisnis, kami fokus pada inovasi produk dan pelayanan. Kami terus melakukan riset pasar untuk mengetahui tren terkini dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, kami juga memperkuat kerjasama dengan mitra dan merampingkan proses operasional agar lebih efisien
3. Wawancara : Apa langkah-langkah konkret yang telah diambil untuk mengatasi masalah tertentu?
- Narasumber : Untuk mengatasi masalah tertentu, kami telah melakukan beberapa langkah konkret. Pertama, kami meningkatkan kehadiran online melalui kolaborasi dengan influencer dan meningkatkan kualitas konten di media sosial. Kedua, kami melakukan diversifikasi produk untuk memenuhi selera beragam pelanggan. Terakhir, kami menjalin kemitraan dengan penyedia logistik untuk

meningkatkan efisiensi pengiriman dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

e) Keberlanjutan dan Inovasi:

1. Wawancara : Apakah Anda memiliki inisiatif keberlanjutan dalam bisnis Anda?
Narasumber : tentunya pasti ada, mungkin bisa di mulai dengan beberapa topping yang bervariasi baru untuk menambahkan Produk kami
2. Wawancara : Bagaimana Anda mendukung inovasi dalam produk atau layanan?
Narasumber : Kami selalu aktif mengenai produk kami terlebih lagi, saya selalu mendorong kreativitas dan ide untuk mengembangkan produk kami dengan mengikuti perkembangan tren kuliner dan mencoba variasi produk lain untuk memenuhi keinginan pelanggan
3. Wawancara : Apa peran teknologi dalam pengembangan bisnis Anda?
Narasumber : teknologi menjadi hal yang penting untuk bisnis ini dengan menggunakan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk dalam bisnis ini

f) Keuangan dan Pengelolaan:

1. Wawancara : Bagaimana Anda mengelola aspek keuangan bisnis Anda?
Narasumber : Kami mengelola aspek keuangan bisnis dengan cermat. Setiap transaksi dicatat secara rapi, dan kami memiliki sistem akuntansi yang terorganisir. Selain itu, kami melakukan perencanaan anggaran dengan seksama, memastikan bahwa pengeluaran tidak melebihi pendapatan. Kami juga memiliki kebijakan untuk memisahkan uang bisnis dengan uang pribadi untuk menjaga kejelasan keuangan
2. Wawancara : Apa langkah-langkah yang diambil untuk mengelola risiko keuangan?
Narasumber : Untuk mengelola risiko keuangan, kami telah mengidentifikasi potensi risiko seperti fluktuasi harga bahan baku atau biaya operasional yang meningkat. Kami memiliki cadangan keuangan

untuk mengatasi kemungkinan kerugian dan menghindari risiko kebangkrutan. Selain itu, kami terus memantau kondisi pasar dan melakukan diversifikasi produk untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk.

3. Wawancara : Bagaimana Anda memonitor dan mengevaluasi kinerja keuangan bisnis Anda?

Narasumber : Kami memonitor kinerja keuangan bisnis secara berkala dengan melakukan audit internal dan menghasilkan laporan keuangan bulanan. Kami membandingkan anggaran dengan realisasi, mengevaluasi profitabilitas produk, dan menilai efisiensi pengeluaran. Dengan pendekatan ini, kami dapat mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan dan membuat keputusan strategis berdasarkan data keuangan yang akurat.

g) Tenaga Kerja dan Tim:

1. Wawancara : Berapa banyak tenaga kerja yang Anda miliki dan bagaimana Anda mengelolanya?

Narasumber : Saat ini, kami memiliki 2 sejumlah karyawan yang berdedikasi untuk memastikan operasional bisnis berjalan lancar. Manajemen tenaga kerja dilakukan dengan membagi tugas dan tanggung jawab yang jelas. Kami senantiasa berkomunikasi dengan tim untuk memastikan setiap anggota merasa terlibat dan memiliki peran yang penting dalam mencapai tujuan bersama

2. Wawancara : Bagaimana Anda membangun dan memotivasi tim Anda?

Narasumber : Kami membangun dan memotivasi tim dengan menciptakan lingkungan kerja yang positif dan inklusif. Kami memberikan apresiasi untuk kontribusi mereka, mengadakan pertemuan tim reguler untuk berbagi ide dan memberikan umpan balik konstruktif. Peluang untuk pertumbuhan karir juga disediakan untuk mendorong motivasi dan komitmen jangka panjang.

