

Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Melalui Integrasi Desain Kemasan, Google Bisnis dan Event Produk Pada UMKM Sentra Jamu Tradisional Imopuro

Ayu Firdayanti ^(1,a), Nursiyanto ^(1,b)

^(1a) Sistem Informasi, ^(1b) Sistem Informasi, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia

Email :^(a) ayufirdha@darmajaya.ac.id, ^(b)nursiyanto@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Sentra Jamu Tradisional Imopuro memiliki potensi besar namun menghadapi tantangan dalam pemasaran produk, Permasalahan yang dihadapi UMKM Sentra Jamu Imopuro ini yaitu mengenai Desain Kemasan dan Google bisnis yang masih belum di terapkan secara intens dalam usahanya, terutama jika ditinjau dari aspek pemasaran. Pengabdian ini berupaya mengoptimalkan pemasaran produk UMKM di sentra tersebut melalui pendekatan terpadu. Desain kemasan yang menarik, pendaftaran di Google Bisnis untuk meningkatkan visibilitas online, serta penyelenggaraan event produk secara berkala menjadi fokus utama. Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan keterampilan UMKM Sentra Jamu Tradisional Imopuro terutama dalam hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dari produk. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dapat menargetkan beberapa pembenahan dalam penanganan masalah pemasaran produk, yang diantaranya menyangkut proses edukasi dan pendampingan dalam perluasan pemasaran yang dapat mempermudah UMKM dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Kata kunci: Sentra Jamu, UMKM, Edukasi

ABSTRACT

The Imopuro Traditional Herbal Medicine Center has great potential but faces challenges in product marketing. The problems faced by the Imopuro Herbal Medicine Center MSMEs are regarding packaging design and Google business which are still not implemented intensively in their business, especially when viewed from the marketing aspect. This service seeks to optimize the marketing of MSME products in these centers through an integrated approach. Attractive packaging design, registration on Google Business to increase online visibility, and holding regular product events are the main focus. This service generally aims to improve the skills of the Imopuro Traditional Herbal Medicine Center MSMEs, especially in matters relating to product marketing strategies. Therefore, this service activity can target several improvements in handling product marketing problems, which include the education process and assistance in marketing expansion which can make things easier for MSMEs and can be utilized properly

Keywords: Herbal Medicine Center, MSMEs, Education

Submit:	Revised:	Accepted:	Available online:
10.10.2024	14.10.2024	18.10.2024	23.10.2024

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Daerah. Keberadaan UMKM memberikan manfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Melihat dari peranan tersebut, perlu dilakukan pelatihan untuk menunjang keberlangsungan dari UMKM dalam membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada. Dimana banyak UMKM sekarang ini terancam gulung tikar karena minat konsumen yang semakin menurun akibat pendapatan dimasa pasca pandemi. Dimasa saat ini banyak UMKM yang terpengaruh di segi operasional, manajerial, hingga finansial yang dapat mengakibatkan menurunnya tingkat pemasukan. Untuk itu tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yang dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan penyuluhan dan praktik dengan memberikan informasi dan tambahan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan produknya. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh tambahan pengetahuan terkait pengelolaan usaha serta inovasi produk berupa rasa dan packaging yang menarik. Informasi dan pengetahuan yang diberikan akan dikemas dalam bentuk gambar sosialisasi dan penyuluhan. Metode pelaksanaan dilaksanakan secara offline. Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan yaitu adanya materi sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan terhadap pengusaha UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada saat ini (Khaidarmansyah, K., & Firdayanti, A. (2023).

