

PENINGKATAN INOVASI DAN PENJUALAN UMKM SADEL RASING (SUSU KEDELAI RASA GAK ASING) MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

Devina Fadiyah Winata¹, Dian Ramadan Nia², Roisyatul Hidayah³, Feby AyuSafitri⁴,Eva Ade Lina⁵, Rian Kusuma Putra⁶,Mochammad Samsul Hadi⁷,Iswandaru Agus Putra⁸, Wibowo Sylvia Dewi⁹, Bambang Panji Gunawan¹⁰

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo, Jl. Ngelom Megare No.30, Ngelom, Kec. Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, 61257, (031) 7885205

¹devinafadiyah05@gmail.com

²dianramadannia@gmail.com

³roisyatulhidayah07@gmail.com

⁴febyayusafitri1999@gmail.com

⁵adhelinaeva@gmail.com

⁶rianunyii033@gmail.com

⁷becungik5@gmail.com

⁸iswandaruaguspw87@gmail.com

⁹sylviadewi040@gmail.com

¹⁰bambang_panji@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

KKN-KWU Tematik merupakan kegiatan mahasiswa komunitas yang bertemakan kewirausahaan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan usahanya secara lebih modern, efektif dan inklusif, menambah pengetahuan mahasiswa dan mengintegrasikannya ke dalam lingkungan, secara langsung melayani masyarakat, mengidentifikasi dan mempelajari serta mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh Kelompok Mahasiswa 34 KKNT-KWU membantu mengembangkan produk kemasan botol dengan stiker yang menarik, menambahkan variasi rasa agar konsumen tidak bosan hanya dengan satu rasa, dan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Kualitas terjamin dan penjualan produk susu kedelai meningkat.

Kata Kunci: Susu kedelai, Pengabdianmasyarakat, Kewirausahaan

Abstract

Thematic KKN-KWU is a community student activity with the theme of entrepreneurship. The purpose of this activity is to provide opportunities for the community to develop their business in a more modern, effective and inclusive manner, increase student knowledge and integrate it into the environment, directly serve the community, identify and study and overcome various problems faced by the 34 KKNT-KWU Student Group to help develop bottle packaging products with attractive stickers, add a variety of flavors so that consumers do not get bored with just one taste, and using social media as a means of product marketing. Quality is guaranteed and sales of soy milk products are increasing.

Keywords: Soy milk, Community service, Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik Kewirausahaan (KKNT-KWU) merupakan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Ma'arif Hasyim Latif Sidoarjo (UMAHA). Berfokus pada topik kewirausahaan, inisiatif nirlaba ini nantinya akan mengikut sertakan dosen untuk memungkinkan menerapkan penelitiannya langsung ke masyarakat untuk mendapatkan manfaatnya dari pengetahuan di lapangan (Sarasi, 2021). Menurut situs UMAHA (2021), KKN Tematik Program Pengabdian Masyarakat Bertema Kewirausahaan ini direncanakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), sehingga kampus memberikan keleluasaan bagi mahasiswa untuk belajar.

KKNT-KWU pada dasarnya adalah kegiatan kemahasiswaan yang diselenggarakan untuk komunitas dengan tema kewirausahaan. Tujuannya agar masyarakat dapat mengembangkan usahanya secara lebih modern, efektif dan inklusif (Rofifah, 2020).

KKNT-KWU berkomitmen untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman lapangan sehingga mereka dapat menyatukan diri di lingkungan, melayani masyarakat secara langsung, dan belajar mengenali dan menyikapi berbagai persoalan yang muncul di masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas yang memiliki peran yang sama pentingnya dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Keberadaan usaha mikro memungkinkan masyarakat memanfaatkannya sebagai sumber pendapatan untuk memerangi kemiskinan dan pengangguran (Astuti, 2021).

Untuk kegiatan pengabdian masyarakat KKNT-KWU ini, tim memilih salah satu mitra SADER RASING (Sari Kedelai Rasa Gak Ali) yang bergerak di bidang industri rumahan. UMKM SADEL RASING (Sari Kedelai Rasa Gak asing) beralamat di Pasinan RT 10 RW 03 Desa Pasinan Lemah Putih Kecamatan Wringinanom Kab Gresik. Berdasarkan hasil observasi kepada mitra UMKM, didapatkan beberapa permasalahan pada aspek manajemen, pemasaran dan legalitas.

2. METODE PELAKSANAAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik Kewirausahaan (KKNT-KWU) akan dilaksanakan pada tanggal 8 September s.d 8 Oktober 2021 di Pasinan RT 10 RW 03 Desa Pasinan Lemah Putih Kecamatan Wringinanom Kab. Gresik

Metode Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan adalah pola/sistem tindakan yang dilakukan secara berurutan atau bertahap yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada UMKM.

Data dikumpulkan dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap mitra UMKM produk SADEL RASING yang mengalami beberapa permasalahan.

Setelah menemukan berbagai masalah, tim melakukan pelatihan dan pendampingan untuk mendukung akuntansi online dengan aplikasi buku kas, dan menghasilkan kemasan produk berupa botol plastik dan gelas plastik dengan label atau stiker bermerek. menarik. Pemasangan spanduk menarik di lokasi mitra.

Pembuatan akun media sosial instagram dan pembuatan akun market place di shopee dan tokopedia, agar meningkatkan jangkauan dalam aspek pemasaran.

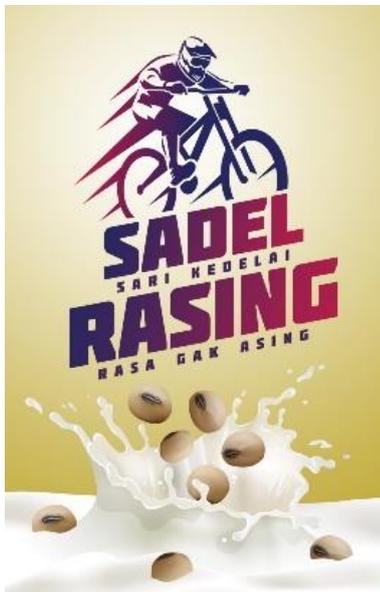
Tim kemudian memberikan kesempatan kepada para pelaku UMKM untuk bertanya jika ada yang masih belum dipahami dari akun media sosial mereka, dan terjadilah diskusi antara mitra UMKM dengan kelompok.

Kegiatan ini dilakukan selama 3 minggu minggu untuk mengevaluasi hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat.

3. PEMBAHASAN HASIL

Hasil kegiatan yang telah dilakukan antara lain :

1. Pembuatan logo produk
Sebelumnya mitra UMKM tidak memiliki brand produk, maka dari itu dibuatkan logo brand produk agar semakin menarik dan agar mudah untuk dikenal masyarakat.



Gambar 1.
Logo untuk produk SADEL
RASING

2. Membantu proses pembuatan sari kedelai mitra UMKM dalam pembuatan produk SADEL

RASING. Berikut adalah cara pembuatannya :

1 kg kacang kedelai dilakukan penggilingan agar halus.



Gambar 2.
Proses Penggilingan sari kedelai

Selanjutnya dilakukan perebusan dan pemerasan kacang kedelai agar mendapatkan sari kedelai



Gambar 3.
Proses Perebusan dan pemerasan sari kedelai

Hasil sari kedelai dari proses penggilingan, perebusan dan pemerasan.



Gambar 4. Hasil kacang kedelai yang sudah dilakukan penggilingan

Dilakukan perebusan kembali (perebusan ke 2) dengan penambahan gula, dan daun pandan, direbus hingga mendidih.



Gambar 5.
Hasil perebusan sari kedelai menjadi susu sari kedelai

Pembersihan botol agar steril, pertama di cuci dengan air biasa lalu di cuci dengan air hangat.



Gambar 6.
Hasil Pensterilan botol sebelum digunakan

Pengemasan Susu sari kedelai dengan botol



Gambar 7.
Proses Pengemasan susu sari kedelai

3. Pelabelan brand dan pengambilan foto produk SADEL RASING



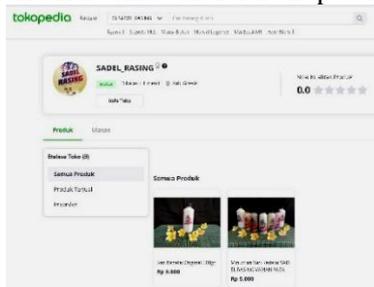
Gambar 8.
Hasil Foto produk

4. Pembuatan akun media sosial dan Akun Market Place
Sebelumnya mitra UMKM pada aspek pemasaran hanya secara langsung dan menggunakan *Whatsapp* karena masih belum maksimal sehingga kita menyarankan untuk memperluas penjualan menggunakan akun media sosial dan Market Place. Tim mendampingi mitra untuk membuat akun media sosial yaitu akun *Instagram* dengan nama @sadel_racing dan akun *market place* pada tokopedia dengan nama sadel_rasing, pada shopee dengan nama sadelrasing.
Pembuatan akun sosial media instagram Membuat akun Instagram untuk memperluas jaringan dan mempromosikan produk agar lebih dikenal masyarakat



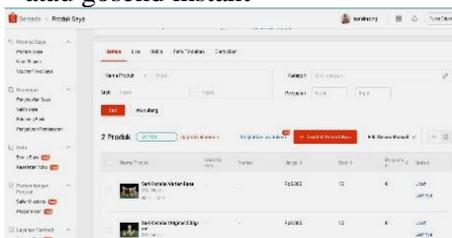
Gambar 7.
Akun media sosial instagram

Pembuatan akun tokopedia, untuk memperluas jaringan dan melayani transaksi online melalui shopee food.



Gambar 8.
Akun market place Tokopedia

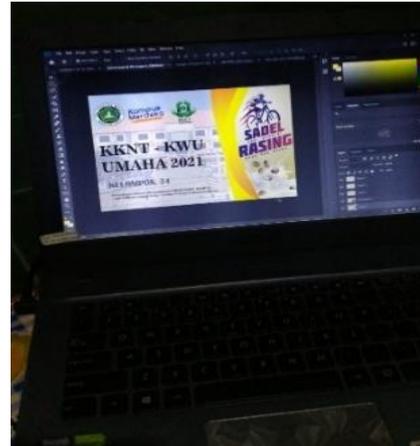
Membuat akun Marketplace Tokopedia untuk pemesanan dengan menggunakan metode grab same day atau gosend instant



Gambar 9.
Akun market place Shopee

5. Pembuatan logo dan Pemasangan Banner
Sebelumnya mitra UMKM tidak menggunakan Banner untuk memperkenalkan produk agar lebih dikenal masyarakat, maka dari itu

kelompok 34 membuat banner dan memasang banner untuk memperkenalkan produk UMKM tersebut agar mudah di kenal oleh masyarakat.



Gambar 10.
Pembuatan logo produk



Gambar 11.
Pemasangan banner produk

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan mahasiswa KKNT-KWU Kelompok 34 mendukung pengusaha susu kedelai dan mengembangkan usaha. KKNT-KWU Student Group 34 membantu mengembangkan produk kemasan dengan stiker yang menarik, menambah variasi rasa agar konsumen tidak bosan hanya dengan satu rasa, serta mempromosikan akun media sosial dan marketplace. dunia. Kualitas terjamin dan penjualan produk susu kedelai meningkat.

5. DAFTAR PUSTAKA

Astuti, E. P., Anggraini, N., Suraya, A., & Pamulang, U. (2021). Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah (UKM) DESA CICALENGKA KABUPATEN PAGEDANGAN. 2(3), 277-280.

Rofifah, D. (2020). Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang

dipimpin oleh mahasiswa untuk mengembangkan potensi sosial keagamaan dan sosial budaya masyarakat setempat. pengetahuan kertas. Menuju sejarah media dokumen, 12–26.

Sarasi, V., Hilmiana, H., & Revinzky, M. A. (2021). Meningkatkan ide kreatif dan inovatif dalam desain produk olahan di Desa Pamrihan, Cub. Sumedang. Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(3), 469.