

## PEMANFATAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI USAHA FRUIT IN BOTTLE

Anik Yuesti<sup>1,\*</sup>, Ni Kadek Ayu Aprilia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: [anikyuesti77@gmail.com](mailto:anikyuesti77@gmail.com)

### ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu atau Lembaga Pendidikan. Dilaksanakan secara individu, terintegrasi antar jurusan, terkoordinasi di tingkat Fakultas, diutamakan kegiatan non fisik di bidang Pendidikan. Kegiatan Pengabdian Masyarakat bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata lapangan dalam bidang membentuk sikap mandiri dan tanggung jawab dalam pelaksanaan pekerjaan di lapangan. UMKM fruit in bottle merupakan salah satu usaha yang berada di Panjer, Jalan Tukad Pancoran No. 4x, Dauh Puri Klod, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Usaha ini bergerak dalam bidang minuman juice buah. Banyaknya yang belum berkembang karena belum cukup mampu memanfaatkan teknologi digital untuk kemajuan bisnis atau usaha yang dimilikinya. Berdasarkan hasil wawancara strategi yang perlu disiapkan untuk meningkatkan kembali UMKM ini adalah: 1. mengedukasi mitra tentang pemahaman dalam melakukan promosi melalui media sosial dan membantu membuat akun media sosial seperti instagram. 2. Sosialisasi penggunaan digital marketing kerja sama penggunaan E-Wallet Dalam bertransaksi dan yang ke 3. Memberikan banner/papan pengenal kepada mitra usaha.

**Kata Kunci:** Promosi, Social Media, Papan Pengenal Usaha.

### ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu mata kuliah wajib di Universitas Mahasaraswati Denpasar yang bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan dan mengintegrasikan ilmu pengetahuan yang dikuasai untuk memecahkan permasalahan di masyarakat. Pengabdian masyarakat dilakukan secara konvensional, dimana mahasiswa bersentuhan langsung dengan masyarakat yang menjadi khalayak sarannya. Pengabdian Masyarakat dimana dalam pelaksanaannya. Kegiatan Pengabdian dilakukan secara mandiri/individu dan aktivitas yang dilakukan bisa dilakukan secara during/luring, dimana jumlah masyarakat sasaran terbatas dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Pelatihan digital marketing merupakan upaya yang efektif dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomi terutama bagi pelaku UMKM. Lokasi yang menjadi sasaran dalam program kerja ini adalah di jalan Tukad Pancoran, Kelurahan/Desa Panjer Lec. Denpasar Selatan, dimana di lingkungan ini memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak dalam program ini yang mejadi sarannya adalah masyarakat yang kurang pengetahuan tentang berpromosi atau memasarkan produk melalui media social.

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai

kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang ditujusehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggaman smartphone.

UMKM pada Fruit In Bottle merupakan suatu badan usaha yang bergerak pada bidang pariwisata yaitu pelayanan jasa jus dalam kemasan botol, Fruit In Bottle ini berdiri pada tahun 2015 dan sudah berjalan selama kurang lebih 8 tahun. Fruit In Bottle ini merupakan brand lokal yang sudah cukup terkenal di daerah denpasar dan sekitarnya karena memiliki outlet yang sangat strategis di beberapa lokasi di denpasar yaitu ada 6 outlet seperti di daerah jalan tukad pancoran panjer, jalan pulau komodo, jalan hayam wuruk, jalan ayani, jalan raya padang luwih dalung dan di jalan angka.

Fruit in Bottle ini sangat ramai digemari oleh masyarakat karena, tak hanya menyehatkan berbagai pilihan menu jus buah dan sayur yang dihadirkan oleh Fruit in Bottle, yang mengemas jus dalam bentuk botol cantik. Selain praktis juga mempermudah penggemar jus untuk membawa serta menyimpannya. Karena omzet penjualan yang sangat sedikit dan minimnya pengetahuan tentang social media Fruit In Bottle mempunyai kendala dalam memasarkan jus ini pada social media dan cara memberi pelayanan yang baik agar semakin dikenal banyak masyarakat luas mulai dri kalangan anak hingga dewasa.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka diperoleh bahwa perumusan masalah dalam UMKM ini yaitu :

1. Kurangnya Pengetahuan Pelaku Usaha Dalam Pemanfaatan Media Sosial
2. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha dalam pemanfaatan E-Wallet dalam Bertransaksi.
3. Tidak Adanya papan/banner pengenalan usaha yang dapat menarik masyarakat sekitar.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dari pemaparan masalah diatas, dapat dilihat permasalahan utama yang di alami mitra adalah kurangnya pengetahuan terhadap bagaimana cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Serta kurangnya minat untuk memanfaatkan

penggunaan E-Wallet . Dengan mengacu pada masalah tersebut maka solusi yang akan diberikan melalui program Kerja Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar adalah sebagai berikut:

1. Membantu mengedukasi mitra tentang pemahaman dalam melakukan promosi melalui media sosial dan membantu membuatkan akun media sosial seperti instagram
2. Sosialisai penggunaan digital marketing serta megedukasi tentang cara penggunaan E-wallet dalam bertransaksi
3. Memberikan Banner/papan pengenalan usaha agar dapat menarik perhatian penduduk sekitar

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam mencapai keberhasilan dan mengoptimalkan peluang UMKM ini dengan melakukan kegiatan seperti perencanaan, pengarahan, dan pelatihan. Adapun tahapan yang dilalui dalam menjalankan kegiatan menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Usaha Fruit in Bottle

No	Tahapan	Keterangan
1	Perencanaan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Melakukan observasi tempat dan menemukan masalah – masalah yang dialami di Fruit In Bottle</li><li>2. Merancang program kerja sesuai dengan masalah yang ada pada Fruit in Bottle</li></ol>
2	Pelatihan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mempersiapkan materi untuk memberikan pelatihan terhadap karyawan tentang tata cara pelayanan yang benar.</li><li>2. Pelatihan dan mendampingi karyawan cara memasarkan dengan media social</li><li>3. Membuatkan banner promosi</li></ol>
3	Evaluasi	Observasi kegiatan yang sudah terlaksana dan melihat perkembangan kemampuan karyawan agar tercapainya tujuan yg diharapkan

Berikut ini kegiatan yg sudah terlaksana di Fruit in Bottle

1. Tanggal 13-17 Juli 2023  
Memberikan pengarahan atau briefing tentang pentingnya kita menjaga higienitas pada produk yang di pasarkan yang baik dan benar.
2. Tanggal 24-30 Juli 2023  
Memberikan pelatihan salah satu karyawan tentang tata cara menggunakan dan memasarkan produk dengan media social dan memberikan cara untuk mendaftarkan produk ke jasa pesan antar makanan.
3. Tanggal 2-6 Agustus 2023

Mendampingi Karyawan dalam melakukan pemasaran lewat media social. Pendampingan dilakukan karena untuk melihat perkembangan karyawan sudah sejauh mana kemampuan dalam memasarkan produk di media social.

4. Tanggal 7-12 Agustus 2023

Melakukan Observasi sudah sejauh mana kemampuan karyawan setelah dilakukannya pelatihan dan pendampingan yang baik dan benar terhadap konsumen, begitu juga karyawan yang memasarkan produk lewat media social.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

### Ketercapaian Kegiatan



Memberikan pengarahan (*briefing*) kepada karyawan tentang cara pemahaman dalam melakukan promosi melalui media social dan membantu membuat akun media social seperti Instagram.



Mengarahkan penggunaan digital marketing kerja sama penggunaan E-Waller dalam bertransaksi seperti penggunaan qris.



Memeberi banner/papan kepada pelaku usaha.



Membuatkan banner promo untuk menarik peminat dari masyarakat.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di UMKM di Fruit In Bottle saya sebutkan, seperti dibawah ini:

Dari pelaksanaan mencari relasi kerja pada UMKM Fruit In Bottle, Membuatkan akun media sosial dan pemanfaatan media sosial di Denpasar ini sudah memadai dan baik. Dalam pelaksanaannya juga sudah sangat bagus karena dengan adanya relasi atau hubungan kerja. Sedangkan untuk pemanfaatan media sosial sudah digunakan sebaik mungkin untuk menarik minat pembeli agar bisa meningkatkan penjualan. Dari semua kegiatan dan telah mendapatkan hasilnya dapat saya simpulkan bahwa pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang saya lakukan di UMKM Fruit In Bottle yang berada di Denpasar berjalan dengan lancar.

Program pengabdian kepada masyarakat tersebut telah terealisasi 100% , besar harapan saya dengan adanya hasil dari kegiatan yang telah saya lakukan agar sosial media dapat dipergunakan dengan baik kepada pelaku UMKM Fruit in Bottle untuk memasarkan produk. Karena kita harus mampu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin berkembang seperti ini saat ini dan pemasukan UMKM menurun kita bisa memanfaatkan teknologi dan sosial media untuk mencari customer.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- ES, Dedi Purwana, Rahmi, dan Aditya Shandy. (2017) Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Vol.1 No.1 Juli 2017.
- Tiago, Maria Teresa Pinheiro Melo Borges dan Verissimo, Jose Manuel Cristovao. 2014. Digital Marketing and Social Media
- Baltas, G. 2003. Determinants of Store Brand Choice: A Behavioral Analysis. Journal of Product & Brand Management, 6(5): 315–324.  
<http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/tridharmadimas/article/view/494>
- Latah Diana Sholawati, Zafarayana Fatma Laila, Nor Anisa Kumaeroh, Irsyadi Syalima. (2020). Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm
- Li, H., dan Leckenby, J.D., 2004., Internet Advertising Formats and Effectiveness. Online Paper
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. 46 Jibeka., 46-53.
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil. Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia , 41-46.
- Steven, Hairong Li and Joo-Hyun Lee (2002), “Forced Exposure and Psychological Reactance: Antecedents and Consequences of the Perceived Intrusiveness of Pop-Up Ads,” in Marla R. Stafford and Ronald J. Faber (eds.), Advertising, Promotion, and New Media
- Unmas, (2020) Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Denpasar
- Unmas, (2022) Buku Panduan KKN Alternatif Peduli Pandemi Covid – 19 (KAPPC) FEB