



Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Dapur Boncel di Kelurahan Sumber Rejo Kotamadya Balikpapan

Mardatillah^{1*}, Deno Rana², Brenda Chen³, Nabilah Fadhilah⁴, Yunita Sava⁵

^{1,2,3,4,5}STIE Madani, Jl Kapt P Tendean No.60, Balikpapan, 76121, Indonesia

Keywords:

Empowerment,
Women,
Digital marketing,
Non digital marketing

Article history:

Received
26 February 2024
Revised
20 March 2024
Accepted
21 March 2024
Published
30 March 2024

Kata Kunci:

Pemberdayaan,
perempuan,
Pemasaran digital,
Pemasaran non digital

ABSTRACT

Women's limitations in digital and non-digital marketing innovation are an obstacle to maximizing their businesses. This is the background for mentoring women this time. Through this women's assistance, we formulate the problem of digital and non-digital marketing strategies. The aim of this community service is to assist the Dapur Boncel SMEs related to digital and non-digital marketing. The output you want to produce is 1) making banners and menus more attractive 2) new Instagram social media account 3) product catalog for Dapur Boncel 4) product advertising using instagram adv. The methods used are the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. The conclusion after providing this assistance is that more attractive banners and menus are available, the availability of social media in the form of Instagram, which includes product catalogs on Instagram. Finally, the marketing content for Dapur Boncel products was registered on instagram adv with the duration of the advertise. Continuous assistance is needed to see future results so that the changes made can be optimal

ABSTRAK

Keterbatasan perempuan dalam inovasi pemasaran digital dan non digital menjadi kendala untuk memaksimal usaha yang dimilikinya, hal inilah yang menjadi latar belakang dari pendampingan perempuan kali ini. Melalui pendampingan perempuan ini kami merumuskan masalah bagaimana strategi pemasaran digital dan non digital. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan umkm Dapur Boncel yang berkaitan dengan pemasaran digital dan non digital. Luaran yang ingin dihasilkan adalah 1) spanduk dan menu yang lebih menarik 2) akun sosial media *instagram* yang baru 3) katalog produk Dapur Boncel 4) iklan produk menggunakan *instagram adv*. Metode yang dilakukan adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Kesimpulan setelah melakukan pendampingan ini adalah tersedianya spanduk dan menu yang lebih menarik. Berikutnya adalah tersedianya sosial media berupa *instagram* yang didalamnya tersedianya katalog produk di *instagram*. Terakhir didaftarkan konten marketing produk Dapur Boncel ke *instagram adv* dengan durasi iklan. Perlu pendampingan terus menerus untuk melihat hasil di masa depan agar perubahan yang dilakukan bisa optimal.

*Corresponding author: marda.tillah95@stiemadani.ac.id

Peer review under responsibility of Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat Univ. Amikom Yogyakarta.

© 2024 Hosting by Universitas Amikom Yogyakarta. All rights reserved.

<http://dx.doi.org/10.24076/swagati.2024v2i1.1519>

1. Pendahuluan

Aktivitas ibu rumah tangga yang monoton dalam mengurus pekerjaan rumah tangga terkadang membuat kebosanan. Padahal dengan beraktivitas diluar kegiatan rumah tangga selain dapat menambah pemasukan keluarga kegiatan tersebut sebagai bagian pengembangan diri. Namun terkadang dalam pengembangan diri khususnya berinovasi di pemasaran menjadi kendala bagi perempuan. Padahal pemberdayaan perempuan menjadi hal penting bagi perekonomian keluarga sekaligus pemberdayaan perempuan secara ekonomi juga dan juga *role model* bagi anak-anak sebagai madrasah pertama di keluarga. Artinya pemberdayaan perempuan menjadi hal penting bagi perekonomian keluarga (Mardatillah, dkk, 2023)

