

PENGEMBANGAN DIGITALISASI POTENSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KRUPUK AYAM "DWIK JAYA"

**Ni Made Abelia Ayu Lestari⁽¹⁾; Ni Made Tika Putri⁽²⁾; Ni Pande Iin Herayani⁽³⁾;
Putu Yudi Wijaya⁽⁴⁾**

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
Jln. Sanggalangit, Penatih, Denpasar Timur
e-mail: abel.ayulestari89@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) play a crucial role in Indonesia's economy, particularly in creating jobs and increasing community income. Kerupuk ayam "Dwik Jaya" is one example of an MSME that has the potential to grow through effective socialization and promotion. This study aims to explore the use of promotional videos as a strategic method for introducing product visibility and provide clear information about the advantages and production processes, thereby attracting consumer attention. The proposed problem-solving methods include identifying marketing issues, researching target markets, developing engaging video content, and providing digital marketing training for business owner. The results of the socialization activities indicate that promotional videos offer significant benefits for business actors. Thus, it is expected that Kerupuk Ayam "Dwik Jaya" can improve its competitiveness in the market and positively contribute to the local economy

Keywords: *socialization, improving the economy, MSME*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Akbhari & Prathama, 2023). Salah satu contoh UMKM yang menjanjikan adalah kerupuk ayam "Dwik Jaya", yang berpotensi untuk berkembang lebih jauh melalui sosialisasi dan promosi yang efektif. Dalam konteks ini, pembuatan video promosi menjadi salah satu metode strategis untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

Kerupuk ayam "Dwik Jaya" merupakan produk lokal dari masyarakat Desa Dangin Puri Kaja yang tidak hanya menawarkan cita rasa yang khas, tetapi juga mencerminkan budaya kuliner daerah. Namun banyak pelaku UMKM seperti "Dwik Jaya" menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan pengenalan produk di pasar yang lebih luas. Keterbatasan dalam akses informasi dan teknologi sering kali menghambat pertumbuhan usaha ini.

Kemajuan di berbagai media komunikasi menjadi hal yang tidak terelekan lagi. Hampir seluruh bagian kehidupan manusia terlibat langsung dengan perkembangan komunikasi, sehingga menyebabkan perubahan kepada tatanan baru yang lebih mengarah pada perkembangan teknologi informasi (Putra Agung et al., 2023). Sosialisasi pengembangan UMKM melalui pembuatan video promosi dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan visibilitas produk. Penggunaan video konten dalam promosi produk dapat mempengaruhi kesadaran merek, niat beli konsumen, dan interaksi dengan konten promosi (Latiep & Putri, 2023). Video promosi tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen tetapi juga memberikan informasi yang jelas tentang keunggulan produk, proses produksi, dan nilai-nilai yang diusung oleh usaha tersebut. Dengan memanfaatkan platform digital, video ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas sehingga meningkatkan peluang penjualan.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dianggap perlu untuk melaksanakan kontribusi dalam bentuk pengembangan digitalisasi usaha kepada masyarakat umum terkait keberadaan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk kemudian diperoleh lebih banyak informasi lagi agar mendukung pengembangan usaha tersebut yang terdapat di Desa Dangin Puri Kaja

Metode Pemecahan Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti kerupuk ayam “Dwik Jaya” menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran, termasuk kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan minimnya visibilitas produk. Untuk mengatasi masalah ini, langkah pertama adalah mengidentifikasi isu yang dihadapi, diikuti dengan penelitian untuk memahami target pasar dan analisis kompetisi.

Setelah itu, pengembangan konten video promosi yang menarik menjadi kunci untuk memperkenalkan produk. Video ini harus menceritakan proses pembuatan kerupuk ayam dan menyertakan testimoni pelanggan untuk membangun kepercayaan. Setelah video dipublikasikan di salah satu platform media sosial, evaluasi dampaknya sangat penting untuk mengukur efektivitas kegiatan tersebut. Mengumpulkan umpan balik dari konsumen akan membantu dalam penyesuaian strategi pemasaran yang lebih baik di masa depan. Dengan menerapkan metode pemecahan masalah

yang sistematis, kerupuk ayam “Dwik Jaya” dapat meningkatkan daya saingnya dan memperkuat hubungan dengan konsumen, serta berkontribusi positif bagi masyarakat sekitar.

Hasil dan Pembahasan

a) Tahapan Proses Kontribusi Program Kerja

Berdasarkan tujuan utama dari kegiatan ini, maka yang menjadi sasaran kegiatan adalah masyarakat umum di dalam maupun di luar Desa Dangin Puri Kaja. Adapun tahapan-tahapan yang dilaksanakan dalam kegiatan ini, yaitu:

- a. Setelah menetapkan sasaran kegiatan ini yaitu masyarakat umum di dalam maupun di luar Desa Dangin Puri Kaja, selanjutnya diputuskan media dan sarana yang digunakan. Pada tahap ini sudah dipertimbangkan aspek biaya dan juga trend gaya komunikasi masyarakat terkini, maka diputuskan akan dilakukan dengan cara membuat video promosi.
- b. Kegiatan pembuatan video promosi ini dilakukan selama 1 hari di rumah produksi yang berlokasi di Desa Dangin Puri Kaja.
- c. Hasil dari kegiatan dalam bentuk video promosi ini kemudian diserahkan kepada semua anggota Proyek Desa Dangin Puri Kaja 2024 dan juga pemilik usaha yang selanjutnya akan

dipublikasikan kepada masyarakat umum melalui media komunikasi Instagram. Upaya ini dilakukan agar informasi terkait adanya potensi UMKM dapat menjangkau banyak masyarakat.



Gambar 1: Diskusi Terkait Produk Usaha



Gambar 2: Penyerahan Produk ke Mitra



Gambar 4: Kemasan Produk Usaha

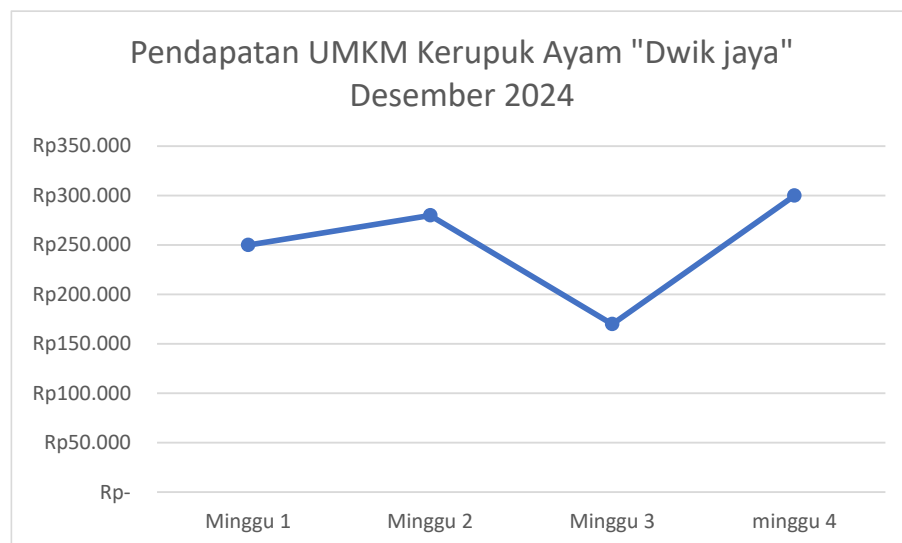
Keunggulan pengembangan digitalisasi dalam bentuk video ini adalah proses penyampaian informasi dapat dilakukan secara berulang tanpa kehilangan kualitas, tidak terbatas waktu dan

tempat, menggunakan teknologi yang mudah diakses, serta yang paling penting adalah video yang berbentuk *audio* dan *visual* sangat menarik perhatian *audiens*.

- d. Pada kesempatan ini, Kelompok Proyek Desa Daging Puri Kaja 2024 memberikan kontribusi pelengkap media dan sarana kepada pemilik UMKM sebagai upaya mendukung pengembangan potensi usaha.
- e. Link video dapat diakses juga pada tautan berikut:
https://drive.google.com/drive/folders/1nP9FgS_zQoCy3WhjVFAG1uSGkx-4YWW

b) Tahapan Tercapainya Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Secara umum dapat dikatakan bahwa kegiatan kontribusi ini berkaitan dengan sosialisasi untuk ajakan kepada masyarakat luas agar lebih menaruh perhatian di sektor UMKM sebagai usaha memajukan perekonomian masyarakat lokal sudah terlaksana dengan cukup baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.



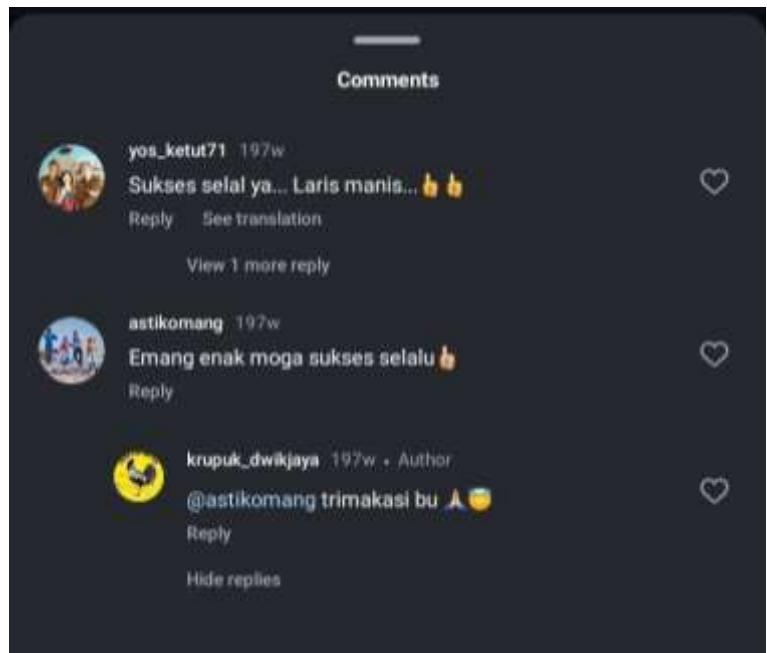
Gambar 5: Grafik Pendapatan Selama Bulan Desember 2024
 Sumber: data diolah

Kegiatan yang sudah terlaksana dalam pengembangan digitalisasi dalam bentuk video promosi proses pembuatan usaha krupuk "Dwik Jaya" ini sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM maupun masyarakat umum di luar desa untuk menaruh perhatian terhadap pentingnya inovasi dan strategi pemasaran yang efektif. Berdasarkan grafik diatas, terjadi peningkatan pendapatan yang dialami semenjak diadakannya kegiatan promosi melalui media sosial instagram. Hal ini terjadi

karena produk kerupuk ayam "Dwik Jaya" mulai dikenal masyarakat. Video promosi tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga memberikan wawasan tentang proses produksi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.



Gambar 6: Akun Instagram Produk



Gambar 7: Testimoni Produk

Dengan menggunakan video promosi, pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media sosial, yang memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, video ini juga berfungsi sebagai alat edukasi, membantu masyarakat memahami nilai dan kualitas produk kerupuk "Dwik Jaya" serta mendorong mereka untuk mendukung produk lokal.

Simpulan dan Saran

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan:

- Melalui kegiatan pengembangan digitalisasi UMKM yang diberikan, masyarakat umum dapat mengetahui adanya potensi usaha kerupuk ayam "Dwik Jaya" serta memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM dan masyarakat umum.
- Melalui kegiatan yang dikemas dalam bentuk video promosi ini dapat menjadi media dan sarana atraktif serta informatif bagi pelaku usaha dalam mempromosikan potensi usaha mereka.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dari hasil pelaksanaan kegiatan ini antara lain:

- a. Diharapkan kepada seluruh masyarakat Desa Dangin Puri Kaja untuk ikut aktif berperan dalam memberikan kontribusi terkait pengembangan potensi usaha di Desa Dangin Puri Kaja.
- b. Diharapkan segala bentuk kegiatan yang berkontribusi dalam mewujudkan peningkatan perekonomian masyarakat lokal Desa Dangin Puri Kaja mendapat dukungan penuh dari aparat desa dan juga masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa karna atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Selanjutnya, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang berpartisipasi dalam kegiatan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Daftar Pustaka

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken : Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 396–409.
- Latiep, I. F., & Putri, A. R. F. (2023). Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk. *Journal of Career Development*, 1(2), 2987–5323.
- Putra Agung, S., Patriansah, M., & Windu Viatra, A. (2023). Video Sebagai Media Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Pempek Di Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(2), 97–107. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i2.2941>