Desa Imopuro terletak di Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Provinsi Lampung. Desa ini memiliki sejarah panjang yang berkaitan erat dengan program transmigrasi yang dilakukan pada masa penjajahan Belanda dan terus berlanjut hingga masa kemerdekaan Indonesia. Desa Imopuro juga menjadi contoh keberhasilan program transmigrasi di Lampung, dengan masyarakat yang hidup rukun, harmonis, dan sejahtera. Peningkatan UMKM menjadi pusat dan tujuan yang sangat penting di desa ini, yang semakin memperkuat posisinya sebagai desa yang berdaya saing di tingkat lokal maupun regional. Permasalahan yang dihadapi UMKM Sentra Jamu Imopuro ini yaitu mengenai Desain Kemasan dan Google bisnis yang masih belum di terapkan secara intens dalam usahanya, terutama jika ditinjau dari aspek pemasarannya. Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan keterampilan UMKM Sentra Jamu Tradisional Imopuro terutama dalam hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dari produk. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dapat menargetkan beberapa pembenahan dalam penanganan masalah pemasaran produk, yang diantaranya menyangkut proses edukasi dan pendampingan dalam perluasan pemasaran yang dapat mempermudah UMKM dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, terdapat permasalahan yang terjadi yaitu Permasalahan yang dihadapi UMKM Sentra Jamu Imopuro ini yaitu mengenai Desain Kemasan dan Google bisnis yang masih belum di terapkan secara intens dalam usahanya, terutama jika ditinjau dari aspek pemasarannya. Hal ini berdampak proses edukasi dan pendampingan dalam perluasan pemasaran pada UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Melakukan analisis mendalam terhadap kondisi UMKM di Sentra Jamu Tradisional Imopuro, termasuk: Identifikasi produk yang akan menjadi fokus utama, Pemetaan pesaing, Evaluasi desain kemasan yang sudah ada (Firdhayanti, A. (2024).
 - b. Merancang rencana kerja yang detail, meliputi tujuan yang ingin dicapai, target peserta, jadwal pelaksanaan kegiatan, anggaran yang dibutuhkan, Sumber daya yang diperlukan.
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Pelatihan Desain Kemasan:
 - b. Pendampingan Penggunaan Google Bisnis
 - c. Perencanaan dan Pelaksanaan Event Produk
3. Tahap Evaluasi
 - a. Melakukan survei sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan untuk mengukur perubahan yang terjadi.

- b. Mengumpulkan data penjualan produk setelah implementasi strategi pemasaran baru.
- c. Melakukan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengetahui tingkat kepuasan dan manfaat yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa integrasi desain kemasan, Google Bisnis, dan event produk merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif untuk meningkatkan penjualan produk UMKM jamu. Desain kemasan yang menarik, visibilitas online yang kuat, dan pengalaman langsung melalui event produk berhasil meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen. Peningkatan penjualan yang signifikan setelah perubahan desain kemasan menunjukkan bahwa kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Desain kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual produk, tetapi juga menciptakan persepsi kualitas yang lebih baik di benak konsumen (Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Hasil ini konsisten dengan teori branding yang menyatakan bahwa kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam membangun citra merek yang kuat. Dengan adanya desain kemasan dapat menciptakan identitas yang kuat seperti: Memperkenalkan Produk ke Pasar yang Lebih Luas: Branding yang kuat membantu membedakan produk jamu tradisional dari pesaing, terutama di pasar digital yang sangat kompetitif. Desain logo, warna, dan visual yang konsisten menciptakan identitas yang mudah diingat dan dikenali oleh konsumen.

Menyampaikan Nilai dan Filosofi Produk: Desain yang baik dapat menggambarkan cerita di balik produk jamu, termasuk nilai-nilai tradisional dan manfaat kesehatannya. Ini membantu konsumen memahami dan menghargai produk, serta membangun keterikatan emosional dengan brand.

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Sentra Jamu Tradisional Imopuro ini sebagai berikut:

1. Tampilan Desain Kemasan Jamu Tradisional



Gambar 1 Tampilan Desain Kemasan UMKM Sentra Jamu Tradisional Imopuro



Gambar 2. Penyerahan Desain Kemasan UMKM Sentra Jamu Tradisional

2. Mendaftarkan Lokasi UMKM Sentra Jamu Tradisional di Google Maps

Google Maps merupakan aplikasi peta online gratis dari Google. Google Maps dapat diakses melalui browser web atau melalui perangkat mobile. Mendaftarkan UMKM Sentra Jamu Tradisional ke Google Maps ini agar Konsumen lebih mudah Mencari lokasi UMKM Sentral Jamu Tradisional ini.



Gambar 3 Penyerahan Google Bisnis

3. Melakukan Event Produk

Event produk merupakan sebuah acara yang diselenggarakan khusus untuk memperkenalkan, mempromosikan, atau meluncurkan sebuah produk baru atau yang sudah ada. Mengapa Event Produk Penting?

1. Event produk memungkinkan interaksi langsung antara merek dengan konsumen, sehingga hubungan yang lebih personal dapat terjalin.
2. Dengan mengadakan event, merek dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas merek.
3. Event produk yang unik dan menarik dapat membuat produk Anda terlihat berbeda dari kompetitor.
4. Event produk yang sukses dapat langsung berdampak pada peningkatan penjualan produk.



Gambar 4 Melakukan Event Jamu

4. Sosialisasi UMKM Sentra Jamu Imopuro Pentingnya Desain Kemasan, Google Bisnis, dan Event Produk

Sosialisasi yang dilakukan di UMKM Sentra Jamu Imopuro dengan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya mengembangkan bisnis mereka, serta menjelaskan tentang pentingnya Desain Kemasan bagi UMKM, Optimalisasi Google maps dan Pemahaman tentang Event Produk.



Gambar 5 Sosialisasi Pentingnya Desain Kemasan, Google Bisnis, dan Event Produk

KESIMPULAN

Hasil yang diraih selaras dengan yang diinginkan yaitu kepentingan para pelaku UMKM di Kelurahan Imopuro dalam hal mempunyai Desain Kemasan dan Google bisnis. Sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan secara terstruktur dan terprogram mampu membantu UMKM dalam memahami tentang pentingnya Desain Kemasan dan Google Bisnis, tindakan ini mendapatkan respon yang sangat positif dari perangkat desa, perdagangan, dan perindustrian setempat.

Manfaat dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah untuk membantu meningkatkan penjualan bagi para pelaku UMKM Central Jamu Imopuro serta membantu lembaga lainnya yang ingin memajukan para pelaku UMKM di Imopuro. Untuk itu, diharapkan para perangkat desa dan lembaga lainnya dapat memberikan dukungan dalam hal pendampingan bagi UMKM dalam hal pembuatan Desain Kemasan, Google Bisnis dan Event Produk. Pengetahuan terkait pengelolaan usaha serta inovasi produk berupa packaging yang menarik, guna meningkatkan nilai ekonomi dari produk dan legalitas produk tersebut. Dikarenakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) masih minim akan pengetahuan dan pengembangannya.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada segenap masyarakat khususnya UMKM Jamu yang berada Kelurahan Imopuro, Kecamatan Metro Pusat Provinsi Lampung yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam pengabdian ini. Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada tim yang telah terlibat dalam kegiatan dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada tim pengabdian ini.

REFERENSI

- Dimas Sasongko, Intan Rahma Putri, Vivi Nur Alfiani, Sasqia Dyah Qiranti, Riski Sintasari, Pramania Elka Allafa (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung, Retrieved From <http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Pangabdhi>.
- Firdhayanti, A. (2024). Analisis Program Cek Kesehatan Dan Distribusi Bibit Tanaman Untuk Meningkatkan Penghijauan Desa Tanjung Kerta Way Khilau, Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 3(1), 29-34.
- Khaidarmansyah, K., & Firdayanti, A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Penjualan Umkm Chio Snack Keripik Lumer Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 128-133.
- Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata untuk Membangun Digital Branding. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, No. 4(7): 131–151.
- Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Branding keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, No. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding Pada UMKM Tempe Mbah Mul Di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5949-5956.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 73-80.
- Putra, D., Swissia, P., Irawati, A., & Pulungan, M. S. (2023, August). Pemanfaatan Pisang Sebagai Olahan Donat Di Pekon Karta Kecamatan Kota Agung Timur Kabupaten Tanggamus. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya (Vol. 1, Pp. 32-36)*.
- Wulansari, O. D. E., Wiryawan, D., Nursiyanto, N., & Zaini, T. M. (2023). Pelatihan Dan Pembuatan E-Commerce Pada Umkm Pengrajin Bambu Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah Kecamatan Gunung Alip Tanggamus. *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 99-104.