



Pendampingan Dan Penyuluhan Mengenai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Kuah Sate Buk Ijah

Fenisi Resty¹, Kelik Purwanto², Ainul Badri³, Mayroza Wiska²

¹²³⁴Manajemen, Hukum dan Ekonomi Bisnis, Undhari

¹restydeffi19@gmail.com, ²klppurwanto@gmail.com*

Abstract

This service is carried out for partners. The aim of this service is to provide assistance to partners in developing the Buk Ijah satay gravy cracker business, provide assistance to partners regarding promotions, provide counseling to partners on strategies to promote the business, provide counseling to partners on ethical behavior regarding promotions. Buk Ijah has been in the business of making crackers for more than 15 years, the sales of Buknijah crackers are only around the Koto Tangah Padang sub-district, the lack of promotion carried out by Buk Ijah is due to partners' lack of knowledge regarding promotions. After this service, partners have knowledge about promotions and can carry out promotions wider so that it has more market share than before.

Keywords: mentoring, counseling, promotion, increasing and sales

Abstrak

Pengabdian ini dilakukan terhadap mitra tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pendampingan kepada mitra dalam pengembangan usaha kerupuk kuah sate buk Ijah, Memberikan pendampingan kepada mitra tentang promosi, memberikan penyuluhan kepada mitra bagaimana strategi mempromosikan usaha, memberikan penyuluhan kepada mitra bagaimana perilaku etis terhadap promosi. Buk ijah telah mengeluti usaha pembuatan krupuk ini sudah lebih dari 15 tahun, penjualan kerupuk bukijnjah hanya sekitaran kecamatan Koto Tangah Padang, kurang nya promosi yang dilakukan buk ijah karna kurang pengetahuan mitra terhadap promosi. setelah dilakukan pengabdian ini mitra memiliki pengetahuan mengenai promosi dan bisa melakukan promosi lebih luas sehingga memiliki pangsa pasar yang lebih banyak dari sebelumnya.

Kata kunci: Pendampingan, penyuluhan, promosi, meningkatkan dan penjualan

© 20xx JLARI

1. Pendahuluan

Kemiskinan dan pengangguran merupakan permasalahan yang sering ditemui di negara-negara berkembang, salah satunya Indonesia. Setiap masa pergantian pemerintahan Indonesia menghadapi permasalahan tersebut, sehingga pemerintahan negara ini menghadapi permasalahan yang cukup

banyak. Jumlah penduduk Indonesia yang besar saat ini diperkirakan akan terus bertambah sesuai proyeksi pertumbuhan. Jumlah penduduk Indonesia tahun 2010 hingga 2035 diperoleh dari "Badan Pusat Statistik Finlandia (BPS) Wibowo dan Komang, (2016) dalam [1]".

Jumlah penduduk yang besar ini

dapat memperburuk situasi perekonomian negara dan mengakibatkan banyak pencari kerja mendapatkan pekerjaan yang tidak sesuai dengan pelatihannya, mendapatkan pekerjaan yang tidak sesuai dan bahkan menjadi pengangguran. Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan semakin banyaknya pencari kerja, diharapkan lulusan perguruan tinggi di seluruh Indonesia dapat menggali keterampilannya untuk menjadi wirausaha yang dapat membuka lapangan kerja baru dan membantu pemerintah untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan semakin pentingnya kewirausahaan dalam perekonomian negara. Keberhasilan perekonomian nasional apabila didukung oleh wirausahawan yang mampu menciptakan lapangan kerja, karena kemampuan negara sangat terbatas. Pemerintah juga tidak bisa memberikan banyak lapangan pekerjaan kepada seluruh masyarakat Indonesia karena membutuhkan waktu yang sangat lama bahkan sulit untuk mengisi seluruh masyarakat Indonesia Wibowo dan Komang, (2016) dalam [1].