Dan usaha kecil yang dilakukan menjadi alternatif dilakukan oleh perempuan dengan keterbatasan waktu, teknologi, ketrampilan, pengetahuan maupun dana. Dari semua keterbatasan ini yang paling minim dimiliki oleh perempuan khususnya usia diatas 40 tahun adalah teknologi. Ini juga membuat keterjangkauan pemasaran atas usahanya terbatas. Padahal, sangat diperlukannya inovasi dan adaptasi terhadap teknologi informasi di era perkembangan teknologi yang cepat yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Seperti kita ketahui bahwa *branding* produk menjadi ciri khas dari pelaku umkm tersebut, inilah yang tidak dipahami dan dimengerti oleh pelaku umkm (Budiwitjaksono 2022). Hal yang kurang lebih disampaikan oleh Saudah, S., dkk (2021) bahwa pemasaran digital memberikan kemudahan bagi pelaku industri untuk menyediakan serta memantau segala kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Melihat kondisi tersebut perlu adanya pendampingan inovasi pemasaran.

Perguruan tinggi yang memiliki tri dharma perguruan tinggi salah satunya adalah pengabdian masyarakat. Melalui pendampingan inovasi pemasaran ini kami melakukan pengabdian masyarakat khususnya perempuan di Kelurahan Sumber Rejo Kecamatan Balikpapan Tengah Kotamadya Balikpapan. Kami memilih umkm Dapur Boncel sebagai usaha yang kami dampingin disebabkan usaha kecil rumahan ini dimiliki dan dijalankan oleh perempuan berikutnya tidak memiliki inovasi pemasaran. Padahal melihat prospek dan lokasi yang cukup strategis usaha ini dapat berkembang lebih maju.

Rumusan masalah dalam pemberdayaan perempuan ini adalah bagaimana strategi pemasaran digital dan non digital. Dan tujuan program pengabdian

masyarakat ini adalah pendampingan umkm Dapur Boncel yang berkaitan pemasaran digital dan non digital.

2. Metode

Pelaksanaan pemberdayaan perempuan ini terdiri atas langkah-langkah yang akan ditempuh, yaitu:

A. Tahap Persiapan yaitu tahap dimana mencari informasi sebanyak-banyak terkait umkm di sekitar kelurahan Sumber Rejo. Kegiatan berikutnya adalah melakukan kunjungan kepada pihak kelurahan untuk meminta ijin serta mencari tahu informasi mengenai gambaran umum kondisi umkm berdasarkan data yang dimiliki kelurahan. Dan dari pihak kelurahan sangat terbuka memberikan ijin, dukungan, dan banyak informasi yang didapatkan. Perangkat kelurahan seperti sekretaris lurah, kepala bagian pemberdayaan masyarakat dan stafnya, dan kepala bagian keamanan dan ketertiban lingkungan adalah orang-orang yang kami pelaksana pengabdian masyarakat temui di kelurahan. Sepekan setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan kami melakukan survei ke lapangan untuk menentukan umkm mana yang akan kami dampingin. Dan akhirnya kami memutuskan memilih Dapur Boncel. Hal ini karena kami melihat adanya potensi yang dapat dikembangkan dari usaha tersebut.

B. Tahap Pelaksanaan yaitu tahap implementasi dari pemberdayaan perempuan secara spesifik. Pendampingan berupa mendesain untuk spanduk dan menu yang lebih menarik dan sesuai dengan keinginan dari pemilik Dapur Boncel selanjutnya membantu memasarkan secara digital melalui membuat akun sosial media *instagram* juga *branding* di *instagram*, membuat konten portofolio sebagai pemilik usaha dan terakhir pembuatan *instagram ads* untuk mengiklankan produk lebih massif.

C. Tahap Evaluasi adalah tahap yang terakhir yang dilakukan dalam pendampingan perempuan ini yakni berupa kegiatan menganalisa dan mengumpulkan semua hasil yang telah dilakukan untuk dilakukan evaluasi dan pembuatan laporan kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berlangsung dari bulan Oktober sampai Desember. Kegiatan pendampingan kami yang berfokus pada Dapur Boncel yang menjual aneka camilan dan sambal botol rumahan yang berlokasi

Jl D.I Panjaitan RT 31 Kelurahan Sumber Rejo. Sesuai dengan tahapan yang kami lakukan dengan membuat ulang buku menu, spanduk, nota penjualan dan juga nomor meja serta bersosial media berikan di instagram. Inovasi yang kami tawarkan kepada Dapur Boncel adalah dengan mendesain ulang buku menu, spanduk, dan nomor meja pada warung untuk memudahkan konsumen dalam memilih menu, menghubungi pemilik usaha jika ingin melakukan pemesanan dan lainnya. Buku menu dibuat dengan dua versi dimana versi lembaran akan ditempel pada masing-masing meja dalam memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan makanan dan diperbanyak sekitar 10 lembar dengan mencantumkan daftar menu dan harga. Versi yang kedua untuk diletakkan di pintu masuk berupa buku menu lengkap dengan gambar makanannya dan hanya dibutuhkan 1 rangkap saja. Gambar menu seperti dibawah ini:



Gambar 1. Daftar Menu Dapur Boncel

Daftar menu Dapur Boncel ini dapat dilihat menu lengkap dari makanan dan minuman. Buku menu ini kami desain dengan menggunakan aplikasi canva lalu diunduh dan di cetak pada kertas berukuran A5 dengan orientasi potret dan dilakukan laminating agar daftar menu tidak gampang rusak mengingat daftar menu akan ditempelkan di atas meja.



Gambar 2. Daftar Menu yang sudah ditempel

Dari gambar diatas dapat terlihat menu yang ditempel di meja memudahkan konsumen memilih menu yang ada. Tujuan daftar menu dibuat untuk setiap meja dan ditempel seperti ini adalah untuk memudahkan proses konsumen dalam melakukan pemesanan tanpa harus repot memanggil pemilik usaha terlebih dahulu dan konsumen juga langsung mengetahui harga dari tiap menu yang ada di Dapur Boncel. Lalu kami juga membuat nomor meja untuk memudahkan pemilik untuk menandai meja mana yang sudah memesan dan mengidentifikasi kejadian terlewat untuk membuat pesanan konsumen. Jadi ketika konsumen sudah melakukan pemesanan maka akan diberikan nomor meja tersebut.



Gambar 3. Desain Nomor Meja Dapur Boncel

Desain nomor meja diatas dapat dilihat bahwa nomor yang dibuat memang sederhana dan hanya untuk memudahkan untuk mendaftarkan konsumen yang memesan makanan atau minuman. Nomor meja ini nantinya akan dimasukkan ke dalam stand akrilik milik Dapur Boncel sebelumnya. Desain ini dicetak pada kertas art paper dan dilaminating agar terhindar dari kerusakan dicetak dengan ukuran 4,5 x 10,5 cm. Sebelumnya spanduk yang ada di Dapur Boncel berukuran kecil dan susah dilihat walaupun lokasinya berada di pinggir jalan, maka kami berinisiatif untuk membuatkan spanduk baru dengan ukuran yang lebih besar dan mencantumkan sosial media yang

dijalankan oleh Dapur Boncel sehingga ketika ingin melakukan pemesanan bisa menghubungi via pesan di Instagram atau melalui info kontak yang ada di profil Instagram.



Gambar 4. Desain Spanduk Dapur Boncel

Spanduk kami buat dengan berdiskusi dengan pemilik usaha tentang konsepnya seperti apa. Dan akhirnya ini adalah spanduk hasil akhir diskusi kami dengan pemilik dan kami segera melakukan pemesanan ke percetakan agar segera dilakukan pemasangan, spanduk kami cetak dengan ukuran 200 x 100 cm agar terlihat jelas ketika dipasang di warung Dapur Boncel.



