

## Pelatihan Pengembangan Produk UMKM di Kecamatan Sako Palembang

Irnanda Pratiwi<sup>1)</sup>\*, Selvia Aprilyanti<sup>2)</sup>, Winny Andalia<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup>Program Studi Teknik Industri Universitas Tridinanti  
Jl. Kapt Marzuki No. 2446 Kel. 20 Ilir Palembang 30129

\*Email Penulis Koresponden: irnanda\_pratiwi@univ-tridinanti.ac.id

Received : 27/12/23; Revised:21/03/24 ; Accepted: 30/04/24

### Abstrak

Sebagian besar masyarakat memanfaatkan waktu luangnya untuk berinvestasi dalam industri makanan. Namun, hanya sebagian kecil orang yang tahu cara meningkatkan nilai ekonomi produk dan membuatnya berkualitas tinggi dan sesuai standar. Untuk mendapatkan legalitas hukum untuk jenis usahanya, masyarakat yang akan memulai bisnis harus mempertimbangkan perizinan usaha. Selain itu, desain produk, kemasan, standar, dan strategi pemasaran yang efektif. Kemasan makanan yang baik meningkatkan kualitas dan estetika makanan. Seperti yang diketahui, bisnis saat ini lebih suka menggunakan pemasaran online daripada toko fisik. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi, sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat di Kecamatan Sako tentang cara mengembangkan UMKM dengan lebih baik dan berbasis teknologi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini direncanakan selama kurang lebih 6 bulan. Untuk mengatasi masalah tersebut diatas, pemerintah Kecamatan Sako dan masyarakat menggunakan pendekatan untuk mensinergikan aktivitas dalam program pemerintah daerah. Masyarakat dapat menggunakan teknologi dengan benar, dan solusi dapat ditemukan dengan mudah. Pengetahuan masyarakat bertambah dengan pelaksanaan program ini. Dari desain logo yang sebelumnya sederhana, namun dapat diperbaharui dengan lebih menarik dengan gambar dan tulisan yang sangat informatif. Menggabungkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan mata kuliah Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang ditempuh pada semester 7 Program Studi Teknik Industri, kegiatan ini merekonisi satuan kredit mahasiswa.

**Kata kunci :** Pemasaran, Desain, Logo, Online, Digital

### Abstract

Most people use their free time to invest in the food industry. However, only a small number of people know how to increase the economic value of products and make them of high quality and up to standards. To obtain legal legality for their type of business, people who want to start a business must consider business licensing. In addition, product design, packaging, standards, and effective marketing strategies. Good food packaging improves the quality and aesthetics of food. As is known, businesses today prefer to use online marketing rather than physical stores. This community service activity aims to provide education, outreach, and training to the community in Sako District on how to develop UMKM better and based on digital marketing technology. This community service activity is planned for approximately 6 months. To overcome the problems mentioned above, the Sako District government and the community use an approach to synergize activities in regional government programs. People can use technology correctly, and solutions can be found easily. Community knowledge increases with the implementation of this program. The previously simple logo design can be updated to be more attractive with very informative images and writing. Combining this community service activity with the Real Work Lecture (KKN) course taken in the 7th semester of the Industrial Engineering Study Program, this activity recognizes student credit points.

**Keywords:** Marketing, Design, Logo, Online, Digital

## 1. PENDAHULUAN

Jenis usaha mikro dan kecil tersebut terdiri dari berbagai jenis usaha. Di Sumatera Selatan, usaha mikro dan kecil yang paling banyak dan menjadi penciri khas daerah adalah industri makanan dan minuman serta industri kerajinan. Untuk industri makanan yaitu pempek, kerupuk kemplang, kue khas daerah dan kopi. Sedangkan untuk industri kerajinan yaitu, kain songket, kain jumputan, kerajinan kayu lekuer dan kayu ukir Palembang.

Unit usaha produktif kecil dan menengah (UMKM) biasanya dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Wibowo et al., 2020). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah pelaku usaha yang sangat besar, bahkan mayoritas dalam struktur pelaku usaha nasional (Sumadi, 2020). Usaha mikro kecil dan menengah adalah langkah penting menuju kemakmuran nasional (Undari & Lubis, 2021). Dengan otoritas daerah saat ini, pemerintah harus dapat mencukupi kebutuhan pangan daerahnya sendiri dengan mendorong masyarakat untuk mengembangkan makanan lokal (Ikhrum & Chotimah, 2022).

Provinsi Sumatera Selatan, terutama di kota Palembang, produk makanan dan minuman diproduksi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Banyak masyarakat memanfaatkan waktu luangnya untuk berinvestasi dalam industri makanan. Namun, hanya sebagian kecil orang yang tahu cara meningkatkan nilai ekonomi produk dan membuatnya berkualitas tinggi dan sesuai standar. Untuk mendapatkan legalitas hukum untuk jenis usahanya, masyarakat yang akan memulai bisnis baru harus mempertimbangkan perizinan usaha. Selain itu, desain produk, kemasan, standar, dan strategi pemasaran yang efektif. Seperti yang diketahui, bisnis saat ini memprioritaskan pemasaran online dibandingkan dengan toko fisik. Biaya sewa dan biaya operasional lainnya dapat dikurangi selain mempercepat pemasaran kepada pelanggan. Terkadang produk dan layanan tidak dapat menjangkau pasar – pasar di luar daerah karena pelaku usaha yang belum menggunakan jasa internet atau website belum familiar dan umum (Nurrahma, Khotimah, & Islamay, 2022). Setiap tahun, pertumbuhan bisnis *online* terus meningkat (Hayatie, Gautama, & Sur, 2021). Tidak seperti bisnis *offline* lainnya, pemasaran melalui internet tidak terbatas oleh waktu (Triastity & Susanti, 2020).

Beberapa perusahaan makanan di Palembang tidak memiliki perizinan bisnis, desain produk yang menarik, atau toko *online*. Kecamatan Sako adalah salah satu tempat yang paling ramai (Pratiwi, Pamuji, & Nasir, 2023). Kecamatan Sako juga memiliki penduduk yang sebagian besar bekerja di sektor makanan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, di kecamatan Sako, tim pelaksana pengabdian menyelenggarakan kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk mengembangkan produk UMKM. Kegiatan ini akan mengevaluasi pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang pengembangan produk UMKM, khususnya dalam industri makanan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah masyarakat di Kecamatan Sako akan dididik, disosialisasikan, dan diberi pelatihan tentang cara mengembangkan UMKM yang lebih baik dan berbasis teknologi pemasaran digital. Pemanfaatan teknologi internet untuk pemasaran *online* produk – produk masyarakat adalah sebuah upaya peningkatan perekonomian dan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Bustomi et al., 2020).

## 2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini direncanakan selama kurang lebih 6 bulan. Untuk mengatasi masalah tersebut di atas, pemerintah Kecamatan Sako dan masyarakat menggunakan pendekatan untuk mensinergikan aktivitas dalam program pemerintah daerah. Penggunaan teknologi yang benar – benar dapat dilakukan oleh masyarakat, dengan potensi yang mudah diakses dan dapat diterapkan, membantu mencapai solusi. Jadwal kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ditunjukkan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Tata kala pelaksanaan kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1.	Koordinasi dengan Mitra	■					
2.	Persiapan bahan dan alat pengabdian masyarakat		■				
3.	Sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat			■	■		
4.	Monitoring dan Evaluasi					■	■
5.	Laporan Akhir dan luaran wajib kegiatan						■

Metode yang ditawarkan untuk mendukung pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahap, termasuk :

*Tahap 1. Pemilihan Kelompok atau Individu*

Pemilihan kelompok PKK/ individu yang memiliki potensi yaitu ibu - ibu PKK atau warga yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha produk makanan dan lainnya. Tahapan awal yang perlu dilakukan adalah memahami tipologi masyarakat, gaya hidup dalam pemenuhan kebutuhan pangan serta cara masyarakat dalam melakukan kegiatan pasar (Romadhona, Sudibya, T, Arizona, & Rambli, 2019).

*Tahap 2. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat*

Pada tahap ini bertujuan agar wawasan, pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengembangkan produk usahanya semakin meningkat. Pada tahap ini, peran mitra sangat penting karena sosialisasi ini sangat penting untuk tahap awal pelaksanaan kegiatan. Pada sosialisasi ini, seluruh masyarakat diberikan wawasan dan pengetahuan tentang tujuan dan manfaat pelatihan pengembangan produk UMKM.

*Tahap 3. Perencanaan Pelatihan*

Materi pelatihan yang berkaitan dengan inovasi dan pengolahan produk bertujuan untuk : (1) memberikan masyarakat pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan tentang teknik desain kemasan dan logo produk, dan (2) cara memperoleh legalitas dan izin usaha. Peserta utama pelatihan berasal dari kelompok Ibu – ibu PKK / kelompok / individu terpilih yang memiliki usaha. Selama pelatihan setiap kelompok mendapatkan modul pelatihan tentang teknik desain logo produk dan tata cara memperoleh izin atau legalitas usaha.

*Tahap 4. Pelaksanaan Pelatihan pengembangan produk UMKM*

Pada tahap ini masyarakat akan diberikan edukasi tentang perangkat atau aplikasi yang bisa digunakan untuk desain produk, kemasan dan logo. Selanjutnya masyarakat akan diberikan edukasi tentang tata cara membuat atau mengurus legalitas / izin usaha agar diakui oleh konsumen. Tim pelaksana juga akan memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang cara menggunakan aplikasi pemasaran secara *online* sehingga bagi masyarakat/kelompok yang telah memiliki usaha dapat memasarkan produk usahanya secara *online*.

*Tahap 5. Monitoring dan Evaluasi kegiatan*

Kegiatan pemantauan dan evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan dan keberlanjutan pengabdian. Setelah kegiatan PkM ini telah berakhir, diharapkan masyarakat yang tidak produktif ini dapat terus menggunakan ilmu pengetahuan yang telah diberikan, yaitu teknik desain produk dan kemasan. Serta cara mendapatkan legalitas usaha yang nantinya akan meningkatkan nilai pada produk usaha tersebut.

*Tahap 6. Penyusunan Laporan*

Laporan akan disusun dalam dua tahap yang direncanakan : laporan bulanan dan laporan akhir kegiatan. Laporan akhir kegiatan akan menunjukkan kegiatan apa saja yang telah dilakukan oleh tim pelaksana kepada sumber dana program ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil koordinasi dengan pemerintah daerah setempat, tentang potensi sumber daya serta latar belakang pendidikan warga sekitar. Maka dilaksanakan pengabdian masyarakat guna meningkatkan nilai jual produk UMKM. Kegiatan koordinasi bersama pemerintah daerah ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Koordinasi dengan Pemerintah Daerah

Warga kecamatan Sako banyak yang bekerja. Produksi makanan adalah inti dari sebagian besar industri rumah tangga yang dikembangkan oleh warga. Kualitas dan estetika makanan ditingkatkan dengan kemasan yang baik. Ini mendorong sosialisasi dan pelatihan tentang pembuatan produk UMKM yang bermanfaat bagi masyarakat. Kegiatan sosialisasi bersama warga ditunjukkan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Sosialisasi kegiatan bersama warga

Masyarakat dididik tentang peluang untuk mengembangkan produk mereka melalui desain kemasan dan logo yang lebih menarik, serta penggunaan platform dan aplikasi media sosial untuk memperluas pasar dan menyebarkan informasi terkait penjualan. Mitra lebih memahami kemasan menjadi modal pertama untuk menarik minat masyarakat terhadap produk (Permatasari, Sartika, Saluza, & Roswaty, 2023). Salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk desain logo produk adalah aplikasi CANVA. Pelatihan aplikasi desain logo ditunjukkan pada Gambar 3 dan Gambar 4.



