

PELATIHAN DESAIN DAN PROMOSI ONLINE PRODUK KERUPUK IKAN DAN KERUPUK SAGU DI KUALA ALAM KECAMATAN BENGKALIS

Diah Angraina Fitri
Mansur

Teknik Informatika, Politeknik Negeri Bengkalis
diahfitri@polbeng.ac.id
mansur@polbeng.ac.id

ABSTRAK

Meningkatkan pertumbuhan perekonomian untuk wirausaha baru diperlu ada peran aktif dari masyarakat untuk terlibat dalam berwirausaha dengan merubah pola pikir dan meningkatkan efektivitas diri berwirausaha. Perkembangan zaman teknologi yang semakin pesat, setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler. Pemilihan ilmu pengetahuan teknologi bagi produksi kerupuk ikan dan kerupuk sagu ini ditujukan untuk : Peningkatan skill mendesain kemasan dan Peningkatan penjualan hasil produk. Pengabdian ini melibatkan dua mitra yaitu mitra pertama kerupuk ikan dan mitra kedua kerupuk sagu. Pada pengabdian ini kedua mitra melakukan desain profil, desain produk dan desain kemasan, serta melakukan promosi produk secara online baik melalui media sosial dan juga melalui halaman web dagangkita.com, sehingga membantu kedua mitra dalam mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan daya saing dan daya jual.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Kerupuk Ikan dan Kerupuk Sagu, Produk Promosi

PENDAHULUAN

Usaha dari pihak pemerintah saja tidak cukup dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian untuk wirausaha baru, perlu ada peran aktif dari masyarakat untuk terlibat dalam berwirausaha dengan merubah pola pikir dan meningkatkan efektivitas diri berwirausaha (Jonnius, 2013). Masyarakat Kecamatan Bengkalis sudah mulai perlahan melibatkan diri untuk berwirausaha, hal ini terlihat dengan adanya usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) di beberapa tempat serta adanya beberapa produk *home industry*.

Pengabdian sebelumnya menjelaskan sistem informasi promosi produk UKM berguna untuk meningkatkan promosi produk UKM pada semua kategori (Mansur dkk, 2017). Sistem promosi produk UKM dengan menggunakan model *business to consumer* (B2C) berfungsi sebagai media promosi dalam memperkenalkan UKM dalam bentuk menampilkan informasi

produk kepada calon pembeli secara online (Fitri dkk, 2017).

Pengabdian sebelumnya menjelaskan perkembangan zaman teknologi yang semakin pesat, setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler. Media sosial dengan segala keunggulan dan fiturnya, terbukti mampu memberikan fasilitas yang tidak kalah menarik dengan media lain yang membutuhkan biaya tinggi dalam penggunaannya (Siswanto, 2013). Beberapa faktor penghambat dalam strategi pengembangan UKM yang salah satunya berbasiskan kuliner antara lain permodalan, bahan baku, peralatan dan sumber daya manusia, serta faktor pengembangan UKM antara lain pelatihan, pengembangan kemitraan dan pengembangan promosi (Agusetyaningrum, 2016)

Berdasarkan permasalahan prioritas yang akan ditangani, Maka pemilihan Ilmu pengetahuan teknologi bagi produksi kerupuk ikan dan kerupuk sagu ini ditujukan untuk

peningkatan skill pelaku usaha dalam hal mendesain kemasan dan peningkatan penjualan hasil produk.

PEMBAHASAN

1. Pelatihan dan Bimbingan Teknis (Bimteks)

Pelatihan merupakan salah satu upaya yang diberikan dalam rangka memberikan ilmu pengetahuan dan hal-hal ilmu pengetahuan dan teknologi informasi. Upaya ini dibagi menjadi 2 kelompok, sebagai berikut :

- a. Pelatihan (*training*) mendesain label pada kemasan produk.
- b. memberi pelatihan pada mitra pertama dalam penggunaan alat cetak desain label kemasan produk untuk kemasan produk kerupuk ikan.
- c. Memberi pelatihan pada mitra kedua dalam mendesain label kemasan produk menggunakan aplikasi *CorelDraw* atau *Photoshop*.
- d. Pelatihan (*training*) promosi/iklan produk dan penjualan.
- e. Memberi pelatihan promosi dan penjualan pada kedua mitra baik

melalui media sosial (BBM, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* dll) maupun penjualan melalui toko *online* (*Tokopedia*, *Bukalapak*, *Shopee*, *dagangkita*, dll).

