



Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Bakoel Barokah Kelurahan Gunung Sari Ulu Balikpapan

Dian Saripujiana¹, Alenci Najla Razita Putri^{2*}, Dea Ananda S³, Michelle Longkutoy⁴

¹Universitas Balikpapan, Indonesia

^{2,3,4}STIE MADANI Balikpapan, Indonesia

*Korespondensi penulis: alenciinajarazitaputri14@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often experience difficulties in product marketing, difficulties in reaching customers and lack of innovation. To develop MSMEs, product innovation and awareness of modern social media technology are needed. Many MSME actors are still lagging behind in utilizing technology, which has an impact on limited marketing and business development. The author of this Community Service research focuses on MSME Bakoel Barokah in Guning Sari Ulu Village, Balikpapan. MSME Bakoel Barokah owned by Ibu Alam faces obstacles in product development and marketing, especially in label design, packaging, and utilization of social media. Their products are only produced based on consumer orders. The researcher found the potential for Bakoel Barokah to develop better with innovation in labels, packaging, and digital marketing strategies through Instagram and WhatsApp.*

Keywords: *Design, Label, Media, Social, MSME.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering mengalami kesulitan dalam pemasaran produk, kesulitan menjangkau pelanggan dan kurangnya inovasi. Untuk mengembangkan UMKM, diperlukan inovasi produk dan kesadaran akan teknologi modern bersosial media. Banyak pelaku UMKM masih tertinggal dalam memanfaatkan teknologi sehingga berdampak pada terbatasnya pemasaran dan pengembangan usaha. Penulis penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat ini berfokus pada UMKM Bakoel Barokah di Kelurahan Gunung Sari Ulu, Balikpapan. UMKM Bakoel Barokah milik Ibu Alam menghadapi kendala dalam pengembangan dan pemasaran produk, terutama pada desain label, kemasan, dan pemanfaatan media sosial. Produk mereka hanya diproduksi berdasarkan pesanan konsumen. Peneliti menemukan potensi Bakoel Barokah untuk berkembang lebih baik dengan inovasi dalam label, kemasan, dan strategi pemasaran digital melalui Instagram dan WhatsApp.

Kata Kunci: Desain, Label, Media, Sosial, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Pengembangan Sumber Daya Manusia di Kalimantan Timur masih merupakan tantangan bagi Pemerintah dan institusi pendidikan di Kaltim (Wijayani & Saripujiana, 2020). Oleh karena itu pihak institusi pendidikan bekerjasama dalam mengembangkan keahlian mahasiswa pada khususnya dengan mengasah keahlian di lapangan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan pelaku UMKM di masyarakat dengan meningkatkan pendapatan rumah tangga mereka.

Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu pilar pertumbuhan ekonomi adalah aktivitas usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa mengurangi angka

pengangguran, peningkatan pendapatan masyarakat, membangun komunikasi yang baik dengan orang lain, serta mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha.

Namun sejauh ini masalah pokok yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bagaimana dan dimana produk tersebut dipasarkan, karena konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk tersebut diterima pelanggan, akan tetapi lebih fokus pada apakah produk itu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang bertujuan tercapainya kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas produk yang mampu diproduksi oleh UMKM, serta kurangnya pengembangan inovasi yang diciptakan berupa produk yang dikeluarkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyebabkan kurangnya perluasan pemasaran.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) perlu adanya inovasi produk, dan diharapkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lebih kreativitas untuk menjalankan kegiatan usahanya. Namun masih banyak pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang kurang sadar akan perkembangan zaman dengan teknologi yang semakin canggih, yang menyebabkan kurangnya perluasan pemasaran. Mereka terlalu terlena sehingga berdampak pada ketertinggalan akan perubahan produk dan usaha yang masih perlu banyak dikembangkan.

UMKM Bakoel Barokah biasanya memproduksi berdasarkan pesanan konsumen. Jadi si pelaku usaha tidak memproduksi secara terus-menerus. Kendala yang dihadapi oleh Bakoel Barokah adalah pengembangan dan pemasaran produk, yaitu bagian label yang masih perlu di desain, cetak, dan di pajang, juga kemasan yang perlu diperbaiki, serta kurangnya memaksimalkan sosial media seperti pembaharuan foto katalog produk di Instagram dan Whasapp agar dapat meningkatkan daya bersaing dengan produk-produk usaha lainnya, baik di sekitaran darah Gunung Sari Ulu maupun di luar daerah Gunung Sari Ulu.

Melihat permasalahan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bakoel Barokah, kami melihat potensi usaha Bakoel Barokah yang dapat dikembangkan menjadi lebih baik. Oleh karena itu, kami bermaksud untuk mengadakan pendampingan Pengembangan Inovasi (PI) melalui pengembangan produk dari label dan kemasan, serta strategi pemasaran digital melalui sosial media Instagram dan Whasapp. Selain itu, kami juga akan melakukan seminar edukasi mengenai pentingnya strategi pemasaran produk untuk pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Gunung Sari Ulu Balikpapan.

2. METODE PENELITIAN

Sebelum memulai kegiatan diperlukannya rencana kegiatan maupun pembagian kerja selama kegiatan tersebut dilaksanakan. Langkah-langkah tersebut dilakukan agar mempermudah koordinasi dan memperlancar jalannya kegiatan yang dilaksanakan dalam tugas Pengabdian Kepada Masyarakat. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data, yaitu:

1) Menyusun Perencanaan

Langkah-langkah dalam Menyusun perencanaan adalah Menyusun tujuan kegiatan menentukan langkah kerja, dan menetapkan cara pengambilan data serta menganalisis data.

2) Pengumpulan Data

Kegiatan ini dilakukan secara sistematis dan terarah serta memiliki tujuan. Dalam proses pengumpulan data, yang diperlukan ialah jenis data dan cara memperoleh sumber data yang dibutuhkan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data, yaitu:

a. Pengamatan (Observasi)

Kegiatan ini diawali dengan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam pelaksanaan pengamatan, kami mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian ke dalam suatu skala bertingkat. Kami menanyakan perizinan melakukan kegiatan pengembangan inovasi UMKM Kelurahan Gunung Sari Ulu kepada Sekretaris Lurah Gunung Sari Ulu. Kemudian, kami ditunjukkan kepada Ketua RT. 40 Kelurahan Gunung Sari Ulu menanyakan terkait UMKM mana yang harus kami dampingi dan kembangkan, serta melakukan survey ke tempat UMKM yang sudah kami pilih untuk mengetahui kendala dan masalah apa yang dihadapi oleh salah satu UMKM di Kelurahan Gunung Sari Ulu tersebut.

b. Wawancara

Dengan wawancara, data yang kami peroleh akan lebih rinci dan mendalam, karena mampu menggali pemikiran atau pendapat secara detail. Hal ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab, baik dengan pihak Kelurahan Gunung Sari Ulu, Ketua RT.40 Gunung Sari Ulu, dan pelaku UMKM.

c. Melakukan Identifikasi

Hal ini bertujuan untuk memperoleh masalah yang akan dipecahkan dan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang

terjadi di Kelurahan Gunung Sari Ulu, baik dari segi pengembangan produk hingga pemasaran produk.

d. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait yang dapat mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut, maka kami melaksanakan pendampingan dan pengembangan usaha melalui desain label, kemasan, dan pemasaran melalui sosial media pada UMKM Bakoel Barokah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan UMKM yang semakin pesat saat ini, membuat para pelaku usaha ikut serta dalam memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Salah satu bisnis yang cukup kuat dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian di Indonesia, dikarenakan UMKM merupakan unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan industry berskala besar, serta memiliki peran untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Pada wilayah Kelurahan Gunung Sari Ulu memiliki suatu kegiatan dan tempat yang berbeda, yaitu kampung pustaka. Kampung Pustaka Kelurahan Gunung Sari Ulu bertujuan untuk peningkatan literasi masyarakat setempat, dimana kawasan tersebut awalnya terkesan negatif seperti, sering terdapat orang-orang yang nongkrong, minum-minum dan kegiatan negative lainnya yang meresahkan warga sekitar.

Potensi UMKM saat ini sangat besar dalam menyerap tenaga kerja, hingga perlu ditingkatkan dan dimaksimalkan, sehingga perlunya aturan yang tidak membebani pelaku usaha UMKM. Sementara itu, UMKM masih menanggung banyaknya pungutan, pengurusan perizinan yang lama, dan menghabiskan biaya yang cukup mahal. Peraturan dalam UMKM yang kurang mendukung menjadikan hal ini yang tidak kontraproduktif terhadap keberlangsungan UMKM.

Pengembangan UMKM berbasis daya saing, dan strategi yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu perusahaan. Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengna yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua usaha bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan.

Dalam pengembangan UMKM banyak tantangan yang dihadapi di dalamnya, untuk memperkuat hal itu perlu diadakan pembinaan yang lebih mengarahkan untuk kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi pengusaha kecil. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat, untuk mengupayakan terjadinya hal-hal permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

Dalam usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka dapat memimpin atau menjadi competitor. Dengan adanya inovasi dalam sebuah usaha maka peminat produk dapat semakin banyak, karena persaingan bisnis yang sangat ketat maka dibutuhkan inovasi produk untuk menunjang keberlangsungan usaha. Berbagai inovasi produk juga dilakukan agar para konsumen tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada. Inovasi produk yang akan dipasarkan harus dengan inovasi baru yang lebih berkualitas dan produk yang lagi trend saat ini, agar produk tersebut banyak peminatnya.

Dalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi agar dapat membedakan produk dengan para pesaingnya dan membuat produk jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Inovasi merupakan salah satu hal penting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Dengan adanya inovasi produk, dapat memberikan lebih banyak pilihan untuk para konsumen dan memberikan pilihan yang sesuai dengan selera mereka.

Salah satu peningkatan Indonesia dinilai unggul dalam indeks ini adalah upaya untuk memanfaatkan networking. Dalam kenyataannya di lapangan, produk hasil UMKM Indonesia masih menemui kesulitan dalam menembus pasar ekspor. Salah satu kendala yang dialami oleh para UMKM adalah mengenai pemasaran yang masih terbatas karena mengalami kendala dalam standar mutu. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam upaya peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini diperlukan oleh pelaku UMKM lokal untuk menghadapi persaingan usaha yang makin ketat. Sebab, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka bisa cepat maju dan siap secara global. Selain itu, diperlukan adanya upaya untuk melindungi dan mengenalkan produk UMKM di pasar mancanegara sehingga produk lokal Indonesia bisa menjaga eksistensinya. Internet menjadi salah satu hal penting dalam bisnis terutama dalam pemasaran atau marketing. Sosial media marketing sangat penting bagi perkembangan bisnis terlebih lagi di era digital sekarang ini, karena selain mudah digunakan, biaya yang dibutuhkan pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis melalui sosial media juga murah.

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Gunung Sari Ulu, Kecamatan Balikpapan Tengah kami menemukan salah satu UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. UMKM yang dimaksud bernama Bakoel Barokah yang mana pemilik UMKM ini seorang Ibu Rumah Tangga bernama Noor Alam. Kegiatan yang dilakukan selama pendampingan pada pelaku UMKM dengan melakukan pengembangan usaha seperti, inovasi label, kemasan, dan pemasaran, serta melakukan kegiatan seminar. Hasil kegiatan pelaksanaan pendampingan yang kami lakukan diuraikan dalam penjelasan berikut ini:

1) Pendampingan Inovasi pada Label dan Kemasan

Pada kegiatan ini kami menemukan bahwa produk UMKM Bakoel Barokah sudah memiliki label seperti label dan kemasan. Namun, label UMKM Bakoel Barokah tidak di cetak menjadi sticker, tidak ada kartu tanda terimakasih, dan kartu menu untuk dicantumkan setiap pembelian konsumen. Sehingga kami membantu, mengusulkan, mendesain, dan mencetak label-label tersebut. Adapun label sticker milik UMKM, namun tidak ada media sosialnya, sehingga kami mendesain ulang. Kemudian untuk kemasan UMKM Bakoel Barokah, kami mengubah pada kemasan paru, yang awalnya menggunakan sterofoam menjadi paper box disertakan kertas minyak. Tentu saja dengan inovasi label dan kemasan ini dapat membuat konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dijual oleh UMKM Bakoel Barokah, serta dapat menjadi inspirasi oleh pelaku UMKM.



Gambar 1 Logo Awal UMKM Bakoel Barokah



Gambar 2 Inovasi Kelompok Logo UMKM Bakoel Barokah



Gambar 3 Inovasi Kelompok Label *Thankyou Card*



Gambar 4 Inovasi Kelompok Label *Menu Card*



Gambar 5 Kemasan Awal Produk Paru UMKM Bakoel Barokah



**Gambar 6 Inovasi Kelompok Kemasan Produk Paru
UMKM Bakoel Barokah**

2) Pendampingan Pemasaran pada Produk

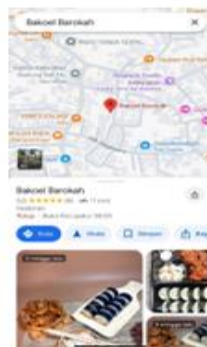
Pada kegiatan pemasaran produk, UMKM Bakoel Barokah hanya melakukan pemasaran melalui media sosialnya yaitu, status Whatsapp dan status Instagram. Namun dalam kegiatan pemasarannya, pemilik UMKM membuat kata-kata dan foto yang kurang menarik. Sehingga, kami melakukan pendampingan pemasaran kepada pemilik UMKM membuat foto produk dengan bantuan properti-properti foto yang mendukung untuk di posting dan dikirim melalui status media sosial, dan membuat foto katalog di media sosial dan Google Maps dengan keterangan yang menarik agar lebih menarik minat konsumen. Selain itu, adapun pemasaran yang dilakukan secara tidak langsung, yaitu membuat dan memberikan sticker, kartu tanda terimakasih, kartu menu, dan nota dengan stampel yang di berikan kepada konsumen setiap melakukan pembelian produk UMKM Bakoel Barokah.



