

Digitization and Packaging Innovation Training on SME Rumah Kita

Pelatihan Digitalisasi dan Inovasi Kemasan pada UMKM Rumah Kita

Muhammad Saputra¹, Yusminar Wahyuningsih², Lisindawati³, Niken Paramitasari⁴

^{1,2,3,4}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
muhammadsaputra@ darmajaya.ac.id

Received:
24 September 2022

Revised:
29 Oktober 2022

Accepted:
10 November 2022

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an impact on change, business people must have the ability to utilize information technology and have the ability to innovate in all aspects including in terms of quality product innovation. Service activities are carried out to conduct training on digitization and packaging innovation for Small and Medium Enterprise (SME) Rumah Kita with the problem of decreasing sales turnover that occurred after the Covid-19 pandemic. The methods used in this service activity are counseling, training, and monitoring or evaluation. As a result of the community service, SME Rumah Kita already has a social media account that can be used as a medium for product promotion and sales. SME Rumah Kita already has a product sales account at an e-commerce shopee. SME Rumah Kita already has more marketable product packaging. SME Rumah Kita already has a sales brand. In addition, quantitative evaluations were measured using pre-test and post-test questionnaires in this community service activity. Based on the results of the pre-test and post-test, showed positive results where each pre-test and post-test on the activities carried out showed an increase in partners' abilities and knowledge related to the service being carried out.

Keywords: digitalization; innovation; product; training

Abstrak

Pandemi Covid-19 membawa dampak perubahan, pelaku bisnis harus memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi memiliki kemampuan untuk berinovasi didalam segala aspek termasuk didalam hal inovasi produk yang berkualitas. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan tujuan melakukan pelatihan digitalisasi dan inovasi kemasan pada UMKM Rumah Kita dengan permasalahan penurunan omset penjualan yang terjadi setelah masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berupa penyuluhan, pelatihan dan monitoring/evaluasi. Hasil pengabdian masyarakat UMKM Rumah Kita telah memiliki account media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk. UMKM Rumah Kita telah memiliki account penjualan produk di e-commerce shopee. UMKM Rumah Kita telah memiliki kemasan produk yang lebih layak jual. UMKM Rumah Kita telah memiliki merek penjualan. Selain itu evaluasi secara kuantitatif yang diukur menggunakan kuesioner pre test dan post test dalam kegiatan pengabdian ini. Berdasarkan hasil dari pre test dan post test menunjukan hasil yang positif dimana pada masing masing pre test dan post test pada kegiatan yang dilakukan menunjukan peningkatan kemampuan dan pengetahuan mitra terkait dengan pengabdian yang dilakukan.

Kata Kunci: digitalisasi; inovasi; produk; pelatihan

Pendahuluan

Pandemi Covid 19 membawa dampak perubahan dengan adanya keterbatasan ruang gerak sosial mendorong pelaku bisnis harus memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi salah satunya sebagai media pemasaran online (Mulyaningsih et al., 2021). Berbagai macam media pemasaran online yang cukup populer yang digunakan sebagai media pemasaran online di antaranya instagram dan facebook (Siska & Prapto, 2021). Selain itu tingginya tingkat persaingan dan penawaran konsumen didalam sebuah pasar, pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kemampuan untuk berinovasi didalam segala aspek termasuk didalam hal inovasi produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi berdampak kepada keunggulan bersaing perusahaan dan akhirnya berdampak kepada kinerja perusahaan didalam sebuah pasar (Fauziah, 2022).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit bisnis yang memainkan peranan yang cukup penting dan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai garda terdepan sebagai terhadap pencapaian pilar ekonomi berkelanjutan, Usaha Mikro Kecil Menengah dituntut untuk terus berkembang dalam meningkatkan daya saing sehingga tetap eksis didalam persaingan bisnis (Siska & Prapto, 2021). Masa pandemi Covid 19 berdampak kepada lesunya perekonomian terutama dampak nyata bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yaitu tidak lakunya produk dan barang dagangan yang tidak habis terjual. Hal tersebut masih dirasakan bagi sebagian pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah. Peningkatan produktivitas yang berdaya saing harus terus dilakukan sehingga melahirkan Usaha Mikro Kecil Menengah yang berdaya saing unggul.

