

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS POTENSI LOKAL DI DESA DULAMAYO KECAMATAN BONGOMEME (DESAIN BRAND, DESAIN KEMASAN, DAN DIGITAL MARKETING)

Nurwita Ismail¹, Abdul Mutalib H Oli'i¹, Aisyah Ridwan HT², Dhea Anggraini M³, Dita Asoga⁴,
Habib Isima⁵, Nur fazril Andreansyah¹, Nurulizzah Lensun², Novia Mangewa⁴

¹Fakultas Hukum Universitas Gorontalo

²Fakultas Ekonomi Universitas Gorontalo

³Fakultas Pertanian Universitas Gorontalo

⁴Fakultas Teknik Universitas Gorontalo

⁵Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Gorontalo

e-mail: Nhurwita.ismail@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan data pelaku UMKM yang didapatkan dari desa Dulamayo kecamatan Bongomeme kabupaten Gorontalo terdapat sekitar 90 orang pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Salah satu usaha yang menjadi program inti dari kegiatan Kuliah Kerja Pengabdian (KKP) ini yaitu usaha kue pia barokah. Setelah dilakukan survei terdapat beberapa masalah dan kurangnya pemberdayaan pada UMKM menyebabkan UMKM tersebut belum berkembang dengan baik. Dalam hal ini mahasiswa melaksanakan kegiatan dengan membuat desain brand, desain kemasan, dan digital marketing dengan tujuan untuk membantu menciptakan identitas untuk bisnis dan produk, agar produk tetap dalam kondisi yang baik dan juga membantu produk terlihat berbeda dari produk sejenis di pasaran sehingga memungkinkan konsumen dengan mudah mengidentifikasi produk kue pia barokah tersebut dan membedakannya dari produk_produk kue pia lainnya serta untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke situs web produk kue pia barokah tersebut. Metode pelaksanaan program kerja ini dilaksanakan dengan 6 tahapan yakni tahap observasi, tahap penetapan program kegiatan, tahap penetapan anggaran, tahap penetapan waktu pelaksanaan kegiatan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan yang terakhir yaitu tahap penyusunan laporan akhir kegiatan. Hasil pelaksanaan program kerja ini menunjukkan masyarakat dan pemerintah desa merespon baik dan bersedia untuk mendukung kegiatan yang telah dilakukan oleh Mahasiswa Kuliah Kerja Pengabdian (KKP).

Kata kunci : Pemberdayaan Masyarakat, Pengembangan, UMKM, Kue Pia

ABSTRACT

Based on data on MSME actors obtained from Dulamayo village, Bongomeme subdistrict, Gorontalo district, there are around 90 micro, small and medium business actors. One of the businesses that is the core program of this Service Work Lecture (KKP) activity is the pia barokah cake business. After the survey was carried out, there were several problems and the lack of empowerment in MSMEs caused these MSMEs to not develop well. In this case, students carry out activities by creating brand designs, packaging designs and digital marketing with the aim of helping create an identity for the business and product, so that the product remains in good condition and also helps the product look different from similar

products on the market so as to enable consumers to It is easy to identify the pia barokah cake product and differentiate it from other pia cake products and to increase the number of visitors to the pia barokah cake product website. The method for implementing this work program is carried out in 6 stages, namely the observation stage, the activity program determination stage, the budget determination stage, the activity implementation time determination stage, the activity implementation stage, stage and the last stage is the preparation of final activity reports. The results of the implementation of this work program show that the community and village government responded well and were willing to support the activities carried out by Community Service College (KKP) students.

Keywords : *Community Empowerment, Development, MSMEs, Pia Cake*

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Pengabdian (KKP) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Gorontalo pada tahun 2023 kali ini tidaklah mengalami modifikasi secara total melainkan memberi penguatan terhadap Tri Dharma Pengabdian, mengingat masalah sosial kemasyarakatan semakin kompleks dihadapi. Oleh karenanya posisi mahasiswa Universitas Gorontalo bukan berarti mengajar masyarakat tentang sesuatu yang terbaik untuk mereka, tetapi melakukan upaya membangun budaya partisipasi dalam kegiatan masyarakat, sebagai sebuah proses pengabdian yang dilakukan bersama-sama untuk mencari jalan terbaik dalam menyelesaikan persoalan yang mereka hadapi. Mahasiswa melakukan tugas pendampingan terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menghadapi problem sosial di tengah-tengah mereka.