Gambar 7 Inovasi Kelompok Katalog Whatsapp Bakoel Barokah



Gambar 8 Inovasi Kelompok Katalog Instagram Bakoel Barokah



Gambar 9 Inovasi Kelompok Katalog Google Maps Bakoel Barokah

Adapun yang menjadi faktor pendukung dalam kegiatan pengembangan inovasi UMKM Bakoel Barokah di Kelurahan Gunung Sari Ulu adalah sebagai berikut:

- 1) Mendapatkan perizinan dan disambut dengan baik

- 2) Mendapatkan data-data UMKM untuk melakukan kegiatan pendampingan
- 3) Ketersediannya pelaku usaha untuk dilakukannya kegiatan pendampingan pengembangan UMKM.

Keramahan dan kerjasaman staf Kelurahan dan Ketua RT.40 Gunung Sari Ulu selama kegiatan pengembangan inovasi berlangsung 3 bulan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Bakoel Barokah di Kelurahan Gunung Sari Ulu, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam aspek label, kemasan, dan strategi pemasaran memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan usaha. Kendala utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, desain label dan kemasan yang tidak menarik, serta kurangnya inovasi dalam penyajian produk. Melalui kegiatan pendampingan, label dan kemasan produk diubah menjadi lebih menarik, ditambahkan elemen seperti media sosial pada label, dan strategi pemasaran digital melalui WhatsApp serta Instagram diperbarui. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal dan memperluas jangkauan konsumennya.

Saran yang dapat kami sampaikan dari kegiatan Pengembangan Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Gunung Sari Ulu untuk pelaku UMKM yaitu hendaknya pelaku usaha sadar akan teknologi baik dari segi inovasi maupun pemasaran yang kian berkembang, sehingga para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya bahkan dapat menghadapi persaingan. Selanjutnya bagi mahasiswa/i yang nantinya akan melaksanakan pengembangan inovasi di Kelurahan Gunung Sari Ulu diharapkan dapat menemukan ide-ide menarik agar dapat mengembangkan inovasi bagi kemajuan usaha dari UMKM yang ada.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengembangan Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ketua STIE MADANI Balikpapan, Bapak Rektor Universitas Balikpapan, Bapak Lurah beserta jajaran staff Kelurahan Gunung Sari Ulu Balikpapan, Pihak UMKM Bakoel Barokah dan semua pihak yang mendukung semua kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, S. (2023). Pengembangan inovasi UMKM Goparove melalui pemasaran digital di Kelurahan Margo Mulyo Kota Balikpapan. *Balikpapan: STIE Madani*.
- Ananda, R. (2023). Digitalisasi dalam pemasaran UMKM: Studi kasus pada UMKM sektor makanan di Kota Balikpapan. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 10(1), 45–55.
- Anggraini, C. D. (2017). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui inovasi produk. *Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, 85–91.
- Badri, E., & Elhando, C. P. (2022). Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM wedang jahe di Desa Sidodadi Asri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 347–353.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17–32.
- Hadi, F. K. A. (2019). Dimensi kreativitas dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *HUMMANSI*, 25–36.
- Kampung Pustaka Kelurahan Gunung Sari Ulu. (2024, Mei 15). Retrieved from Kampung Pustaka: <https://kampungpustaka123.blogspot.com>
- Kurniawan, A. (2020). Transformasi digital UMKM untuk keberlanjutan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Digital*, 3(2), 78–86.
- Kusuma, R. A., & Fitri, A. (2022). Inovasi produk berbasis lokal sebagai upaya pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(3), 89–102.
- Meri, N. A., & Yosef, E. (2017). E-UMKM: Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis Android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *UMK*, 11–16.
- Pemerintah Kota Balikpapan. (2005). Peraturan daerah Kota Balikpapan. Retrieved from BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id>
- Ryzkika, N., & Salsabila, S. (2020). Strategi pemasaran dan pengembangan UMKM budidaya terong dan tomat melalui pengolahan produk, kemasan, dan pencatatan keuangan pada UMKM GWM RT. 32 Kelurahan Sumber Rejo. *STIE Madani*, 1–104.
- Sari, P. D., & Wijaya, N. H. (2021). Implementasi media sosial dalam pengembangan UMKM berbasis komunitas di wilayah perkotaan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 110–122.
- Sutrisno, T. (2022). Pengaruh dukungan pemerintah daerah terhadap keberlanjutan UMKM di Kalimantan Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 21–30.
- Wijayani, D. I., & Saripujana, D. (2020). Survei minat studi jurusan akuntansi dan kebutuhan tenaga akuntan di Kalimantan Timur. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.