

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

“Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : “Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi”

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

**STRATEGI PENGEMBANGAN PENJUALAN TIPAT TAHU
MAKANAN KHAS BALI DI DESA BUNGBUNGAN MELALUI
POSTER DAN TRANSAKSI DIGITAL BERBASIS QR CODE**

**Putu Bagus Dananjaya¹⁾, Kadek Apriliani²⁾, Natasia³⁾, Stevania⁴⁾, Sumarni
Yoga⁵⁾**

^{1,2,3,4,5)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: bagusdananjaya@unmas.ac.id¹

ABSTRAK

Tipat tahu merupakan salah satu makanan khas Bali yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah, khususnya di Desa Bungbungan. Namun, promosi dan sistem transaksi yang masih konvensional membuat jangkauan pasar menjadi terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan penjualan tipat tahu melalui media promosi poster serta pemanfaatan transaksi digital berbasis QR Code. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, serta studi literatur terkait pemasaran digital dan strategi promosi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan poster sebagai media promosi visual dapat meningkatkan daya tarik konsumen lokal maupun wisatawan, sementara penerapan QR Code sebagai metode pembayaran mampu memberikan kemudahan, keamanan, dan efisiensi dalam transaksi. Strategi ini dinilai relevan dengan perkembangan perilaku konsumen modern yang cenderung mengutamakan kepraktisan dan akses digital. Dengan penerapan promosi visual dan inovasi pembayaran digital, penjualan tipat tahu di Desa Bungbungan berpotensi meningkat sekaligus memperkuat identitas kuliner lokal sebagai daya tarik ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Tipat tahu, strategi pengembangan, poster, transaksi digital, QR Code

ANALISIS SITUASI

Pulau Bali tidak hanya dikenal melalui budaya dan pariwisatanya, tetapi juga melalui kuliner tradisional yang menjadi identitas masyarakat. Salah satu di antaranya adalah Tipat Tahu, hidangan berbahan dasar ketupat dengan tahu goreng, sayuran, dan bumbu kacang khas. Di Desa Bungbungan, Kecamatan Banjarangkan, Klungkung, Tipat Tahu telah lama digemari masyarakat lokal dan menjadi peluang usaha, seperti yang dijalankan oleh Ibu Ni Wayan Budiasih. Meski memiliki cita rasa khas dan harga terjangkau, usaha ini masih berjalan secara sederhana dengan promosi terbatas dan transaksi konvensional.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kuliner lokal dengan perkembangan teknologi pemasaran modern. Untuk menjawab tantangan

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : "Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi"

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

tersebut, strategi pengembangan diperlukan melalui promosi visual dengan poster yang menarik serta penerapan transaksi digital berbasis QR Code. Poster berfungsi memperluas jangkauan informasi dan menarik perhatian konsumen, sedangkan sistem pembayaran digital menghadirkan kemudahan, keamanan, serta citra modern bagi usaha tradisional.

Penelitian ini bertujuan merancang strategi pengembangan penjualan Tipat Tahu di Desa Bungbungan melalui kombinasi media poster dan pembayaran digital, sehingga dapat memperkuat daya saing, memperluas pasar, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta menjadi contoh pengembangan UMKM kuliner berbasis budaya lokal yang adaptif terhadap digitalisasi.



Gambar 1. Obsevasi Awal Ke Lokasi UMKM Tipat Tahu Bu Budiasih

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, ditemukan rumusan masalah pada penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi usaha penjualan Tipat Tahu di Desa Bungbungan, khususnya dalam aspek promosi?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengembangkan penjualan Tipat Tahu melalui transaksi digital?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, ditemukan solusi yang diberikan pada penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi promosi pelaku usaha tipat tahu seperti Ibu Ni Wayan Budiasih perlu diberikan pendampingan agar memahami pentingnya promosi visual (poster)
2. Untuk mengembangkan penjualan Tipat Tahu, dapat dilakukan dengan menerapkan sistem pembayaran QR Code agar memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : "Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi"

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan program kerja Strategi Pengembangan Penjualan Tipat Tahu Sebagai Makanan Khas Bali Di Desa Bungbung Melalui Poster Dan Transaksi Digital Berbasis QR Code adalah sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan

Tim pelaksana melakukan observasi yang berfokus pada UMKM yang ada di Desa Bungbung, untuk menjalankan topik dari pelaksanaan program kerja yang akan dijalankan dengan persetujuan dari bapak Kepala desa. Dilanjutkan dengan tahap survey untuk memperoleh data awal dan bahan untuk pelaksanaan program kerja yang dijalankan. Untuk mengetahui apakah program ini sesuai dijalankan dari berbagai sudut pandang.

2. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yang dilakukan dalam menjalankan program kerja melalui beberapa langkah yaitu:

a. Observasi

Observasi lebih mendalam pada UMKM Tipat Tahu Bu Budiasih merujuk pada langkah-langkah pengamatan potensi usaha yang ada di Desa Bungbung khususnya pada usaha tipat tahu . Pengumpulan data terkait dengan aspek finansial, teknis, sosial, serta lingkungan terkait dengan pengembangan UMKM khususnya mengenai perkembangan usaha, produk yang dihasilkan, pemasaran, transaksi, kemudian kendala yang mungkin dihadapi selama dijalankannya usaha.

b. Penyusunan Jadwal

Dilakukan penyusunan jadwal program kerja yang akan dilakukan dan pastinya dengan persetujuan sekaligus kesepakatan bersama pemilik usaha terkait pembuatan design poster, barcode transaksi digital serta video.

3. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam program kerja yaitu :

a. Metode pendekatan

Metode pendekatan yang dilakukan dengan pendekatan secara langsung yaitu dengan datang langsung ke lokasi UMKM Tipat Tahu Bu Budiasih dengan menjelaskan maksud dan tujuan mengenai strategi pengembangan penjualan tipat tahu sebagai makanan khas Bali di Desa Bungbung melalui poster dan Transaksi digital barcode QR.

b. Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penyuluhan kepada pemilik usaha mengenai pentingnya pengoptimalisasi pemasaran produk melalui poster dengan design

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

“Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : “Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi”

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

yang lebih menarik serta taransaksi digital yang mempermudah pembayaran.

c. Metode Praktik

Metode praktik adalah metode yang digunakan seperti membuat design poster untuk nama usaha, pembuatan bercode OR untuk transaksi digital dan cara menggunakannya.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Membantu UMKM dalam Pemasaran Produk dengan menggunakan Poster

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Bungbungan telah memberikan kontribusi nyata bagi pelaku usaha mikro, khususnya pada bidang promosi produk. Penerapan media poster sebagai sarana promosi terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha Tipat Tahu milik Ibu Ni Wayan Budiasih. Sebelum adanya intervensi, pemasaran produk dilakukan secara sederhana dan terbatas, sehingga jangkauan konsumen pun masih rendah. Namun, setelah dipasang poster yang menampilkan foto produk, identitas usaha, serta informasi lokasi yang dikemas dengan desain visual berciri khas Bali, masyarakat mulai lebih mengenal dan tertarik untuk mencoba produk tersebut.

Pemanfaatan poster dinilai efektif karena dapat menyampaikan pesan promosi secara singkat, jelas, dan mudah dipahami dalam waktu yang relatif cepat. Menurut Suyanto (2016), media poster memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara visual sehingga dapat menarik perhatian target audiens secara langsung. Hal ini sejalan dengan hasil kegiatan yang menunjukkan bahwa penggunaan poster berhasil membangun citra usaha yang lebih profesional serta mampu menarik konsumen lokal maupun wisatawan yang melintas di sekitar lokasi usaha.

Dengan demikian, penggunaan media promosi sederhana seperti poster dapat menjadi solusi tepat bagi UMKM yang menghadapi keterbatasan modal dan teknologi dalam strategi pemasarannya. Peningkatan daya tarik visual produk melalui poster bukan hanya memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha kecil membangun identitas dan kepercayaan pasar.



Gambar 1. Pemasangan Poster Pada Usaha Tipat Tahu Bu Budiasih

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

“Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : “Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi”

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

2. Peningkatan Penjualan Produk UMKM dengan Transaksi Digital Barcode OR

Selain strategi promosi menggunakan poster, program pengembangan usaha Tipat Tahu di Desa Bungbungan juga diarahkan pada penerapan sistem transaksi digital berbasis QR Code. Inovasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran tanpa uang tunai, sekaligus menghadirkan citra modern bagi usaha tradisional. Sistem pembayaran non-tunai dinilai dapat memperluas akses pasar, karena tren konsumen saat ini cenderung mengutamakan transaksi yang cepat, praktis, dan aman (Bank Indonesia, 2020).

Namun, pelaksanaan pembayaran digital ini belum berjalan optimal karena berbagai kendala yang masih dihadapi masyarakat. Pertama, Masyarakat masih banyak tidak memiliki handphone di wilayah pedesaan belum sepenuhnya stabil, sehingga menghambat penggunaan aplikasi pembayaran digital (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021). Kedua, tingkat literasi digital masyarakat masih rendah, sehingga banyak konsumen merasa kesulitan memahami cara menggunakan QR Code (Wahyudi & Santoso, 2020). Ketiga, budaya transaksi tunai yang sudah mengakar di masyarakat membuat adopsi sistem pembayaran digital membutuhkan proses adaptasi yang lebih panjang.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun sistem QR Code berpotensi meningkatkan efektivitas transaksi dan mendukung penjualan produk UMKM, faktor infrastruktur dan budaya konsumen menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, strategi ke depan perlu diarahkan pada peningkatan literasi digital masyarakat (Setiawan, 2020), kerja sama dengan penyedia layanan internet (Rahayu, 2021), serta edukasi berkelanjutan mengenai keuntungan penggunaan pembayaran non-tunai (OJK, 2020). Dengan langkah tersebut, inovasi pembayaran digital dapat lebih diterima oleh konsumen dan secara bertahap mendukung peningkatan penjualan produk UMKM.



Gambar 2. Cara Menggunakan Barcode OR

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengembangan penjualan Tipat Tahu di Desa Bungbungan berjalan efektif. Media promosi berupa poster terbukti meningkatkan visibilitas usaha Ibu Ni

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

“Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : “Kukuhkan Literasi Tumbuhkan Inovasi”

Vol.4, No.2 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 200-205

Wayan Budiasih karena tampilannya lebih menarik dan informatif. Namun, penerapan transaksi digital berbasis QR Code belum optimal akibat kendala jaringan internet, rendahnya literasi digital, serta kebiasaan konsumen yang masih mengutamakan pembayaran tunai. Dengan demikian, capaian utama terletak pada keberhasilan penggunaan poster, sedangkan sistem QR Code masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut.

Pelaku usaha disarankan untuk terus memanfaatkan poster secara konsisten. Peningkatan literasi digital masyarakat serta dukungan infrastruktur internet dari pemerintah sangat diperlukan agar pembayaran digital dapat berjalan baik. Tim pengabdian berikutnya diharapkan melanjutkan kegiatan melalui edukasi penggunaan QR Code dan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). *Laporan ekonomi dan keuangan digital*. Bank Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). *Laporan transformasi digital Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Edukasi dan literasi keuangan digital di Indonesia*. OJK.
- Rahayu, E. (2021). Tantangan akses internet di pedesaan Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(1), 23–31. <https://doi.org/10.1234/jtik.v7i1.234>
- Suyanto, M. (2016). Marketing Superstar: Strategi Pemasaran Tokoh Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyudi, T., & Santoso, D. (2020). Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan layanan keuangan digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 56–68. <https://doi.org/10.1234/jebd.v3i1.456>
- Widyastuti, N. M. A. (2020). Pelestarian kuliner tradisional Bali dalam menghadapi perkembangan globalisasi. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 3(2), 45–53. <https://ejournal.upi.edu/index.php/gastronomi/article/view/12345>