Gambar 5. Spanduk Sebelum dan Sesudah milik Dapur Boncel

Berikut adalah spanduk yang sudah dibuatkan dan terpasang di warung Dapur Boncel dengan ukuran yang lebih besar akan membuka peluang adanya minat konsumen untuk datang. Inovasi berikutnya adalah membuatkan nota penjualan untuk digunakan saat ada pemesanan yang akan digunakan baik di

warung ataupun penjualan dengan pemesanan camilan dan sambal botol secara daring. Sebelumnya usaha ini sudah memiliki nota namun kurang informatif maka dibuatkan nota yang baru dan ketika konsumen puas dengan kualitas dan rasanya maka ketika akan melakukan pembelian ulang tinggal menghubungi informasi kontak yang ada di nota tersebut untuk kedepannya.

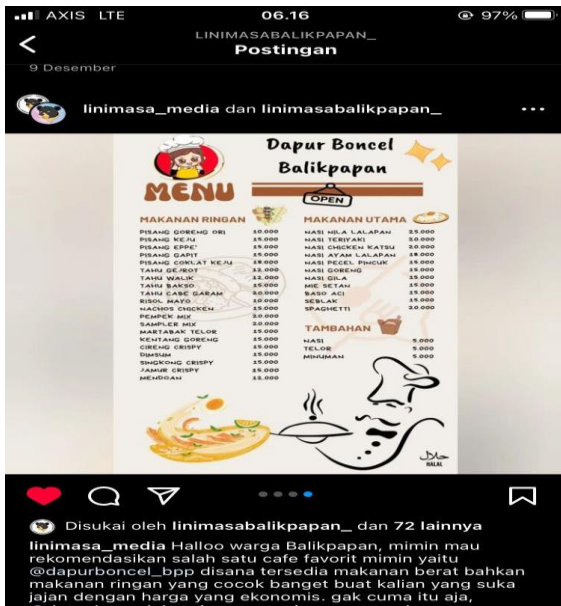
NO	PESANAN	JUMLAH	HARGA	TOTAL
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
TOTAL KESELURUHAN				

Contact Person
 ID : dapurboncel_bpp
 No. Telp/WA : 0855-9115-4642
 Della Asterina

Gambar 6. Desain Nota Penjualan Dapur Boncel

Nota didesain agar terlihat menarik dan informatif dan dipesan melalui aplikasi Shopee, untuk di awal kami melakukan pencetakan nota sebanyak 5 buku untuk persediaan Dapur Boncel. Untuk berikutnya pemilik usaha kami berikan filenya untuk diperbanyak jika dibutuhkan dan merekomendasikan tempat termurah untuk melakukan pencetakan.

Terakhir melakukan pemasaran digital pada Instagram. Dapur Boncel saat ini telah memiliki Instagram yang cukup aktif dalam memasarkan produk dan warung usahanya pada postingan ataupun cerita di Instagram secara berkala. Melalui Instagram pemilik juga melakukan membuka pesanan camilan ataupun sambal dan pengikut Instagram Dapur Boncel yang berminat bisa menghubunginya melalui pesan langsung di Instagram atau menghubungi nomor whatsapp yang tertera pada profil instagram. Hanya saja untuk pemasaran di instagram dengan bekerjasama dengan akun instagram yang terkenal di Balikpapan atau menggunakan fitur iklan berbayar, pemilik belum pernah mencoba karena kurangnya pemahaman cara menggunakan fitur tersebut.



Gambar 6. Posting Instagram

Jadi kami membantu dengan mengajarkan cara menggunakan iklan berbayar dan bagaimana mengoperasikannya. Selain itu kami juga membantu untuk menghubungi instagram milik linimasa Balikpapan untuk melakukan promosi berbayar di akun tersebut, jadi mekanismenya setelah melakukan pembayaran, linimasa akan mempublikasi pada halaman instagram miliknya untuk memasarkan produk yang ada di Dapur Boncel dan menyertakan informasi kontak ataupun Instagram milik Dapur Boncel selama beberapa waktu.

