

PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN SOCIAL MEDIA PADA UMKM KUE MAK INDAH KOTA BENGKULU

Selvin Marsa Hutabarat¹⁾; Samsul Akmal²⁾; Sudriyanti Putri³⁾; Yohanes Susanto⁴⁾; Tri Purwanti⁵⁾
^{1,2,3,4,5)}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu
Bengkulu Indonesia

Email : ¹Selvinmarsa22@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [06 Desember 2024]

Revised [20 Desember 2024]

Accepted [21 Januari 2025]

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](#) license



ABSTRAK

Pelatihan pemasaran menggunakan media sosial merupakan solusi efektif dalam memasarkan produk di masa pandemi Covid-19. Metode ini sejalan dengan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah, karena dapat mengurangi aktivitas di luar rumah serta meminimalkan kontak fisik dengan masyarakat lain. Media sosial memungkinkan bisnis menjangkau target pasar yang selama pandemi lebih banyak beraktivitas di rumah dan enggan keluar, termasuk untuk membeli produk secara langsung. Dengan penerapan strategi pemasaran digital ini, penjualan Kue Mak Indah dapat meningkat secara bertahap.

ABSTRACT

Social media marketing training is an effective solution for product promotion during the Covid-19 pandemic. This method aligns with government health protocols, as it reduces outdoor activities and minimizes physical contact with others. Social media enables businesses to reach target markets that, during the pandemic, prefer staying at home and are reluctant to go out, including for direct purchases. By implementing this digital marketing strategy, the sales of Kue Mak Indah can gradually increase.

Keywords: Training, Digital Marketing, Social Media, Covid-19, Sales.

I. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia sedang mengalami penurunan bahkan ada yang gulung tikar dikarenakan dampak dari pandemi Covid 19 yang melanda Negara Indonesia sejak Maret 2020. Berbagai upaya pun dilakukan oleh Pemerintah untuk membantu mempertahankan keberlangsungan UMKM, seperti dukungan dari segi regulasi, perpajakan, mempermudah perizinan, jangkauan akses pasar yang luas, pendanaan dengan bunga ringan, dan bantuan langsung tunai bagi pelaku UMKM yang terkena dampak langsung dari pandemi Covid 19. Kesulitan dalam menjangkau pasar dikarenakan adanya pembatasan aktivitas masyarakat oleh pemerintah dan adanya rasa takut masyarakat untuk keluar rumah pada masa pandemi Covid 19 menjadi permasalahan utama bagi beberapa UMKM dalam menjaga dan meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid 19.

Perkiraan Covid-19 yang sudah reda pada Kue Mak Indah 2021 sangat dinanti oleh masyarakat luas terutama UMKM kecil di seluruh dunia. Dengan bukti dampak pengurangan masyarakat terjangkit covid-a9 diberbagai rumah sakit di Indonesia tentunya. Perekonomian mulai membaik, sekolah yang tadinya belajar melalui online sekaeang sudah berubah menjadi offline, rumah makan, mall sudah beroperasi seperti sedia kala. Tetapi apada akhir Kue Mak Indah 2021 muncul kembali covid-19 varian baru yakni omicrom. Dan beberapa daerah sudah ada yang terjangkit sehingga masyarakat kembali waspada terhadap covid-19 jenis baru ini.

Kawasan Muara Bangkahulu Kota Bengkulu merupakan salah satu daerah yang berada di Kecamatan Muara Bangkahulu. Kawasan Muara Bangkahulu merupakan salah satu contoh Daerah yang memiliki banyak UMKM mulai dari warung kecil, pabrik bangunan, pabrik produksi kue, kerupuk, minimarket hingga rumah makan. Salah satu UMKM yang ada di Kawasan Muara Bangkahulu adalah Kue Mak Indah. kue Mak Indah sudah beroperasi kurang lebih selama 6 kue Mak Indah. sama halnya dengan pelaku umkm yang lain, kue Mak Indah juga merasakan dampak dari adanya pandemi covid 19 saat ini. mulai dari penurunan penjualan akibat pemerintah membatasi aktivitas masyarakat. kondisi tersebut menjadi permasalahan besar yang harus dihadapi

oleh semua pengusaha kue, tanpa terkecuali kue Mak Indah. Untuk saat ini kue Mak Indah belum menemukan solusi untuk mengatasi penurunan penjualan kue yang terjadi pada saat pandemi covid 19. Hal yang dilakukan oleh Mak Indah dan para pengusaha kue lainnya yang ada di Kawasan Muara Bangkahulu baru sekedar mengurangi produksi kue yang dalam kondisi biasanya dalam sekali produksi bisa menghabiskan bahan baku atau dilakukan oleh para pengusaha termasuk Mak Indah untuk menghindari kerugian akibat kue yang diproduksi tidak habis terjual.