**Gambar 3.** Paparan tentang aplikasi desain logo kemasan



Gambar 4. Pelatihan penggunaan aplikasi desain logo

Selain pelatihan penggunaan aplikasi desain logo, warga juga diberikan edukasi dan sosialisasi mengenai proses perizinan untuk usaha. Karena izin usaha merupakan salah satu komponen penting dalam kegiatan penjualan. Kegiatan sosialisasi bersama warga ditunjukkan pada Gambar 5. Desain logo yang dibuat adalah logo untuk kemasan produk UMKM yaitu produk olahan pangan keripik pare dan keripik pelepah pisang yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 5. Sosialisasi tentang pengurusan izin usaha



Gambar 6. Desain logo kemasan produk UMKM

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan ini memiliki dampak yang baik bagi masyarakat karena mengajarkan masyarakat tentang cara mengembangkan produk UMKM yang berbasis teknologi digital, seperti membuat logo dan memasarkan secara online. Kegiatan ini mereknisi satuan kredit untuk mahasiswa dengan mengkonversi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan mata kuliah Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang ditempuh pada semester 7 dalam kurikulum pembelajaran di program studi Teknik Industri. Pengetahuan masyarakat bertambah dengan pelaksanaan program ini. Dengan mempelajari teknologi desain digital terbaru, masyarakat mampu mendesain sendiri untuk logo usaha mereka. Dari desain logo yang sebelumnya sederhana, namun dapat diperbaharui dengan lebih menarik dengan gambar dan tulisan yang sangat informatif.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Tridinanti yang telah memberikan dana terhadap kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bustomi, M. A., Rohedi, A. Y., Sunarno, H., Prajitno, G., Indarto, B., Muchammad, N., & Purwanti, E. (2020). Pelatihan Pemasaran Online Produk Masyarakat Kecamatan Bantur Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 5(2), 27–38. Retrieved from <http://mediteg.politala.ac.id/index.php/mediteg/article/view/73/69>
- Hayatie, M. N., Gautama, M. S., & Sur, W. A. A. (2021). Sosialisasi Strategi Pemasaran Berbasis Online pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Bubungan Tinggi*, 3(1), 58–62.
- Ikhran, A., & Chotimah, I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Diversifikasi Pangan Masyarakat Melalui Inovasi Pangan Lokal Dari Singkong. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 271–278.
- Nurrahma, F., Khotimah, K., & Islamay, S. V. (2022). Dampak Program Bantuan Produktif Usaha Mikro Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 69–78. <https://doi.org/10.33005/jdep.v5i1.318>
- Permatasari, I., Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty, R. (2023). Strategi Produk Dengan Pelatihan Pengemasan Produk Pada Kelompok Usaha Keripik Singkong Rk. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.36982/jam.v7i1.2914>
- Pratiwi, I., Pamuji, M., & Nasir, N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Diversifikasi Produk Pangan. *Ikra-Ith Abdimas*, 7(3), 187–193. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3.3012>
- Romadhona, S., Sudibya, J., T, S., Arizona, L. M., & Rambli, A. (2019). Pemanfaatan Limbah Gelas dan Botol Plastik Sebagai Media Tanam Penunjang Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Pembentukan Kampung Hidroponik di Lahan Rawa. *Warta Pengabdian*, 13(4), 147–156. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v13i4.11314>
- Sumadi. (2020). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERBASIS MANAJEMEN ORGANISASI DI KARANG ANOM KLATEN. *Jurnal Budimas*, 02(02), 153–157.
- Triastity, R., & Susanti, R. (2020). Pengabdian masyarakat dengan tema pelatihan pemasaran online pada karang taruna kalurahan manahan kecamatan banjarsari kota surakarta. *Jurnal Abdi Widya*, 4(1A), 95–112.
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>
- Wibowo, H., Marni, Z., Suryaningrum, R. A., Agustami, S. S., Pamungkas, G. A. D., & Sa'bani, N. K. (2020). Edukasi Pemasaran Daring untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Guesin Pacs Desa Cibodas Jawa Barat. *Jurnal Sawala*, 1(2), 59–66.