Pengusaha adalah orang yang mengelola suatu perusahaan atau yang mendirikan dan mengelola suatu perusahaan. [2] Peran wirausaha tidak hanya terbatas pada dunia usaha saja, wirausaha merupakan salah satu penopang perekonomian negara, wirausaha mampu menjadikan negara maju dan berkembang. Pengusaha adalah orang yang mengambil risiko dan ketidakpastian ketika menghadapi bisnis baru dengan tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan. Pengusaha sukses memiliki 10 ciri. Yang pertama adalah dedikasi dan

tekad yang tak terbatas. Kedua, motivasi atau rangsangan yang kuat untuk berprestasi. Ketiga, orientasi terhadap peluang dan tujuan. Keempat, locus of control internal. [3] Kelima, toleransi terhadap ambiguitas. Kemudian. Keenam adalah kemampuan menerima risiko yang telah diperhitungkan. Ketujuh, kebutuhan akan status dan kekuasaan dirasakan semakin berkurang. Kedelapan, kemampuan memecahkan masalah. Kesembilan, kemampuan menerima “umpan balik” yang tinggi dan terakhir kesepuluh adalah kemampuan menghadapi kegagalan secara efektif Wibowo dan Komang, (2016) dalam [1].

Kewirausahaan dipandang sebagai kekuatan utama dalam pertumbuhan ekonomi global, menciptakan bisnis baru dan pertumbuhan ekonomi. Saat Indonesia dilanda krisis, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), kewirausahaan merupakan industri yang bertahan dari krisis ekonomi global pada tahun 1998. Peran UKM pada tahun 2007 sebesar 49,84 juta unit usaha dan 99,99% dalam bisnis nasional, dalam sistem perekonomian negara, tidak ada keraguan.[4]

Usaha di Indonesia cukup besar dan berpotensi untuk terus berlanjut. Hal ini disebabkan semakin populernya kuliner tradisional dan minat masyarakat terhadap jajanan asin.[5] Namun persaingan di pasar kerupuk juga cukup ketat, karena Buk Ijah merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual kerupuk. Perusahaan ini dirintis oleh Buk Ijah yang memiliki passion dalam memperkenalkan kerupuk kuah sate yang lezat. Kerupuk Buk Ijah dibuat dari bahan-bahan berkualitas dan diolah dengan cara tradisional sehingga menghasilkan cita rasa unik yang disukai banyak orang. Meski produknya berkualitas dan enak, Buk Ijah masih

menghadapi beberapa kendala dalam meningkatkan penjualan kerupuk. Salah satu kendala terbesarnya adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap produk Buk Ijah.[5] Selain itu, strategi periklanan yang diterapkan Buk Ijah masih tergolong sederhana dan belum maksimal untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Melihat berbagai permasalahan, Buk Ijah membutuhkan bantuan dan saran mengenai strategi periklanan yang efektif untuk meningkatkan penjualan kerupuknya. Bantuan dan nasehat ini diharapkan dapat membantu Buk Ijah memahami teknik dan strategi periklanan yang tepat serta menyusun strategi periklanan yang sesuai dengan target pasarnya..[6]

Mengingat pendampingan usaha pada dasarnya diselenggarakan untuk menghilangkan atau setidaknya mengurangi kesenjangan antara kondisi saat ini dengan kondisi standar atau yang diharapkan, maka dalam hal ini analisis kebutuhan pendampingan merupakan alat untuk menganalisis kesenjangan yang ada dan menganalisis kesenjangan tersebut. atau dihilangkan dengan pelatihan.[7] Selain itu, dengan menganalisis kebutuhan pendampingan, penyelenggara pendampingan dapat menilai manfaat apa yang dapat diperoleh dari pendampingan tersebut bagi peserta sebagai individu, lembaga, dan penyelenggara pendampingan itu sendiri. [8] Kewirausahaan sangat dibutuhkan untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, memang perlu adanya fokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjadi penggerak perekonomian. [9]

Mengingat UKM banyak berperan dalam meningkatkan perekonomian negara, maka tentu saja pemerintah berupaya memberikan dukungan, insentif

dan insentif bagi kemajuan dan pengembangan UKM tersebut. [10] Kegiatan pendampingan usaha ini dilakukan dengan mengunjungi tempat usaha kerupuk kuah sate buk Ijah. Menurut buk Ijah usaha ini dimulai dari awal dengan tekad dan semangat yang besar, usaha ini berjalan lancar hingga saat ini. [11] Oleh karena itu, diperlukan bantuan untuk meningkatkan promosi produk dalam meningkatkan sumber daya manusia agar usaha buk Ijah tetap berkelanjutan.[12] Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi perhatian, salah satunya seperti sulitnya mempromosikan produk yang dibuat. [3], [13] TIM Pendampingan yang berkualitas harus membantu Buk Ijah untuk menyelesaikan permasalahan dalam mempromosikan usahanya. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha dalam berkontribusi dalam pengembangan sumber daya manusia agar usaha kerupuk kuah sate buk Ijah tetap berkelanjutan.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pendampingan kepada mitra dalam pengembangan usaha kerupuk kuah sate buk Ijah
2. Memberikan pendampingan kepada mitra tentang promosi
3. Memberikan penyuluhan kepada mitra bagaimana strategi mempromosikan usaha
4. Memberikan penyuluhan kepada mitra bagaimana perilaku etis terhadap promosi[3]

1.3 Manfaat

Adapun manfaat dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Mitra mengerti pentingnya pengembangan usaha kerupuk kuah sate buk Ijah
2. Mitra mengerti bagaimana mempromosikan usaha
3. Mitra mengerti bagaimana menerapkan perilaku etis terhadap promosi
4. Mitra mengerti bagaimana menerapkan perilaku etis terhadap pelanggan [14]

1.4 Target

Adapun target luaran diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Mitra menjalankan usaha dengan memiliki kualitas promosi
2. Mitra memahami strategi promosi
3. Mitra berperilaku etis terhadap promosi
4. Mitra berperilaku etis terhadap pelanggan. [15]

2.1 Lokasi

Tempat kegiatan PKM berada di Sitiung 1 Blok C, Jorong Muyo Luhur, kabupaten dharmasraya. Adapun yang mengikuti kegiatan ini adalah pelaku usaha beserta karyawannya yang berjumlah 5 orang semuanya. [16]

2.2 Sasaran

Adapun sasaran yang ingin dicapai dengan kegiatan PKM ini adalah Timbulnya kesadaran pemilik usaha untuk meningkatkan promosi usaha dalam skala yang lebih luas sehingga usaha buk Ijah bisa berkelanjutan dan berkembang.

3.1 Ruang Lingkup dan Rencana Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat “**Pendampingan dan Penyuluhan Mengenai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Kuah Sate Buk Ijah**” dimaksud guna untuk meningkatkan kesadaran dan pentingnya peningkatan Kualitas promosi dalam menjalankan usaha serta keberlanjutan pertumbuhan UMKM ini.

3.2 Teknis Pelaksanaan

Adapun langkah-langkah strategi yang akan dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Menyamakan persepsi antar tim penyusun program melalui kegiatan diskusi-diskusi.
2. Melakukan koordinasi aktif dengan mitra, yaitu pemilik Usaha kerupuk kuah sate
3. Menyusun beberapa agenda kegiatan yang dapat mengoptimalkan ketercapaian tujuan program. [17]

3.3 Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan pada Pengabdian Masyarakat ini, yaitu :

1. Penyampaian materi hal-hal yang akan berkaitan dengan topic “**Pendampingan dan Penyuluhan Mengenai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Kuah Sate Buk Ijah**”
2. Mengadakan sesi tanya jawab atau diskusi dengan pelaku usaha beserta karyawannya

3.4 Tahapan Pelaksanaan

Berikut bagan dari tahapan pelaksanaan kegiatan PKM

Berikut diuraikan tahapan pelaksanaan program:

1. Observasi dilakukan pada tanggal 10 Juli 2024 dengan melakukan wawancara atau diskusi kepada pemilik Usaha UMKM
2. Penyusunan proposal dilakukan setelah melaksanakan kegiatan observasi dengan menggunakan data yang telah didapat dari observasi yang sudah dilaksanakan.
3. Koordinasi dengan Pemilik UMKM, 12 Juli 2024 tentang perizinan melakukan kegiatan pengabdian.
4. Menyiapkan media atau bahan materi yang akan diberikan ke peserta. [18]

5.1 Kesimpulan

1. Tumbuhnya pemahaman pentingnya menerapkan etika bisnis dalam menjalankan serta mempromosikan usaha demi keberlangsungan dan berkembangnya usaha bagi pelaku usaha UMKM yang ada yaitu UMKM kerupuk kuah sate buk Ijah.
2. Dengan adanya penyuluhan ini meningkatkan pemahaman dan kesadaran pemilik usaha UMKM kerupuk kuah sate menerapkan etika

bisnis dalam menjalankan serta mempromosikan usahanya.

5.2 Saran

Diharapkan agar kegiatan pengabdian ini dapat dilakukan secara berkelanjutan dan perlu diadakan lagi dengan melibatkan pelaku usaha yang lebih banyak dengan pemilihan waktu yang lebih matang dengan mempertimbangkan kesesuaian kegiatan bidang usaha.