UMKM Rumah Kita merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah dalam bentuk unit bisnis produk olahan singkong dalam bentuk makanan ringan opak. Berlokasi di Desa Banjar Agung Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung, secara operasional Usaha Mikro Kecil Menengah ini menjalankan usaha bisnis yang bergerak sebagai pengepul, distributor produk atau yang dikenal sebagai supplier olahan singkong opak yang dikumpulkan dari industri rumah tangga skala kecil atau ibu-ibu rumah tangga yang ada di desa Banjar Agung. Hasil produk olahan singkong opak yang di kumpulkan dari industri rumah tangga atau ibu-ibu rumah tangga umumnya hanya di jual kembali oleh pemilik UMKM Rumah Kita ke pasar tradisional dalam bentuk barang setengah jadi (mentah). Berdasarkan wawancara yang

dilakukan kepada pemilik UMKM Rumah Kita terutama Pasca pandemi Covid 19, minat beli masyarakat masih terbilang rendah tidak seperti sebelum terjadi pandemi Covid 19.

Selain itu sebagai pengepul dan reseller produk olahan singkong opak yang ada didesa Banjar Agung dalam mengoperasikan pembukuan masih dilakukan secara manual sehingga pemilik UMKM Rumah Kita mengalami hambatan didalam proses administrasi keuangan. Masalah lain yang muncul adalah banyak beralihnya konsumen kepada makanan frozen dengan kemasan yang lebih menarik serta merek yang cukup familiar masyarakat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap pelaku UMKM Rumah Kita, tim pengabdian melihat urgensi atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Rumah Kita terkait dengan pengembangan usaha melalui kegiatan pengabdian masyarakat.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Rumah Kita, tim pengabdian mencoba mengidentifikasi pemasalahan yang dihadapi menjadi 2 bagian penting diantaranya terkait dengan digitalisasi UMKM yang berfokus kepada keuangan digital dan pemasaran online dimana saat ini era digital tidak mungkin dapat dihindari, pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan secara maksimal perkembangan era digital saat ini jika ingin tetap bertahan (li et al., 2022). Selain itu pada kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian melihat adanya urgensi berupa pelatihan inovasi produk dalam hal kemasan yang bernilai jual dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian, hal tersebut dilakukan karena inovasi produk dapat menjadi nilai tambah dan berdampak positif yang ditujukan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dalam berbagi aspek (Hikmawati, I, Setiyabudi, 2022). Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, yang mana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktekkan dalam suatu kultur dan merupakan faktor penentu dalam persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan (Cahyanto et al., 2018). Komponen visual pada kemasan merupakan sesuatu yang menarik untuk diperbincangkan. Kemasan menjadi senjata pertama yang mempertemukan antara produk dan konsumennya (Wardoyo et al., 2020). Pelatihan inovasi produk yang direncanakan oleh tim pengabdian pada UMKM Rumah Kita berfokus kepada kepada kemasan dan merek produk atau branding.

Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di UMKM Rumah Kita Desa Banjar Agung Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung dengan jumlah kelompok usaha sebanyak 4 kelompok yang berfokus pada produk olahan singkong berupa opak. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berupa penyuluhan, pelatihan dan monitoring atau evaluasi (Muko-muko, 2021). Pelatihan dan Pendampingan akan dilakukan secara intensif kepada pelaku UMKM dengan tahapan pelaksanaan kegiatan berupa penyuluhan dimana mitra diberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai digitalisasi dan inovasi produk. Metode kedua yaitu praktik kegiatan berupa tutorial. Metode ketiga yaitu kegiatan diskusi, mitra diberikan kesempatan untuk mendiskusikan berbagai hal terkait hasil pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan (Islami et al., 2022)

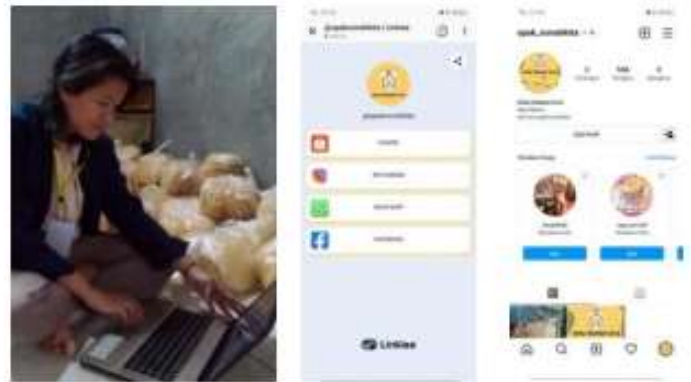
Hasil

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan terlihat tingginya antusiasme pemilik UMKM pada setiap kegiatan pengabdian yang dilaksanakan. Pelaksanaan kegiatan yang pertama yaitu berupa pemberian edukasi atau pemahaman tentang digitalisasi dan inovasi produk yang dilaksanakan menggunakan metode ceramah. Materi yang disampaikan terkait dengan media sosial, e-commerce, aplikasi keuangan, inovasi kemasan produk dan branding produk.

1. Pelatihan dan pendampingan digitalisasi

a. Media Sosial

Media sosial untuk UMKM adalah alat yang memfasilitasi setiap kegiatan usaha dalam pemasaran produk melalui online. Pemanfaatan media sosial oleh UMKM adalah sebagai alat berkomunikasi dengan pelanggan, promosi, market research, support dan customer service, serta memantau kompetitor. Pada kegiatan ini pelatihan dan pendampingan yang digunakan adalah membuat media sosial instagram UMKM Rumah Kita. Berikut pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam membuat media sosial UMKM Rumah Kita:



Gambar 1. Pendampingan dan pembuatan sosial media

b. E-Commerce

E-commerce merupakan transaksi jual beli berbasis digital (online). Saat ini e-commerce banyak digunakan oleh pelaku UMKM membuat semua transaksi jauh lebih mudah, hemat biaya, tenaga, dan lebih menguntungkan. E-commerce sendiri dinilai memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan penjualan secara konvensional. Keuntungannya adalah para konsumen hanya perlu mencari dan membeli barang secara online dimanapun dan kapanpun sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhannya. Bagi UMKM, tentunya mereka akan mendapatkan peningkatan pendapatan dan produk dikenal luas. Pada kegiatan ini pelatihan dan pendampingan yang digunakan adalah membuat e-commerce shopee UMKM Rumah Kita. Berikut pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam membuat e-commerce shopee UMKM Rumah Kita:



Gambar 2. E-Commerce Opak Rumah Kita

c. Pelatihan Aplikasi Keuangan

Aplikasi keuangan saat ini sangat diperlukan bagi pelaku UMKM saat ini dalam memudahkan administrasi keuangan (Putri & Thoriq, 2022). Terdapat banyak aplikasi keuangan digital tersedia secara gratis yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM. Aplikasi Stroberi merupakan salah satu layanan transaksi elektronik terpadu Aplikasi manajemen kasir (POS) berbasis Android yang berfungsi sebagai pencatatan transaksi, pengelolaan persediaan, tata kelola dan administrasi usaha serta layanan keuangan (Launcher KUR Digital). Aplikasi Stroberi terdiri dari tiga layanan utama, yakni Stroberi Kasir untuk pengelolaan transaksi dan inventory management, Stroberi Tagihan untuk pengelolaan tagihan, dan Stroberi Order untuk pengelolaan sistem order dan pembayaran. Berikut pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam penggunaan aplikasi stroberi UMKM Rumah Kita:



Gambar 3. Pendampingan penggunaan aplikasi Stroberi

2. Pelatihan dan pendampingan inovasi produk

a. Inovasi Kemasan Produk

Menghadapi kompetensi yang semakin ketat dibutuhkan langkah inovatif agar sebuah produk memiliki daya saing ditengah pasar. Salah satu langkah inovatif yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi kemasan. Dengan melakukan inovasi kemasan maka daya jual produk para pelaku UMKM juga dapat meningkat. Pada kegiatan ini pelatihan dan pendampingan yang digunakan adalah membuat inovasi kemasan produk UMKM Rumah Kita. Berikut pelatihan dan pendampingan inovasi kemasan produk pada UMKM Rumah Kita:



Gambar 4. Inovasi Kemasan Produk

b. Branding Produk

Logo pada kemasan mewakili gambaran mengenai usaha UMKM yang mampu tumbuh dan berkembang. Sebagai senjata utama dalam branding, sudah seharusnya membuat logo yang efektif untuk pemasaran. Dengan adanya design logo dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk kepada konsumen. Berikut pelatihan dan pendampingan branding produk (merek) UMKM Rumah Kita:



Gambar 5. Branding Produk

Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan disusun oleh tim pengabdian diantaranya pelatihan dan pendampingan digital dengan kegiatan pelatihan media sosial, e-commerce, aplikasi keuangan, pelatihan pendampingan inovasi produk dengan kegiatan inovasi kemasan produk dan branding produk. Evaluasi kegiatan sangat penting dilakukan sebagai tolak ukur pelaksanaan kegiatan. Pencapaian yang dihasilkan dari pelatihan yang dilaksanakan antara lain media sosial, e-commerce sebagai media penjualan produk pada UKM OPAK Rumah Kita. Kemampuan pelaku UMKM Rumah Kita dalam melakukan operasionalisasi aplikasi keuangan

digital menggunakan aplikasi stroberi serta kemasan dan brand produk. Tolak ukur dari kesuksesan kegiatan ini juga menggunakan evaluasi secara kuantitatif yang diukur menggunakan kuesioner pre test dan post test. Berdasarkan hasil dari pre test dan post test menunjukkan hasil yang positif dimana pada masing masing pre test dan post test pada kegiatan yang dilakukan menunjukkan peningkatan. Secara keseluruhan berdasarkan tolak ukur yang dilakukan kegiatan pengabdian yang dilakukan tercapai sesuai dengan tujuan yang dirancang oleh tim pengabdian.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Rumah Kita di Desa Banjar Agung, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan yang difokuskan kepada 2 aspek yaitu digitalisasi dan inovasi produk dengan kesimpulan dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan diantaranya : UMKM Rumah Kita telah memiliki account media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk, UMKM Rumah Kita telah memiliki account penjualan produk di e-commerce shopee, UMKM Rumah Kita telah memiliki kemasan produk yang lebih layak jual, UMKM Rumah Kita telah memiliki merek penjualan.

Daftar Referensi

- Cahyanto, T., Supriyatna, A., Julita, U., Kusumorini, A., Hafsari, A. R., Suryani, Y., Widiana, A., Kinasih, I., & Salim, M. A. (2018). Pelatihan Inovasi Produk Pangan Berbahan Baku Singkong di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *JURNAL BAGIMU NEGERI*, 2(1). <https://doi.org/10.52657/bagimunegeri.v2i1.615>
- Fauziah, L. (2022). Pengembangan Usaha Masyarakat Melalui Pelatihan Inovasi Produk dan Pemasaran Online di Kelurahan Ciriung Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 79–85. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i1.5582>
- Hikmawati, I, Setiyabudi, R. S. R. (2022). Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JIPMI)*, 1(3), 10–13.
- Ili, K., Ilir, K. O., Selatan, P. S., & Satria, H. (2022). *Pendampingan Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa*. 2(3), 899–906.
- Islami, F. S., Destiningsih, R., & Achsa, A. (2022). Pelatihan Diversifikasi Produk untuk

- Peningkatan Produktivitas Pelaku UKM Tahu. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 81–86. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i1.8591>
- Muko-muko, P. K. (2021). *PENERAPAN SISTEM DIGITALISASI PADA UMKM DI DESA LUBUK PENDAHULUAN* Lubuk Pinang merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko , Bengkulu . Jumlah penduduk desa ini berjumlah sekitar 3 . 118 jiwa . Sebagian besar pendudu. 4(4), 218–225.
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. R., & Mulyadi, M. (2021). Pelatihan Digitalisasi dan Pengelolaan Produk UMKM Makanan Halal Tradisional di Sukoharjo. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 83–88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1401>
- Putri, A. A., & Thoriq, A. M. (2022). *UKM*. 3(1), 1–5.
- Siska, E., & Prapto, D. A. W. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(2), 59–75. <https://doi.org/10.56174/jap.v2i2.422>
- Wardoyo, D. T. W., Kusumaningrum, T. M., Fazlurrahman, H., Kautsar, A., & Hadi, H. K. (2020). Pelatihan inovasi kemasan pada industri makanan di Desa Raci Tengah Kabupaten Gresik. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1), 83–92. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v4i1.689>