Gambar 1. Pelatihan pembuatan Kue Mak Indah



.Permasalahan Mitra

Mitra dalam pengabdian ini adalah Kue Mak Indah yang berlokasi di Kawasan Muara Bangkahulu. Dari hasil analisis awal terhadap kondisi yang ada adalah mitra membutuhkan pendampingan Peningkatan Pendapatan Melalui Strategi Pemasaran Social Media untuk menjangkau masyarakat yang enggan keluar rumah sedangkan mereka membutuhkan kue untuk konsumsi setiap hari. Selain pelatihan Social Media, hasil analisis menunjukkan bahwa mitra pengabdian juga membutuhkan motivasi untuk bangkit khususnya motivasi dalam meningkatkan penjualan kue di masa pandemi, dimana kondisi yang ada saat ini para pelaku usaha pasrah dengan kondisi yang ada tanpa termotivasi untuk memikirkan cara atau strategi lain yang tidak biasa dalam mempertahankan atau meningkatkan penjualan kue.

Dengan pelatihan Social media diharapkan kue Mak Indah dapat menjangkau konsumen kue yang enggan keluar rumah, dimana konsumen bisa memesan kue lewat social media sehingga konsumen tidak perlu takut terhadap kontak fisik dengan banyak orang. Selain itu motivasi SDM juga sangat dibutuhkan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan kue, terkhususnya di masa pandemi Covid 19 ini dimana banyak dari para pelaku usaha yang pasrah dengan kondisi yang ada sehingga gagal menemukan solusi dan strategi baru untuk mengatasi permasalahan yang muncul sebagai dampak dari pandemi Covid 19. Terlebih lagi biasanya kue Mak Indah ini melakukan penjualan dengan cara kalangan dari desa ke desa yang kegiatan jual beli mereka dilakukan secara langsung. Jika pandemic ini masih berlanjut maka pengabdian kami ini sangat bermanfaat karena dapat mengurangi terpaparnya virus Covid-19.

Solusi Permasalahan

Dari hasil analisis terhadap permasalahan utama yang dihadapi mitra di atas, maka solusi dari permasalahan mitra adalah pendampingan Peningkatan Pendapatan Melalui Strategi Pemasaran Social Media untuk mengatasi penurunan penjualan sebagai akibat berkurangnya masyarakat yang melakukan pembelian langsung ke kalangan. Sehingga melalui pendampingan Peningkatan Pendapatan Melalui Strategi Pemasaran Social Media pelaku usaha dapat menawarkan kue melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp untuk menjangkau konsumen yang berada di rumah. Dalam kondisi krisis, menjaga motivasi untuk tetap melakukan hal-hal positif merupakan cara yang paling ampuh untuk bertahan dalam melewati krisis. Motivasi untuk tetap berusaha memperbaiki cara kerja dan kualitas tahu merupakan hal yang sangat dibutuhkan dan merupakan solusi dari permasalahan yang pada saat ini dihadapi oleh Kue Mak Indah.

II. METODE

Metode pelatihan ini dilakukan dengan cara menggunakan metode ceramah , tutorial dan Tanya jawab atau diskusi.

a. Langkah 1 (Metode Ceramah)

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah cepat dan mudah agar peserta tidak bingung dan cepat paham. Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk menggunakan social media dalam kegiatan bisnisnya. Langkah pertama diselenggarakan selama 3 jam.

b. Langkah 2 (Metode Tutorial):

Peserta pelatihan diberikan materi akuntansi mulai dari pencatatan sampai dengan menyusun laporan keuangan. Langkah kedua diselenggarakan selama 3 jam.

c. Langkah 3 (Metode Diskusi / Tanya jawab):

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran produk kue melalui social media yang selama ini dihadapi. Langkah ketiga diselenggarakan selama 1 jam.

III. TUJUAN

Agar para pelaku UMKM Di Muara Bangkahulu. mengetahui bagaimana menggunakan social media di era pandemi Covid-19 penggunaan Microsoft Excel yang baik dan benar serta tepat sasaran . sehingga, mampu meningkatkan penghasilan pelaku UMKM dan Dapat menghitung keuangan dengan lebih baik dengan mengkombinasikan laporan keuangan secara manual dan Microsoft Excel.

IV. MANFAAT

yang diharapkan dari kegiatan pendampingan Peningkatan Pendapatan Melalui Strategi Pemasaran Social Media dalam meningkatkan penjualan Kue di masa pandemi covid 19 pada Kue MAK INDAH di Muara Bangkahulu ini adalah sebagai berikut:

V. SASARAN

Para pelaku UMKM di Kecamatan Muara Bangkahulu.

VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Pelatihan Pemasaran menggunakan social media di era pandemi Covid-19 dalam meningkatkan pendapatan dari penjualan Kue pada UMKM Kue Mak Indah di Kompi Kota Bengkulu, dengan tujuan utama memberikan pemahaman dan menambah pengetahuan pemilik UMKM Kue Mak Indah terkait dengan pemasaran Social Media dan peningkatan pendapatan pemilik untuk tetap inovatif dan kreatif dalam mencari solusi yang dihadapi pada masa pandemi Covid 19 saat ini.

Hasil wawancara dengan pemilik UMKM Kue Mak Indah didapatkan informasi bahwa selama ini penjualan Kue pada UMKM Kue Mak Indah dilakukan secara langsung, dimana konsumen baik yang membeli untuk dikonsumsi sendiri maupun yang membeli untuk dijual kembali langsung datang ke UMKM untuk membeli Kue. Selain konsumen yang langsung datang ke UMKM , biasanya bu farida berjualan kue juga melalui pecan atau kalangan. pada saat ini, penjualan Kue mengalami penurunan sampai dengan 30 %. Hal tersebut dikarenakan semua masyarakat takut untuk keluar rumah atau kepasar kalangan dikarenakan pandemic. Selain itu, ibu rumah tangga yang biasanya datang langsung ke UMKM Kue juga mengalami penurunan yang sangat signifikan,

Gambar 2. Penyampaian Materi dari Narasumber



Kurangnya pengetahuan pemilik mengenai pemasaran Social Media yang ada saat ini menjadikan penjualan Kue dan omzet UMKM Kue Mak Indah mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut ditambah lagi dengan kurangnya motivasi pemilik UMKM dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan penjualan Kue dengan mempelajari cara kerja dan strategi baru dalam memasarkan produknya. Pemasaran Social Media merupakan solusi terbaik untuk menjangkau pasar sasaran yang pada masa pandemi Covid-19 ini kebanyakan mengurangi aktivitas di luar rumah. Melalui pemasaran Social Media, konsumen Kue yang sudah berlangganan selama ini tidak perlu repot-repot dengan datang ke UMKM hanya untuk membeli Kue, cukup melakukan pemesanan melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp untuk kemudian pesanan akan diantar oleh karyawan UMKM Kue Mak Indah. Permasalahan pengetahuan dan motivasi pemilik UMKM Kue menjadikan mereka tidak mampu untuk berpikir inovatif dan bertindak kreatif dalam mengatasi permasalahan penurunan penjualan Kue pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Oleh karena itu, pelatihan mengenai Social Media dan peningkatan motivasi karyawan dan pemilik merupakan solusi yang dibutuhkan bagi mitra pengabdian ini.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk pemilik kue Mak Indah agar dapat bertahan dotengah pandemic covid-19. Adapun susunan acara pelatihan sebagai berikut :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan

No.	Hari, Tanggal	Materi	Waktu
1	27 Desember 2024	Pengantar/Pendahuluan	09.00-10.00 (1 jam)
2	28 Desember 2024	Penjelasan materi	10.00-12.00 (2 jam)
3	30 Desember 2024	Pembuatan Akun	13.00-15.00 (2 jam)
4	1 Januari 2025	Praktik Pembuatan akun	09.00-11.30 (2,5 jam)
5	2 Januari 2025	Praktik login	13.00-15.00(2 jam)
6	Tidak terjadwal (3 Januari – 10 Desember 2024)	Pendampingan konsultasi ke Kue Mak Indah	7,5 jam

Gambar 2. Hasil Produk



Dokumentasi Pengabdian Masyarakat Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan Social Media yang dilakukan oleh tim pengabdian, 2 orang pemilik Kue Mak Indah, 1 orang adek pemilik Kue Mak Indah, Meskipun semua hadir di tempat pengabdian, 3 orang yaitu pemilik dan adeknya yang ikut pelatihan Social Media yang dilakukan oleh tim pengabdian. yang bertugas untuk memasarkan produk adalah pemilik dan adeknya. Pelatihan dimulai dengan mengenalkan kepada mitra apa itu pemasaran Social Media dan apa saja media yang sesuai untuk menjangkau pasar sasaran. Samsiana (2020), pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen. Hasil tanya jawab antara tim pengabdian dengan mitra menunjukkan bahwa ketiga anak pemilik Kue Mak Indah sudah terbiasa menggunakan aplikasi facebook dan whatsapp yang nantinya akan digunakan sebagai media pemasaran Social Media. Meskipun demikian, penggunaan facebook dan whatsapp pada mitra selama ini hanya untuk sosial media saja, belum digunakan untuk ECommerce.

Berdasarkan analisis tim pengabdian, pemasaran Social Media pada Kue Mak Indah harus menggunakan akun tersendiri atau berbeda dengan akun pribadi yang dimiliki oleh pemilik Kue Mak Indah. Hal tersebut untuk menghindari tercampurnya kegiatan pribadi dengan kegiatan pemasaran Social Media Kue Mak Indah yang akan dilakukan nantinya, sehingga pesan pemasaran pada media sosial tidak diterima secara maksimal oleh pasar

sasaran. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini dimulai dengan pembuatan akun facebook Kue Mak Indah dan mengintegrasikan kontak atau nomor telepon yang nantinya tertera pada pesan facebook dengan aplikasi whatsapp Kue Mak Indah. Kondisi tersebut bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan atau membeli tahu di Kue Mak Indah. Pemilik Kue Mak Indah didampingi oleh tim untuk mengakses whatsapp dan facebook melalui email khusus bisnis,

setelah itu mempraktekkan dari mulai login, cara melihat pemberitahuan masuk, cara menambahkan produk baru, lalu cara transaksi yang ada. Selain melakukan pelatihan ECommerce, tim pengabdian juga menyarankan kepada pemilik Kue Mak Indah untuk membuat Mobile Banking pada rekening khusus Kue Mak Indah, hal tersebut bertujuan untuk mempermudah proses transaksi antara pembeli dengan Kue Mak Indah yang pada masa pandemi Covid 19 dituntut untuk serba online dalam upaya menghindari kontak fisik antara konsumen dengan produsen.

Pelatihan dan pendampingan Social Media pada mitra tidak hanya dilakukan melalui tatap muka, tim pengabdian juga menjelaskan kepada mitra untuk dapat berkonsultasi dengan menggunakan telepon dan aplikasi whatsapp ketika mitra mengalami kesulitan terkait dengan pengaplikasian Social Media melalui media facebook dan whatsapp yang sudah ada. Tim pengabdian sangat puas dengan respon yang diberikan mitra, dimana mitra sangat mudah memahami penjelasan yang disampaikan oleh tim pengabdian. Tidak hanya mudah dalam memahami penjelasan, dalam proses pendampingan mitra sudah aktif melakukan pemasaran Social Media dengan menggunakan media sosial facebook dan whatsapp melalui akun facebook dan whatsapp khusus Kue Mak Indah yang menurut penuturan mitra sangat efektif dalam menjangkau konsumen mereka yang berhenti melakukan pembelian pada masa pandemi Covid 19 ini

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pelatihan menggunakan social media merupakan solusi pemasaran produk pada masa pandemi Covid 19 saat ini. Hal tersebut dikarenakan pemasaran menggunakan social media sangat sesuai dengan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah pada masa pandemi Covid 19 untuk dapat menghindari aktivitas di luar rumah dan meminimalisir kontak fisik dengan masyarakat lain. Social media mampu menjangkau pasar sasaran yang pada saat pandemi Covid 19 lebih banyak berada di rumah dan enggan untuk keluar rumah khususnya membeli tahu langsung ke pabrik tahu, dengan demikian penjualan Kue Mak Indah dapat ditingkatkan secara berangsur.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kelompok 7 Kukerta Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung program kegiatan ini khususnya masyarakat, perangkat desa dan kepala desa serta pelaku UMKM di Desa Selebar Jaya Kecamatan Amen Kabupaten Lebong.

DAFTAR PUSTAKA

- Azuwandri, A., Charolina, O., Al Hidayat, R., Hartono, R., & Akmal, S. (2022). Pembinaan Cara Pengemasan Dan Pemasaran Produk Agar Terlihat Lebih Menarik Di desa Pasar Pedati kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 1(2), 41-46
- Charolina, O., Al Hidayat, R., & Rahayu, N. (2020). Program Peningkatan Kewirausahaan dalam Pemberdayaan ibu-ibu Rumah Tangga untuk meningkatkan ekonomi keluarga kelurahan padang nangka kecamatan singaran pati kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Gustini, G., Azuwandri, A., Susanto, Y., Putri, S., & Faridah, F. (2024). Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 3(1), 21-26.
- Samsiana, S. et al. Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *J. Sains Teknol. dalam Pemberdaya. Masy.* 1, 51–62 (2020).
- Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., Raharja, I., Khasanah, F. N., Herlawati, H., Maimunah, M., & Benrahman, B. (2020). Optimasi Penggunaan Android Sebagai Peluang Usaha Di Masa Pandemi COVID'19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 3(2), 137 - 148. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v3i2.205>.
- Adi, M Kwartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta ; Andi Offset.