

PENDAMPINGAN PEMBUATAN MATERI PROMOSI BAGI UMKM STREETFOOD BOOMBER SURAKARTA

Sri Yulianto Fajar Pradapa*¹, Widhian Hardiyanti², Mulyo Budi Setiyawan³,
Wahyu Mafatikhul Aulia⁴

^{1,2,3,4} Universitas Stikubank, Semarang Jawa Tengah

^{1,4}Program Studi Perhotelan, Program Studi Keuangan dan

Perbankan^{2,3}, Fakultas Vokasi, Universitas Stikubank, Semarang

*¹fajarpradapa@edu.unisbank.ac.id, ²widhian@edu.unisbank.ac.id,

³mulyobudisetiawan@edu.unisbank.ac.id, ⁴wahyumafatikhulaulia@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Problematika yang dihadapi oleh UMKM Streetfood pada proses usahanya, antara lain: masalah kewirausahaan, masalah manajemen terkait dengan pemasaran, produksi, organisasi dan SDM, keuangan, teknologi, risiko, skala usaha mikro dan kecil. Permasalahan yang mengandung risiko tinggi pada UMKM yang jenis produknya merupakan produk olahan jajanan kekinian yang dikenal dengan sebutan *streetfood* adalah risiko ketidakpastian lingkungan. Saat ini risiko ketidakpastian lingkungan tersebut telah terjadi yaitu Covid19 dan sudah mulai berangsur angsur pulih kepada kondisi baru yang disebut new normal. Kondisi ketidakpastian lingkungan ini sangat sulit untuk diantisipasi dan menyebabkan pengaruh terpuruknya berbagai sektor tidak terkecuali UMKM Jajanan kekinian. Dampak dari ketidakpastian yang akan menyebabkan UMKM harus melakukan rebranding produknya, dan gagasan terkait dengan pengembangan strategi, seperti: memangkas biaya produksi, alternatif jenis produk, pemanfaatan digital marketing, target pasar dan serta melakukan promosi ulang/rebranding kepada penyelenggara Food Festival. Masa pandemi Covid19 yang sudah menjadi new normal memberikan pelajaran tentang betapa pentingnya kesehatan, hal ini berdampak pada syarat untuk Food Festival di Kota Surakarta. Saat ini food festival mewajibkan calon tenant melakukan presentasi dan test food terlebih dahulu untuk dapat mengikuti event Food Festival di kota Surakarta. Untuk dapat mencapai syarat yang ditentukan oleh Food Festival, maka solusi yang dapat dilakukan oleh UMKM Jajanan Kekinian, yaitu mengembangkan pengetahuan mengenai pembuatan powerpoint untuk promosi yang menarik. Target luaran yang akan dicapai adalah dengan Pendampingan pembuatan materi promosi berupa power point text yang menarik untuk membantu UMKM melakukan seleksi pada Food Fest.

Kata kunci: Aplikasi Promosi, Rebranding, UMKM, Streetfood, Powerpoint

Abstract

The problems faced by Streetfood SMEs in their business processes include entrepreneurial issues, management issues related to marketing, production, organization and human resources, finance, technology, risk, and micro small business scale. The problem that carries a high risk for MSMEs whose types of products are processed snacks, known as street food, is the risk of environmental uncertainty. At present the risk of environmental uncertainty has occurred, namely Covid19 and has begun to gradually recover to a new condition called the new normal. This condition of environmental uncertainty is very difficult to anticipate and causes the impact of the decline in various sectors, including modern Snack SMEs. The impact of uncertainty that will cause MSMEs to rebrand their products, and ideas related to developing strategies, such as: cutting production costs, alternative product types, utilizing digital marketing, targeting markets, and re-promoting/rebranding to Food Festival organizers. The Covid19 pandemic, which has become a new normal, provides lessons about how important health is, and this has an impact on the requirements for the Food Festival in Surakarta City. Currently, the food festival requires prospective tenants to make presentations and test food beforehand to be able to take part in the Food Festival event in the city of Surakarta. To be able to achieve the requirements set by the Food Festival, the solution that can be carried out by UMKM Snacks is to develop knowledge about making PowerPoint for attractive promotions. The output target to be achieved is assistance in making promotional materials in the form of attractive PowerPoint text to help MSMEs make selections at the Food Fest.

Keywords: Promotion Application, Rebranding, UMKM, Streetfood, Powerpoint

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk dukungan pemerintah untuk meningkatkan operasional UMKM adalah melalui pemberian bantuan dana melalui Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah

(KUKM) [3]. Keterbatasan sumber daya manusia dalam melakukan rebranding UMKM ini juga akan berimbas pada ketidakmampuan pengelola dalam memasarkan kembali produknya dalam rangka perbaikan penjualan di era new normal. Pentingnya pemahaman untuk rebranding UMKM adalah untuk memberikan informasi mengenai keberadaan serta kualitas produknya. Rebranding yang dilakukan oleh UMKM juga akan membantu pengambilan keputusan ekonomi pelaku UMKM terkait serta menjadi sarana keterbukaan informasi bagi UMKM terutama UMKM yang mengikuti food festival di era new normal, dimana salah satu syarat bagi calon talent adalah mengadakan presentasi menggunakan powerpoint dan praktik pembuatan langsung mengenai keunggulan produknya. Adanya presentasi juga memantapkan UMKM dalam melakukan food panel dan menjadi tolak ukur penilaian bagi penyelenggara food festival. Pelatihan terkait pembuatan powerpoint untuk rebranding dapat dilakukan UMKM dengan memaksimalkan peran akademisi dari perguruan tinggi.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Boomer Streetfood, sebuah UMKM yang berlokasi di Kawasan Karangturi RT 002 RW 007, Kelurahan Pajang, Kecamatan Laweyan, Surakarta. Boomer Streetfood merupakan UMKM yang bergerak dalam sektor penjualan jajanan kekinian yang menjual secara *in store* dan pada acara tertentu dikota Surakarta. Tujuan awal pendirian Boomer Streetfood adalah sebagai wadah usaha bagi penggiat streetfood dikota Surakarta. Kondisi saat ini UMKM ini secara detail adalah belum memiliki media promosi dalam bentuk powerpoint text untuk rebranding. Oleh karenanya, perlu dilakukan pengabdian masyarakat di Boomer Streetfood, khususnya dalam hal pendampingan di dalam pembuatan materi promosi sederhana sederhana.

Tujuan dari pengabdian masyarakat di Boomer Streetfood ini adalah sebagai bentuk partisipasi aktif akademisi di tengah masyarakat untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Boomer Streetfood dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM, dalam hal ini Boomer Streetfood tentang pentingnya media promosi powerpoint text bagi suatu organisasi. Pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk membantu Boomer Streetfood menghasilkan media promosi dengan format template yang konsisten namun indah dipandang oleh mata. Manfaat dilakukannya pengabdian masyarakat disini adalah meningkatkan pemahaman tentang pentingnya media promosi power point text untuk presentasi pada saat food pannel serta membantu Boomer Streetfood dalam membuat media promosi menggunakan power point text sebagai media promosi dimasa mendatang.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat di Boomer Streetfood dilaksanakan dalam kurun waktu dua bulan sejak bulan Juli hingga Agustus 2022. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di Boomer Streetfood adalah offline dengan memperkenalkan aplikasi Microsoft powerpoint dan beragam *template* power point untuk dasar penjualan, kepada pengelola Boomer Streetfood. Kegiatan dilakukan dengan memberikan penjelasan kepada pengelola Boomer Streetfood tentang pentingnya pembuatan media promosi yang sifatnya *above the line*. Kemudian tim pengabdian membantu menginput data data promosi pada aplikasi Microsoft powerpoint, serta alur membuat powerpoint sederhana.

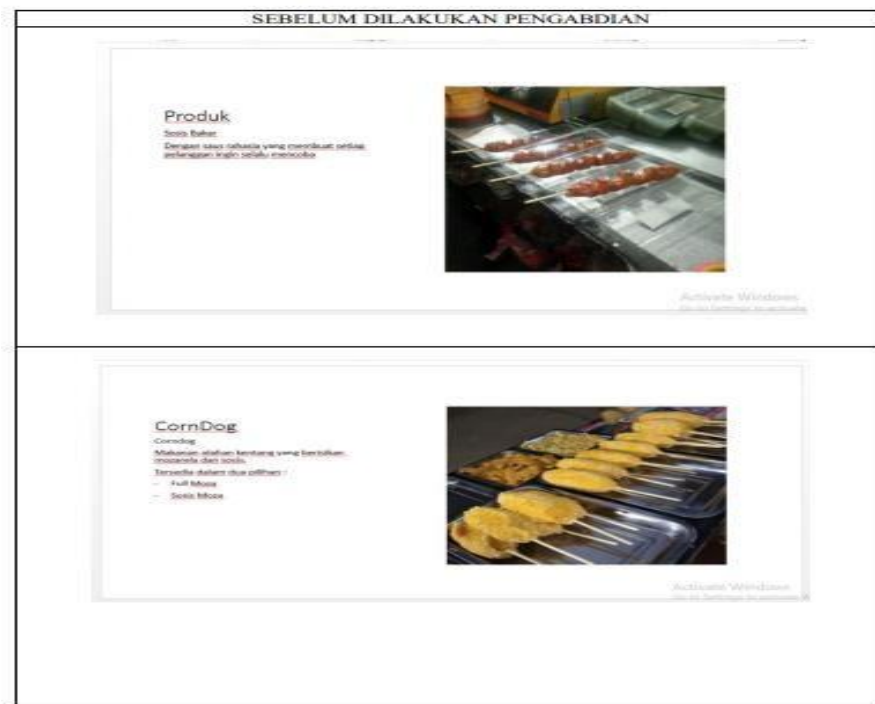
Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di Boomer Streetfood tertera pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Jadwal Pengabdian Masyarakat


Pelaksanaan	Aktivitas	Pelaksana
Juli 2022	Perkenalan dengan Pengelola Boomber Streetfood dan observasi pendahuluan	Tim Pengabdian
	Pengidentifikasi masalah terkait pembuatan media promosi Boomber Streetfood dan pengumpulan referensi	Tim Pengabdian
	Penjelasan mengenai kebutuhan promosi yang bersifat <i>above the line</i> , <i>input</i> ke aplikasi serta alur pembuatan materi promosi kepada pengelola Boomber Streetfood	Tim Pengabdian
	Penyusunan <i>template</i> powerpoint	Tim Pengabdian
Nov 2022	Penjelasan dan praktek <i>input</i> materi promosi ke dalam aplikasi Microsoft powerpoint kepada pengelola Boomber Streetfood	Tim Pengabdian
	Penjelasan bagaimana cara presentasi yang baik dan prakteknya kepada pengelola Boomber Streetfood	Tim Pengabdian
	Penyusunan laporan pengabdian masyarakat	Tim Pengabdian

Observasi pendahuluan dilakukan untuk melihat kondisi Boomber Streetfood serta mengidentifikasi permasalahan yang muncul terkait penyusunan laporan keuangan. Setelahnya, tim pengabdian mengumpulkan referensi terkait untuk membantu proses penyusunan materi promosi di Boomber Streetfood. Tim pengabdian juga membantupembuatan media promosi sederhana melalui aplikasi Microsoft power point, agar dapat dipraktikkan dalam pembuatan media promosi selanjutnya. Peserta pengabdian ini adalah pengelola dan penggiat Boomber Streetfood yang berjumlah 5 orang. Di tengah new normal dari pandemi Covid-19 yang terjadi, rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat di Boomber Streetfood ini dilaksanakan secara hybrid dimana sebagian kegiatan dilakukan secara daring, dan sebagian lainnya dilakukan dengan luring dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat.

2. 1.1 Gambar dan tabel



SETELAH DILAKUKAN PENGABDIAN



Sosis Jumbo

Sosis Jumbo

Sosis Beraroma yang dibakar dengan bumbu bumbu pilihan

Mendaki 7 puncak rawa yang terdapat di kawasan desa-desa kita yang indah Suku

Itu yang kita sukai, setelah dengan varian produk menta dan produk super

Itu yang kita sukai, setelah rawa original


Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

CORNDOG

terbuat dari sosis ditanak yang dilapisi lapisan tebal adonan crumb tepung jagung kasar dan dilapisi adonan

TERSEDIA DALAM 2 VARIAN :

- 1. FULL MOZARELLA
- 2. Sosis MOZARELLA



Corndog Mozarella

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

(1)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan berdasarkan jadwal pengabdian masyarakat yang telah disusun, yaitu setiap hari Senin dan Jumat selama dua bulan sejak Juli hingga Agustus 2022. Pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan observasi pendahuluan dan melihat kondisi Boomber Streetfood. Dari observasi ini, diketahui Boomber Streetfood merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang penjualan jajanan kekinian yang memulai aktivitas bisnisnya sejak Januari 2014. Pembangunan awal bisnis ini berawal dari ide pengelola untuk memperkenalkan jajanan sehat dan ramah di kantong namun memiliki standar pengolahan yang baik, seiring berjalannya waktu banyak penggiat streetfood lain yang ingin bergabung dibawah payung label Boomber Streetfood.

Untuk dapat melakukan rebranding Boomber Streetfood, diperlukan media promosi, yang sampai bulan Juni 2022 belum tersedia. Kendala yang dialami Boomber Streetfood berkenaan dengan penyediaan materi promosi adalah pengelola tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman dalam bidang marketing maupun desain. Hal ini kemudian menyebabkan pengelola kesulitan melakukan pembuatan materi promosi bahkan hingga melakukan presentasi bisnis.

