



Pendampingan Advertisement dan Labelling Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Masyarakat Parepare “Naskun Tante Yanti”

Syahban Mada Ali¹, Utary Rustam², Jahara Jahara³

¹Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

^{2,3}Fakultas Hukum, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Email: syahban.syan@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian ini yaitu untuk mengetahui apa saja cara yang dapat dilakukan agar bisa mengembangkan dan meningkatkan usaha dagang melalui periklanan dan labelling. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah partisipatif, dimana pelaksana mendampingi secara langsung pelaku UMKM di kota Parepare dalam mengembangkan usaha dagangnya yaitu melalui periklanan dan pemberian label pada usahanya.

Kata Kunci : Advertisement, Labelling, UMKM

Tanggal Terbit : 21 Januari 2024

A. Pendahuluan,

Nasi kuning adalah makanan khas Indonesia. Makanan ini terbuat dari beras yang dimasak bersama dengan kunyit serta santan dan rempah-rempah. Dengan ditambahkan bumbu-bumbu dan santan, nasi kuning memiliki rasa yang lebih gurih dari pada nasi putih.

Nasi kuning merupakan makan yang selalu di minati masyarakat, baik di kalangan muda maupun di kalangan orang tua. salah satu usaha dagang nasi kuning yang banyak di minati yaitu NASKUN TANTE YANTI yang berlokasi di jl.jend.sudirman tepatnya di belakang foto copy Aulia.

Nasi Kuning adalah hidangan khas dari Indonesia. Namanya berasal dari warna kuning yang dihasilkan oleh bumbu kunyit (turmeric) yang dicampurkan dalam proses memasak nasi. Hidangan ini memiliki makna simbolis dalam budaya Indonesia dan sering kali dianggap sebagai lambang keberuntungan, kesejahteraan, dan kebahagiaan.

Berikut adalah komponen-komponen umum dari nasi kuning:

1. Nasi: Nasi yang digunakan biasanya adalah nasi putih panjang. Nasi ini dicampur dengan bumbu kunyit, sehingga memberikan warna kuning yang khas.
2. Bumbu: Bumbu utama yang memberikan warna dan rasa khas pada nasi kuning adalah kunyit. Selain kunyit, bumbu-bumbu lain seperti serai, daun salam, jahe, dan bawang putih juga bisa ditambahkan untuk memberikan aroma dan rasa yang kaya.
3. Santapan Pendamping: Nasi kuning biasanya disajikan dengan berbagai macam lauk pauk atau hidangan pendamping, seperti ayam goreng, telur, tempe, tahu, ikan, serta berbagai jenis lauk lainnya. Ada banyak variasi hidangan pendamping yang dapat disesuaikan sesuai selera dan tradisi masing-masing daerah di Indonesia.
4. Akompanimen: Nasi kuning juga sering disajikan dengan berbagai pelengkap seperti krupuk, acar (sayuran yang difermentasi dalam cuka), irisan mentimun, atau tomat.

Nasi Kuning adalah hidangan yang sering ditemui dalam berbagai acara penting dan meriah di Indonesia, seperti perayaan ulang tahun, pernikahan, atau acara adat. Karena makna simbolisnya, nasi kuning juga sering diberikan sebagai hadiah atau sebagai bagian dari ritual-upacara tertentu.

Setiap daerah di Indonesia mungkin memiliki varian nasi kuning dengan karakteristik dan bumbu khasnya sendiri. Oleh karena itu, ada banyak variasi rasa dan presentasi dari hidangan ini di seluruh nusantara.

Di dalam bidang usaha ada beberapa hal yang harus di perhatikan salah satunya adalah lokasi yang strategis.lokasi yang banyak di lalui oleh masyarakat sangat berpengaruh dalam bidang usaha terutama pada usaha dagang makanan.

Lokasi yang strategis sangat berpengaruh pada penjualan.Dengan berada di lokasi yang sering di lalui oleh masyarakat terutama para siswa SMA Negeri 2 juga mahasiswa dari Universitas Negeri Makassar Kampus V yang selalu melintas di depan usaha dagang tersebut sangat membantu dalam mengembangk an usaha dagang.

Usaha dagang Naskun Tante Yanti tak hanya di minati Karena berlokasi strategis,usaha dagang ini banyak di minati Karena rasanya yang sangat nikmat.pada usaha dagang naskun tante yanti menyediakan beberapa macam lauk diantaranya yaitu nasi kuning telur,nasi kuning ayam,nasi kuning ikan serta lauk yang lainnya.

Selain itu, Usaha dagang Naskun tante yanti menyediakan meja serta tempat duduk untuk para pelanggannya agar semua pelanggannya merasa puas,nyaman dan tertarik untuk datang kembali.

Tidak hanya melayani secara langsung, usaha dagang Naskun tante yanti juga menerima pesanan nasi kotak yang sangat cocok untuk di pesan dan di hidangkan saat ada acara seminar,acara keluarga ataupun acara lainnya.

Gambar 1. Foto Rapat FGD



B. Metode kegiatan

1. Tahap Persiapan

- a. Tiga hari sebelum kegiatan dimulai kami ke lokasi untuk meminta izin mempromosikan usaha dagang ke pemilik Usaha dagang Naskun Tante Yanti.
- b. Setelah mendapat izin, kami memotret beberapa menu untuk di masukkan di dalam brosur yang akan kami buat untuk mempromosikan usaha dagang tersebut.

- c. Setelah memotret beberapa menu, kami melanjutkan dengan pembuatan brosur sebagai media periklanan.
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Acara pelaksanaan penyuluhan dimulai pada Pekan ke 3 Agustus sampai Pekan ke 2 September. Kegiatan ini dilaksanakan di lokasi sekitar Warung Tante Yanti dan sekitarnya.
 - b. Kegiatan dilaksanakan di usaha dagang Naskun Tante Yanti. Pelaksana Pengabdian dibantu dengan mahasiswa sebagai anggota menyerahkan brosur yang telah dibuat pada pekan ke-3 September 2023 dan dibagikan kepada orang yang melewati usaha dagang Naskun Tante Yanti.
 - c. Saat membagikan brosur kami meminta dokumentasi bersama pemilik usaha dagang Naskun Tante Tanti dan beberapa orang yang kami berikan brosur.
 - d. Selanjutnya, Periklanan Usaha dagang “Naskun Tante Yanti” juga menggunakan sosial media dan dibagikan ke group-group dagang dan Whatsapp di kota parepare.

C. Hasil

1. Tahapan periklanan

Adapun Tahapan Periklanan yaitu :

- a. Penentuan tujuan atau target pasar yang ingin dicapai;
 - b. Penentuan pesan atau isi iklan yang ingin disampaikan;
 - c. Penentuan media atau saluran periklanan yang akan digunakan;
 - d. Pengembangan konsep kreatif dan desain iklan;
 - e. Produksi iklan, seperti pengambilan gambar atau rekaman suara;
 - f. Peluncuran iklan melalui media yang telah dipilih;
 - g. Evaluasi dan pengukuran keberhasilan iklan.
- #### 2. Tujuan periklanan
- Tujuan periklanan adalah untuk mempengaruhi calon konsumen agar merespons produk atau jasa yang diiklankan secara positif, dengan tujuan akhir meningkatkan penjualan atau memperoleh lebih banyak pelanggan. Tujuan periklanan secara khusus dapat meliputi:
- a. Meningkatkan brand awareness: Tujuan ini bertujuan untuk memperkenalkan merek atau produk di pasar dengan cara menampilkan iklan yang menarik perhatian calon konsumen.
 - b. Meningkatkan penjualan: Tujuan ini bertujuan untuk membuat calon konsumen membeli produk atau jasa yang diiklankan, sehingga meningkatkan penjualan.
 - c. Meningkatkan market share: Tujuan ini bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar atau persentase pasar yang dimiliki oleh perusahaan.
 - d. Meningkatkan kepuasan pelanggan: Tujuan ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan informasi yang akurat dan jujur tentang produk atau jasa.

- e. Meningkatkan reputasi perusahaan: Tujuan ini bertujuan untuk meningkatkan citra atau reputasi perusahaan di mata konsumen dan masyarakat secara umum melalui iklan.
 - f. Meningkatkan loyalitas pelanggan: Tujuan ini bertujuan untuk mempertahankan pelanggan dengan cara mengkomunikasikan value proposition produk atau jasa.
 - g. Memperkenalkan produk baru: Tujuan ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru di pasar dan menciptakan buzz atau gairah di kalangan konsumen.
3. Prosedur periklanan
- Adapun prosedur periklanan yaitu :
- a. Identifikasi target pasar: Sebelum membuat iklan, harus diketahui siapa target pasar yang ingin dicapai. Identifikasi jenis kelamin, usia, minat, dan perilaku mereka bisa membantu dalam membuat iklan yang lebih efektif.
 - b. Tentukan pesan yang ingin disampaikan: Pesan yang ingin disampaikan dalam iklan harus singkat, jelas, dan mudah dipahami. Pesan yang kurang jelas atau tidak terarah dapat membuat target pasar menjadi bingung dan tidak tertarik.
 - c. Tentukan media yang digunakan: Ada berbagai macam media periklanan yang bisa digunakan seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan internet. Pilih media yang sesuai dengan target pasar dan anggaran yang dimiliki.
 - d. Buat konsep iklan: Setelah tahap identifikasi dan penetapan media, buatlah konsep iklan yang mencuri perhatian target pasar. Konsep iklan harus unik, menarik, dan mudah diingat.
 - e. Kembangkan konten iklan: Setelah konsep iklan dibuat, kembangkanlah konten iklan seperti desain grafis, teks, musik, dan penggunaan gambar. Pastikan konten iklan dapat menggambarkan pesan dengan jelas dan mudah dipahami.
 - f. Produksi iklan: Setelah konten iklan disetujui, produksi iklan dapat dimulai. Proses produksi dapat meliputi perakitan konten, pengambilan gambar, pengaturan suara, dan editing.
 - g. Rilis iklan: Setelah iklan siap, rilis iklan pada media yang telah dipilih dengan waktu yang tepat. Pantau dan evaluasi respon target pasar terhadap iklan tersebut.
4. Kendala dalam menjalankan kegiatan

