



PENGABDIAN MASYARAKAT PADA UMKM SUSU KEDELAI JUWARA

Oleh

Ni Putu Desy Damayanthi¹, I Gede Putu Adhitya Prayoga², I Gede Aditya Pramana³, I Nyoman Angga Arditya⁴

^{1,2,3,4}Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Email: ¹desy.damayanthi91@gmail.com, ²igpadhityaprayoga@gmail.com,

³infokuliahpram@gmail.com, ⁴anggaardity38@gmail.com

Article History:

Received: 17-05-2025

Revised: 03-06-2025

Accepted: 20-06-2025

Keywords:

UMKM, Packaging,
Marketing

Abstract: *Susu Kedelai Juwara is a micro, small, and medium enterprise (UMKM) focused on the production of soybean milk, located in West Denpasar. Established in 2020, this business emerged as a response to the challenges faced during the Covid-19 pandemic. In its two years of operation, Susu Kedelai Juwara has successfully developed six flavor variants. The business has been running for two years, operated by selling the products door-to-door using a motorcycle cart. They are offering its products at several strategic locations such as Suli street, Diponogoro street, and Teuku Umar street. Although it has been operating well, Susu Kedelai Juwara faces challenges in packaging and marketing. Currently, their products are packaged in simple 500ml plastic bottles without labels, and promotion is conducted through the motorcycle cart and WhatsApp. With this strategy, they are able to sell around 70-80 bottles per day. To enhance the competitiveness and market value of the products, this community service activity aims to address the issues faced by Susu Kedelai Juwara. The plan includes improving the packaging to labeled plastic bottles and utilizing social media platforms such as Instagram and Facebook for more effective marketing. With these steps, it is hoped that Susu Kedelai Juwara can increase its visibility and sales in the market*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan UMKM pascapandemi di Bali sudah maju dan perlu menjadi perhatian pertumbuhan ekonomi di Bali. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian.

Susu Kedelai Juwara yang ada di Denpasar Barat adalah UMKM yang aktif dalam produksi susu kedelai. UMKM ini beralamat di Jalan Pulau Selayar No.41, Banjar Batu Bintang, Denpasar Barat. Dalam proses produksi susu kedelai. UMKM ini di setiap harinya dapat memproduksi 16 kg kedelai yang kemudian diolah menjadi susu kedelai dengan berbagai rasa. Produksi dilakukan pada pagi hari dan sore hari dan membutuhkan 3-4 jam dalam



setiap proses produksinya. Pada pagi hari produksi pertama dilakukan dari pukul 6:00-10:00 WITA untuk kemudian diujakan di pinggir jalan dari pukul 11:00-14:00 WITA. Produksi kedua dilakukan pada pukul 14:00-18:00 WITA dan hasil produksi susu kedelai bisa diujakan pada pukul 19:00-23:00 WITA di Jalan Suli-Denpasar. Di dalam proses produksi susu kedelai, UMKM ini menggunakan bahan-bahan alami dan tanpa menggunakan pemanis buatan. Produk susu kedelai murni dihasilkan dari kedelai yang diolah dengan campuran gula pasir dan perisai makanan berBPOM, sehingga susu kedelai ini sangat aman dikonsumsi oleh masyarakat segala usia. Proses produksi susu kedelai dilakukan di sebuah dapur kecil menggunakan alat yang masih sederhana seperti panci, kompor, dan mesin penggiling kedelai. UMKM ini benar-benar melakukan proses produksi rumahan dengan metode yang sederhana. Dalam sehari mitra dapat memproduksi 100 botol susu kedelai yang dijual perbotolnya dengan harga 6000 rupiah. Apabila susu kedelai habis terjual maka pendapatan kotor yang dihasilkan oleh mitra kami yakni sebesar Rp 600.000 perhari. Namun jika susu kedelai tidak habis terjual dan hanya terjual dengan jumlah 70-80 per botol per hari, maka total pendapatan kotor mitra sebesar Rp 420.000 – Rp 480.000. UMKM Susu Kedelai Juwara dalam menjajakan produknya yakni menggunakan sepeda motor dengan rombongnya. Dalam usahanya mengembangkan produk susu kedelai, UMKM ini mengalami kesulitan dalam hal pengemasan dan pemasaran. Pengemasan yang dimiliki UMKM Susu Kedelai Juwara masih sangat sederhana dan belum mampu menarik minat para konsumen dalam membeli produk susu kedelai. Oleh sebab itu, produk yang dihasilkan belum bisa bersaing di dalam pasar industri. Terlihat pada gambar 1.1, hasil produksi susu kedelai sudah dikemas dalam bentuk botol namun tanpa label dan terlihat kurang menarik. Padahal sebuah kemasan sangat menentukan jumlah produk yang dapat terjual [1]. Dalam memasarkan UMKM Susu Kedelai Juwara kurang dapat menggunakan kata-kata yang menarik pelanggan untuk membeli, sementara ini pemasar sudah dilakukan melalui media aplikasi *Whatsapp*. UMKM Susu Kedelai Juwara belum menggunakan media sosial *Facebook* ataupun *Instagram* dalam memasarkan padahal sekarang ini media sosial berperan sangat penting dalam memasarkan produk [2]. Gambar 1.2 menunjukkan pesan yang tertera pada pesan *Whatsapp* Susu Kedelai Juwara.



Gambar 1. Menjajakan Susu Kedelai di titik tertentu



Gambar 2. Promosi Susu Kedelai pada Whatsapp



Gambar 3. Mesin Giling Kedelai



Gambar 4. Dapur Produksi Rumahan



Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mencari dan menerapkan solusi atas permasalahan yang dialami oleh mitra. Kemasan yang hanya berupa botol plastik tanpa label akan diubah menjadi kemasan yang lebih baik yakni tetap menggunakan kemasan botol plastik dengan menambahkan label pada kemasan. Penambahan label pada kemasan bertujuan untuk memberikan identitas produk yang dimiliki oleh Susu Kedelai Juwara. Di samping kegiatan pengemasan produk, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu mitra dalam proses pemasaran. Pemasaran yang akan dilakukan yakni dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti *Instagram* dan *Facebook*. Dengan kegiatan pembuatan *branding* dan pelatihan pengemasan produk, serta pemanfaatan media sosial dalam pemasaran susu kedelai juwara akan menghasilkan produk yang memiliki daya saing dan nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, melihat jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh mitra setiap harinya yang mencapai Rp 420.000 – Rp 480.000 dengan penjualan 70-80 botol susu kedelai, maka target yang ingin kami capai pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yakni produksi bisa mencapai lebih dari 100 botol per hari. Dengan penambahan jumlah produksi dengan memaksimalkan promosi produk, maka diharapkan dapat menaikkan jumlah penghasilan yang didapatkan oleh mitra per harinya.

Permasalahan dalam pengabdian ini adalah bagaimana cara membuat dan mengaplikasikan media sosial yang dapat diakses dengan mudah, serta bagaimana mempromosikan susu kedelai Juwara pada pelanggan di media sosial maupun pada lapak jualan

METODE

Pengabdian Masyarakat pelatihan dan penyuluhan berlokasi di Jalan Pulau Selayar, No.41 Dauh Puri Kelod - Denpasar Barat. Mitra berjarak kurang lebih 2 Km yang dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 10 menit dari kampus Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali melalui jalur terdekat. Kegiatan yang dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini yakni kegiatan branding dan pemasaran, pembuatan label kemasan, serta pembuatan media sosial. Peserta kegiatan ini antara lain pemilik dan pegawai di susu kedelai Juwara. Tidak hanya itu, pengabdian ini juga dilakukan dengan pemberian logo dan label kemasan, pemberian banner, dan printer guna mempermudah kegiatan cetak yang akan dilakukan. Pendampingan selama tiga bulan juga akan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan pemilik UMKM susu kedelai Juwara mahir dalam memanfaatkan media sosial sebagai media untuk meningkatkan promosi produk.

HASIL

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra (Susu kedelai Juwara), maka tiga solusi yang telah diberikan oleh tim pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik. Setelah kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan tahapan yang telah dicapai adalah sebagai berikut :

1. Desain Logo Baru untuk Sosial Media

Desain logo dibuat berdasarkan kebutuhan dan deskripsi yang telah didapatkan sebelumnya pada kegiatan FGD, maka berikut adalah hasil desain logo baru susu kedelai juwara dan logo ini juga diperuntukkan dalam menunjang sosial media susu kedelai juwara. Logo baru dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 5. Logo Susu Kedelai Juara

2. Desain Label Kemasan Produk Baru Susu Kedelai Juara

Implementasi hasil desain logo dan varian rasa dari produk baru Susu Kedelai Juara dengan ditempatkan pada kemasan botol plastik dapat dilihat pada gambar 4.1. Setelah melakukan finalisasi logo dan label kemasan susu kedelai Juara pada bulan Januari, maka dilanjutkan dengan melakukan pelatihan pengemasan, branding, dan pemasaran produk melalui sosial media. Pada minggu kedua bulan April, tim pengabdian masyarakat bersama dengan mitra melakukan pelatihan *branding*, pengemasan, dan pemasaran produk melalui sosial media yang telah dibuatkan. Pada tahap ini mitra dilatih secara khusus untuk membuat konten, kalimat promosi, dan mengelola sosial media dengan tujuan meningkatkan penjualan di setiap bulannya.

3. *Branding* dan pemasaran produk dengan media sosial

Pada kegiatan branding ini, tim pengabdian masyarakat membimbing mitra untuk melakukan *banding* pada produk yang dimilikinya yakni susu kedelai Juara. Logo baru dari kemasan Susu Kedelai Juara dirasa sudah lebih menarik dari sebelumnya. Pemilihan warna serta komposisi penempatan informasi yang ingin disampaikan sudah mewakili *brand* Susu Kedelai Juara. Pada proses ini, mitra diajarkan untuk meletakkan label kemasan secara konsisten. Hal tersebut bertujuan agar menarik minat konsumen di dalam membeli produk Susu Kedelai Juara. Botol plastik kemasan 500ml harus selalu dilengkapi dengan label baru. Hal tersebut bertujuan agar pembeli ketika ingin memesan susu kedelai Juara dalam jumlah banyak mudah untuk menghubungi. Tidak hanya itu, fungsi label pada kemasan yang dilengkapi dengan alamat, nomor hp, dan sosial media juga dapat memudahkan para konsumen ketika ingin mengecek apakah penjual berdagang hari tersebut atau tidak.

Pada tahapan *branding* ini, varian rasa baru susu kedelai Juara juga dibuat variatif. Hal tersebut bertujuan agar konsumen yang telah berlangganan tidak bosan di dalam membeli produk susu kedelai Juara. Varian susu kedelai yang semula hanya 6 rasa, kini bertambah menjadi 9 rasa. Adapun varian rasa susu kedelai Juara yakni original, strawberry, melon, tanpa gula, greentea, coklat, durian, taro, dan vanilla. Pada tahapan ini, mitra bersama para karyawannya berlatih memasang label agar proporsional dan rapi. Label yang dicetak menggunakan kertas vinyl harus dipasang dengan hati-hati di atas botol kemasan plastik. Hal tersebut bertujuan agar kertas label tidak rusak dan membuat kemasan botol susu kedelai juara memiliki kesan tidak menarik. Pada pemasangan kertas label,



mitra dan karyawannya memastikan agar tidak melekatkan kertas label pada botol kemasan yang basah karena dapat mengakibatkan label tidak akan melekat dengan baik. Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat juga mengingatkan kepada mitra agar tidak melekatkan kertas label pada botol kemasan plastik saat sudah terisi produk. Penting bagi mitra untuk menjaga agar kertas label terpasang kokoh dan tidak kotor.

Mitra bersama para karyawan sangat antusias pada tahapan *branding* ini. Apa yang disampaikan dan diberikan oleh tim pengabdian masyarakat dapat dipahami dengan baik dan dapat dilaksanakan. Mitra menyadari kekonsistenan memasang label pada kemasan akan membuat para calon konsumen lebih tertarik dan mudah untuk memesan produknya. Pada tahap *branding* ini, tim pengabdian masyarakat tidak hanya membuat label kemasan dan logo, mencetakkan sebanyak 250 pcs label, serta melatih pemasangan label. Namun, tim pengabdian masyarakat juga membuat desain *benner* serta mencetakkan untuk mitra sebagai sarana penarik konsumen ketika membuka lapak. Mitra mengatakan dengan pemasang *benner* pada lapak telah dapat menarik para konsumen sehingga omset penjualan sehari meningkat. Penjualan susu kedelai yang biasanya habis terjual 70-80 botol per hari, kini telah meningkat menjadi 100 botol lebih per harinya. Sejak dibimbing dalam branding, susu kedelai juwara yang semula dibandrol dengan harga 6000 per botol, kini mengalami kenaikan menjadi 7000 per botol. Hal tersebut mengingat harga bahan baku yang meningkat serta mitra juga harus konsisten di dalam memasangkan label pada kemasan. Itulah yang menjadi alasan mitra menaikkan harga susu kedelai per botolnya. Setelah selesai melakukan pemasangan label pada kemasan, maka dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pemasaran produk dengan media sosial. Mitra dilatih menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Perangkat yang digunakan pada pelatihan ini yakni menggunakan *smartphone*. Pada kegiatan pelatihan pembuatan konten dimulai dengan disampaikan materi bagaimana secara teknis pembuatan konten pada media sosial. Tim pengabdian masyarakat memberikan materi berupa modul paparan yang disampaikan secara langsung kepada mitra dan para karyawannya. Tidak hanya memberikan pelatihan lewat modul yang dipaparkan secara langsung, kegiatan pengabdian ini juga dilakukan dengan memberikan contoh pengambilan gambar atau pembuatan konten promosi yang akan diunggah pada media sosial. Unggahan produk yang dilakukan harus memerhatikan beberapa aspek seperti kecerahan gambar, menambahkan aksesoris, tata letak (pada *feed Instagram*), dan juga dapat menambahkan video menarik mengenai produk (manfaat, proses produksi, dan saat mengonsumsi Susu Kedelai Juwara). Tidak hanya itu, pada tahap pelatihan ini, tim pengabdian masyarakat ITB Stikom Bali juga mengajarkan bagaimana cara membuat kalimat iklan (*caption*) yang menarik pada unggahan produk. Kalimat iklan haruslah menyentuh emosional calon konsumen. Hal tersebut agar lebih mudah untuk menarik minat calon konsumen agar mencoba produk yang ditawarkan. Tim pengabdian masyarakat meminta kepada mitra untuk konsisten melakukan unggah konten di *instagram*, *whatsapp*, dan juga *facebook*. Kekonsistenan tersebut telah dapat dilakukan oleh mitra dengan cara mengunggah minimal 3 kali konten produk pada media sosial susu kedelai Juwara. Hal tersebut bertujuan agar algoritma pada *Facebook* dan *Instagram* dapat mendukung promosi sehingga iklan Susu Kedelai Juwara dapat terus muncul di sosial media dan dapat dilihat oleh banyak orang. Pelatihan pembuatan konten untuk media sosial dapat dengan mudah dipahami dan dipraktikkan oleh mitra. Mitra telah dapat mengaplikasikan materi yang disampaikan pada unggahan media sosial sebagai sarana promosi produk susu kedelai



Juwara. Adapun media sosial yang telah berhasil dibuat oleh tim pengabdian masyarakat ITB Stikom Bali dan telah dapat digunakan oleh mitra yakni :

- *Facebook* : Sukariaji (Susu Kedelai Juwara)
- *Instagram* : @Susukedelaijuwara

Kini media sosial *Facebook* dan *Instagram* telah dapat dioperasikan oleh mitra sebagai sarana promosi produk susu kedelai Juwara.



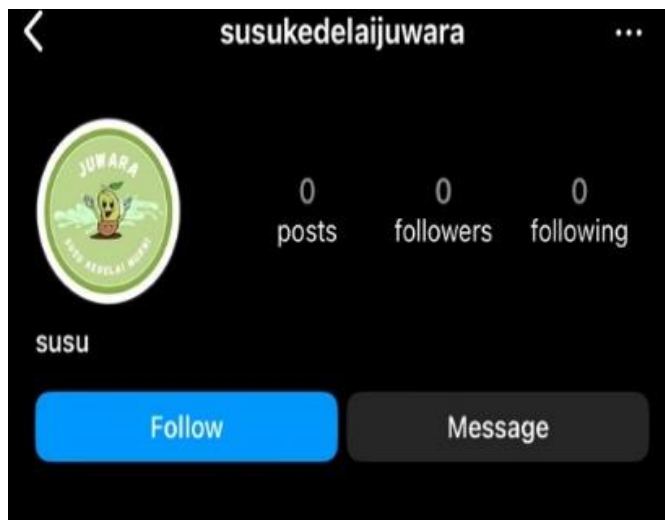
Gambar 6. Pemasangan Label pada Kemasan Botol Plastik 500ml



Gambar 7. Pemasangan Label pada Kemasan Botol Plastik 500ml



Gambar 8. *Facebook* Susu Kedelai Juwara



Gambar 9. Instagram Susu Kedelai Juwara



Gambar 10. Pelatihan Konten di Facebook



Gambar 11. Pelatihan Konten di Instagram



4. Pengemasan produk

Pada tahap ini yakni pelatihan pengemasan produk, mitra dibimbing untuk lebih konsisten di dalam mengemas Susu Kedelai Juwara. Volume susu kedelai Juwara harus memiliki ukuran yang sama di setiap varian rasa. Hal tersebut agar tidak membuat calon konsumen membanding-bandingkan volume varian yang satu dengan varian yang lainnya.

Pengemasan dilakukan oleh mitra bersama dengan karyawan dan didampingi oleh tim pengabdian masyarakat. Kegiatan pengemasan produk dimulai setelah proses produksi dan pendinginan susu kedelai selesai dilakukan. Penting bagi mitra untuk menjaga kualitas susu kedelai di dalam kemasan, maka untuk menghindari perubahan rasa, ketahanan produk, dan juga tidak merusak botol plastik, produk susu kedelai harus dalam keadaan dingin. Proses pengemasan susu kedelai ke dalam botol menggunakan alat bantu berupa gelas ukur. Hal tersebut bertujuan agar volume susu kedelai pada tiap botol sama. Pengemasan dilakukan pada botol plastik ukuran 500 ml yang telah dipasangkan label. Dalam proses pengemasan, mitra dan para karyawan mengemas satu per satu varian rasa yang dimiliki menggunakan gelas ukur. Dimulai dari varian tanpa gula, original, strawberry, melon, durian, vanilla, cokelat, taro, dan greentea. Untuk membedakan varian rasa original dan tanpa gula, mitra menggunakan warna tutup botol yang berbeda sebagai pembeda. Susu kedelai dengan varian tanpa gula ditandai dengan tutup botol pada kemasan berwarna merah. Mitra mengatakan bahwa varian susu kedelai yang paling diminati oleh konsumen adalah original, taro, dan vanilla. Sedangkan untuk varian yang lain relatif sama. Sekadar informasi tambahan untuk susu kedelai dengan varian tanpa gula, kerap kali dicari oleh para konsumen yang memiliki masalah jerawat di wajah. Para konsumen meyakini bahwa mengonsumsi susu kedelai murni dapat mengurangi jerawat pada wajah.



Gambar 13. Pengemasan Varian Strawberry



Gambar 14. Pengemasan 9 Varian



Gambar 15. Pengemasan Varian Durian



5. Penyerahan Bantuan

Kegiatan terakhir dari pengabdian masyarakat ini yakni penyerahan printer. Penyerahan bantuan berupa printer bertujuan untuk membantu mitra di dalam mempermudah kegiatan promosi produk. Mitra dapat menggunakan printer tersebut dalam mencetak label, logo, brosur, dan masih banyak lainnya. Selain printer, tim pengabdian masyarakat juga memberikan bantuan berupa 250 pcs label kemasan cetak dan sebuah *banner* besar untuk promosi produk di tempat berjualan. Label cetakan dan benner sudah diserahkan lebih dulu dengan tujuan untuk menambah angka penjualan mitra. Pemasangan label pada kemasan dan juga *banner* pada titik lokasi penjualan berhasil menambah daya tarik pembeli. Dengan adanya *banner* pada lapak susu kedelai Juwara telah dapat menambah omset penjualan mitra.



Gambar 16 & 17 Penyerahan Bantuan Printer, Banner, dan Label Kemasan Kepada Mitra

KESIMPULAN

Pembuatan logo dan label kemasan produk, pelatihan *branding*, pengemasan, dan pemasaran produk telah berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana. Media sosial *Instagram* dan *Facebook* yang telah dibuatkan oleh tim pengabdian masyarakat dapat digunakan dengan baik oleh pemilik susu kedelai Juwara. Ilmu yang telah didapatkan di dalam pembuatan konten juga dapat dipahami dengan baik sehingga konten yang terdapat di media sosial *Instagram* dan *Facebook* menjadi lebih variatif. Pemberian bantuan berupa *banner* dan label cetak sebanyak 250 pcs telah dapat membantu mitra di dalam kegiatan promosi di lapak. Bantuan tersebut dapat menambah daya tarik pembeli sehingga para pembeli antusias untuk mengunjungi dan berbelanja di lapak susu kedelai Juwara. Kekonsistenan memasang label pada kemasan, menggunakan *banner*, dan melakukan kegiatan promosi pada media sosial telah dapat menambah omset penjualan mitra. Adapun media sosial yang telah berhasil dibuat oleh tim pengabdian masyarakat ITB Stikom Bali dan telah dapat digunakan oleh mitra yakni :

- *Facebook* : Sukariaji (Susu Kedelai Juwara)
- *Instagram* : @Susukedelaijuwara

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENT

Kami tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada mitra pengabdian karena telah bersedia kami bantu di dalam memberikan solusi terkait dengan



permasalahan yang dimiliki. Kami juga berterima kasih kepada ITB Stikom Bali yang telah mendukung dan membiayai kegiatan pengabdian masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana.

DAFTAR REFERENSI

- [1] M. E. Apriyanti, "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan," *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 1, p. 20, 2018.
- [2] E. Purnaningrum and M. Misnuah, "Pengembangan Pemasaran Oline dan Pengemasan Produk Berperan Terhadap Hasil Daya Jual," *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 2, pp. 29–34, 2018.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN