



PEMBERDAYAAN UMKM KUE TRADISIONAL DI DESA TAMAN BALI

Agus Darma Yoga Pratama, I Gusti Ayu Agung Dian Susanthi, Ni Made Rai Juniariani
Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia
agusdarmayoga85@yahoo.com, gungdian03@gmail.com, rajuniari@gmail.com

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat di Desa Taman Bali Kabupaten Bangli ini melibatkan kelompok UMKM yaitu Warung Dedari yang lokasinya dekat dengan tempat wisata Air Terjun Dedari. Kelompok UMKM ini menyediakan kuliner khas Bali. Beberapa fokus masalah yang dirasakan oleh mitra, yaitu kebutuhan dalam hal promosi berupa konten audiovisual, perlunya pengetahuan dan kemampuan bahasa Inggris dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen khususnya turis asing yang datang ke Warung Dedari, perlunya menu dalam bentuk QR code dan hardcopy dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, dan perlunya pembayaran digital yaitu Qris. Metode pelaksanaan program ini adalah dengan melaksanakan pendampingan dan pelatihan Bahasa Inggris kepada para pegawai. Ada 4 (empat) program yang diajukan yaitu, pertama berupa program pendampingan pembuatan konten audiovisual berupa pengambilan video, editing, dan pengisi suara sebagai media iklan. Kedua, pelatihan dan pendampingan penggunaan bahasa Inggris dalam memberikan pelayanan prima kepada turis asing yang datang. Ketiga, pembuatan QR code dan hardcopy untuk tampilan daftar menu dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Keempat, pembuatan alat pembayaran digital yaitu Qris. Tim PKM juga memberikan bantuan dekorasi untuk mempercantik tampilan Warung Dedari, sehingga terlihat lebih menarik dan rapi. Luaran yang dicapai yaitu mitra dapat memproduksi iklan promosi berupa konten audiovisual secara mandiri, dapat memberikan pelayanan prima, serta dapat memperbarui tampilan menu QR code yang telah dibuat apabila terdapat penambahan maupun pengurangan daftar menu yang disediakan.

Kata Kunci: *Audiovisual; Pelayanan Prima; QR Code; Menu*

Abstract

The community service program in Taman Bali Village, Bangli Regency, involves a group of MSMEs, namely Warung Dedari, which is located near to the Dedari Waterfall tourist spot. This MSME group provides Balinese culinary specialties. Some of the problems faced by partners, such as promotion in the form of audiovisual content, knowledge and English language skills in providing excellent service to consumers, especially foreign tourists who come to Warung Dedari, menus in the form of QR codes and hardcopies in Indonesian and English, and the need for digital payments, namely Qris. The implementation method of this program is by conducting mentoring and training in the English language for the employees. There are 4 (four) proposed programs, first in the form of an audiovisual content creation assistance program in the form of video shooting, editing, and voice acting as advertising media. Second, training and assistance in the use of English in providing excellent service to foreign tourists who come. Third, making QR codes and hardcopies for the display of menu lists in Indonesian and English. Fourth, making a digital payment tool, Qris. The community service program team also provided decoration assistance to enhance the appearance of

Warung Dedari, so that it looks more attractive and neater. The outputs achieved are that partners can produce promotional advertisements in the form of audiovisual content independently, can provide excellent service, and can update the QR code menu display that has been made if there are additions or subtractions to the menu list provided.

Keywords: *Audiovisual, Customer Service, QR Code, Menu*

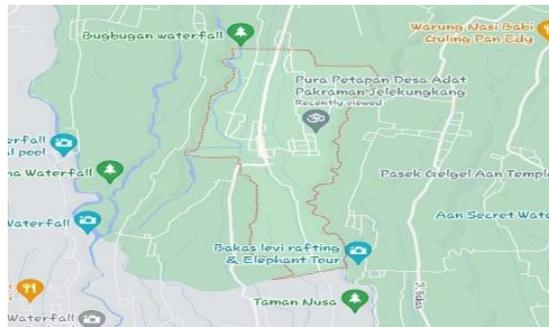
I. PENDAHULUAN

Desa Taman Bali yang terletak di Kabupaten Bangli memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk menghasilkan produk berupa barang ataupun jasa di tengah bangkitnya perekonomian masyarakat Bali. Hal ini dapat membantu meningkatkan perekonomian mereka yang berkecimpung dalam usaha desa, seperti: kerajinan tangan, arak, toko oleh-oleh, dan makanan khas Bali. Menjamurnya kelompok UMKM yang digeluti oleh masyarakat di Desa Taman Bali disebabkan oleh adanya wisatawan domestik dan internasional yang berkunjung pada objek wisata Air Terjun Dedari. Air Terjun Dedari ini terletak di pinggir Tukad Melangit, Desa Taman Bali dengan suasana sejuk yang dapat memanjakan mata setiap pengunjungnya. Selama ini kelompok UMKM ini hanya fokus kepada wisatawan domestik, sedangkan wisatawan internasional yang berkunjung sudah ramai berkunjung tetapi belum dapat memberi pelayanan yang memadai. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pelayanan pengunjung dengan bahasa Inggris dan belum tersedianya menu pada kelompok UMKM tersebut. Ramainya kunjungan ke tempat wisata ini menyebabkan masyarakat yang bergerak seperti kelompok UMKM di desa ini dapat meningkatkan target penjualan usaha yang mereka jadikan mata pencaharian tersebut.

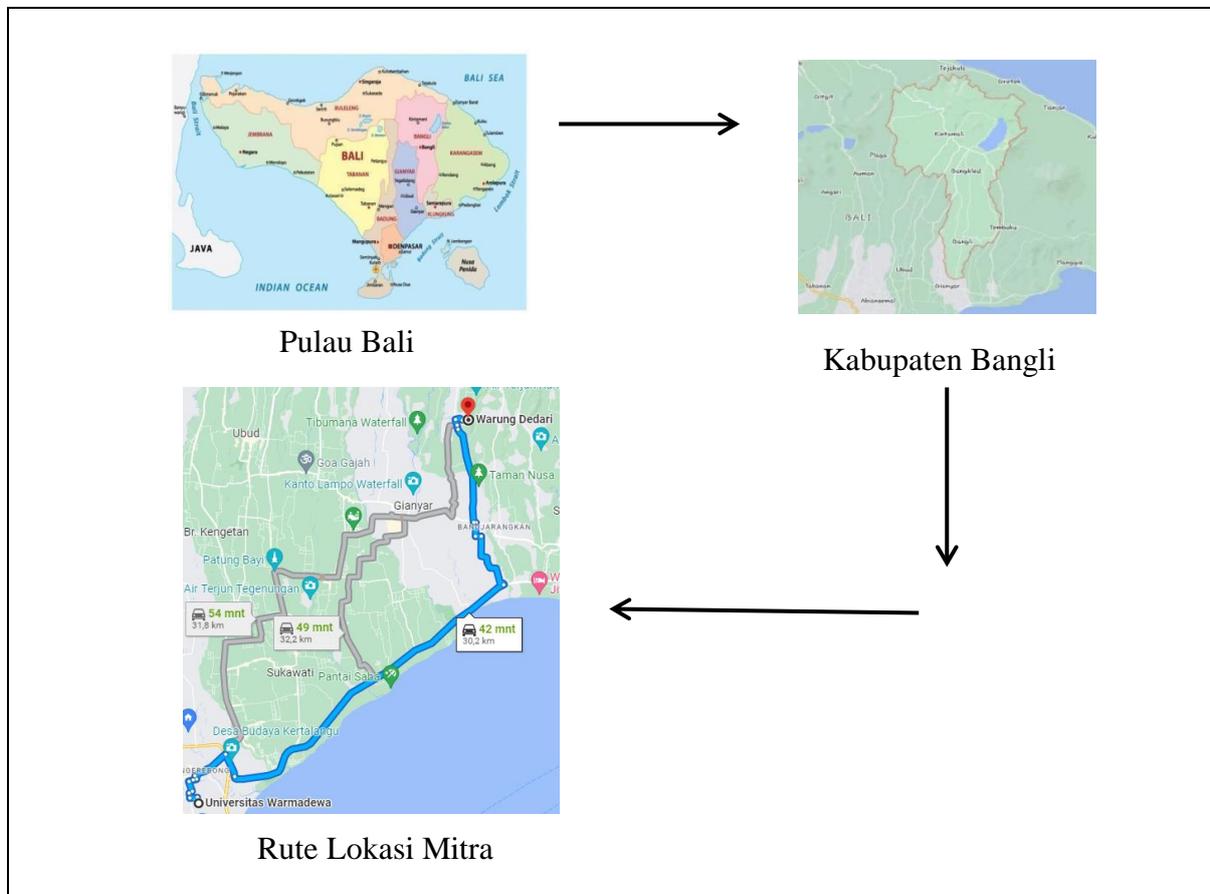
Menjamurnya UMKM kuliner saat ini membuat Warung Dedari banyak diminati masyarakat dan wisatawan yang mencari wisata kuliner yang unik. Salah satunya di Warung Dedari yaitu sebagai kelompok UMKM yang menjual makanan dan jajanan khas Bali juga dekat dengan objek wisata yaitu air terjun yang menjadi pilihan satu-satunya untuk para wisatawan. Makanan khas Bali ini memiliki daya tarik di masyarakat dan turis yang datang di tengah variasi UMKM kuliner yang ada. Namun, di tengah kelebihannya tersebut, dapat diperhatikan bahwa masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh Warung Dedari sehingga membuat pemasaran yang masih kurang maksimal. Selain itu, meningkatnya jumlah turis asing yang datang membuat karyawan toko dan pemilik usaha ini kewalahan dalam berkomunikasi dan seringkali terjadi kesalahpahaman antar penjual dan pembeli.

Ini menjadi suatu masalah yang harus dipecahkan dan menjadi kesempatan emas yang tidak boleh dilewatkan. Hal ini tentunya menjadi sebuah masalah yang harus segera diselesaikan dan kesempatan ini tidak boleh dilewatkan begitu saja karena bangkitnya perekonomian dimulai dari kelompok UMKM. Berdasarkan hal di atas, maka diputuskan untuk melakukan program kemitraan masyarakat di Desa Taman Bali, Kabupaten Bangli sebagai salah satu bentuk kepedulian dan kontribusi lembaga terhadap perekonomian masyarakat. Permasalahan yang disampaikan oleh pihak mitra tentunya berdasarkan hasil analisis di lapangan, baik yang berupa permasalahan di bidang pemasaran serta masalah penguasaan bahasa Inggris karena banyaknya wisatawan mancanegara yang datang berkunjung selama beberapa pekan terakhir. Berdasarkan Peraturan Bupati Bangli Nomor 30 Tahun 2020 yang menyatakan batas wilayah Desa Taman Bali yang terletak di Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli sebagai berikut: sebelah utara Kelurahan Bebalang Kabupaten Bangli, sebelah selatan Desa Sidan Kelurahan Gianyar, sebelah timur Desa Nyalian Kabupaten Klungkung, sebelah barat Desa Bunutin Kabupaten Bangli. Berikut adalah peta desa. Hal ini tentunya menjadi sebuah masalah yang harus segera diselesaikan dan kesempatan ini tidak boleh dilewatkan begitu saja karena bangkitnya perekonomian dimulai dari kelompok UMKM (Pratama, 2022). Berdasarkan hal di atas, maka diputuskan untuk melakukan program kemitraan masyarakat di

Desa Taman Bali, Kabupaten Bangli sebagai salah satu bentuk kepedulian dan kontribusi lembaga terhadap perekonomian masyarakat. Permasalahan yang disampaikan oleh pihak mitra tentunya berdasarkan hasil analisis di lapangan, baik yang berupa permasalahan di bidang pemasaran serta masalah penguasaan bahasa Inggris karena banyaknya wisatawan mancanegara yang datang berkunjung selama beberapa pekan terakhir. Berdasarkan Peraturan Bupati Bangli Nomor 30 Tahun 2020 yang menyatakan batas wilayah Desa Taman Bali yang terletak di Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli sebagai berikut: sebelah utara Kelurahan Bebalang Kabupaten Bangli, sebelah selatan Desa Sidan Kelurahan Gianyar, sebelah timur Desa Nyalian Kabupaten Klungkung, sebelah barat Desa Bunutin Kabupaten Bangli.



Gambar 1. Peta Desa Taman Bali Kabupaten Bangli.



Gambar 2. Skema Peta Lokasi Penelitian

Pada dasarnya promosi dengan menggunakan media beserta teknik tertentu merupakan cara untuk meningkatkan daya tarik bagi pelanggan. Berdasarkan data yang diperoleh dari

penelitian terjemahan makanan Bali, ini adalah salah satu upaya untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Dalam hal ini, promosi mengacu pada penggunaan media periklanan. Iklan adalah bentuk informasi tentang produk dan jasa dari produsen ke konsumen. Periklanan sebagai proses komunikasi lanjutan menggiring masyarakat pada informasi terpenting yang benar-benar perlu diketahui (Jefkins, 1997). Periklanan merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan produsen kepada masyarakat sebagai konsumen potensial. Iklan, memberikan informasi yang diharapkan oleh khalayak. Menurut Kasali (1995), periklanan terdiri dari empat komponen, yaitu: 1) Aspek perilaku, yaitu tindakan yang diharapkan dari calon pembeli, 2) Sikap yang diharapkan, berkaitan dengan sikap atau karakteristik produk, 3) Persepsi, dalam pengembangan produk produk baru di pasar untuk menarik calon pembeli, 4) Positioning, membidik konsumen. Dalam program kemitraan masyarakat, mitra utama tim UMKM dalam penelitian ini adalah Warung Dedari. Berikut adalah ulasan profil pemilik dan usaha dari Warung Dedari:

Nama Usaha : Warung Dedari
Pemilik : I Wayan Sujana
Tahun Berdiri : 2019
Jumlah Tenaga Kerja : 2 (tenaga kerja tetap) & 3 (tenaga kerja paruh waktu)
1. Jenis Produksi : Jaja Laklak
2. Jenis Produksi : Nasi Babi *Complete*
3. Jenis Produksi : Sate Babi
Pemasaran : Lokal dan Internasional



Gambar 3. Jaja Laklak



Gambar 4. Nasi Babi *Complete*



Gambar 5. Sate Babi

Penggunaan iklan sebagai media promosi barang dan jasa telah diaplikasikan oleh staf Warung Dedari pada *instagram* @warung_dedari. Warung Dedari merupakan kelompok usaha yang menjual makanan dan minuman seperti, jaja laklak, nasi babi complete, dan sate babi. Keberadaan Warung Dedari dapat melengkapi daya tarik wisatawan yang ingin mengunjungi air terjun Dedari. Meskipun konsep dan produk makanan Warung Dedari menarik karena masih berusaha mempertahankan suasana tradisional Bali, namun masih terdapat kendala terkait strategi pemasaran penggunaan produk dan jasa konsumen. Strategi yang dilakukan Warung Dedari cenderung murni visual yaitu shot menu, minuman dan menu konsumen. Foto hanya diunggah ke jejaring sosial Instagram Warung Dedari. Pemasaran melalui unsur visual ini dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut namun belum optimal sehingga perlu

dilakukan proses pembuatan iklan yang berupa audiovisual untuk dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana situasi, kondisi, makanan, serta minuman yang ditawarkan. Sarana audiovisual ini tidak akan maksimal apabila tidak ditunjang audio yang berupa suara, musik, serta teknik editing dengan aplikasi yang sesuai dengan perkembangan jaman.

Unsur audiovisual ini merujuk pada video maupun foto untuk pemasaran makanan, minuman, serta suasana Warung Dedari. Pembuatan video hingga proses editing ini diharapkan dapat dilakukan langsung oleh staf Warung Dedari sehingga memberi kesan orisinalitas dan kekhasan dari Warung Dedari sekaligus mengembangkan kreativitas staf tersebut. Konten yang dapat dibuat dalam bentuk video berupa: penggambaran suasana tradisional di Warung Dedari, proses penyajian makanan dan minuman yang ditawarkan, pelayanan staf terhadap konsumen di Warung Dedari, serta ulasan langsung dari konsumen terhadap produk makanan dan pelayanan yang diberikan di Warung Dedari. Konten video ini selanjutnya dapat diunggah di media sosial *instagram* sehingga diharapkan semakin banyak konsumen yang tertarik ke Warung Dedari. Sementara, konten yang dapat dibuat dalam bentuk foto misalnya daftar menu makanan sekaligus suasana konsumen yang sedang menikmati waktunya di Warung Dedari. Penggunaan media sosial ini juga merupakan bentuk digital branding produk kuliner yang dilakukan melalui akun instragram (Arifin, 2022).

Ada beberapa penelitian dan PKM yang relevan dengan kajian ini. Pertama, Azmi dkk, (2021) yang mengkaji melakukan pelatihan optimalisasi smartphone untuk UMKM sebagai media promosi di Masa Pandemi. Kedua, Pemanfaatan instagram dan media online untuk peningkatan penjualan produk UMKM Mas Lembu (Adli dkk, 2022). Ketiga, Pendampingan english for tourism dan digital marketing bagi kelompok sadar wisata desa pandansari kabupaten brebes dalam meningkatkan wisatawan di masa pandemi covid-19 (Nurdiawati dkk, 2022). Keempat, Optimalisasi penggunaan Bahasa iklan interaksi dalam pembuatan iklan online produk unggulan di Kelurahan Semarang Kaja (Pratama dkk, 2021).

Untuk mewujudkan terlaksananya program kemitraan ini, maka tim dosen program studi sastra Inggris Universitas Warmadewa melakukan penelitian langsung ke Warung Dedari. Setelah tiba di Warung Dedari, tim dosen melihat secara langsung kelompok UMKM Warung Dedari mengolah produk mereka, khususnya pada proses pembuatan sate babi dan laklak yang masih menggunakan cara tradisional. Selanjutnya melakukan kegiatan wawancara untuk mengetahui bagaimana kondisi dan permasalahan mitra hingga berakhir pada kesepakatan kerjasama dengan mitra.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dirumuskan permasalahan utama bagi UMKM Warung Dedari yang terletak di Desa Taman Bali Kabupaten Bangli, yaitu:

- a) Kurangnya perhatian dari para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk berbasis audiovisual.
- b) Kurang optimalnya penggunaan bahasa Inggris dalam membuat iklan dan pelayanan bagi wisatawan mancanegara yang datang.
- c) Tidak tersedianya alat pembayaran digital yaitu *Qris* yang dapat mempermudah pembayaran bagi pembeli.

II. METODE PENELITIAN

Berdasarkan fokus masalah dan observasi di lapangan lapangan serta wawancara staf, pendekatan implementasi yang digunakan untuk meremediasi permasalahan yang dihadapi oleh tim UMKM antara lain:

1. Dukungan pembuatan media iklan berupa konten video kreatif yang dipublikasikan di jejaring sosial Instagram. Pembuatan video promosi ini didukung oleh staf yang menyiapkan sejumlah persyaratan untuk membantu proses pembuatan video promosi. Dukungan tersebut dimaksudkan agar peserta memahami cara membuat iklan audiovisual dalam hubungannya dengan penggunaan media sosial.

2. Menyelenggarakan pelatihan bahasa Inggris yang terdiri dari 4 (empat) keterampilan berbicara, menulis, mendengar dan membaca terkait dengan menyapa pelanggan dan menangani keluhan pelanggan, serta menyediakan buku saku sebagai media pembelajaran bahasa Inggris.
3. Melaksanakan kegiatan untuk mendukung penerjemahan menu makanan dan minuman berupa menu QR code dan buku kertas. Adanya dukungan ini untuk membantu staff dalam memberikan informasi produk kepada Warung Dedari.
4. Pemberian bantuan berupa alat pembayaran Qris dilakukan dengan bantuan langsung melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan Qris tersebut.
5. Memberikan dukungan yang dapat membantu pelayanan dan estetika ruang penjualan. Dukungan ini berupa meja, ingkasan dan dekorasi sehingga dukungan ini juga dapat membuat pembeli terlihat baik terhadap layanan yang diberikan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya mempromosikan produk di jejaring sosial, yang tentunya akan meningkatkan market share maupun relasi, misalnya dengan merencanakan pemasangan iklan melalui akun Jejaring sosial khususnya Instagram memiliki jumlah pelanggan yang banyak. Hal ini secara tidak langsung akan membuka kemungkinan pengakuan publik yang lebih luas. Semakin dikenal, semakin besar kemungkinan memperoleh penghasilan daripada hanya menunggu pelanggan tiba di lokasi usaha di Bangli. Selain itu, tim UMKM juga dapat menambah pengetahuan tentang penggunaan komputer dan aplikasi editing.
2. Menu kertas dan digital tersedia dalam dua bahasa, Indonesia dan Inggris, sehingga memudahkan pelanggan dalam dan luar negeri untuk menemukan deskripsi hidangan, harga dan gambaran hidangan yang akan dipesan dari mitra UMKM. Untuk mengurangi keluhan. Dukungan ini juga memudahkan pembeli untuk memilih menu dimana saja karena sudah digital sehingga lebih hemat.
3. Dilaksanakannya pelatihan bahasa Inggris untuk pelayanan pelanggan bagi para pekerja di UMKM mitra sehingga dapat memudahkan dalam melayani wisatawan mancanegara, sehingga melalui hal ini pendapatan yang dihasilkan juga semakin meningkat karena sudah dapat memberikan pelayanan dalam bahasa Inggris dengan baik. Pemberian pelatihan bahasa Inggris juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan yang prima bagi pelanggan asing yang berkunjung (Lihat Rahayu dkk, 2022; Salain dkk, 2022).
4. Adanya metode pembayaran menggunakan *Qris* dapat memudahkan pembayaran para pelanggan yang datang ke UMKM mitra.

3.2 Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan

Kontribusi UMKM dalam kegiatan PKM adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM memberikan kesempatan kepada tim PKM untuk bertatap muka untuk melakukan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data dan memperoleh informasi terkait permasalahan yang dihadapi, serta melakukan sosialisasi agar tim PKM dapat lebih mudah memberikan pendampingan ditengah kesibukkan di kedua belah pihak. UMKM sangat komunikatif dan juga mulai sadar melakukan update promosi dengan membuat konten audiovisual sebagai sarana periklanan untuk menarik perhatian konsumen.
2. Mitra inti siap untuk menyediakan lokasi pelatihan bahasa Inggris reguler untuk pelatihan kelancaran berbahasa Inggris. Tim UMKM dengan senang hati memberikan

penjelasan mengenai menu yang mereka punya untuk membantu membuat menu digital sehingga lebih mudah bagi tim PKM Unwar untuk membantu memberikan deskripsi menu dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia.

1.3 Faktor Penghambat

Adapun beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan PKM Unwar 2023 sebagai berikut:

1. Beberapa mengalami kendala dengan waktu karena harus menyesuaikan dengan tim PKM dan UMKM yang memiliki tugas dan kesibukan masing-masing. Terkadang karena adanya pelanggan yang datang juga membuat tim PKM dan mitra untuk mengatur waktu antara pagi atau sore disaat tidak ramai pelanggan yang datang sehingga tidak mengganggu aktivitas berjualan kelompok UMKM mitra. Proses kegiatan dapat terlaksana dengan adanya kehadiran dua belah pihak.
2. Keterbatasan akan SDM yang dimiliki oleh pelaku UMKM, sehingga hal ini membatasi ruang gerak untuk menerima pesanan dalam jumlah yang banyak dan memerlukan waktu yang lebih lama.
3. Keterbatasan dalam menggunakan aplikasi editing untuk membuat video promosi kelompok UMKM.
4. Keterbatasan tim pada kelompok UMKM dalam wawasan bahasa Inggris khususnya dalam pelayanan pelanggan wisatawan mancanegara.
5. Tidak tersedianya metode pembayaran digital seperti *Qris* yang dapat memudahkan pembeli di era digital saat ini.
6. Kurangnya fasilitas dan peralatan yang memadai seperti dekorasi warung, peralatan makan, sehingga dalam hal ini kelompok UMKM hanya memberikan pelayanan seadanya.

1.4 Faktor Pendukung

Selain factor penghambat tentu pada pelaksanaan kegiatan PKM in memiliki factor pendukung yang menjadi factor utama dalam terlaksananya kegiatan ini: Adapun faktor pendukungnya adalah sebagai berikut:

1. Mitra menyetujui untuk mengikuti kegiatan PKM karena adanya kesadaran yang muncul untuk membuat video promosi yang berbentuk audiovisual. Peran besar dan keseriusan dari mitra dalam hal pembuatan iklan serta kegiatan pelatihan bahasa Inggris. Selain itu dengan adanya semangat dan ide yang diberikan seperti bantuan properti saat pembuatan konten audiovisual dan menyediakan tempat untuk melaksanakan pelatihan Bahasa Inggris.
2. Pihak mitra yang memiliki keinginan untuk menerima pelatihan bahasa Inggris terkait servis dan metode pembayaran sehingga mempermudah untuk melayani pelanggan serta mengakses QR menu.
3. Mitra juga bersedia untuk dibantu dalam pembuatan menu dengan menggunakan deskripsi dan menggunakan QR Code yang memiliki terjemahan menu dalam dua bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.
4. Pihak mitra juga bersedia untuk mendapatkan bantuan media pembayaran digital yaitu *Qris*.
5. Kelompok UMKM juga menerima sangat baik saran dan bantuan yang diberikan untuk menunjang penampilan dan pelayanan bagi pembeli seperti, dekorasi, piring, dan ingka.

1.5 Tindak Lanjut

Setelah melihat factor yang menghambat terlaksananya kegiatan tersebut tentu perlu adanya tindak lanjut. Berikut beberapa tindak lanjut yang dibutuhkan:

1. Kelompok UMKM sudah diberikan pendampingan dalam menggunakan alat editing untuk membuat video promosi. Hal ini dikarenakan untuk kedepannya kelompok UMKM perlu mempertahankan video promosi mitra untuk menjadi lebih baik.
2. Kelompok UMKM telah diberikan buku pelayanan mengenai greeting dan handling complaint sehingga karyawan yang bekerja disana dapat mempelajari materi dalam buku tersebut setiap hari. Tentunya melalui hal ini kemampuan karyawan disana dalam bahasa Inggris semakin meningkat dan mampu memberikan pelayanan kepada pembeli internasional semakin baik.
3. Adanya bantuan menu yang sudah dibuatkan dalam bentuk digital dan hardcopy yang mampu mempermudah pembeli untuk memesan makanan. Kedepannya diharapkan kelompok UMKM dapat terus memperbaharui menu mereka dengan pengetahuan editing yang sudah diberikan pada saat pendampingan.
4. Kelompok UMKM sudah diberikan media pembayaran berupa *Qris*. Melalui bantuan ini kelompok UMKM kedepannya dapat lebih dipermudah proses pembayarannya di era digital ini.
5. Bantuan berupa dekorasi dan peralatan makan yang diberikan oleh tim PKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan penjualan kelompok UMKM, sehingga diharapkan kelompok UMKM kedepannya dapat mempertahankan dan meningkatkan dekorasi dan bentuk bantuan seperti piring dan ingka.

III. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

PKM Unwar 2023 yang menargetkan kelompok UMKM dalam bidang kuliner yang berlokasi di dekat wisata air terjun Bangkiang Djaran, Taman Bali, Kabupaten Bangli. Salah satunya di Warung Dedari yaitu sebagai kelompok UMKM yang menjual makanan dan jajanan khas Bali. Makanan khas Bali ini memiliki daya tarik di masyarakat dan turis yang datang di tengah variasi UMKM kuliner yang ada. Kelompok UMKM ini telah mendapatkan pendampingan pembuatan konten audiovisual sebagai media promosi, pendampingan melayani pembeli atau wisatawan asing yang berkunjung dengan bahasa Inggris, pembuatan menu dengan QR code yang sudah berisi dua bahasa (bahasa Indonesia dan bahasa Inggris), serta pembuatan alat pembayaran digital yaitu *Qris*. Tujuan dalam pelaksanaan pkm ini diharapkan dapat merealisasikan kebutuhan mitra dalam bidang usaha kuliner dan menjadi kelompok UMKM yang berstandar internasional maupun nasional sehingga dapat berdampak pada penghasilan mitra.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk kelompok UMKM kuliner yang harus ditindaklanjuti dalam rangka memperkenalkan usaha kuliner berstandar internasional secara berkesinambungan adalah menjadikan media sosial sebagai sarana dalam memperkenalkan produk kelompok UMKM yang efektif untuk terus mencari target pembeli dan mengembangkan pangsa pasar. Produksi audiovisual tentunya harus disertai keterampilan dalam pengambilan gambar dan editing, kelompok UMKM harus terus mengasah kemampuan bahasa Inggris yang berhubungan dengan melayani pembeli dan memahami keluhan pembeli sebagai evaluasi, saran yang paling dianjurkan untuk mencari sumber pembelajaran diluar buku saku yang diberikan oleh tim PKM Unwar.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, M. H., Irwansyah, Halisa, N. N., Dewi, M. S., & Histanto, M. A. D. (2022). Penerapan Manajemen Usaha dan Digital Branding Produk Kuliner Kelompok Paguyuban Wub di Kelurahan Karang Mekar Banjarmasin. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

- Azmi, M., Sonatha, Y., & Nurhayati. (2021). elatihan Optimalisasi Smartphone untuk UMKM sebagai Media Promosi di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, Vol.3(2).
- Jefkins, F. 1996. *Periklanan Edisi III*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. 1995. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Grafiti
- Adli, Karmila, L., & Sa'adah, R. (2021). Pemanfaatan Instragram dan Media Online untuk Peningkatan Penjualan Produk UMKM Mas Lembu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar*.
- Nurdiawati, D., Syauqi, A., & Pramudyawardhani, S. R. (2022). Pendampingan English for Tourism dan Digital Marketing bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Pandansari Kabupaten Brebes dalam Meningkatkan Wisatawan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas PHB*, Vol.5(4).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 1998. Nomor 32. Tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- Peraturan Bupati Bangli. 2020. Nomor 30. Tentang Penetapan dan Penegasan Batas Wilayah Desa/ Kelurahan Banjar Jelekungkang.
- Pratama, A. D. Y., Susanthi, I. G. A. A. D., & Mariyatni, N. P. S. (2021). Optimalisasi Penggunaan Bahasa Iklan Interaktif dalam Pembuatan Iklan Online Produk Unggulan di Kelurahan Semarapura Kaja. *Linguistic Community Service Journal*, Vol.2(1).
- Pratama, A. D. Y. (2022). Pemberdayaan UMKM Usaha Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Cempaga Kabupaten Bangli. *Linguistic Community Service Journal*, Vol.3(2).
- Rahayu, E., Oemiati, S., & Asmarani, R. (2022). Maksimalisasi Pelayanan Prima Melalui Pelatihan Bahasa Asing Praktis Bagi Serikat Pekerja Pariwisata Borobudur di Desa Kajoran Magelang. *Jurnal Abdimas Galuh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.4(2).
- Salain, P. P. P., & Kinanti, N. K. P. (2022). Pelatihan Bahasa sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Kerja Karyawan di Masa Pandemi Covid-19 di PT Ayunan Bulan International. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Semena)*.
- Status Univ. Warmadewa Visi-Misi Tujuan dan Sarana 2020