



Membangun *Brand* dan Meningkatkan Penjualan UMKM Artie Tasty dengan Pelatihan *Digital Marketing*

Lioni Indrayani ¹⁾, Dewi Ulfah Arini ²⁾, Wisjnumurti Bambang Permadi ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang

dosen02626@unpam.ac.id

ABSTRAK: Mobilitas masyarakat menjadi terbatas sejak masuknya virus *Covid-19* di Indonesia. Kegiatan dalam dunia pendidikan dan perekonomian tidak lagi secara tatap muka tetapi menjadi luring. Keadaan ini membuat banyak usaha dan tempat hiburan tutup. Akibat langsungnya adalah PHK bagi para karyawan. Keadaan inilah yang memacu UMKM menjamur di masa pandemi. Hal ini memotivasi Tim Dosen dari Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unpam untuk memberikan pelatihan *digital marketing* pada UMKM Artie Tasty yang merupakan anggota dari UMKM Pamulang Estate di Tangerang Selatan, Banten. Artie Tasty menjual makanan ringan, produk utama yang dipasarkan adalah risoles, rogut dan donat kentang yang diproduksi sendiri. Pelatihan *digital marketing* dalam kegiatan pengabdian masyarakat dari Tim Dosen Prodi Akuntansi Universitas Pamulang ini, diharapkan dapat menjadi solusi bagi Artie Tasty dalam mengembangkan media sosialnya supaya lebih menarik dan *eye-catching* serta memancing konsumen untuk melakukan pembelian yang berkelanjutan.

Kata kunci : pelatihan, UMKM, *digital marketing*

ABSTRACT: *Since the entry of the Covid-19 virus in Indonesia people's mobility has been restricted. Activities in the world of education and the economy are no longer face-to-face but are changing online. This situation made many businesses and entertainment venues closed and the direct result was layoffs for employees. This situation has spurred Micro, Small and Medium Enterprises to proliferate during the pandemic. This situation made the Lecturer Team from the Accounting Study Program want to create a Community Service Activity by providing digital marketing training to Artie Tasty SMEs who are members of the Pamulang Estate SMEs. Artie Tasty is an MSME that sells snacks, the main products marketed are self-produced risoles, rogut and potato donuts. With this community service activity from the Lecturer Team of the Pamulang University Accounting Study Program, it is hoped that it can be a solution for Artie Tasty in developing his social media to make it more attractive and eye-catching and to lure consumers to make sustainable purchases.*

Keywords: *training, SME, digital marketing*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah memiliki karakteristik yang berbeda dengan usaha besar, dimana usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut (Rahman, 2016).

- a. Terdapat banyak sekali jumlah usaha mikro kecil menengah yang tersebar di berbagai wilayah mulai perkotaan hingga pedesaan.
- b. Bersifat padat karya sehingga memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan kesempatan kerja.
- c. Pada umumnya kegiatan usaha mikro kecil menengah di pedesaan berbasiskan kegiatan pertanian.

- d. Usaha mikro kecil menengah menggunakan teknologi yang lebih cocok terhadap proporsi dari faktor produksi dan kondisi lokal yang terdapat pada negara yang sedang berkembang.
- e. Biasanya usaha mikro kecil menengah tumbuh dengan pesat dan tahan terhadap krisis ekonomi. Hal ini dikarenakan usaha mikro kecil menengah merupakan usaha yang berbasis potensi lokal.
- f. Usaha mikro kecil menengah sebagian besar merupakan titik awal bagi masyarakat untuk mobilisasi bagi investasi di pedesaan.
- g. Sebagian besar modal usaha mikro kecil menengah berasal dari tabungan pribadi pemilik usaha.
- h. Sebagian besar barang produksi usaha mikro kecil menengah adalah barang konsumsi dan non konsumsi dengan harga yang relatif terjangkau.
- i. Terdapat banyak usaha mikro kecil menengah mampu meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi.
- j. Usaha mikro kecil menengah memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi terhadap para pesaingnya.

Mobilitas masyarakat mengalami pembatasan sejak masuknya virus Covid-19 di Indonesia. Kegiatan dalam dunia pendidikan dan perekonomian tidak lagi secara tatap muka tetapi berganti secara online. Keadaan ini membuat banyak usaha dan tempat hiburan tutup dan akibat langsungnya adalah pemutusan hubungan kerja bagi para karyawan. Dampak pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh dalam aktivitas usaha masyarakat sehingga pendapatannya menurun (Hadiwardoyo, 2020). Keadaan inilah yang memacu Usaha Mikro Kecil dan Menengah semakin menjamur di masa pandemi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan survei dan wawancara dengan Mitra Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berlokasi di Tangerang Selatan. Kegiatan ini dilakukan pada UMKM Artie Tasty yang merupakan anggota dari UMKM Pamulang Estate. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat menjadi ide bagi kegiatan selanjutnya dalam membangkitkan ekonomi masyarakat di masa pandemi. Tujuan dari penulisan ini adalah merumuskan kegiatan pelatihan *digital marketing* yang tepat guna dalam meningkatkan penjualan pada UMKM.

PERMASALAHAN

Mitra dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Artie Tasty. Artie Tasty adalah bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah Pamulang Estate, Tangerang Selatan. Produk dari Artie Tasty adalah kue basah, kue kering dan donat kentang. UMKM Pamulang Estate. UMKM ini setiap Sabtu dan Minggu mengadakan bazar menjual kue-kue dan lauk-pauk serta jajan pasar. Artie Tasty saat ini masih merupakan usaha yang dikelola oleh keluarga dari pemiliknya yaitu Ibu Roosyati.

Artie Tasty memulainya sejak tahun 2019 pada bulan Ramadhan. Produk yang dijual Artie Tasty adalah risoles, donat kentang dan kue basah lainnya. Di antara produk-produk tersebut yang paling digemari para pelanggan adalah Risoles dan donat kentang. Rumah produksi Artie Tasty berlokasi di Komplek Pamulang Estate, Pamulang Timur Tangerang Selatan. Keunikan dari produk Artie Tasty adalah risoles dan donat kentang buatan Ibu Roosyati. Isian risoles dari bahan berkualitas tinggi dan keju yang gurih. Bahan berkualitas premium sehingga hasilnya adalah hidangan makanan ringan yang menggugah selera.

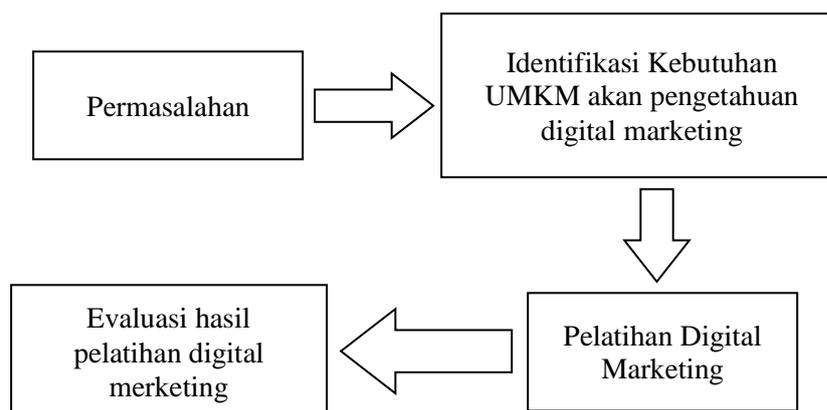
Setelah melakukan survey dan wawancara, maka berikut adalah hasil pengamatan dari Tim Dosen Pengabdian Masyarakat mengenai permasalahan yang ada pada UMKM Artie Tasty, yaitu sebagai berikut.

1. Pemilik UMKM Artie Tasty masih memerlukan pelatihan *digital marketing* terutama dalam membuat caption atau design video dalam memasarkan produknya
2. Pemilik Artie Tasty sudah memiliki media sosial tetapi belum maksimal dalam melakukan promosi mengenai produknya, maka harus dimotivasi lagi.

Kurangnya kemampuan dalam manajemen produksi, seharusnya untuk efisiensi produksi saat pemesanan sedang kurang, maka dapat dibuat sistem PO (*Pre Order*).

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan Digital Marketing dari Tim Dosen Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unpam kepada UMKM Artie Tasty dilaksanakan pada tanggal 3 November 2021. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Artie Tasty. Artie Tasty adalah bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah Pamulang Estate. Produk dari Artie Tasty adalah kue basah, kue kering dan donat kentang. Artie Tasty saat ini masih merupakan usaha yang dikelola oleh keluarga dari pemiliknya yaitu Ibu Roosyati. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Bagan Tahapan Kegiatan PKM

Gambar 1 merupakan tahapan kegiatan PKM yang dilakukan dan dijelaskan sebagai berikut.

1. Melakukan pertemuan dengan UMKM Pamulang Estate via Zoom, membahas rencana tim dosen prodi Sarjana Akuntansi untuk mengadakan kerjasama dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
2. Tahap kedua adalah persiapan pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
3. Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dalam membangun *brand* dan meningkatkan penjualan Artie Tasty.
4. Kegiatan pelatihan meliputi pemaparan pengetahuan atau materi tentang kewirausahaan, pengelolaan bisnis, pembuatan *caption* yang menarik pada Instagram, pembuatan tiktok serta diskusi mengenai sistem *Pre Order* untuk mengumpulkan pesanan/order dari pembeli.

5. Tahap keempat adalah pasca pelatihan meliputi bimbingan dan klinik usaha, *monitoring caption* kreasi UMKM di Instagram serta evaluasi hasil kreasi konten tiktok dan Youtube vlog dari UMKM Artie Tasty.

PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di UMKM Artie Tasty yang berlokasi di Pamulang Estate, Tangerang Selatan. Artie Tasty memulai usahanya pada bulan Ramadhan tahun 2019. Produk pertama yang dipasarkan adalah risoles mayonaise smoke beef. Isian Risoles adalah daging ayam, keju dan telur. Dalam penjualan pertama, Ibu Roosyati membuat 40 risoles dan terjual habis. Penjualan dilanjutkan selama 3 minggu dalam bulan Ramadhan tersebut dan selalu habis. Selain Risoles, produk dari UMKM Artie Tasty adalah donat kentang dan kue basah lainnya.

Tim Dosen dari prodi Sarjana Akuntansi FEB Universitas Pamulang memilih mitra UMKM Artie Tasty dengan profil sebagai berikut.

Nama pemilik Usaha : Ibu Roosyati
Alamat : Jl. Cempedak Raya Pamulang Estate, Tangerang Selatan
Lama Usaha : 3 tahun
Pemasaran : Kegiatan Bazar dan promosi antar tetangga
Jenis Bidang Usaha : Kuliner
Jumlah Karyawan : 2 (dua) orang.

HASIL DAN LUARAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dalam beberapa kegiatan seperti dijelaskan sebagai berikut.

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilaksanakan pertemuan antara Tim Dosen dari Prodi Sarjana Akuntansi FEB Universitas Pamulang dengan pelaku UMKM yang tergabung dalam UMKM Pamulang Estate. Pertemuan dan diskusi ini dilakukan dengan media zoom karena melibatkan 40 dosen dan sekitar 30 UMKM anggota dari UMKM Pamulang Estate. Pertemuan luring dilaksanakan karena sosialisasi PKM diadakan masih di masa pandemi Covid-19. Tahap ini menjelaskan kepada Mitra UMKM Pamulang Estate mengenai tujuan dari pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Dalam pertemuan ini, 40 Dosen dibagi menjadi tim kecil berisi 3-5 orang dosen tiap kelompoknya untuk langsung menangani 1 UMKM anggota dari UMKM Pamulang Estate.



Gambar 2. Undangan Persiapan PKM Bersama

2. Tahap Perkenalan Tim Dosen dengan masing-masing UMKM
Setelah Pertemuan induk, tiap tim Dosen masuk ke *breakroom* Zoom dan bergabung dengan UMKM yang sudah ditentukan untuk langsung membahas mengenai kebutuhan dari mitra UMKM dan membuat jadwal untuk pelaksanaan pendampingan kepada UMKM.
3. Pemaparan Materi mengenai Digital Marketing pada saat pelaksanaan PKM
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 3 November 2021. Sebagai pembuka dari Kegiatan Pelatihan Digital Marketing adalah pemaparan mengenai Teori Digital Marketing.



Gambar 3. Sebagian materi digital marketing

4. Tahap diskusi dengan UMKM mengenai kendala usaha dan pemecahan solusi
Ibu Roosyati sebagai pemilik UMKM menjelaskan kendalanya dalam melakukan promosi, "*Tapi masalahnya, saya bukan orang yang pintar berpromosi. Jadi yang kenal produk saya ya gak jauh-jauh adalah tetangga dan kerabat dekat. Saya sebenarnya sudah mempunyai akun Instagram tapi tidak punya waktu untuk membuatnya jadi menarik atau buat apa itu... caption, caption gitu...*"

Dari hasil obrolan dan pengamatan kami, UMKM Artie Tasty mempunyai produk handal dan kapasitas untuk mengembangkan variasi produk yang juga berpotensi untuk disukai masyarakat sekelilingnya. Untuk membuat produknya ini dikenal dan diminati lebih banyak pelanggan, produk UMKM Artie Tasty perlu didorong lebih jauh ke jangkauan publik dan tampilannya secara visual maupun verbal dibuat lebih menarik. Digital marketing sudah banyak diketahui sebagai alat/media bantu yang efisien dan efektif dalam hal meraih peminat-peminat potensialnya.



Gambar 4. Foto diskusi Tim Dosen dengan UMKM Artie Tasty

5. Kegiatan inti pelatihan Membuat Caption menarik

Ibu Roosyati selaku pemilik UMKM Artie Tasty sangat antusias menanggapi ide-ide kami untuk lebih mendayagunakan akun Instagramnya. Kami mendorong ibu Roosyati untuk banyak membuat konten yang diyakini menarik perhatian para peminat potensial produknya. Konten untuk Instagram dapat dibuat dengan memanfaatkan bakat ibu yang beraneka ragam. Selain masak, ibu suka memelihara tanaman, membuat desain rumah yang mungil tetapi menarik, merangkai bunga, dilengkapi dengan bakat sang suami yang punya banyak ide-ide lucu dan konyol. Kesemuanya itu, bisa dieksplor menjadi berbagai ide konten untuk meramaikan akun Instagram mereka. Kami menyarankan untuk fokus pada satu dua akun saja agar mereka menjalani proses belajarnya dengan baik, menguasai teknis-teknis komunikasi dengan para followernya dan memantau perkembangan jumlah followernya. Ibu Roosyati menanggapi dengan antusias dan sudah terlintas beberapa konten yang bakal diproduksi untuk diangkat ke akun instagramnya. Ibu Roosyati juga mempunyai kenalan dekat yang mempunyai kemampuan untuk menggunakan kamera video, sehingga yakin akan bisa berkolaborasi untuk memproduksi video-video yang menarik.



Gambar 5. Pelatihan membuat *Caption* menarik pada Instagram

KESIMPULAN

Setelah Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai Membangun Brand dan meningkatkan Penjualan Artie Tasty dengan Pelatihan Digital Marketing maka diharapkan membawa perubahan bagi Mitra yaitu sebagai berikut.

1. Mitra dapat mengenali jenis usahanya, bagaimana cara mengelola administrasi harian serta bagaimana aktivitas keuangan usaha yang baik.
2. Mitra sudah mulai memahami dan menerapkan pengelolaan usaha dengan lebih baik dan terarah.
3. Dengan pengajaran, pelatihan dan praktik diharapkan mitra dapat mempraktikkan bagaimana menjalankan kegiatan usaha sehari-hari yang dimulai dengan membuat *caption* dan konten baru dan menarik untuk menarik minat konsumen untuk membeli risol atau donat kentang dari Artie Tasty.
4. Dengan pengajaran, pelatihan dan praktik, diharapkan mitra memiliki banyak *follower* pada akun instagramnya yang akan berpengaruh juga dengan minat konsumen dalam melakukan pembelian produk dari Artie Tasty.

Mitra diharapkan mulai menerapkan bagaimana mengelola keuntungan harian dan efisiensi dalam produksi dengan menjalankan system penjualan dengan Sistem Pre Order. Dengan Sistem PO, maka sudah dapat dianggarkan berapa pengeluaran yang akan terjadi dan jumlah kue yang akan diproduksi supaya efisien dalam pemakaian listrik, minyak goreng, gas dan lain sebagainya yang seringkali luput dari perhitungan biaya pengeluaran produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Minamiyama, H. 2007. *World Branding : Concept, Strategy and Design*. USA: Ginko Press.
- Mondy & Noe. 2003. *Human Resources Management*, 6 ed. New York: Prentice hall Inc.
- Nugraha, Amaranti.,R. 2016. "Pengembangan Model Pelatihan IPTEKS bagi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Bisnis di kalangan Mahasiswa". *Teknoin*, 22(6): 444-451.

Putra, Justitia.,S. 2021. “Perancangan *Branding* UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok”. *E-DIMAS*, 12(2): 297-304.