Setelah proses observasi pendahuluan dan penilaian masalah ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilanjutkan dengan memilih aplikasi paling sederhana dan mudah digunakan oleh pengelola. Pemilihan aplikasi ini dikoordinasikan dengan pengelola Boomber Streetfood selaku penanggung jawab pembuatan laporan keuangan Boomber Streetfood. Aplikasi yang dipilih akan memproses inputan materi promosi dari pengelola hingga menjadi alat promosi baik *above the line* maupun *below the line*. Pengelola yang nantinya akan melakukan input materi promosi melalui aplikasi, kemudian kebutuhan akan alat promosi akan selalu diupdate oleh pengelola sesuai dengan kebutuhan penjualan pengelola. di hari berikutnya, template-template yang telah diproses oleh aplikasi ini diinformasikan kepada pengelola Boomber Streetfood diberikan penjelasan terkait materi promosi. Karena aplikasi yang digunakan termasuk aplikasi *compatible* yang bisa dikombinasikan dengan berbagai alat pembuat materi promosi lain dan diakses melalui laptop maupun tablet, diharapkan seluruh penggiat melakukan pengunduhan terlebih dahulu sebelum dilakukan penjelasan tatacara penginputan materi promosi keuangan Boomber Streetfood, selanjutnya pengelola diiberikan pendampingan untuk menyusun materi promosi sesuai dengan kebutuhan mulai bulan November 2022. Proses pendampingan ini dilakukan langsung bersama dengan tim pengabdian, sehingga apabila terjadi kesalahan atau pertanyaan dari pengelola, dapat langsung diselesaikan. Proses input materi ke aplikasi ini memerlukan waktu tidak lebih dari satu hari jika materi materi promosi sudah dipersiapkan terlebih dahulu.

Penjelasan diberikan kepada direktur dan karyawan pengelola terkait penggunaan materi promosi. Tim pengabdian memberikan penjelasan bahwa kemampuan seseorang dalam membawakan promosi merupakan kunci dari keberhasilan sebuah tender produk. Tim pengabdian juga memberikan penjelasan terkait keluwesan dan kemudahan cara berkomunikasi dalam berpresentasi, serta *food photoshoot* akan membuat menarik sebuah produk.

Dari pendampingan yang dilakukan ini terlihat bahwa pengelola masih cukup terampil dalam melakukan input materi promosi ke dalam aplikasi yang sudah tersedia karena pengelola memiliki pengalaman sebelumnya dibidang input data namun masih belum terbiasa melakukan pembuatan materi promosi.

KESIMPULAN

Terlaksananya pengabdian masyarakat di Boomber Streetfood selama kurang lebih empat bulan ini telah memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi pengelola Boomber Streetfood terkait pembuatan materi promosi Boomber Streetfood. Pengelola yang sebelumnya tidak memiliki latar belakang pendidikan maupun pengalaman di bidang desain promosi maupun marketing, kini mampu menyadari pentingnya pembuatan materi promosi melalui kegiatan pengabdian. Ketersediaan aplikasi android yang dengan mudah mampu memproses materi, gambar dan tulisan menjadi alat promosi bagi Boomber Streetfood dalam penerbitan laporan keuangan periode selanjutnya. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu meningkatkan kesadaran pengelola Boomber Streetfood akan pentingnya akan sebuah promosi yang sesuai dengan sasaran pasar.

SARAN

Diharapkan proses pembuatan alat promosi sederhana yang telah diberikan oleh tim pengabdian ini mampu diterapkan dengan baik dan berkelanjutan oleh Boomber Streetfood. Serta terjalin komunikasi dua arah antara mitra dan tim pengabdian sehingga terjalin hubungan kemitraan jangka panjang yang tentunya memberikan dampak lebih baik untuk UMKM Boomber Streetfood dimasa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Stikubank Semarang yang telah memberi dukungan **financial** terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. R. Nuari, "Pentingnya Usaha Kecil menengah (UKM) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," pp. 9–25, 2019.
- [2] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008," no. 1, 2008.
- [3] M. Arnani and N. R. Aida, "BLT UMKM Dilanjutkan Pada 2021, Simak Kota, Syarat dan Cara Daftarnya," *Kompas.com*, 2020.
- [4] L. N. Istanti, Y. Agustina, T. Wijijayanti, and B. A. Dharma, "Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan UMKM bagi Pengusaha Bakery, Cake, and Pastry di Kota Blitar," *J. Graha Pengabd.*, vol. 2, no. 1, pp. 47–55, 2020.
- [5] Y. R. Widjaja, C. M. Fajar, D. E. Y. Bernardin, D. Mulyanti, and S. Nurdin, "Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Industri Konveksi," *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, p. 15, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/3183>.
- [6] R. Damayanti and A. I. Rompis, "Penguatan Peran UMKM melalui Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan," *Magistrorum Sch. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 379–390, 2021, doi: 10.24246/jms.v1i32021p379-390.
- [7] & W. Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., "Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Penyusunan Laporan Keuangan," *J. Dedik. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 97–105, 2020.