3. Wawancara : Apakah Anda menyediakan pelatihan atau pengembangan untuk karyawan?

Narasumber : Kami membangun dan memotivasi tim dengan menciptakan lingkungan kerja yang positif dan inklusif. Kami memberikan apresiasi untuk kontribusi mereka, mengadakan pertemuan tim reguler untuk berbagi ide dan memberikan umpan balik konstruktif. Peluang untuk pertumbuhan karir juga disediakan untuk mendorong motivasi dan komitmen jangka panjang.

h) Pandangan terhadap Masa Depan:

1. Wawancara : Apa harapan dan tujuan Anda untuk bisnis ini dalam 5 tahun ke depan?

Narasumber : Harapan kami adalah dapat mengembangkan bisnis ini menjadi lebih besar dan lebih dikenal di tingkat nasional. Kami berharap dapat membuka lebih banyak cabang dan memperluas jangkauan pelanggan kami. Selain itu, kami ingin terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kami.

2. Wawancara : Bagaimana Anda melihat perkembangan industri UMKM di masa mendatang?

Narasumber : Melihat tren saat ini, industri UMKM terus berkembang dengan dukungan teknologi dan kreativitas pengusaha. Kami percaya bahwa inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar akan menjadi kunci kesuksesan di masa mendatang. Kami optimis bahwa UMKM akan terus memiliki peran penting dalam perekonomian

3. Wawancara : Apakah ada rencana ekspansi atau diversifikasi dalam jangka panjang?

Narasumber : Ya, kami memiliki rencana untuk ekspansi dan diversifikasi dalam jangka panjang. Selain membuka cabang baru, kami juga sedang mempertimbangkan untuk menghadirkan produk baru atau layanan tambahan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang. Diversifikasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis kami.

Berdasarkan Hasil Wawancara di atas maka kami mengetahui bahwa Berdasarkan hasil wawancara di atas, kami mengetahui bahwa UMKM kuliner ini berfokus pada bidang cemilan/jajanan dengan visi untuk mengembangkan usaha agar lebih maju dan dikenal oleh banyak orang. Misi utamanya adalah menjaga pertahanan kualitas, harga, dan rasa produk, serta aktif melakukan promosi baik secara offline maupun online. Strategi pemasaran yang digunakan melibatkan sarana promosi dan pemeliharaan kualitas produk. Rencana pertumbuhan bisnis dalam 1-3 tahun ke depan mencakup pembukaan cabang dan peningkatan kesadaran merek. Strategi keuangan mencakup kebijakan menabung dari hasil keuntungan dan pemisahan uang bisnis dengan uang pribadi.

Dalam berinteraksi dengan pelanggan, fokus diberikan pada pelayanan yang baik, ramah, serta konsistensi harga dan kualitas produk. Upaya pemasaran yang dianggap efektif adalah menjual dengan harga lebih murah dari pasaran umum lainnya. Tantangan utama bisnis saat ini adalah meningkatkan visibilitas di tengah persaingan ketat, yang diatasi dengan fokus pada inovasi produk, pelayanan, dan kolaborasi dengan mitra. Langkah konkret yang diambil termasuk peningkatan kehadiran online, diversifikasi produk, dan kemitraan dengan penyedia logistik. Adanya inisiatif keberlanjutan tercermin dalam rencana untuk menambahkan variasi baru pada produk. Dukungan terhadap inovasi tercermin dalam dorongan terhadap kreativitas dan ide untuk mengembangkan produk, serta penggunaan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Dalam pengelolaan keuangan, bisnis ini mencatat setiap transaksi dengan rapi, memiliki sistem akuntansi terorganisir, dan melakukan perencanaan anggaran. Manajemen risiko keuangan melibatkan identifikasi potensi risiko dan cadangan keuangan. Tim kerja yang terdiri dari sejumlah karyawan dikelola melalui pembagian tugas dan komunikasi terbuka. Motivasi tim ditingkatkan melalui lingkungan kerja positif, pengakuan atas kontribusi, dan peluang pertumbuhan karir. Tidak hanya itu, tetapi pelatihan reguler juga disediakan untuk pengembangan karyawan. Dalam pandangan masa depan, harapan bisnis ini adalah untuk mengembangkan diri menjadi lebih besar dan dikenal secara nasional dengan membuka lebih banyak cabang. Mereka percaya bahwa industri UMKM, terutama dalam bidang kuliner, akan terus berkembang dengan dukungan teknologi dan kreativitas pengusaha. Rencana jangka panjang melibatkan ekspansi dan diversifikasi untuk terus memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang.

Perancangan Aplikasi /desain



Gambar 2. Desain Menu



Gambar 3. Desain Varian

Berdasarkan 2 gambar Desain yang di atas, maka di ketahui gambar di atas memiliki perbedaan Desain di antara gambar 1 dan gambar ke 2. Gambar 1 memiliki Desain yang masih belum terlalu menarik bagi pelanggan maupun pemilik UMKM itu sendiri, untuk itu kami membuat Desain baru dengan harapan membantu pemilik UMKM dalam membuat Desain yang lebih menarik. Gambar Desain ke 2 merupakan Desain yang kami kembangkan berdasarkan gambar 1 dengan membuat desain terbaru menjadi lebih menarik dan terdapat perbaharuan menu seperti desain 1 sebelumnya memiliki menu Hamburger namun pada Desain 2 kami menghilangkan menu tersebut berdasarkan permintaan dari pemilik UMKM itu sendiri

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara, bisnis UMKM ini bergerak di bidang kuliner dengan fokus pada cemilan atau jajanan. Visi dari bisnis ini adalah untuk mengembangkan usaha agar lebih maju dan dikenal oleh banyak orang, sementara misinya adalah mengedepankan pertahanan kualitas, harga, dan rasa, serta rajin melakukan promosi secara offline dan online. Strategi pemasaran difokuskan pada pembuatan sarana promosi dan pemeliharaan kualitas produk. Dalam merencanakan pertumbuhan bisnis, pemilik berencana untuk membuka cabang dan meningkatkan pengetahuan serta kesadaran masyarakat terhadap usahanya. Strategi keuangan melibatkan menabung dari hasil keuntungan dan memisahkan uang bisnis dengan uang pribadi.

Target pasar utama bisnis ini mencakup semua kalangan, dari anak-anak hingga dewasa, dengan fokus pada produk cemilan. Interaksi dengan pelanggan ditekankan pada pelayanan yang baik, ramah, serta konsistensi harga dan kualitas produk. Upaya pemasaran yang dianggap paling efektif adalah menjual dengan harga lebih murah dari pasar umum lainnya.

Bisnis ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas di tengah persaingan yang ketat. Untuk mengatasi hambatan, bisnis ini fokus pada inovasi produk dan pelayanan serta melakukan riset pasar untuk mengetahui tren terkini. Dalam mengelola risiko keuangan, pemilik bisnis mengidentifikasi potensi risiko, memiliki cadangan keuangan, dan terus memantau kondisi pasar. Bisnis ini memonitor kinerja keuangan secara berkala melalui audit internal dan laporan keuangan bulanan.

Dari pengalaman bisnis ini, pemilik belajar tentang pentingnya inovasi, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan manajemen keuangan yang cermat. Sarannya untuk pemilik bisnis UMKM lainnya adalah selalu terbuka terhadap perubahan, menerima feedback pelanggan, mencoba hal baru, dan menjaga kualitas produk atau layanan

Daftar Pustaka

- Akifa P. Nayla, —Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralabal, Laksana, Jogjakarta, 2014,
- Febra Robiyanto, Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah, Studi Nusa, Semarang, 2004,
- Mulyadi Nitisusastro, Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 26-27.
- Sri Wahyuningsih, “Peran UKM dalam Perekonomian Indonesia”, dalam Jurnal Mediargo, Vol. 5, No.1, 2009,
- Suryati ,I. Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Miktro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry. Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya, 1(1),(2021).
- Tejo Nurseto, Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh, dalam Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 februari 2004,
- Undang-Undang Usaha Mokro, Kecil dan Menengah. Pustaka Mahardika, Yogyakarta, 2013,