4. Kesimpulan

Pendampingan masyarakat di Kelurahan Sumber Rejo ini secara umum adalah pendampingan terealisasinya pembuatan desain ulang spanduk dan menu produk agar lebih menarik, memperjelas informasi yang ada informasi menu, kontak, sosial media, dan nama merek yang lebih jelas. Berikutnya adalah pembuatan akun sosial media *instagram* sebagai media pemasaran digital. Akun sosial media tersebut sekarang di kelola oleh ibunya sendiri. Ini juga dilanjutkan dengan membuat katalog produk di sosial media *instagram*. Kini terdapat katalog produk yang lebih menarik, rapi, dan informatif. Katalog produk tersebut diolah menjadi konten marketing di sosial media *instagram*. Pembuatan iklan produk dengan *instagram* ads. Pelaksana pengabdian masyarakat telah mendaftarkan konten pemasaran produk ke *instagram*

ads dengan durasi iklan selama tujuh hari dan target konsumen usia 21 tahun ke atas.

Kendala yang dihadapi yakni mengatur waktu pertemuan dan kesempatan untuk pendampingan disebabkan kesibukan pemilik usaha antara bekerja dan mengurus usaha, dan kami sedikit kesulitan untuk meminta data-data yang dibutuhkan seperti jadwal untuk bertemu, dokumentasi foto menu untuk diletakkan di buku menu, dan catatan pembelian bahan-bahan untuk usaha dan lainnya. Selain itu juga kesulitan untuk menemui pemilik umkm ini dikarenakan tidak memiliki karyawan sehingga semua dilakukan oleh pemilik beserta kerabatnya. Dan kebanyakan kami bertemu dengan pemilik hanya pada malam hari dan berlokasi Dapur Boncel disela-sela waktu luang ketika konsumen tidak terlalu banyak. Saran yang dari pengalaman pendampingan ini khususnya Dapur Boncel adalah pengetahuan dan terkait izin usaha P-IRT dan bagaimana cara mendaftarkan izin usaha tersebut, berikutnya standar halal Ippom mui serta pengetahuan terus menerus terkait pemasaran digital. Secara umum ada perubahan tampilan dari pendampingan ini namun untuk mengetahui apakah perubahan ini mendatangkan konsumen lebih banyak atau tidak kami tidak mengukurnya. Namun sesuai saran diatas maka kami pendampingan ini dapat berkelanjutan jika dirasakan Dapur Boncel masih membutuhkan, dengan adanya program kampus yang kami lakukan.

Acknowledgements

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam pemberdayaan perempuan ini seperti Lurah Kelurahan Sumber Rejo, Kepala bidang Pemberdayaan Masyarakat Sumber Rejo, Ketua PKK Kelurahan Sumber Rejo dan Ibu Della Asterina selaku UMKM pemilik usaha serta pihak-pihak yang lain secara langsung dan tidak langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Referensi

- Budiwitjaksono, Gideon Setyo, et al. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2, 615-624
- Mardatillah, Winda, Yuni Eka Sari, Yuni Muhyati, Zea Rahmalita, Zulfani Dwi. (2023) Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pengolahan Limbah Menjadi Karya Seni Bernilai Jual Tinggi. *SWAGATI*:

Journal of Community Service.,1, 2, 47-51.

- Mardatillah, Shofia Agustini, Ninda Diantika Ramadani, Sekar Aini, Syifa Damayanthi. (2023). Pemberdayaan perempuan melalui inovasi pemasaran digital umkm Guparove di Kelurahan Margo Mulyo Kecamatan Balikpapan Barat Kotamadya Balikpapan. Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat dalam *The 6th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*. Universitas Widyagama Malang.
- Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>