2. Fasilitasi Usaha

Tim memfasilitasi kedua mitra dalam mengatasi permasalahan prioritas, sebagai berikut :

Fasilitas peralatan mencetak hasil desain kemasan produk untuk mitra

- a. Pertama dan mitra kedua yang meliputi peralatan cetak (*printer*) diberikan sebelum dilaksanakannya pelatihan kegiatan.
- b. Fasilitas Promosi berupa via *online* (IT/Website) dan media sosial bagi kedua mitra.

3. Permasalahan-Permasalahan Pada Kedua Mitra

- a. Keterbatasan kemampuan dalam mendesain kemasan produk
- b. Keterbatasan peralatan fasilitas usaha.

- c. Keterbatasan dalam promosi dan pemasaran produk

4. Solusi permasalahan 1 :

- a. Pelatihan (training), Peningkatan Skill Pegawai dalam mendesain untuk kemasan produk.
- b. Pelatihan (training), Peningkatan Skill Pegawai dalam mendesain label pada kemasan menggunakan aplikasi photoshop dan corelDraw.

5. Solusi permasalahan 2 :

- a. Melakukan pemasaran melalui media sosial (BBM, Facebook, Instagram dll) bagi kedua mitra.
- b. Melakukan pemasaran melalui toko online (Tokopedia, Bukalapak, Shopee dll) bagi kedua mitra.
- c. Melakukan promosi berupa spanduk bagi kedua mitra.

PROSES PELAKSANAAN

Dalam rangka persiapan dan pelaksanaan pengabdian ini dilakukan tahapan sebagai berikut:

1. Persiapan Tim; Tim pengabdian bersama mitra berdiskusi untuk menentukan proses pelaksanaan kegiatan pengabdian sesuai dengan tujuan yang disepakati bersama mitra.
2. Kemudian tim pengabdian bersama mitra melakukan rapat koordinasi untuk menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan.
3. Menyiapkan perwakilan dari masing-masing mitra untuk dilatih dalam pembuatan desain profil usaha dan produk, sekaligus persiapan kesiapan mereka dalam membantu kelancaran proses pengabdian tersebut.
4. Melatih penggunaan peralatan cetak (printer) untuk mengolah hasil desain untuk kemasan kerupuk ikan pada mitra pertama dengan melakukan bimbingan oleh tenaga ahli.
5. Pelatihan pembuatan desain label kemasan pada kerupuk sagu pada

mitra kedua dengan melakukan bimbingan oleh tenaga ahli.

6. Memberikan pelatihan promosi/iklan produk dan penjualan kepada kedua mitra dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Implementasi Kegiatan

1. Bimbingan pembuatan desain profil dan kemasan produk mitra



Gambar 2.
Pelatihan desain kemasan produk

1. Bimbingan promosi produk secara online melalui website dagangkita.com



Gambar 3.
Pelatihan promosi produk melalui website

2. Bimbingan untuk mempromosikan produk mitra melalui media sosial.



Gambar 4.
Pelatihan promosi produk melalui media sosial



Gambar 5.
Serah terima peralatan percetakan pada mitra pertama



Gambar 6.
Serah terima peralatan percetakan pada mitra kedua

Dari hasil pengabdian masyarakat yang kami lakukan pada mitra pelaku usaha kerupuk bilis alami dan kerupuk sagu alami maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kedua mitra merasa senang dapat dilibatkan dalam melakukan desain profil usaha dan desain kemasan produk

sehingga dapat membantu usaha dalam mempromosikan produk yang mereka miliki. Kedua mitra sangat terbantu dalam mempelajari bagaimana melakukan promosi produk secara online baik melalui media sosial dan juga melalui halaman web dagangkita.com. Tim pengabdian berharap dengan terlaksananya kegiatan ini dapat membantu kedua mitra dalam mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan daya saing jual.

KEPUSTAKAAN

1. Agusetyaningrum, dkk. (2016), Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 38 (2).
2. Fitri, D. A., Kasmawi, Mansur (2017), Perancangan Sistem Promosi Produk UKM Menggunakan Model Business to Cosumer (B2C), ISSN: 2303-2790
3. Mansur, Kasmawi, Fitri, D. A. (2017), Desain Sistem Promosi Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Menggunakan

Model Business to Consumer (B2C) ,
Unpublish.

4. Jonnius, (2013),
Menumbuhkembangkan Budaya
Kewirausahaan dalam Masyarakat,
Menara, 12 (1).
5. Siswanto, T. (2013) Optimalisasi Sosial
Media Sebagai Media Pemasaran
Usaha Kecil Menengah, Jurnal
Liquidity, Vol. 2, No. 1, 80-86.