Daftar Rujukan

- [1] A. M. Arum, "KERUPUK SATE," 14 januari. [Online]. Available: <https://id.scribd.com/dokument/442907351/krupuk-sate>
- [2] D. E. Putri, K. Purwanto, F. Resty, M. Wiska, E. Ermawati, and A. Defitri, "The Influence of Shopee Paylater and Harbolnas Ads on Online Customer's Impulse Buying in Dharmasraya," *Greenation International Journal of Economics and Accounting (GIJEA)*, vol. 1, no. 3, pp. 386–393, 2023.
- [3] M. Lestari, K. Purwanto, D. E. Putri, and A. Ferdinal, "The Effect of Advertising Disclosure Language and Celebrity Endorsement on Tiktok on Purchasing Decisions for Fashion Outfit Products," *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, vol. 2, no. 2, pp. 627–636, 2023.
- [4] M. Dewi, Y. R. Sari, S. Amna, and R. Susanti, "The understanding of lecturers about the new literacy in industrial revolution era 4.0: a study case of university of putra indonesia yptk padang," in *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing, 2019, p. 012105.
- [5] M. Wiska and F. Resty, "Impact of Inflation, Interest Rates and Return Exchange Rates on Pharmaceutical Companies on the IDX," *International Journal of Management and Business (IJMB)*, vol. 1, no. 2, pp. 111–117, 2020.
- [6] A. Saputra, K. Purwanto, and M. Wiska, "Pengaruh Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Besar Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2019-2021," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 5, pp. 1486–1498, 2023.
- [7] D. E. Putri and E. Ermawati, "Analisis Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cash On Delivery Aplikasi Shopee (Studi Konsumen Mahasiswa Undhari)," *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, vol. 1, no. 03, pp. 252–262, 2022.
- [8] M. Wiska, "Menakar struktur kepemilikan saham dan kinerja perusahaan," *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 457–469, 2020.
- [9] M. Wiska, K. Purwanto, and N. Vitaloka, "PENGARUH SMS BANKING, MOBILE BANKING, FASILITAS AUTOMATED TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK BRI UNIT RIMBO ILIR," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 579–587, 2023.
- [10] N. R. Wulandari, E. Ermawati, and F. Resty, "Pengaruh Nilai Pengalaman Dan Diskon Terhadap Minat Pembelian Voucher Game Online (Studi Kasus Mahasiswa Asrama Undhari),"

- Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 5, pp. 9015–9023, 2023.
- [11] F. Resty and M. Wiska, “Pengaruh kepercayaan dalam mediasi perceived of risk terhadap niat berbelanja online di media sosial instagram (studi pada wanita di kota Padang),” *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, vol. 16, no. 1, pp. 31–40, 2021.
- [12] M. Wiska, F. Resty, and H. F. H. Fitriani, “Analisis Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya),” *Manajemen Dewantara*, vol. 6, no. 2, pp. 153–162, 2022.
- [13] E. L. Sinuraya, V. R. Zainal, and L. C. Nawangsari, “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai,” *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 6, pp. 529–537, 2022.
- [14] V. Maiyandra and E. Elida, “Implementation Of Educational Field Experience Program Activities In Schools With Motivation To Become Teacher In Pkk Program Students,” *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, vol. 4, no. 1, pp. 142–146, 2023.
- [15] E. Marlina, Y. Gusteti, and D. E. Putri, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia),” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, vol. 4, no. 3, pp. 296–309, 2023.
- [16] H. Yuliana, “Uji Daya Hambat Perasan Jahe Merah (Zingiber Officinale Var Rubrum) Terhadap Pertumbuhan Bakteri Staphylococcus Piogenik Di Laboratorium Terpadu Universitas Islam Al-Azhar Mataram 2019,” *Nusantara Hasana Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 7–12, 2022.
- [17] K. Hudzafidah, A. I. Rahmansyah, U. R. Dhany, and J. Suharsono, “Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Dengan IPO Sebagai Variabel Moderating,” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, vol. 6, no. 1, pp. 1090–1099, 2023.
- [18] I. Hermawan, D. E. Putri, and F. Resty, “Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Kredit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit (Studi Kasus Nasabah Kantor Pusat Koperasi LPN Multi Usaha Di Nagari Kurnia Selatan),” *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 5, pp. 2767–2777, 2023.
- [19] F. Resty and K. Purwanto, “WORK FROM HOME APPLICATION AND PROFESSIONALISM ON EMPLOYEE EFFECTIVENESS,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, vol. 32, no. 1, 2021.