



## **PEMBERDAYAAN UMKM DAN EKONOMI KREATIF DAPUR KASIH BUNDA RUM DESA TAMBAH ASRI**

**Yayuk Marliza<sup>1\*</sup>, Fitri Yanti<sup>1</sup>, Adelia Ilmianti<sup>2</sup>, Doni Syaputra<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas

<sup>2</sup> Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas

<sup>3</sup> Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas

\*e-mail : [marlizayayuk77@gmail.com](mailto:marlizayayuk77@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Dosen Program Studi Bisnis Digital dan Pogram Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas serta melibatkan mahasiswa untuk memberikan wawasan dan tambahan ilmu pengetahuan kepada masyarakat di Desa Tambah Asri tentang bagaimana memberdayakan UMKM dalam meningkatkan Ekonomi Kreatif masyarakat Desa. Metode yang digunakan adalah demonstrasi atau praktek kerja langsung pada UMKM Dapur Kasih Bunda Rum Antusiasme pemilik UMKM dan masyarakat sekitar dalam mengikuti kegiatan ini serta terciptanya ekonomi kreatif pada UMKM ini menjadi tolok ukur keberhasilan program ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya perubahan kemasan terhadap produk UMKM ini yang lebih menarik dengan bentuk, warna dan kemasan yang kekinian.

Kata Kunci : UMKM, Ekonomi Kreatif, Tambah Asri

### **ABSTRACT**

*This community service was carried out by the Lecturer of the Digital Business Study Program and the Accounting Study Program of the Faculty of Economics and Business, Musi Rawas University and involved students to provide insight and additional knowledge to the community in Tambah Asri Village about how to empower MSMEs in improving the Creative Economy of the village community. The method used is a demonstration or direct work practice at the MSME Dapur Kasih Bunda Rum Enthusiasm of MSME owners and the surrounding community in participating in this activity and the creation of a creative economy in this MSME is a benchmark for the success of this program. This is shown by the change in packaging for this MSME product which is more attractive with the current shape, color and packaging.*

*Keywords: UMKM, Creative Economy, Tambah Asri*

### **PENDAHULUAN**

Berdasarkan data Bank Indonesia yang dipublikasikan pada buku Profil Bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang diterbitkan pada tahun 2015, dinyatakan bahwa UMKM di Indonesia memiliki proporsi sebesar 99,99 persen dari total keseluruhan pelaku usaha. Bisnis UMKM menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) sekitar 60 persen dan membuka



LPPM – UNIVERSITAS MUSI RAWAS

Alamat: Jl. Sultan Mahmud Badarrudin II Kel. Air Kuti Kec. Lubuklinggau Timur I

Kota Lubuklinggau. WA/Hp : 082169365810

<https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/masda>

Email: [masdalppmunmura@gmail.com](mailto:masdalppmunmura@gmail.com)

lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Berdasarkan fakta tersebut kita ketahui bahwa sebagian besar usaha di Indonesia adalah UMKM. (Krisna dkk, 2021 : 3). Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008, UMKM yaitu sekumpulan usaha yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang mengarah pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang. Sesuai dengan pengertian UMKM tersebut, maka kriteria UMKM dapat dibedakan menjadi “Usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah”. Pertumbuhan dan pengembangan UMKM berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sangat diharapkan pemerintah agar UMKM bias berperan dalam membangun Perekonomian Negara.

Secara umum, Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Oleh karena itu, Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Sesuai dengan kriteria/konsep ekonomi kreatif maka ini memungkinkan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki. Merek adalah suatu nama, istilah, tanda, symbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari kompetitor lain. Menurut Karsono, Purwanto, dan Abdul Matin Bin Salman (2021) dalam Jurnalnya yang berjudul “Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri” Branding sangat diperlukan bagi UMKM atau industri kreatif, branding yang baik akan membuat industri kreatif dapat dipercaya dan dipilih oleh konsumen. Dan nantinya, pembuatan branding yang tepat akan berdampak besar bagi perkembangan industri kreatif.

Masyarakat di Desa Tambah Asri Kabupaten Musi Rawas ini banyak yang mendirikan UMKM (Usaha Kecil Mikro Menengah) Seperti menjual makanan ringan contohnya yang penulis ambil yaitu Telur Gabus, dan usaha rumahan lainnya. Berdasarkan pengamatan penulis berkeinginan menyusun program dengan judul yaitu Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat di Desa Tambah Asri. Dikarenakan pemilik UMKM kurang mengkreasikan produk yang dijual baik itu merek ataupun kemasan yang kurang menarik minat konsumen untuk membeli. Ekonomi kreatif tersebut dapat membuat konsumen percaya bahwa produk makan yang dijual bisa terjaga dengan baik karena sudah mempunyai sertifikat halal dan sudah pasti terjamin kualitasnya. Agar UMKM yang dimiliki



dapat diberdaya melalui kemasan yang dimiliki. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis melaksanakan kegiatan ini untuk merancang dan mendesain kembali kemasan dan merek produk UMKM sebagai kegiatan Ekonomi Kreatif dalam untuk produksi makanan ringan yang dijual oleh pemilik UMKM yaitu usaha makanan ringan Telur Gabus.

## **BAHAN DAN METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tambah Asri Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. Alat dan bahan yang digunakan berupa desain kemasan baru produk, stiker, dan media pendukung lainnya. Metode yang digunakan yaitu dengan melakukan demonstrasi dan berdiskusi secara langsung pemilik UMKM dan memberikan pemahaman tentang bagaimana cara memberdayakan usaha melalui Ekonomi Kreatif agar terus meningkat dan nilai penjualan produk terus dapat dipercayai oleh konsumen. Dalam praktek tersebut lebih menekankan cara mengkreatifkan pembuatan stiker dan kemasan supaya meningkatnya pemberdayaan UMKM dalam jaringan penjualan dan menambah wawasan mengenai penarikan minat konsumen.

Cara kerja serta tahapan kegiatan ini sebagai berikut :

- 1) Pada minggu pertama yaitu persiapan awal seperti survei lokasi penetapan kelompok sasaran
- 2) Pada minggu kedua koordinasi dengan kepala desa serta meminta izin untuk melakukan program kegiatan dan berkoordinasi kepada kelompok sasaran yaitu pemilik UMKM “Dapur Kasih Bunda Rum”
- 3) Pada minggu ketiga dan keempat melaksanakan proses persiapan alat dan bahan pengemasan produk.
- 4) Pada minggu kelima yaitu evaluasi hasil dari pemberdayaan UMKM tersebut untuk peningkatan Ekonomi Kreatifnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**



## JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DESA (MASDA)

e-ISSN: 2830-3806  
p-ISSN: 2830-0785

LPPM – UNIVERSITAS MUSI RAWAS  
Alamat: Jl. Sultan Mahmud Badarrudin II Kel. Air Kuti Kec. Lubuklinggau Timur I  
Kota Lubuklinggau. WA/ Hp : 082169365810  
<https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/masda>  
Email: [masdalppmunmura@gmail.com](mailto:masdalppmunmura@gmail.com)

“Dapur Kasih Bunda Rum” adalah warung UMKM yang memproduksi makanan ringan yaitu “Telur Gabus” dan menjadi objek penelitian pelaksanaan program PkM. Pemilik warung tersebut bernama Ibu Rumaini dan kerap disapa Ibu Rum atau Mba Rum. Berdiri sejak tahun 2018, warung Ibu Rumaini mulai merintis usahanya dengan membuat cemilan Telur Gabus. Pada saat itu Ibu Rumaini hanya memasarkan produknya dengan cara jualan keliling desa setempat atau hanya dengan tetangga-tetangga nya saja. Pada tanggal 28 September 2021 makanan ringan Ibu Rum mendapat sertifikat dari Dinas Kesehatan dan kemudian pada tanggal 20 Juni 2022 produk makanan ringan Ibu Rum tersebut juga mendapatkan izin resmi dari BPOM untuk memasarkan produk lebih luas lagi, sejak saat itu Ibu Rumaini dan sampai sekarang warung “Dapur Kasih Bunda Rum” tidak hanya memproduksi “Telur Gabus” saja, akan tetapi Ibu Rum juga memproduksi makanan ringan lainnya seperti Keripik Pisang, Sale Pisang, Peyek, dan aneka kue kering lainnya.



**Gambar 1. Kemasan Telur Gabus Sebelum Diperbarui**

Pada gambar diatas menunjukkan kemasan Telur Gabus yang belum diperbarui dan dapat dilihat jika tak ada desain atau gambar yang menambah kesan menarik dari produk, dan itu sangat mempengaruhi daya tarik konsumen untuk membeli. Kemasan berfungsi sebagai identitas produk, serta sarana promosi bagi konsumen. Respon positif berupa keputusan pembelian oleh konsumen tersebut dipengaruhi oleh daya tarik kemasan.