Program pemberdayaan masyarakat ini merupakan proses bagi masyarakat untuk memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman sebagai bentuk peningkatan keterampilan dalam diri mereka, sehingga mereka dapat berperan aktif dalam proses pembangunan dan berdampak pada kehidupan bermasyarakat (Putri, Pramesti, and Suminar 2023). Salah satu tempat yang menjadi sasaran program ini yaitu di UMKM Kue Pia Barokah yang beralamat di Dusun Loyo, Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo. Berdasarkan hasil observasi terdapat beberapa masalah dan kurangnya pemberdayaan pada UMKM menyebabkan UMKM tersebut belum berkembang dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan pengemasan yang belum menggunakan label dan kemasan yang hanya menggunakan toples transparan sehingga kurang menarik dipasaran dan pemasaran produk yang belum menjangkau pasar secara luas atau bisa dikatakan hanya dipasarkan di masyarakat sekitar dan belum memiliki sertifikat halal produk.

Aspek hukum yang terkait dengan pemberdayaan potensi lokal dalam

pembuatan desain brand, desain kemasan dan digital marketing didasarkan pada KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), bahan hukum sekunder berupa kajian pustaka atau literatur yang berhubungan dengan penelitian, dan bahan hukum tersier berupa bahan hukum tersier berupa majalah, KBBI, kamus hukum, data-data dari internet, jurnal hukum, dan makalah terkait pembahasan (Ramli et al. 2020).

Menurut William J. Stanton dalam buku Sunyoto, kemasan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan merancang serta membuat wadah atau kemasan produk. Kemasan yang dapat menarik perhatian calon pembeli adalah kemasan yang baik. Membangun pasar serta dapat meningkatkan penjualan lebih baik bisa dilakukan dengan perancangan desain kemasan yang baik (Laduni, Rahaningsih, and Bahtiar 2023). Desain dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas luas dari inovasi desain dan teknologi yang digagaskan, dibuat, dipertukarkan (melalui transaksi jual beli) dan fungsional. Desain produk juga berhubungan dengan model yang beraneka ragam bentuk dan ukuran yang menarik (Susanto 2019).

Digital marketing merupakan pemanfaatan Internet sebagai suatu teknologi yang dapat menghubungkan komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan konsumen (Coviello, 2001). Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Pemasaran melalui digital marketing jangkauannya akan luas dan biaya akan lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan (Fadhilah, Azmi, and Pratiwi 2021).

2. MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, secara umum permasalahan yang dihadapi pelaku usaha kue pia barokah Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme adalah kemasan yang kurang menarik dan belum mempunyai label produk serta pemasarannya

belum menjangkau pasar secara luas.

3. METODE

Kuliah Kerja Pengabdian (KKP) ini dilaksanakan di Dusun Loyo Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo pada tanggal 26 Agustus 2023. Metode yang digunakan dalam program kerja ini yaitu tahap observasi, tahap penetapan program kegiatan, tahap penetapan anggaran, tahap penetapan waktu pelaksanaan kegiatan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap penyusunan laporan akhir kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Observasi

Tahap observasi adalah Proses awal menjalankan tugas untuk mengamati, mendokumentasikan, dan memahami situasi dilokasi tempat Kuliah Kerja Pengabdian (KKP) Pada tahap ini mahasiswa melakukan observasi ke tempat produksi kue pia barokah yang bertempat di Dusun Loyo Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo pada tanggal 3 Agustus 2023.

Dari hasil observasi tersebut mahasiswa mendapatkan permasalahan yang menyebabkan usaha kue pia barokah ini belum berkembang dengan baik. pemilik usaha Kue Pia Barokah adalah Bapak Jumadin Palapa, Usaha kue pia ini beralamat di Dusun Loyo, Desa Dulamayo, Kec. Bongomeme, Kab. Gorontalo. Usaha Kue Pia Barokah tersebut belum memiliki label dan dikemas didalam toples yang berisi sekitar 50 sampai 75 biji kue pia. Namun, kemasan pada kue pia tersebut masih kurang menarik dan kemasannya hanya menggunakan toples sehingga kue pia mudah pecah. Selain itu juga usaha kue pia barokah ini belum memiliki sertifikat halal produk yang membuat pemasaran kue pia barokah tersebut belum menjangkau pasar secara luas.



Gambar 1 : Observasi lokasi tempat produksi kue pia barokah

2. Tahap Penetapan Program Kegiatan

Tahap ini adalah untuk menentukan dan merancang program atau kegiatan yang akan dijalankan selama dilokasi KKP Desa Dulamayo Kec. Bongomeme. Berdasarkan hasil observasi yang mahasiswa lakukan, maka program yang akan dilaksanakan oleh mahasiswa untuk penyelesaian masalah tersebut yaitu dengan membuat desain kemasan pada tanggal 5-10 Agustus 2023 Dengan kemasan duplex dus uk 20x10x5 harga Rp. 13.000/dus yang bisa diisi sekitar 18 biji kue pia dan uk 25x5x5 harga Rp. 10.000/dus yang bisa diisi sekitar 10 biji kue pia. Mahasiswa juga membeli kemasan plastik uk 7x10 dengan harga 2.500 sebagai contoh kemasan didalam dus agar kue pia tidak gampang pecah.



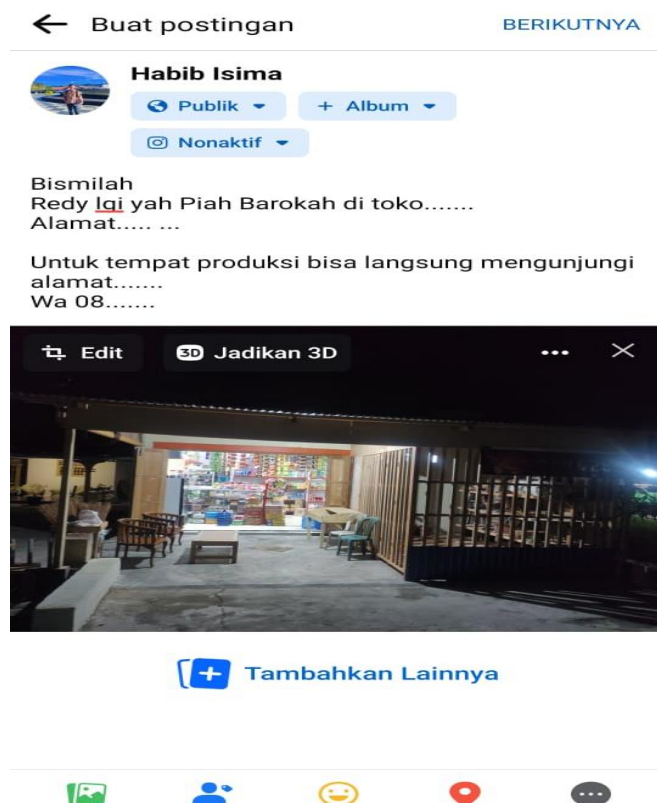
Gambar 2: Kemasan duplex dus uk 25x5x5 **Gambar 3:** Kemasan plastik uk 7x10
Kemasan duplex dus uk 20x10x5

Selain desain kemasan, mahasiswa juga membuat desain stiker pada tanggal 19-23 Agustus 2023 untuk ditempel pada kemasan kue pia tersebut. Sebelum dicetak mahasiswa memperlihatkan desain stiker dan kemasan tersebut kepada pelaku UMKM kue pia dan beliau sangat suka dengan desain tersebut. Dengan desain stiker bahan quantac gloss harga Rp. 18.500/lembar A3 sesuai ukuran.



Gambar 4: Stiker bahan quantac gloss

Mahasiswa juga membuat digital marketing pada tanggal 25 Agustus untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke situs web produk kue pia barokah tersebut. Dalam hal ini mahasiswa membuat akun sosial media yang berupa akun facebook dengan nama “Pia Barokah 99” dan mahasiswa juga menjelaskan bagaimana cara promosi yang baik dan benar agar dapat menarik perhatian para konsumen. Mahasiswa juga menyarankan pembuatan sertifikat halal untuk membuktikan bahwa produk kue pia barokah tersebut terjamin aman untuk dikonsumsi dan halal.



Gambar 4: Contoh digital marketing menggunakan media sosial



Gambar 5: Sertifikat halal

3. Tahap Penetapan Anggaran

Tahap ini adalah tahap untuk menentukan dan menghitung estimasi biaya yang dibutuhkan untuk melaksanakan program atau kegiatan KKP di Desa Dulamayo Kec. Bongomeme. Dimana sumber anggarannya diambil dari mahasiswa sebesar Rp. 300.000 dengan rincian anggaran sebagai berikut :

Tabel 1 Rincian Anggaran Pemberdayaan Potensi Lokal (Kue Pia)

No	Pengeluaran	Biaya	Jumlah Biaya Terealisasi
1	Stiker bahan quantac gloss	Rp. 18.500/Lembar	Rp. 155.500
2	Kemasan plastik uk 7x10	Rp. 2.500	
3	Kemasan duplex dus uk 20x10x5	Rp. 13.000/dus	
4	Kemasan duplex dus uk 25x5x5	Rp. 10.000/dus	

Keterangan :

- a. 3 lembar Stiker bahan quantac gloss = Rp. 55.500
- b. 2 bungkus Kemasan plastik 7x10 = Rp. 5.000
- c. 5 dus Kemasan duplex dus uk 20x10x5 = Rp. 65.000
- d. 3 dus Kemasan duplex dus uk 25x5x5 = Rp. 30.000

4. Tahap Penetapan Waktu Pelaksanaan

Setelah mahasiswa melakukan tahap observasi sampai dengan penetapan anggaran, selanjutnya pada tahap ini mahasiswa menetapkan jadwal yang jelas untuk menjalankan program-program atau kegiatan yang telah direncanakan. Dimana pelaksanaan program kerja ini dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 26 Agustus 2023 di Dusun Loyo Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo.

5. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan ini mahasiswa melakukan penyerahan desain brand dan desain kemasan kepada pelaku usaha kue pia barokah. Selain itu mahasiswa juga menyerahkan sertifikat halal produk yang sebelumnya sudah disarankan oleh mahasiswa untuk memudahkan pelaku usaha kue pia barokah tersebut dalam memperluas pemasaran produknya karena terjamin aman untuk dikonsumsi dan halal serta menjelaskan cara promosi produk menggunakan sosial media. dan mahasiswa juga menjelaskan bagaimana cara promosi yang baik dan benar agar dapat menarik perhatian para konsumen.



Gambar 6: Penyerahan stiker, kemasan, sertifikat halal produk pada pelaku UMKM kue pia barokah.

6. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini mahasiswa menyusun laporan akhir kegiatan yang bertujuan untuk menyajikan hasil, pengalaman, serta dampak yang telah diberikan kepada masyarakat dilokasi pelaksanaan Kuliah Kerja Pengabdian Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo. Dalam laporan akhir KKP, mahasiswa menggambarkan tujuan, metode pelaksanaan, hasil dan kesimpulan. Laporan akhir KKP juga mencakup rekomendasi atau saran untuk perbaikan atau pengembangan lebih lanjut di lokasi pengabdian tersebut.

5. SIMPULAN

Kuliah Kerja Pengabdian (KKP) kegiatan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Dalam kegiatan ini mahasiswa membuat desain brand, desain kemasan dan digital marketing. Pelaksanaan kegiatan ini mendapatkan dukungan dari pembimbing lapangan dan kepala desa serta aparat desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme sehingga pelaksanaan kegiatan ini bisa mencapai target 100%. Lokasi pelaksanaan kegiatan yaitu di Dusun Loyo Desa Dulamayo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 26 Agustus 2023.

Program yang direalisasikan ini yaitu untuk membantu menciptakan identitas bisnis dan produk dan membantu produk terlihat berbeda dari produk lain dan memperluas pemasaran produksi kue pia barokah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, Dian Azmi, and Tami Pratiwi. 2021. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha 'Kremes Ubi' Di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang)." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen XII* (1): 17–22.
- Laduni, Pasya, Nining Rahaningsih, and Agus Bahtiar. 2023. "Perancangan Desain Kemasan Ukm Cemilin Nih Di Cirebon." *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 7 (1): 189–96. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6255>.
- Putri, Diva Pramesti, and Tri Suminar. 2023. "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata 'Kampung Kokolaka' Kelurahan Jatirejo Kota Semarang." *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya* 3 (2): 1–11.
- Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M Ramli, Rika Ratna Permata, Ega Ramadayanti, and Rizki Fauzi. 2020. "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital Legal Aspects Of E-Commerce Platform Of Digital Transformation Era." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 24 (2): 119–36.
- Susanto, Aris. 2019. "Pengaruh Merek, Desain Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Persebaya Store Gresik." *Jurnal Riset Entrepreneurship* 2 (2): 62. <https://doi.org/10.30587/jre.v2i2.984>.
- Coviello, N. Milley, R. & Marcolin, B. (2001). Understanding it-enable interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 4, P. 18–33.