
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT BRANDING DAN PEMASARAN UNTUK UMKM HOME INDUSTRI KUE BASAH

Ni Luh Putu Sandrya Dewi¹, Luh Gede Kusuma Dewi², Ferdinand Raygel³

^{1,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

²Universitas Pendidikan Ganesha, Bali, 81116, Indonesia

*Email: sandryadewipt@unmas.ac.id

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi sarana yang tak tergantikan bagi umkm kue basah bu yayang. Penggunaan media sosial memiliki potensi besar untuk memperkenalkan produk, memperluas jangkauan pasar, serta menjalin interaksi lebih dekat dengan konsumen. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada mitra usaha ini adalah pelatihan dan pendampingan langsung saat mengoperasikan media sosial. UMKM bu yayang diberikan penjelasan mengenai tentang seberapa efektif dan efesiennya cara memasarkan produk menggunakan media sosial. Sehingga, Owner menjadi paham pentingnya memasarkan produk melalui media sosial. Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan dan dengan melihat perubahan positif yang terjadi sehingga kegiatan yang diprogramkan dan direncanakan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Kata Kunci: UMKM, Media social, Pemasaran

ANALISIS SITUASI

UMKM Home Industri Kue merupakan sektor usaha yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk kue berkualitas dengan cita rasa yang khas Namun, banyak UMKM Home Industri Kue yang menghadapi kendala dalam memasarkan produk. Pada kegiatan ini, kami mengobservasi keadaan yang terjadi di daerah Penarungan, UMKM Bu Yayang adalah sebuah home industri yang berfokus pada produksi dan penjualan kue basah. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2017 di Br. Dajan Peken, Blok B No. 3, Desa Penarungan. Sebagai UMKM, Bu Yayang menghadapi tantangan dalam memasarkan produk kue basah mereka dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial sebagai alat branding dan pemasaran sangat penting bagi UMKM seperti Bu Yayang. Media sosial dapat menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan merek, meningkatkan kesadaran, dan mencapai audiens yang lebih luas. Namun, perlu diakui bahwa penggunaan media sosial juga dapat menjadi kompleks dan menuntut pemahaman yang baik tentang strategi branding dan pemasaran yang efektif.

Penjualan merupakan sumber hidup bagi suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan

untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan (Dewi et al., 2022). Maka dari itu UMKM Bu Yayang perlu untuk menyusun strategi marketing melalui media sosial untuk peningkatan penjualan serta sebagai alat branding dan pemasaran, diperlukan kegiatan yang mencakup strategi yang tepat dan pelatihan yang diperlukan bagi UMKM Bu Yayang. Dengan menerapkan strategi yang baik dan memanfaatkan potensi media sosial dengan baik, diharapkan UMKM Bu Yayang dapat meningkatkan kehadiran merek, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan produk kue basah mereka.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah saya laksanakan, diperoleh bahwa pemilik usaha UMKM ini kurang menerapkan dengan baik mengenai strategi marketing untuk peningkatan penjualan melalui sosial media dan cara menggunakannya. Serta, mitra belum paham bagaimana cara melakukan branding produknya dan memperluas pangsa pasar.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi masalah tersebut maka diperlukan beberapa solusi yaitu:

1. Pemberian sosialisasi terkait penerapan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk pada UMKM Bu yayang
2. Penerapan dan Pelatihan mengenai tata cara dan memberikan arahan serta bimbingan terkait penggunaan media sosial yang baik dan benar agar dapat menarik minat konsumen
3. Membuat dan menerapkan media sosial untuk memasarkan produk.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian upaya peningkatan penjualan menggunakan media sosial di UMKM Bu yayang , yang berlokasi di Br. Dajan Peken, Blok B No. 3 Desa Penarungan. Metode yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial adalah pelatihan dan pendampingan langsung saat mengoperasikan media sosial. Pemahaman yang kurang mengenai penggunaan media sosial untuk memasarkan produk oleh UMKM Bu yayang selaku owner telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam pelatihan ini, Owner diberikan penjelasan mengenai seberapa efektif dan efesiennya cara memasarkan produk menggunakan media sosial. sehingga dari sana Owner menjadi paham pentingnya memasarkan produk melalui media sosial. Selanjutnya

Owner juga diberikan pemahaman tentang tata cara pemasaran menggunakan media sosial, dan juga akan dilakukan monitoring serta pengawasan setiap minggunya, sehingga dapat diketahui seberapa banyak produk yang terjual melalui media sosial. Sehingga diharapkan dengan pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan owner dalam memasarkan produknya. Adapun keberhasilan program kegiatan ini disajikan ke dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Ketercapaian Kegiatan

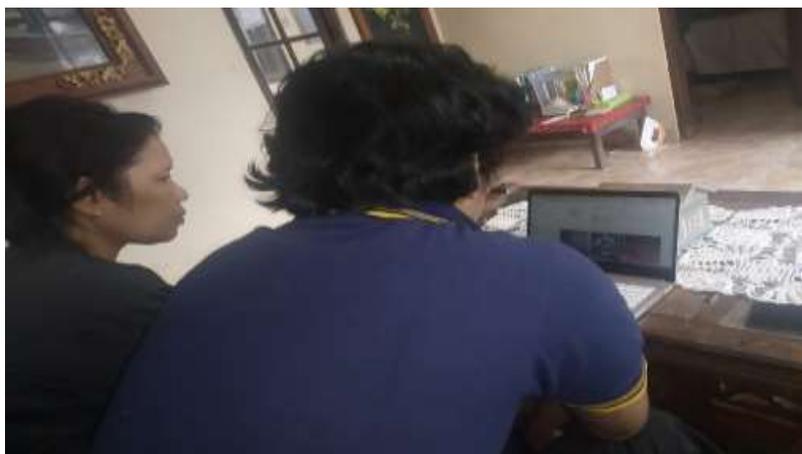
| No | Jenis Proker | Spesifikasi Kegiatan | Realisasi |
|----|--|---|-----------|
| 1. | Penggunaan media sosial sebagai alat branding dan pemasaran untuk UMKM Home Industri K Basah di UMKM Bu Yayang | 1. Pelatihan, pembuatan pemahaman mengenai media sosial | 100% |
| | | 2. Pelatihan mengenai tata cara memasarkan produk menggunakan media sosial. | 100% |
| | | 3. Memonitoring serta pengawasan penggunaan media sosial. | 100% |

Ada beberapa faktor pendukung yang membuat kegiatan pengabdian ini bisa terealisasi dengan sempurna. Owner yang terlibat dalam program ini menyambut dengan sangat ramah dan antusias sehingga sangat mudah untuk berdiskusi tentang apapun yang menjadi permasalahan selama melakukan program kerja tersebut. Dalam melakukan promosi pihak mitra sangat tertarik dengan program kerja yang ditawarkan dan akan melanjutkan cara promosi tersebut untuk meningkatkan pendapatan mitra. Pada saat pelaksana menjelaskan berbagai cara dalam meningkatkan pendapatan melalui promosi media sosial dan promosi dengan berinteraksi langsung. Pihak mitra juga sangat ramah dalam menyambut mahasiswa dalam melaksanakan program KKN ini. Selama kegiatan ini berlangsung pihak owner juga sangat banyak membantu melancarkan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.

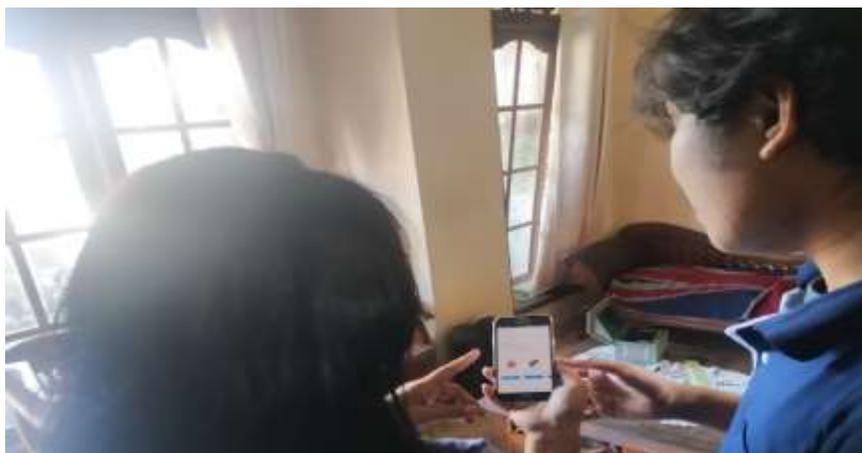
Beberapa dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



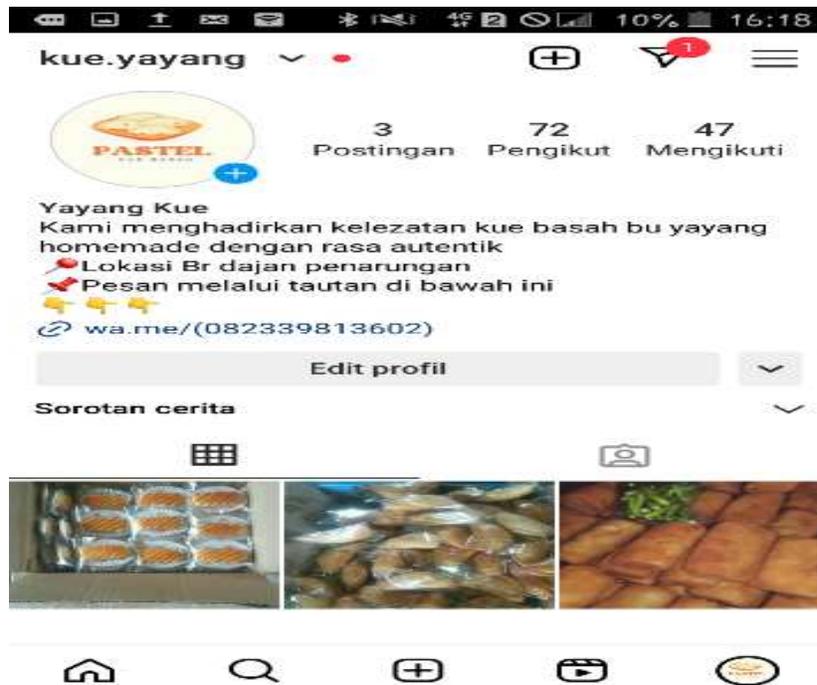
Gambar1. Kegiatan Pelatihan, Pembuatan Konten Kreatif untuk Pemasaran dan Pemahaman mengenai Pemanfaatan Media Sosial



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan mengenai tatacara memasarkan produk dan Branding produk dari mitra dan cara menggunakan media sosial.



Gambar 3. Memonitoring serta mengevaluasi program kegiatan yang terkait dengan penggunaan media sosial untuk tujuan pemasaran produk mitra



Gambar 4. Pembuatan Akun Instagram UMKM home industry Bu yayang dan memposting beberapa konten untuk dapat digunakan sebagai media pemasaran produk.

SIMPULAN DAN SARAN

Kemampuan mengenai penggunaan sosial media untuk meningkatkan pemasaran di UMKM Bu Yayang, telah berhasil ditingkatkan melalui kegiatan pelatihan pemahaman mengenai penggunaan media sosial. Adapun faktor- faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini, UMKM Bu yayang selaku owner yang mendukung kegiatan ini, antusiasme owner dalam mengikuti kegiatan ini, dan tersedia fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan pelatihan ini.

Kemampuan Mitra dalam menggunakan sosial media perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan target pemasaran yang diinginkan. Diharapkan program kerja yang sudah terlaksana mampu dilanjutkan dengan baik untuk membantu mengembangkan usaha ini. Untuk mendorong sistem kerja mitra pengabdian dalam hal pemasaran produk maka perlu adanya pelatihan dan pendampingan yang baik (Dewi & Lestari, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Arta, K. B. D. & Dewi, L. G. K. (2021). Membantu Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Masyarakat di Masa Pandemi Melalui Bisnis Online. Singaraja. PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 1 No 1
- Dewi, N. L. P. S., Dewi, L. G. K., & Dewi, C. I. W. C. (2022). Upaya Peningkatan

Penjualan Unit Saat Pandemi Covid 19 Pada PT Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ngurah Rai: AKSES*, 14(2085), 1–11.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47329/jurnalakses.v14i1.860>

Dewi, N. L. P. S., & Lestari, P. E. (2023). PELATIHAN LAPORAN PERSEDIAAN PADA DIVISI ADMIN BENGKEL DI DEALER HONDA PT . HD MOTOR 99 DENPASAR. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 190–194. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/6453/4912>
LPPM Unmas Denpasar. 2021. Buku Panduan Pengabdian pada Masyarakat. Denpasar:LPPM Unmas Denpasar.