Dalam menghadapi pelaksanaan kegiatan ini, kelompok kami menghadapi beberapa kendala yang dapat mempengaruhi jalannya proyek. Salah satu hambatan yang cukup signifikan adalah cuaca yang tidak mendukung. Keadaan cuaca yang buruk, seperti hujan atau angin kencang, dapat mempengaruhi rencana pelaksanaan kegiatan di luar ruangan, seperti survei lapangan atau kegiatan sosial. Kami menyadari bahwa faktor cuaca merupakan aspek yang di luar kendali kami, namun, sebagai upaya antisipasi, kami telah merancang rencana cadangan dan strategi fleksibilitas untuk mengatasi potensi gangguan cuaca.

Kendala lain yang dihadapi oleh kelompok kami adalah kesulitan dalam menentukan desain pada pembuatan brosur. Desain brosur memainkan peran penting dalam menarik perhatian target audiens dan menyampaikan informasi

dengan jelas. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala ini, kelompok kami telah melakukan kajian desain, berdiskusi intensif, dan berkonsultasi dengan pihak yang berkompeten dalam bidang desain grafis. Dengan kolaborasi dan usaha bersama, kami yakin dapat mengatasi tantangan ini dan menyajikan brosur yang menarik dan efektif sesuai dengan tujuan kegiatan yang kami jalankan. Kesadaran akan kendala ini menjadi pendorong bagi kelompok kami untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mencari solusi demi kelancaran pelaksanaan proyek ini. Peluang mengembangkan Usaha dalam melanjutkan kegiatan

Dalam kegiatan ini, usaha dagang Naskun tante yanti terdapat banyak peluang dalam mengembangkan usaha dagangnya karena memiliki lokasi yang strategis, banyak di minati serta memiliki fasilitas yang memadai.

5. Hasil Advertisement dan Labelling yang telah dibuat

Berikuti hasil labelling dan periklanan yang telah dibuat untuk meningkatkan promosi pada usaha dagang Nasi Kuning di Parepare



D. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim di Usaha Dagang Naskun Tante Yanti, pelaksana dapat menyimpulkan, yaitu: Dalam mendirikan usaha dagang banyak hal yang harus diperhatikan terutama dalam

mengembangkannya. salah satu yang harus di perhatikan yaitu periklanan dan labelling. dalam pengembangan usaha dagang harus di lakukan periklanan agar usaha dagang dapat dikenal dan diketahui banyak orang terutama saat di bagikan pada sosial media.

Referensi

Jurnal:

- Ali, S. M. (2021). "Fun Learning Environment Pascagempa 6, 2 M" di Panti Asuhan Manakara Muhammadiyah Mamuju. *Maspul Journal Of Community Empowerment*, 3(1), 61-65.
- Nur, N., & Wijayanti, L. L. (2021, February). Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Hasanah, N. (2022). TOEFL for Santri: Peningkatan Softskill Bahasa Asing Menuju Era Society 5.0. *MASPUL JOURNAL OF COMMUNITY EMPOWERMENT*, 4(2), 380-385.
- Ridwan, R. B., Sugiarti, N., & Josnia, S. A. (2023). Penyuluhan dan Pendampingan UMKM di Desa Tanjungrejo, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1098-1109.
- Prayogi, I. A., Kurniawati, R. N. K., & Maulana, D. (2023). Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Packaging di Desa Mancak Kabupaten Serang. *BANTENESE: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 5(1), 156-167.
- Wahyuni, E., Munthe, R. S., Zarkasih, A., & Mandili, I. (2022). Analisis Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dalam Penerapan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(1), 11-14.