**Gambar 2. Kemasan Telur Gabus Setelah diperbarui**

Pada gambar diatas menunjukkan kemasan Telur Gabus yang sudah diperbarui dan dapat dilihat perbedaan setelah dan sebelum dikreatifkan. Melalui kemasan, konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Kecamatan Tugumulyo Desa Tambah Asri dalam pemberdayaan UMKM Telur Gabus adalah memberikan penjelasan terkait dengan mendesaian logo dan membuat *label* kemasan pada produk Telur Gabus Ibu Rumaini yang digunakan sebagai branding produk, pencetakan stiker UMKM Telur Gabus, dan perluasan distribusi pemasaran. Branding Produk tersebut yang diharapkan mampu menjadi pembeda dengan produk kemasan yang lain dan menambah daya saing dalam usaha UMKM Telur Gabus Ibu Rumaini tersebut. Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai *silent salesman*. Kemasan berfungsi sebagai wadah, sarana distribusi, dan sarana pemasaran sehingga desain kemasan harus disesuaikan dengan produk yang dikemas dan segmen pasar yang dituju. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut maka kami akan mengevaluasi hasil program kerja yang telah dilaksanakan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :







## JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DESA (MASDA)

e-ISSN: 2830-3806  
p-ISSN: 2830-0785

LPPM – UNIVERSITAS MUSI RAWAS  
Alamat: Jl. Sultan Mahmud Badarrudin II Kel. Air Kuti Kec. Lubuklinggau Timur I  
Kota Lubuklinggau. WA/Hp : 082169365810  
<https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/masda>  
Email: [masdalppmunmura@gmail.com](mailto:masdalppmunmura@gmail.com)

**Tabel 1. Evaluasi Program PkM**

Tahapan	Kegiatan	Hasil	Dokumentasi
Pertama	Koordinasi dengan para pemilik UMKM dan menentukan kelompok sasaran	berkoordinasi secara langsung dengan pelaku UMKM	
Kedua	Menentukan tempat dan waktu	Melakukan penetapan waktu dan lokasi yang akan dijadikan tempat pelaksanaan program nantinya	
Ketiga	Penyerahan stiker dan Kemasan baru	Penyerahan stiker dan kemasan baru guna membantu mengembangkan pemberdayaan UMKM Ibu Rumaini yang memproduksi Telur Gabus melalui kemasan dan stiker tersebut	

Keempat	Evaluasi (Hasil Akhir)	Mengevaluasi hasil program yang sudah dijalankan, apakah dengan pembaruan kemasan dan stiker tersebut telah mengembangkan usaha Ibu Rumaini yang telah memproduksi Telur Gabus, dan tingkat penjualan kian meningkat.	
---------	------------------------	---	---

Sumber: Data Primer, 2023

## KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan penulis, pemilik UMKM Desa Tambah Asri sudah mengerti mengenai pemasaran hanya dengan melalui kemasan, tetapi masih dibidang kurang menarik rancangan stiker dan kemasan yang digunakan juga masih sederhana, dan faktor tersebut mempengaruhi minat konsumen. Setelah dilakukan program pengabdian masyarakat ini dapat memberi masukan bagi pemilik UMKM tentang pentingnya menarik minat konsumen terhadap produk dimulai dengan tampilan luar produk yaitu kemasan dan stiker. Dalam memiliki usaha (UMKM) kreatifitas penjualan sangat perlu ditingkatkan, karena sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Melalui Ekonomi Kreatif, pemilik UMKM dapat mengetahui kondisi dan perkembangan usaha, termasuk peningkatan penjualan yang sedang berjalan. Dengan ini konsumen telah menaruh kepercayaan dan penjualan dapat berkembang hanya dengan kemasan yang menciptakan citra tersendiri pada produk yang dijual tersebut dan terus.



## JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DESA (MASDA)

e-ISSN: 2830-3806  
p-ISSN: 2830-0785

LPPM – UNIVERSITAS MUSI RAWAS

Alamat: Jl. Sultan Mahmud Badarrudin II Kel. Air Kuti Kec. Lubuklinggau Timur I

Kota Lubuklinggau. WA/Hp : 082169365810

<https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/masda>

Email: [masdalppmunmura@gmail.com](mailto:masdalppmunmura@gmail.com)

### DAFTAR PUSTAKA

Azizah Mursyidah, Strategi pemberdayaan Usaha mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Cibunian, 1 November 2021

Krisna, Nuratama : 2021 Tata Kelola Manajemen dan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. CV. Cahaya Bintang Cemerlang, Gowa

Karsono, Karsono, Purwanto Purwanto, and Abdul Matin Bin Salman. "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7.2 (2021): 869-880.

KR, Mohamad Arsyad. "Pengembangan Kewirausahaan Umkm: Suatu Tantangan Di Era Ekonomi Digital." *Sustainable Competitive Advantage (Sca)* 5.1 (2015).

Linda Wulandari dkk, Pemberdayaan masyarakat melalui UMKM Opak dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Karangbenda dimasa Covid-19, proceedings Vol.1 No. 39 November 2021

Undang – undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah