

## PENGEMBANGKAN INOVASI PENGEMASAN DAN PEMASARAN ROYAL CATERING PADA MASA PANDEMI COVID-19

Lilis Yuliati<sup>1)\*</sup>, Rania Destiana<sup>2)</sup>, Sunlip Wibosono<sup>3)</sup>, Riniati<sup>4)</sup>

<sup>1,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

<sup>2</sup> Fakultas Teknik, Universitas Jember

[lilisyuliati.feb@unej.ac.id](mailto:lilisyuliati.feb@unej.ac.id)<sup>1)\*</sup>, [181910301114@mail.unej.ac.id](mailto:181910301114@mail.unej.ac.id)<sup>2)</sup>, [195812061986031003@mail.unej.ac.id](mailto:195812061986031003@mail.unej.ac.id),  
[riniati.feb@unej.ac.id](mailto:riniati.feb@unej.ac.id)

### Abstract

*The Covid-19 pandemic has a negative impact not only on the health sector, but also has a major impact on the Indonesian economy. One of these negative impacts is felt by the micro, small and medium business sector, namely in the form of a decrease in sales turnover. The purpose of this service is to provide strategic solutions for the development of the catering business during the pandemic. The method of service is by making direct observations of the object of service and providing assistance in the production and marketing process of catering products in Summersari Village, Summersari District, Jember Regency, East Java Province. The results of the service show that the existence of the Back to Village Community Service at Jember University can provide positive value for catering business actors, namely in the form of product packaging innovations, catering product logos/brands and product marketing systems through social media that support business development and increase business income.*

**Keywords:** Covid-19, KKN Back to Village University of Jember

### Abstrak

*Pandemi Covid-19 memiliki dampak negatif tidak hanya sektor kesehatan saja, tetapi juga memberikan dampak besar bagi perekonomian Indonesia. Dampak negatif tersebut salah satunya dirasakan oleh sektor usaha mikro kecil menengah yaitu berupa penurunan omset penjualan. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi strategis bagi pengembangan usaha Catering pada masa pandemi. Metode pengabdian yaitu dengan melakukan observasi langsung terhadap objek pengabdian dan melakukan pendampingan dalam proses produksi dan pemasaran produk catering di Kelurahan Summersari, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa dengan adanya KKN Back to Village Universitas Jember dapat memberikan nilai positif bagi pelaku usaha catering yaitu berupa inovasi pengemasan produk, logo/merk produk catering dan sistem pemasaran produk melalui media sosial yang mendukung pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan usaha.*

**Kata kunci:** Covid-19, KKN Back to Village Universitas Jember

## 1. PENDAHULUAN

Guncangan pandemi Covid-19 merupakan sumber ketidakpastian global yang memiliki dampak ke berbagai sektor salah satunya pada sektor ekonomi, kesehatan dan rancangan kebijakan pemerintah [1], [2].

Coronavirus adalah sekelompok virus milik keluarga *Coronaviridae*, yang menginfeksi hewan dan manusia. Virus corona pada manusia dapat menyebabkan penyakit ringan yang mirip dengan flu biasa, sementara yang lain menyebabkan penyakit yang lebih parah

adalah *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) [3], [4]. Dengan demikian banyak negara yang terdampak pandemi memberlakukan kebijakan seperti di Indonesia memberlakukan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) darurat [5].

Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 yaitu menurunnya pendapatan masyarakat dan produktivitas usaha terutama industri kecil menengah [6] termasuk usaha catering, restoran dan lain sebagainya. Hal tersebut disebabkan adanya pemberlakuan PPKM yang mengharuskan masyarakat mengurangi kegiatan di luar ruangan. Dengan demikian perlu adanya perhatian khusus terhadap pelaku usaha untuk melindungi dari kerugian usaha yang semakin besar.

Berbagai perhatian khusus telah dilakukan oleh beberapa pihak baik pemerintah, swasta, akademisi, dan umum dalam mengatasi dampak negatif dari adanya guncangan pandemi. Salah satu program yang dilaksanakan oleh Universitas Jember sebagai bentuk kepeduliannya terhadap masyarakat yang terdampak Covid-19 adalah mencanangkan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema "*KKN Back to Village University of Jember*". KKN merupakan salah satu matakuliah yang wajib diprogramkan oleh mahasiswa yang telah memenuhi syarat. KKN bertujuan untuk memberikan pengalaman pengabdian dan pemberdayaan kepada masyarakat. Melalui KKN, mahasiswa mendapatkan pengalaman dalam bentuk keterlibatan peran di dalam masyarakat [7]. *KKN Back to Village* merupakan kuliah kerja nyata yang dirancang oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Jember di masa pandemi Covid-19. *KKN Back to Village* merupakan program KKN yang dilaksanakan oleh mahasiswa secara mandiri di kampung halaman masing-masing. Pada pelaksanaan *KKN Back to Village* penulis mengambil tema program pemberdayaan wirausaha masyarakat terdampak Covid-19 dengan maksud untuk membantu UMKM yang berada di Kelurahan Summersari, Kecamatan Summersari,

Kabupaten Jember dalam menghadapi dampak negatif pandemi.

Fenomena yang terjadi yaitu sebelum pandemi Covid-19, kondisi mitra yaitu catering milik Ibu Sujatmi menerima banyak pesanan seperti nasi bungkus, nasi tumpeng dan lain sebagainya. Akibat pandemi Covid-19 pesanan menurun secara drastis. Langganan catering milik Ibu Sujatmi hanya masyarakat di sekitarnya disebabkan kurangnya strategi pemasaran. Salah satu hambatan Catering milik Ibu Sujatmi kurang berkembang yaitu model pengemasan produk yang kurang menarik perhatian pelanggan karena masih menggunakan kertas minyak yang saat ini kurang diminati. Dengan demikian tujuan pengabdian ini yaitu mendapatkan solusi strategis untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha catering mitra dalam era pandemi guna meningkatkan pendapatan usaha dan keberlanjutan usaha.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat mengakibatkan kegiatan hajatan atau acara besar ditunda, sehingga menyebabkan pelaku usaha mengalami penurunan pesanan dan mengakibatkan pendapatan penjualan menurun. Salah satu UMKM di Kelurahan Summersari yang mengalami penurunan omset penjualan akibat pandemi Covid-19 yaitu catering milik Ibu Sujatmi. Sebelum pandemi Covid-19, catering milik Ibu Sujatmi menerima banyak pesanan seperti nasi bungkus, nasi tumpeng dan lain sebagainya. Akibat pandemi Covid-19 pesanan menurun secara drastis. Berikut adalah rumusan masalah yang dibahas pada pengabdian ini:

- a. Bagaimana meningkatkan daya saing produk royal catering di era pandemi saat ini?
- b. Bagaimana solusi strategis untuk meningkatkan omzet penjualan produk royal catering di era pandemi?

Berdasarkan identifikasi masalah pada objek pengabdian, maka dalam rangka kegiatan *KKN Back to Village* ini penulis mempunyai program kerja untuk mengajak

Ibu Sujatmi melakukan inovasi dan kreativitas pada usaha catering. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN *Back to Village* UNEJ 2021, penulis dan mahasiswa bimbingan ingin memberikan solusi berupa inovasi dan pendampingan kepada Ibu Sujatmi dalam pengemasan dan pemasaran catering. Salah satu poin penting dalam pengembangan produk yaitu melalui inovasi produk baik pengemasan maupun akses informasi berupa promosi [8], [9]. Hal ini bertujuan agar omzet catering milik Ibu Sujatmi dapat meningkat dengan demikian dapat meningkatkan pendapatan di masa Pandemi Covid-19 dan mampu menyerap tenaga kerja.

### 3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Program pendampingan mitra dalam hal pengemasan dan pemasaran usaha dilaksanakan di usaha catering milik Ibu Sujatmi yang berada di Jl. Panjaitan 107B Kelurahan Sumbersari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi berdasarkan pada hasil identifikasi masalah di masa pandemi Covid-19 dan sesuai dengan program kerja dari KKN *Back to Village* Universitas Jember 2020, yaitu program pemberdayaan wirausaha masyarakat terdampak Covid-19. Kegiatan ini dilaksanakan selama 30 hari di tempat catering milik Ibu Sujatmi dengan melakukan pendekatan pada minggu pertama sampai minggu keempat yaitu berupa kegiatan pelatihan dan pendampingan, serta penyampaian laporan berkaitan dengan perkembangan program selama KKN. Rincian metodologi pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Pada minggu pertama dilakukan pengenalan dan pendampingan produksi.
2. Pada minggu kedua ini penulis dilakukan pendesainan logo catering dan pendampingan serta melakukan inovasi pengemasan produk catering.
3. Pada minggu ketiga dilaksanakan kelas Pengenalan *Social Media Marketing* dan juga pendampingan dalam pembuatan akun Whatsapp Business.

4. Pada minggu keempat dilaksanakan kelas Penggunaan Instagram Business sebagai strategi Pemasaran yaitu meliputi pendampingan dalam pembuatan akun instagram bisnis, bagaimana cara memilih responden/khalayak sasaran, bahan dan alat yang digunakan, dan melihat pangsa pasar sehingga mendapatkan solusi dalam inovasi produk yang berdaya saing.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kegiatan KKN UNEJ *Back to Village* dimulai dengan survei bersama Kepala Kelurahan Sumbersari dan masyarakat Sumbersari guna mendapat info lebih mendalam tentang potensi – potensi yang ada di Kelurahan Sumbersari. Selain kegiatan survei, juga dilaksanakan sosialisasi tentang program kerja KKN yang meliputi program pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi sebagai salah satu upaya untuk bertahan dan berkembang dalam era pandemi.

Tabel Hasil Pengabdian

Hasil yang diperoleh sebelum KKN	Program Utama KKN	Hasil yang diperoleh sesudah KKN
Pengemasan yang masih kuno dan strategi pemasaran yang kurang.	Survei dan penyuluhan atau sosialisasi	Usaha catering Ibu Sujatmi telah memperbarui kemasan dan mengerti pemasaran dengan teknologi
Mitra menggunakan kemasan kertas minyak yang sudah jarang digunakan	Pelatihan pengemasan produk catering	Mitra mengemas produk menggunakan kotak putih, kotak plastik, dan kotak styrofoam.
Mitra hanya menerima pesanan melalui telpon atau order secara langsung	Pelatihan pemasaran usaha catering	Sasaran dapat menerima pesanan melalui Whatsapp Business dan Instagram Business

Hasil yang diperoleh dari kegiatan tersebut yaitu berupa persetujuan dari kepala kelurahan terkait pendampingan usaha secara berkelanjutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh selama pelaksanaan program kerja KKN sesuai dengan harapan, sehingga dapat mendukung kesejahteraan masyarakat.

Solusi strategis untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing produk yaitu adanya inovasi produk dan inovasi pemasaran. Tahapan pengabdian yang dilakukan untuk mencapai tujuan terutama bagi mitra catering Ibu Sujatmi adalah sebagai berikut:

### 1. Survei dan penyuluhan atau sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan survei dan penyuluhan tentang pengemasan dan pemasaran produk catering, yang mana kegiatan tersebut diikuti oleh mitra dan karyawan catering. Pada tahap ini juga melakukan pendampingan dalam pembuatan produk sebagai bagian dari pendampingan untuk memperoleh produk yang berkualitas dan berdaya saing sebagaimana Gambar 1.



**Gambar 1.** Pendampingan pembuatan produk

### 2. Pelatihan pengemasan produk catering

Sebelum adanya inovasi kemasan, produk catering hanya dikemas menggunakan kertas minyak. Saat ini produk catering telah dikemas dengan kemasan yang lebih menarik yaitu kotak putih, kotak plastik, dan kotak styrofoam dengan menyesuaikan kebutuhan pelanggan. Adanya inovasi dalam pengemasan produk akan membuat produk semakin diminati karena produk dapat ditata dengan rapi dan menarik untuk dipasarkan.



**Gambar 2.** Pendampingan pengemasan produk

Gambar 2 adalah kegiatan pendampingan kepada mitra dalam pengemasan produk. Inovasi pengemasan produk tidak hanya berfokus pada jenis atau merk wadah kemasan yang digunakan tetapi juga inovasi penyajian produk yang mampu menarik minat beli pelanggan. Pada Gambar 3 dan Gambar 4 menunjukkan inovasi pengemasan berupa adanya tambahan logo produk yang menjadi identitas produk yang diproduksi.



**Gambar 3** Logo catering



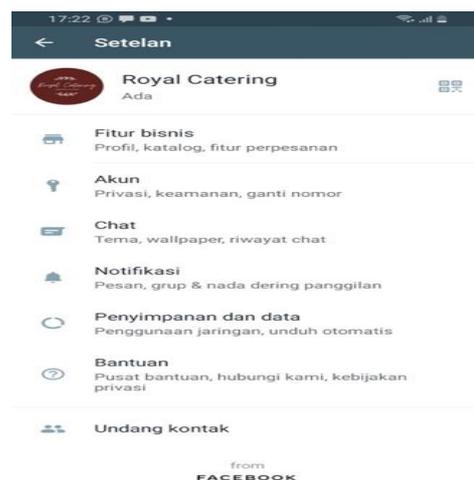
**Gambar 4** Hasil Produk dalam Kemasan yang Berlogo

### 3. Pelatihan pemasaran usaha catering

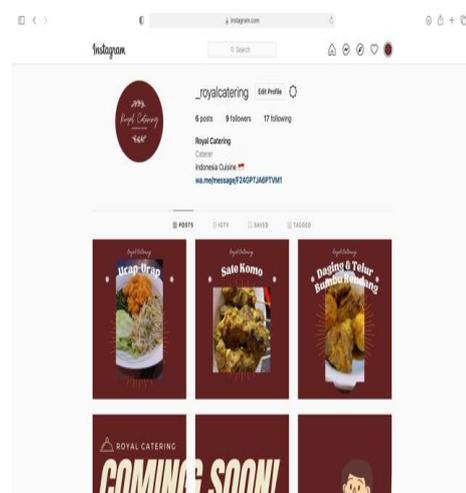
Tahap selanjutnya yaitu kegiatan pemasaran menggunakan sosial media yaitu Whatsapp Business dan Instagram Business. Sebelum menggunakan sosial media sebagai pemasaran, pembelian produk catering milik Ibu Sujatmi hanya dipesan via telepon biasa atau order secara langsung. Dengan adanya akun Whatsapp Business dan Instagram Business maka intensitas promosi dapat meningkat dan berdampak pada respon positif dari pelanggan lama maupun pelanggan baru karena saat ini masyarakat lebih sering menggunakan media sosial. Fitur dari Whatsapp Business dan Instagram Business sangat

membantu Ibu Sujatmi dalam pemasaran produk.

Gambar 5 dan Gambar 6 merupakan hasil dari pelatihan pemasaran usaha catering yaitu berupa media promosi produk. Adanya media promosi digital akan memudahkan usaha catering untuk menawarkan produk kepada calon konsumen dan sebagai media untuk melihat kondisi pasar. Informasi pasar yang diperoleh dari media sosial akan memberikan ide-ide kreatif dan juga evaluasi produksi sehingga mampu membaca pangsa pasar yang strategis.



**Gambar 5** Akun Whatsapp Business



**Gambar 6** Akun Instagram Produk Royal Catering

## 5. KESIMPULAN

Program KKN UNEJ *Back to Village* 2021 ini telah memberikan dampak yang baik bagi kehidupan Ibu Sujatmi selaku mitra kegiatan pengabdian. Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan terdapat tiga poin penting dalam meningkatkan daya saing produk catering yaitu melakukan sosialisasi kepada mitra, pelatihan pengemasan produk dan pelatihan pemasaran produk. Dari seluruh hasil kegiatan pengabdian yang dilaksanakan selama periode KKN berlangsung dapat diketahui bahwa target atau harapan yang diinginkan tercapai dengan baik. Program KKN ini mampu meningkatkan pendapatan usaha mitra beserta karyawannya selama masa pandemi. Selain itu juga akan ada pengembangan usaha berkelanjutan yang juga didukung dengan evaluasi usaha dan aktif dalam inovasi produksi.

## 6. REFERENSI

- [1] P. Benigno, P. Canofari, G. D. I. Bartolomeo, and M. Messori, "Uncertainty and the Pandemic Shocks," *Publ. Comm. Econ. Monet. Aff. Policy Dep. Econ. Sci. Qual. Life Policies, Eur. Parliam.*, no. November, 2020.
- [2] M. Ahmad *et al.*, "Economic Uncertainty Before and During the COVID-19 Pandemic," *NBER Work. Pap. No.27418*, no. June, 2020, [Online]. Available: [http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-08102007-211215/publico/Hiperterrorismo\\_e\\_midia\\_na\\_comunicacao\\_politica.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-08102007-211215/publico/Hiperterrorismo_e_midia_na_comunicacao_politica.pdf).
- [3] World Health Organization, "Coronavirus Disease ( Covid-19 ) Outbreak: Rights , Roles and Responsibilities of Health Workers , Including Key Considerations for Occupational Safety," *World Heal. Organ.*, pp. 1–3, 2019, [Online]. Available: [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who-rights-roles-respon-hw-covid-19.pdf?sfvrsn=bcabd401\\_0](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who-rights-roles-respon-hw-covid-19.pdf?sfvrsn=bcabd401_0).
- [4] H. Amir, S. Sudarman, A. Asfar, and A. S. Batara, "Covid19 Pandemic: Management and Global Response," *J. Kesehat. Lingkung.*, vol. 12, no. 1si, p. 121, 2020, doi: 10.20473/jkl.v12i1si.2020.121-128.
- [5] Mulyadi Mohammad, "Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Untuk Mengendalikan Laju Pandemi Covid 19," *Bid. Kesejaht. Sos. Info Singkat, Kaji. Singk. Terhadap Isu Aktual Dan Strateg.*, vol. 13, no. 16/II/Puslit, pp. 1–16, 2021.
- [6] F. P. Aryanti, L. S. Barus, M. Audina, Melisa, and M. I. P. Nasution, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Hasil Pendapatan Masyarakat Nelayan di Desa Percut Dusun XV1," *Aptekmas J. Pengabdi. pada Masy.*, vol. 4, no. 4, pp. 8–14, 2021.
- [7] Y. Safitri, N. Harahap, W. I. Nabilla, K. Purqon, and W. Kustiawan, "Wujud Kepedulian KKN-DR Kelompok 7 UINSU Terhadap Wabah COVID-19 di Desa Semencirim Kutalimbaru," *Aptekmas J. Pengabdi. pada Masy.*, vol. 4, no. 3, pp. 73–78, 2021.
- [8] L. Yuliati and S. Komariyah, "Peningkatan Derivate Product Pepaya di Desa Mayangan Kecamatan Gumukmas," *Loyal. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. II, pp. 8–25, 2019.
- [9] S. Komariyah, L. Yuliati, and R. Riniati, "Pemanfaatan Bio-Economy dari Glycine Max dan Digital Marketing bagi Pengrajin Tempe," *Abdimas J. Pengabdi. Masy. Univ. Merdeka Malang*, vol. 6, no. 3, pp. 372–383, 2021, doi: 10.26905/abdimas.v6i3.5197.