

**Sa PELATIHAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA KEPADA USAHA KECIL MENENGAH ROTI DI KECAMATAN KEMILING, KOTA BANDAR LAMPUNG, PROVINSI LAMPUNG****Oleh****Lukmanul Hakim¹, Ochi Marshella Febriani², Ruki Rizal Nur Fikri³, Isnandar Agus⁴**¹Program Studi Magister Manajemen, IIB Darmajaya, Bandar Lampung^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, IIB Darmajaya, Bandar Lampung⁴Program Studi Teknik Informatika, IIB Darmajaya, Bandar LampungE-mail: ¹lukmanulhakim@darmajaya.ac.id, ²ochimarshella@darmajaya.ac.id,³rukirizal@darmajaya.ac.id, ⁴isnandaragus@darmajaya.ac.id**Article History:**

Received: 05-11-2022

Revised: 14-12-2022

Accepted: 24-12-2022

Keywords:UMKM Roti, Merek, Sosial
Media

Abstract: *UMKM Roti merupakan salah satu UMKM di Kecamatan kemiling yang terdampak pandemic covid 19, sehingga mengalami penurunan omset penjualan produknya. Terlebih, UMKM Roti ini tidak memiliki merek, kemasan dan varian roti, sedangkan penjualannya dilakukan disekitar perumahan di kecamatan kemiling, sehingga produk dari UMKM ini tidak dikenal oleh masyarakat luas, melihat hal tersebut tim PKM IIB Darmajaya melaksanakan penyuluhan pada UMKM Roti ini untuk memberikan pelatihan tentang pendaftaran merek, pelatihan desain grafis merek, bantuan pengolahan roti, juga pelatihan promosi di sosial media. Hasi dari pengabdian ini, mitra memiliki kemampuan yang baik untuk meningkatkan rasa roti, melakukan pendaftaran merek ke Pemerintah, memiliki logo UMKM serta memiliki kemampuan dalam melakukan promosi di sosial media.*

PENDAHULUAN

Praktek Pengabdian Masyarakat (PkM) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu wujud dari Tridharma perguruan tinggi [1]. Namun, saat ini PkM dilakukan berdampingan dengan penyebaran Covid-19. Pelaksanaan PkM periode Ganjil 2020/2021 dilaksanakan secara mandiri oleh dosen dan mahasiswa dengan tetap menerapkan prosedur dan protokol kesehatan yang ketat. Hal ini juga bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 [2]. Adapun tema PkM pada periode ini adalah tentang penyuluhan pemanfaatan sosial media untuk UMKM yang terdampak pada pandemic Covid-19 yang dilaksanakan di Desa Sumberjo, Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung. Pada PkM ini tim pengabdian melakukan penyuluhan tentang bagaimana meningkatkan penjualan di masa pandemic Covid-19, dengan memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk yang dijual [3].

Metode yang dilakukan terhadap PkM ini adalah dengan datang ke berbagai UMKM disekitar kecamatan kemiling untuk memberikan pelatihan pemanfaatan sosial media untuk melakukan promosi produk [4]. Selain itu tim PkM juga melakukan bantuan pengemasan



produk, bantuan membuat merek produk, juga mendampingi dalam mempromosikan produk di berbagai komunitas dan grup di sosial media. Adapun UMKM yang kami bantu adalah UMKM Roti yang belum memiliki merek dan kemasan modern di desa sumberjo. UMKM ini memiliki potensi produk yang sangat baik. Dengan berbagai varian rasa roti yang ditawarkan, UMKM ini hanya menjual rotinya di berbagai warung dan tetangga terdekat, kemudian saat masa pandemic Covid-19 terjadi penurunan omset penjualan, sehingga pemutar modal kembali menjadi saat kurang, sedangkan masa keawetan roti hanya 3 – 4 hari saja. Menanggapi masalah tersebut tim PkM program studi sistem informasi yang terdiri dari dosen dan mahasiswa untuk membantu UMKM Roti tersebut melakukan penyuluhan untuk membantu melakukan pemasaran secara *digital* melalui pemanfaatan sosial media juga berbagai forum di *internet*. Diharapkan dampak dari penelitian ini adalah, UMKM Roti di Kecamatan kemiling dapat meningkatkan omset penjualan serta dapat memiliki merek roti yang dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Adapun tujuan PKM ini adalah Mewujudkan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu bidang pengabdian masyarakat dengan mengedepankan kepada pencegahan dan penanggulangan COVID-19 yang dilakukan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, Membantu dosen dan mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dipelajari secara langsung sesuai dengan teori sehingga memberi manfaat bagi masyarakat, memberi pengalaman belajar mahasiswa dalam kehidupan masyarakat dan mendewasakan kepribadian dan memperluas wawasan dan membantu pemberdayaan masyarakat terdampak COVID-19 melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan manfaat dari PKM ini adalah Tumbuhnya dorongan potensi dan inovasi di kalangan anggota masyarakat setempat dalam upaya memenuhi kebutuhan lewat pemanfaatan ilmu dan teknologi, membantu masyarakat dalam meningkatkan pemasaran produknya, meningkatkan perekonomian masyarakat serta dapat membantu masyarakat menangani masalah ekonomi pada masa pandemic yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk berjualan, serta sebagai solusi untuk masyarakat dalam pemulihan perekonomian dimasa pandemi.

METODE

Untuk melaksanakan pengabdian kegiatan kami menyusun berbagai program kerja yang dilakukan di UMKM Roti kecamatan Kemiling. Yang pertama, kami menganalisa masalah dengan berfokus melakukan wawancara terhadap UMKM Roti, selanjutnya masalah tersebut kami koleksikan dan didata untuk didiskusikan solusi yang bisa diambil. Temuan masalah yang kami temui sebelum pengabdian yaitu, pada kurangnya inovasi varian rasa pada produk pada UMKM roti berupa seperti belum memiliki nama merek, belum memiliki kemasan yang baik, belum memanfaatkan sosial media, serta belum memiliki logo produk, sehingga UMKM Roti ini tidak dikenal oleh masyarakat luas, yang mengakibatkan pemasaran hanya dilakukan dirumah warga sekitar.

Tabel 1 Kegiatan Pengabdian

No	Nama Kegiatan	Durasi Pelatihan
1	Membantu proses produksi varian rasa	2 Jam
2	Pelatihan pengurusan merek	1 Jam
3	Pelatihan desain grafis logo merek	2 Jam
4	Pelatihan sosial media	1 Jam



Partisipasi mitra dalam hal ini yaitu UMK Roti Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung sebagai peserta pelatihan. Adanya kegiatan ini maka dapat terjalin kerjasama antara IIB Darmajaya dan Kecamatan Kemiling

HASIL

Membantu proses produksi

Pada tahap ini tim pengabdian membantu UMKM dari proses pengadonan roti yang di lakukan dengan cara pencampuran bahan-bahan ke dalam adonan roti. Dalam tahap ini tim pengabdian memberikan penyuluhan tentang variasi rasa roti yang bisa dimasukkan agar roti memiliki inovasi rasa yang lain. Selain itu, Tim Pengabdian juga memberikan saran dalam melakukan adonan roti agar roti lebih empuk. Selain itu tim pengabdian juga membantu dalam proses pengemasan roti agar terlihat lebih rapih dan menarik seperti kemasan perusahaan roti *bakery* pada umumnya.



Gambar 1. Pelatihan Produksi

Pelatihan Pengurusan Merek

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan pelatihan kepada UMKM Roti tentang melakukan penamaan merek dan pengurusan legalitas merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Republik Indonesia. Pelatihan berlangsung dengan memberikan tahapan bagaimana melakukan pengurusan merek secara daring, dengan menyiapkan persyaratan-persyaratan yang dibutuhkan, serta belajar mengenali tipe-tipe kelas merek yang bisa didaftarkan oleh UMKM Roti.

Pelatihan Desain Grafis Logo Merek

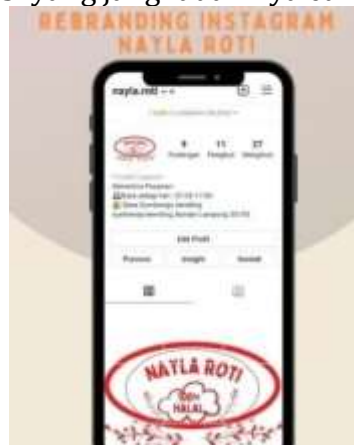
Untuk membuat platform penjualan secara Digital, maka pelaku UMKM perlu memiliki keterampilan. salah satu contoh keterampilan ini yaitu dengan memiliki logo sebagai identitas UMKM yang bisa di kenal di masyarakat, terutama pada usaha berbasis online UMKM harus memiliki keterampilan dan kreatif dalam mengelola usahanya. Ini dikarenakan semakin tingginya angka persaingan dalam menjalankan usaha. Salah satu program peningkatan kapabilitas UMKM yang sering dilaksanakan dalam rangka peningkatan kemampuan SDM adalah pengembangan keterampilan pengusaha UMKM Hal ini dapat dilaksanakan melalui pemasaran produk di media sosial. Strategi Digitalisasi UMKM maka bisa menjawab permasalahan penurunan penjualan UMKM akibat dampak dari pandemi Covid-19. Pembuatan logo ini bertujuan untuk memberi penjelasan tentang citra dari UMKM



dan produk agar dapat lebih dikenal dan dapat menjadi ciri khas dari sebuah produk. Logo sebuah produk pada UMKM adalah citra pertama yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen sehingga dikenal dengan sebutan branding atau corporate identity. Dengan memiliki logo, UMKM menempatkan dirinya secara berbeda dalam benak masyarakat dan konsumen.

Pelatihan Sosial Media

Dalam upaya menciptakan konten promosi di berbagai platform media sosial seperti Instagram. Media Sosial dianggap menjadi media yang sangat efektif untuk meningkatkan konversi penjualan. Bahkan dikatakan apapun produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen, media sosial adalah bagian utama dari setiap inisiatif pemasaran digital yang dapat dibuat salah satu cara ini yang di buat penulis untuk meningkatkan penjualan secara *online* di masa pandemiseperti sekarang ini dengan ada nya pembuatan akun instagram ini maka pemilik UMKM bisa berinteraksi dan melakukan penjualan secara *online* dan juga bisa menghemat biaya secara lebih efektif dan selain itu juga tujuan pembuatan instagram ini bertujuan sebagai wadah promosi yang jangkauan nya cukup luas.



Gambar 2. Promosi melalui Instagram

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan diketahui bahwa tim pengabdian telah Memberikan solusi yang konkrit kepada keterbatasan pengetahuan di bidang pemasaran dan memberikan keterampilan baru kepada sumber daya manusia untuk dapat beradaptasi dengan penggunaan teknologi dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM Roti. Selain itu dampak pengabdian ini adalah, Mitra berhasil meningkatkan keterampilannya dalam mempromosikan produk kekonsumen, serta mitra dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik ke konsumen melalui media sosial. UMKM juga memiliki pengetahuan tentang pendaftaran merek ke pemerintah, agar merek roti UMKM memiliki legalitas di mata hukum.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan diketahui bahwa pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat terdiri dari beberapa langkah kegiatan yang terdiri dari pelatihan merek, desain grafis, penambahan varian rasa dan pemanfaatan sosial media



untuk promosi

DAFTAR REFERENSI

- [1] E. Irawan, "Digitalisasi Madrasah di Era Revolusi Industri 4.0: Refleksi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kabupaten Ponorogo," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 10, no. 2, pp. 160–168, Sep. 2019, doi: 10.26877/E-DIMAS.V10I2.3229.
- [2] S. Sulaeman and S. Supriadi, "Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Desa Jelantik Dalam Menghadapi Pandemi Corona Virus Diseases–19 (Covid-19)," *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, vol. 1, no. 1, pp. 12–17, Apr. 2020, doi: 10.33394/JPU.V1I1.2548.
- [3] P. Lestari and M. Saifuddin, "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, vol. 3, no. 2, pp. 23–31, Aug. 2020, doi: 10.15642/MANOVA.V3I2.301.
- [4] R. S. Patricia and D. Elliyana, "PELATIHAN PROMOSI BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA UMKM BAWANG GORENG RIA JUNA," *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 01, pp. 33–36, Feb. 2019, doi: 10.30873/JPPM.V1I01.1495.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN