

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK ASAM GELUGUR BERBASIS EKONOMI KREATIF TERKAIT DESAIN DAN PEMASARAN PRODUK DI DESA WISATA BATU JONG JONG, KECAMATAN BAHOROK, KABUPATEN LANGKAT.

Iwan Riady¹, Ikhlas Ramadhan², Claudina Sibarani³, Feni Agustina⁴, Ika Wulandani⁵,
Joy Fery A. Sinaga⁶, Tri Nindy Zebua⁷

^{1,2,3,4,5,6,7,8)} Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan Sumatera Utara

email: sibaraniclaudina@gmail.com¹, fenihutagaol@gmail.com², ikabulandani@gmail.com³,
perysinaga77@gmail.com⁴, triindrianizebua@gmail.com⁵

Abstrak

Krisis ekonomi secara besar besaran terjadi dalam 3 tahun terakhir, setelah pandemi menggemparkan seluruh dunia. Meskipun begitu sektor UMKM mampu bertahan dari krisis ekonomi, bahkan cenderung bertambah pada tahun tahun terakhir. Munculnya pesaing pesaing baru dan terus diikuti dengan perkembangan teknologi menjadi tantangan khusus bagi para pengelola. Masyarakat menjadikan perkembangan sebagai solusi yang dapat membantu pertahanan dari berbagai bentuk UMKM terutama bentuk usaha kecil yang sangat rentan terhadap persaingan UMKM. Tujuan pendampingan ini adalah untuk membantu masyarakat mengetahui potensi dan karakteristik Asam Gelugur sebagai produk ekonomi kreatif dan UMKM di Desa Wisata Batu Jong Jong, meningkatkan strategi komunitas terkait pengembangan desain produk Asam Gelugur, meningkatkan strategi komunitas pemasaran produk Asam Gelugur. Dengan demikian, diharapkan pengabdian ini dapat membantu UMKM yaitu produk olahan Asam Gelugur dalam mengatasi tantangan dan meningkatkan daya saing usaha. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan UMKM pengelola produk olahan Asam Gelugur di Desa Batu Jong Jong, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat. Pengabdian dilaukan dengan 2 kegiatan menjadi beberapa tahap, yaitu pertemuan awal berupa pelatihan pengembangan produk berbasis ekonomi terkait desain dan pemasaran, di ikuti dengan pendampingan berkala terkait pembuatan desain dan pemasaran produk, serta evaluasi dan monitoring. Sebagai sarana pengembangan selanjutnya, UMKM produk Asam Gelugur dapat terus mengadopsi teknologi dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mengoptimalkan usahanya.

Keywords: Pendampingan ; UMKM; Ekonomi Kreatif ; Desain ; Pemasaran

Abstract

A massive economic crisis occurred in the last 3 years, after the pandemic shocked the entire world. However, the MSME sector has been able to survive the economic crisis, and has even tended to increase in recent years. The emergence of new competitors and continued technological developments is a special challenge for managers. The community makes development a solution that can help defend various forms of MSMEs, especially small businesses which are very vulnerable to MSME competition. The aim of this assistance is to help the community understand the potential and characteristics of Gelugur Asam as a product of the creative economy and MSMEs in the Batu Jong Jong Tourism Village, improve community strategies regarding the development of Gelugur Asam product design, improve community strategies for marketing Gelugur Asam products. Thus, it is hoped that this service can help MSMEs, namely Gelugur Asam processed products, to overcome challenges and increase business competitiveness. The method used in this service is a participatory approach involving MSMEs managing Gelugur Asam processed products in Batu Jong Jong Village, Bahorok District, Langkat Regency. The service is carried out in 2 activities into several stages, namely an initial meeting in the form of economic-based product development training related to design and marketing, followed by regular assistance regarding product design and marketing, as well as evaluation and monitoring. As a means of further development, Gelugur Asam product MSMEs can continue to adopt technology and improve their capabilities to optimize their business.

Keywords: Mentoring; MSMEs; Creative Economy; Design ; Marketing

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi secara besar besaran terjadi dalam 3 tahun terakhir, setelah pandemi menggemparkan seluruh dunia. Banyak yang terdampak di berbagai sektor, sehingga banyak sektor

yang menurun. Meskipun begitu sektor UMKM mampu bertahan dari krisis ekonomi, bahkan cenderung bertambah pada tahun tahun terakhir (Kementrian Koperasi dan UMKM, 2022). UMKM mampu menciptakan berbagai inovasi dan ide ide baru untuk mempertankan perekonomian masyarakat. Pada tahun 2023 UMKM menjadi pahlawan perekonomian nasional yang telah membuka peluang usaha dan lapangan kerja. Banyak nya UMKM menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Masing masing UMKM mencari berbagai strategi untuk mempertahankan perekonomian.

Munculnya pesaing pesaing baru dan terus diikuti dengan perkembangan teknologi menjadi tantangan khusus bagi para pengelola. Masyarakat menjadikan perkembangan sebagai solusi yang dapat membantu pertahanan dari berbagai bentuk UMKM, mulai dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, usaha besar hingga dunia usaha. Terutama bentuk usaha kecil yang sangat rentan terhadap persaingan UMKM. Bentuk UMKM usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah (Undang Undang no 20 Pasal 1, 2008). Oleh karena itu pendampingan yang tepat dapat membantu para pelaku usaha, terutama dalam pengembangan produk yang dimiliki untuk mengatasi permasalahan UMKM dan penghambat. Diantaranya adalah sumber daya manusia dan prasarana yang terbatas (Jafar Hasfah, 2018). Sumber daya manusia yang terbatas meliputi keterbatasan SDM usaha kecil baik dalam segi formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap management pengelolaan usahanya, sehingga usaha sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan sebagai sarana dan prasarana usaha.

Desa Wisata Batu Jong Jong adlah salah satu desa wisata rintisan yang berlokasi di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Sebagai desa wisata rintisan Desa Wisata Batu Jong Jong tentunya menjalin kerjasama dengan UMKM untuk mendukung pariwisata dengan menciptakan produk souvenir. Produk souvenir adalah contoh UMKM usaha kecil yang dapat meningkatkan daya tarik wisata. UMKM juga menjadi bagian penting bagi komunitas lokal untuk melestarikan warisan dan tradisi di desa wisata. Salah satu UMKM di Desa Wisata Batu Jong Jong adalah produk olahan Asam Gelugur. Produk ini dikelola oleh kelompok masyarakat dengan nama "D'RUKATA" singkatan dari "De Rumah Batu Katak", Batu Katak sendiri adalah nama objek wisata yang terdapat di Desa Wisata Batu Jong Jong. Olahan Asam Gelugur adalah bentuk salah satu souvenir dengan jenis usaha kecil. Berbagai olahan yang tersedia adalah sirup Asam Gelugur, selai Asam Gelugur dan permen Asam Gelugur. Olahan Asam Gelugur ini sudah dimulai sejak September 2022, dengan latar belakang kekayaan sumber daya alam di Desa yang tumbuh subur. Meskipun masih dalam bentuk usaha kecil, bertahannya produk Asam Gelugur sampai sekarang membuktikan eksistensi produk yang terus diupayakan.

Bentuk kreatifitas produk dapat ditemukan dari kemasan desain yang dimiliki produk olahan Asam Gelugur. Berbagai penelitian menunjukkan berbagai teknologi digital pada usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja usaha (Basry & Sari, 2018; Tirtayasa et al., 2021; Armiani et al., 2021). Salah satu teknologi yang sangat mudah dijangkau adalah platform berbasis web yang dirancang untuk memudahkan pembuatan desain grafis dan visual tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam. Selain itu desain yang baik akan menjadi bentuk keseriusan produk pada saat pemasaran, tentunya hal ini akan mendorong pemasaran yang lebih baik. Desain produk dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan (Azany, 2014). Peningkatan berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam penggunaannya. Terdapat beberapa indikator desain produk diantaranya (1) variasi desain yang beragam atau banyak pilihan, (2) model terbaru dengan bentuk, ukuran dan warna, (3) desain dengan tren yang kaitannya erat mengikuti perkembangan gaya (Azany, 2014). Selain visualisasi desain dalam kemasan, diperlukan juga informasi yang lengkap terkait kegunaan produk. Tren saat ini cenderung menggunakan desain yang sederhana, namun tetap informatif.

Pemasaran produk Asam Gelugur juga diharapkan dapat menjadi optimal dengan penggunaan digital saat ini. Sistem pemasaran melalui internet merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang memungkinkan terwujudnya one on one, dimana konsumen bisa berinteraksi langsung (Asriani, 2015). Karakteristik alat pemasaran dari internet dapat dilihat dari (1) gaya komunikasi pada internet yang interaktif dengan umpan balik, (2) bersifat sosial dengan berkomunikasi secara lebih personal, (3) Konsumen dapat berdiskusi. Pelaku usaha dapat mengendalikan informasi yang dituangkan di internet dan media lainnya. Pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya jual produk UMKM olahan Asam

Gelugur di Desa Wisata Batu Jong Jong. Media sosial menjadi salah satu platform termudah yang bisa diakses oleh banyak orang, Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain (Fauzi, 2016). Hingga saat ini peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja usaha milik UMKM. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan dan memasarkan produk. Bahkan saat ini media sosial bukan hanya sekedar penyebar informasi produk, terdapat fitur-fitur baru yang dikhususkan untuk menjual produk.

Pendampingan ini melibatkan pengelola Asam Gelugur dengan dua tahap, yaitu sesi pelatihan pengembangan desain dan pemasaran produk, lalu pendampingan berkala terkait desain produk dan pemasaran. Konsep pendampingan yang dilakukan memberikan pelatihan keterampilan dan pendidikan kepada pelaku usaha dan pengelola Asam Gelugur terkait pentingnya desain dan pemasaran produk serta pelatihan pengembangan desain produk dan pemasaran melalui media sosial. Kondisi kemasan dengan desain yang sangat sederhana dan promosi pemasaran yang belum maksimal merupakan situasi yang dihadapi saat ini, dengan keterbatasan SDM dan sarana dan prasarana pengembangan produk yang terbatas. Hal ini juga menunjukkan bahwa terdapat peluang untuk mengembangkan produk Asam Gelugur, hal inilah yang mendasari "Pendampingan Pengembangan Produk Asam Gelugur Berbasis Ekonomi Kreatif Terkait Desain dan Pemasaran Produk di Desa Wisata Batu Jong Jong, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat". Tujuan pendampingan ini adalah untuk membantu masyarakat mengetahui potensi dan karakteristik Asam Gelugur sebagai produk ekonomi kreatif dan UMKM di Desa Wisata Batu Jong Jong, meningkatkan

strategi komunitas terkait pengembangan desain produk Asam Gelugur, meningkatkan strategi komunitas pemasaran produk Asam Gelugur.

METODE

Metode yang digunakan dalam Pendampingan Pengembangan Produk Asam Gelugur Berbasis Ekonomi Kreatif Terkait Desain dan Pemasaran Produk di Desa Wisata Batu Jong Jong berupa sosialisasi pelatihan dan pendampingan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain ; Pelatihan pengembangan desain produk dan pengembangan promosi produk Asam Gelugur, kemudian diikuti dengan pendampingan berkala terkait perancangan desain stiker dan kemasan produk, hingga pemanfaatan platform media sosial sebagai wadah pemasaran produk diikuti dengan pengambilan konten-konten yang menarik dan informatif. Pelaku usaha Asam Gelugur dibantu untuk menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok sebagai wadah pemasaran.

Adapun strategi pendampingan meliputi (1) identifikasi masalah dan kebutuhan : pada tahap awal, dilakukan identifikasi masalah dan kebutuhan yang dihadapi oleh pengelola olahan asam gelugur. Hal ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan pengelola; (2) Perencanaan desain kegiatan: setelah masalah dan kebutuhan teridentifikasi, dilakukan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan bersama pengelola Asam Gelugur. Pada tahap ini rencana kegiatan yang dibuat meliputi tujuan, sasaran, strategi dan metode yang akan digunakan. (3) Pelaksanaan kegiatan: setelah perencanaan selesai, dilakukan pelaksanaan kegiatan bersama pengelola olahan Asam Gelugur. Kegiatan yang dilakukan meliputi pelatihan dan pendampingan dalam a) desain dan kemasan, b) pemasaran. (4) Evaluasi dan monitoring: Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi dan monitoring terhadap kegiatan yang telah dilakukan bersama pengelola olahan Asam Gelugur. Evaluasi dan monitoring dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat bagi produk olahan Asam Gelugur di Desa Wisata Batu Jong Jong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Produk Asam Gelugur merupakan salah satu produk UMKM yang berada di Desa Batu Jong-Jong. Produk Asam Gelugur merupakan salah satu usaha yang bisa dikatakan masih merintis yang ada di Desa Batu Jong-Jong. Produk Asam Gelugur ini belum banyak dikenal orang karena masih minimnya pemasaran yang dilakukan oleh pengelola. Selain minimnya pemasaran pada produk ini kemasan pada produk Asam Gelugur yang masih sangat sederhana, begitu juga dari segi wadah, stiker serta logo yang ada pada produk ini. Hal ini dikarenakan SDM yang masih terbatas, terutama mengenai pengetahuan pengembangan tren desain. Keterbatasan SDM juga sangat berpengaruh atas perkembangan produk Asam Gelugur.

Desain produk juga meliputi bentuk kemasan yang digunakan, kemasan produk olahan asam gelugur masih sangat sederhana. Wadah yang digunakan pada produk Asam Gelugur masih menggunakan botol dengan stiker yang sangat sederhana. Untuk menarik perhatian pembeli kemasan perlu diperhatikan karena konsumen akan melihat produk melalui kemasan terlebih dahulu. Melalui kemasan yang menarik, konsumen akan memberikan prespektif pertama terkait produk Asam Gelugur. Maka dari itu diperlukan upaya untuk memperbaharui kemasan serta desain stiker.

Stiker yang digunakan sebelumnya sangat sederhana, dengan hanya berisi keterangan nama, tanggal kadaluarsa, gambar dari asam gelugur serta kata persuasif sebagai tag line produk. Saat ini desain stiker perlu di ubah agar lebih menarik dan informatif. Sehingga dibutuhkan kreatifitas yang tinggi saat membuat desain pada produk dan memasukkan informasi yang dibutuhkan.

Pemasaran yang dilakukan untuk Produk Asam Gelugur ini juga masih kurang. Penggunaan media sosial yang digunakan sipenjual juga tidak begitu sering hingga hal ini bisa menjadi penghambat untuk produk ini dikenal banyak orang. Bukan hanya pemasaran melalui media sosial ata secara online, tetapi juga pemasaran yang dilakukan secara langsung atau bisa dikatakan face to face juga jarang dilakukan oleh pengelola. Maka dari itu produk Asam Gelugur ini sulit dikenal banyak orang. Maka dari itu perlu dilakukannya pemasaran melalui online atau media sosial dan melakukan pemasaran secara langsung atau face to face sebagai tahap awal yang diperlukan. Dengan melakukan pemasaran dengan rajin atau rutin akan meningkatkan penjualan produk Asam Gelugur. Melakukan promosi melalui media sosial bisa dilakukan dengan cara membuat konten setiap hari atau membuat browser promosi dan memposting ke akun resmi produk Asam Gelugur.

Pemasaran juga harus mempersiapkan ketersediaan stok pada produk Asam Gelugur. Pada saat pelaksanaan pemasaran produk harus sudah tersedia dan untuk persiapan di kemudian hari diperlukan persediaan stok produk Asam Gelugur. Maka dari itu perlu disediakannya stok produk dimana stok itu akan berguna jika suatu saat nanti penjualan meningkat secara tiba tiba, stok itu sangat membantu dan tidak akan membuat lama ntuk sipembeli membeli produk tersebut.



Gambar 1 Wawancara dengan pengelola produk olahan Asam Gelugur

Kegiatan Pendampingan

Setelah melakukan identifikasi masalah dilakukan kegiatan pendmpingan, Kegiatan pendampingan meliputi perubahan atau melakukan memperbaharui produk mulai dari desain produk mulai dari kemasan dan desain stiker dan pemasaran melalui media sosial.

Pelatihan Pengembangan Produk Asam Gelugur Terkait Pengembangan Desain dan Pemasaran Produk.

Pelatihan meliputi kegiatan pendampingan yang melibatkan pengelola olahan Asam Gelugur sebagai UMKM kategori usaha kecil. Pelatihan dimulai dengan memberikan alasan pentingnya produk UMKM, terutama yang menjadi produk souvenir Desa Wisata Batu Jong Jong. Produk olahan Asam Gelugur telah menjadi buah tangan yang dapat dibawa oleh pengunjung yang berkunjung ke Desa Wisata Batu Jong Jong. Produk UMKM dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi desa dan masyarakat. Oleh karena itu produk Asam Gelugur perlu mendapat perhatian pengembangan produk, sesuai dengan kebutuhan dan keterbatasan produk yaitu Desain dan Pemasaran.

Dalam pelatihan terdapat 2 sesi yaitu sesi pengembangan desain dan pemasaran. Sesi pengembangan desain membantu pengelola usaha untuk meningkatkan kreatifitas dalam pembuatan produk terutama desain kemasan dan stiker sebagai packaging produk. Pengelola dibantu untuk memahami bahwa kreatifitas diperlukan dalam pembuatan desain produk. Karena desain memiliki beberapa fungsi dalam sebuah produk : yaitu (1) menjadi identitas produk, (2) sebagai pelindung produk (Quality Control) dan (3) sebagai nilai tambah produk. Tahapan pembuatan desain produk dimulai dari Brain Storming dimana pengelola dituntut untuk memiliki ide ide yang kreatif. Ide kreatif memerlukan inspirasi atau gambaran sebagai referensi produk. Tahapan selanjutnya adalah penggunaan teknologi desain akan digunakan. Saat ini pengembangan desain sangat mudah dijangkau melalui platform berbasis web yang dirancang untuk memudahkan pembuatan desain grafis dan visual tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam. Hingga tahap percobaan yaitu Prototyping dimana pembuatan sampel atau model. Desain kemasan juga menjadi catatan yang tidak kalah penting, untuk itu diperlukan kualitas material kemasan dan desain. Material desain harus terbuat dari bahan yang aman. Beberapa point penting dalam kualitas desain produk dan kemasan produk adalah kekuatan dan ketahanan, keamanan dan biaya produksi kemasan dan desain yang sesuai.

Sesi ke 2 pelatihan meliputi pengembangan pemasaran, strategi pemasaran menggunakan pemanfaatan media sosial. Dalam pelatihan, pengelola Asam Gelugur dibantu untuk memngetahui strategi penting pada saat pembauatn konten dan kegiatan yang dilakukan untuk berinteraksi dengan konsumen. Pada saat ini Media sosial mampu mempermudah pemasaran suatu produk seperti instagram, facebook, Tikok ataupun marketplace. Pelatihan juga dilakukan dengan memberikan beberapa bentuk pemasara yaitu promosi secara langsung dan secara tidak langsung. Promosi dengan menggunakan media sosial adalah bentuk promosi secara tidak langsung. Kegiatan pemasaran harus diikuti dengan presentasi yang menarik. Pengelola dibantu untuk memahami bentuk presentasi produk yang menarik. Dengan menekankan manfaat utama produk Asam Gelugur dan kemudian memberikan perbandingan dengan beberapa produk pesaing untuk menunjukkan keunggulan produk. Pemasaran juga akan semakin baik jika diikuti dengan slogan yang menarik dan memiliki makna yang kuat. Kegiatan pemasaran harus menggunakan presentasi yang informatif namun tetap menggunakan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.



Gambar 2 Pelatihan pengembangan produk olahan Asam Gelugur

Pendampingan Pengembangan Desain Produk Olahan Asam Gelugur

Kegiatan pelatihan diikuti dengan pendampingan yang berkala. Bagaimana kita akan menciptakan sebuah desain pada suatu produk dan bagaiman kemasan yang kita gunakan pada produk. Disni sebelum kita membuat desain kita harus mencari referenrensi terlebih dahulu dan sebelum kita membuat desain juga pasti kita sudah mempunyai bayangan tentang desai yang akan kita buat bagaimana ke produk ini. Bagaimana desain serta warna yang akan kita gunakan supaya tidak tabrakan atau supaya menarik. Desain Awal prosuk Asam Gelugur sangat sederhana. Seperti gambar 1.3 terlihat kemasan dengan menggunakan botol plastik dengan stiker kecil di tangan botol. Desain stiker yang cukup

sederhana dengan menyantumkan nama produk, menggunakan warna hijau yang menggambarkan kondisi alam di Desa Wisata Batu Jong Jong dan tentunya ditambah dengan gambar produk utamanya yaitu Asam Gelugur.



Gambar 3 (a) kemasan produk dan (b) Desain kemasan produk yang lama

Pada tahap ini kreatifitas pengelola yang tinggi untuk menciptakan sebuah desain diperlukan. Untuk mendapatkan inspirasi kegiatan pendampingan diikuti dengan diskusi bersama, sehingga mendapatkan referensi. Terdapat beragam bentuk desain yang terancang seperti di gambar 1.4.



Gambar 4 Ragam Desain Yang menjadi referensi (a) desain 1, (b) desain 2.

Setelah melakukan diskusi dan pembuatan sampel. Pegelola melakukan uji coba terkait desain yang akan digunakan. Berdasarkan hasil uji coba dan diskusi bersama pengelola produk Asam Gelugur, Desain yang dipilih yang menjadi bentuk akhir desain adalah desain stiker dengan warna latar belakang hijau tua. Desain dilengkapi dengan keterangan komposisi produk, cara penyajian, manfaat, dan media sosial. Dibagian tengah terdapat Main Object yang berbentuk lonjong dikelilingi gambar Asam Gelugur, nama produk dan Logo usaha. Ukuran dan fond tulisan disesuaikan dengan ukuran stiker yang mudah dibaca seperti di gambar 1.5. hasil pendampingan membuat desain pada produk Asam Gelugur dimana desain memiliki makna tersendiri.



Gambar 5 Hasil Akhir Desain Produk Olahan Asam Gelugur

Kemasan juga memerlukan perubahan untuk mempertahankan produk dan membantu penjualan produk keluar kota. Produk dengan kemasan yang ringkih dan mudah pecah diganti dengan kemasan yang lebih kuat. Tentunya dengan tetap memperhatikan kualitas dan katahanan kemasan. Hal ini mempermudah proses penjagaan agar kemasan produk Asam Gelugur tidak mudah rusak pada saat dikirimkan menggunakan pengiriman online.



Gambar.6 (a) Kemsan selai yang lama, (b) Kemasan selai bar

Pendampingan Pemasaran Produk Asam Gelugur

Pendampingan terkait pemasaran dilakukan dengan membantu pengelola Asam Gelugur untuk memahami bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial yang pengelola miliki. Sayangnya media sosial yang dimiliki tidak dikelola dengan baik sehingga pemanfaatn media sosial tidak maksimal. Pendampingan dimulai dengan pembuatan akun media sosial mulai dari Facebook, instagram dan tiktok. Kemudian pengelola dibantu untuk mengetahui jenis konten menarik dengan menggunakan video menarik dan dengan membawakan tren media sosial pada saat ini. Konten diikuti dengan infomasi yang menarik dan persuasif. Selain itu dengan cara membuat konten dan memposting ke media sosial secara terjadwal dapat membuat pencarian mudah didapat di media sosial. Sehingga pengguna media sosial akan semakin cepat dan mudah mendapatn informasi mengenai produk Asam Gelugur. Pendamping juga membantu pengelola untuk membuat konten dengan semenarik mungkin dengan konsep yang berbeda beda agar menarik minat pembeli melihat akun media sosial pengelola dan akan membeli produk ini secara online. Selain dengan membuat konsten promosi bisa juga melalui siaran langsung melalui media sosial yang pengelola gunakan mempromosikan dengan melakukan siaran langsung akan lebih mempermudah pembeli bertanya tentang produk ini dan mendapatkan info tentang produk tersebut.

Konten yang baik akan menarik minat konsumen untuk berinteraksi dengan pengelola Asam Gelugur melalui media sosial. Pengelola perlu tanggap membuat media sosial sebagai media komunikasi yang dapat dipercaya oleh konsumen. Berdasarkan hasil pendampingan pemasaran produk

olahan Asam Gelugur, interaksi yang didapat melalui media sosial semakin meningkat dibandingkan dengan manajemen dan media sosial yang digunakan, hal ini dapat dilihat dari gambar 1.7.



Gambar 7 Penggunaan media social (a) sebelum pendampingan, (b) sesudah pendampingan.

Monitoring dan Evaluasi

1. Pengetahuan dan Keterampilan Meningkatkan

Setelah melakukan kegiatan pendampingan kepada pelaku usaha serta masyarakat. Disini pengelola telah mampu menerapkan apa yang kami sampaikan tentang bagaimana cara membuat desain serta kemasan pada produk dan mempromosikan produk Asam Gelugur. Pengelola telah melakukan perubahan pada produk dan memahami tentang bagaimana cara mempromosikan melalui media sosial dengan cara membuat konten secara terjadwal dan melakukan siaran langsung. Selain itu jua pengelola semakin mempunyai kreatifitas yang tinggi dalam pembuatan desain atau dalam memilih kemasan yang akan pengelola gunakan pada produk pengelola.

2. Perubahan Sikap dan Perilaku

Setelah melakukan kegiatan pendampingan pengelola berhasil merubah sikap pengelola dan perilaku yang pengelola miliki. Sebelum adanya kegiatan pengelola cenderung lebih pasif atau kurang percaya diri dalam mempromosikan maupun dalam menghadapi pembeli yang ingin membeli poduk pengelola. Namun dengan adanya kegiatan ini pengelola lebih percaya diri dan merubah perilaku pengelola dalam menghadapi pembeli yang ingin membeli produk pengelola. Dengan mengalami perubahan sikap dan perilaku ini maka akan berdampak positif kedepannya karena pengelola lebi percaya diri dengan produk pengelola dan lebih percaya diri untuk menghadapi pembeli.

3. Perubahan dan Pengelolaan Usaha

Dengan adanya kegiatan pendampingan ini pengelola lebih percaya diri untuk melakukan perubahan untuk produk pengelola. Pengelola melakukan perubahan untuk lebih membuat produk menarik minat pembeli. Pengelola melakukan perubahann mulai dari kemasan, desain serta melakukan perubahan dipemasaran. Pengelola lebih terbuka dan mengikuti perkembangan zaman agar bisa mempromosikan produk pengelola ke media soisal. Pengelola juga melakukan perubahan untuk cara mengelola bisnis dimana pengelola melakukan perubahan yang awalnya tidak menyediakan ketersediaan stok produk.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pendampingan pengembangan produk Asam Gelugur berbasis ekonomi kreatif terkait desain dan pemasaran produk di Desa Wisata Batu Jong Jong, dapat disimpulkan bahwa pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha kecil olahan Asam Gelugur sebagai bentuk peingkatan SDM, dan memiliki kemampuan untuk menciptakan desain produk dengan memanfaatkan kreatifitas pengembangan desain serta perancangan desain melalui rancangan desain berbasis web secara online.

Pelaksanaan program pendampingan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu 1) identifikasi masalah dan kebutuhan untuk mengetahui perencanaan dan desain kegiatan yang dibutuhkan; 2) pelaksanaan kegiatan meliputi pengembangan desain produk dan pemasaran produk; 3) evaluasi dan

monitoring. Metode yang digunakan dalam program ini adalah metode partisipatif dan kolaboratif, yang melibatkan para pelaku usaha kecil yaitu pengelola produk olahan Asam Gelugur secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan.

pengelola produk olahan Asam Gelugur secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pembahasan hasil pengabdian masyarakat, ditemukan bahwa program pendampingan produk olahan Asam Gelugur pada desain pengemasan dan pemasaran memiliki dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk melalui desain dan pemasaran tersebut serta peningkatan pengetahuan para pengelola olahan Asam Gelugur. Selain itu, temuan teoritis dari proses pengabdian juga mengindikasikan bahwa metode partisipatif dan kolaboratif yang digunakan dalam program pendampingan ini mampu meningkatkan partisipasi dan motivasi para pelaku usaha atau para pengelola Assam Gelugur dalam setiap tahap kegiatan dan mendorong terjadinya perubahan sosial yang lebih baik.

Diharapkan pengembangan produk UMKM seperti olahan Asam Gelugur ini mampu terus mendapat perhatian yang serius dari berbagai instansi untuk mendapatkan kesempatan perubahan melalui pendampingan berkala lainnya. Sebagai sarana pengembangan selanjutnya, UMKM produk Asam Gelugur dapat terus mengadopsi teknologi dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mengoptimalkan usahanya. Hal ini juga akan mendukung pendapatan ekonomi daerah, serta meningkatkan pengetahuan terkait ekkonomi kreatif daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana pengabdian pada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak Politeknik Pariwisata Medan, Kepala Desa Wisata Batu Jong Jong dan jajaranya, setiap individu yang terlibat dalam pegabdian baik anggota Field Project Study (FPS) Tim Pelaksana juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat yang merupakan pelaku usaha kecil pengelola olahan Asam Gelugur yang telah memberikan kerjasama dan partisipasi aktif dalam kegiatan ini. Terakhir, Tim Pelaksana berharap kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat dan pelaku usaha atau pengelola.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, A. (2015). Pemanfaatan Internet Marketing dalam Pemasaran Produk Unggulan Pertanian Provinsi Gorontalo. *Jurnal Komunikasi KAREBA* No. 3 Vol. 1 , 249 - 257.
- Azany, F. (2014). Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. 1-77.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *ikraith-informatika*, 2(3), 53-60.
- Departemen Koperasi. 2022. PDB, Investasi, Tenaga Kerja, Nilai Ekspor UKM di Indonesia. Depkop. Jakarta.
- Fauzi , V. P. (Februari 2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ErCorner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP* Vol. 3 No. 1, 1 – 15
- Jafar, Mohammad Hafsah.2018. “ Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)”, Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2018.
- Jenis UMKM Indonesia (Undang Undang no 20 Pasal 1, 2008).
- Kementrian Pariwisata dan Ekonimo Kreatif (2023). https://jadesta.kememparekraf.go.id/paket/bakatak_syrup.
- Viska, (2022, Desember 17). UMKM kembali menjadi pahlawan ekonomi di tahun 2023. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46385/umkm-kembali-jadi-pahlawan-ekonomi-di-tahun-2023/0/berita>