

Pemanfaatan Sosial Media *Branding* pada Mitra Anugrah Jaya untuk Pemasaran Digital Aneka Keripik *Extra Delicious*

Weda Adistianaya Dewa¹, Indah Dwi Mumpuni², Linda Suvi Rahmawati³

STMIK PPKIA Pradnya Paramita^{1,2,3}

weda@stimata.ac.id¹, indah@stimata.ac.id², linda@stimata.ac.id³

Abstract

Social media is the right medium for marketing, developing content, posting products, asking for input, and others that can improve and keep their business from losing out in the midst of the existing competition. One of the business industries that will develop is Anugrah Jaya's partner which is engaged in the food processing industry, namely Assorted Chips "Extra Delicious". This partner is owned by Shinta Niawati, located in Pandansari Lor Village, Jabung District, 17 km from the STMIK PPKIA Pradnya Paramita community service team, Malang. The conventional marketing pattern that is being carried out needs changes in the digital era in order to expand the product marketing network through social media branding, in addition to not understanding financial management in running its business and the Anugrah Jaya logo does not yet have business ownership recognition. The results of the activities carried out by the service team include providing training and assistance in the use of social media branding of various "Extra Delicious" chips so as to increase wider market segmentation, and financial management assistance so that financial management can run well. and assisting in the registration of Anugrah Jaya's business logo in order to obtain copyright acknowledgment which is registered with the Ministry of Law and Human Rights, DJKI.

Keywords: *social media; branding; anugrah jaya; assorted chips "extra delicious".*

Abstrak

Media sosial merupakan media yang tepat untuk memasarkan, mengembangkan konten, memposting produk, meminta masukan dan lain-lain yang dapat meningkatkan dan menjaga bisnis mereka agar tidak kalah ditengah persaingan yang ada. Salah satu industri usaha yang akan mengembangkan usahanya adalah Mitra Anugrah Jaya yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan yaitu Aneka Keripik "*Ekstra Delicious*". Mitra tersebut dimiliki oleh Shinta Niawati yang berlokasi di Desa Pandansari Lor, Kecamatan Jabung, 17 km dari lokasi Tim Pengabdian STMIK PPKIA Pradnya Paramita, Malang. Pola pemasaran konvensional yang dilakukan perlu perubahan di era digital guna memperluas jaringan pemasaran produk melalui branding media sosial, selain itu Mitra belum memahami manajemen keuangan yang baik dalam menjalankan bisnisnya dan logo Anugrah Jaya belum memiliki pengakuan kepemilikan usaha. Hasil pelaksanaan kegiatan oleh tim pengabdian antara lain memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan sosial media branding aneka kripik "*Extra Delicious*" sehingga dapat meningkatkan segmentasi pasar yang lebih luas, pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan agar pengelolaan keuangan dapat berjalan dengan baik serta membantu pendaftaran logo



usaha Anugrah Jaya agar mendapat pengakuan hak cipta yang tercatat di DJKI DepKumHam.

Kata Kunci: sosial media, branding; anugrah jaya; aneka keripik “extra delicious”.

A. PENDAHULUAN

Ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 di Indonesia tidak dapat dihindari, tidak hanya pola konsumsi dan produksi yang berubah tetapi juga mengubah situasi kerja dan kesempatan kerja di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi konvensional yang sebelumnya dilakukan dengan menggunakan tenaga kerja tidak terampil dan teknologi otomasi yang sebagian besar akan digantikan oleh tenaga kerja terampil dan berkompentensi yang mampu memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era industri 4.0 (Mangeswuri, 2018) Media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis yang memanfaatkan internet (Solihin, 2021) menyikapi hal tersebut diharapkan pelaku usaha mampu terlibat aktif dan meningkatkan kompetensi digital seperti strategi bisnis dan menjamah ke *market place selain itu social media handling dan branding* juga penting untuk diperhatikan. Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesungguhnya perkembangan internet yang pesat ini merupakan peluang untuk mengatasi salah satu permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh Mitra yakni persoalan pemasaran (Mardina Indiekraf, 2020).

Sosial media menjadi media yang tepat untuk memasarkan, mengembangkan konten, memposting produk, meminta *feedback* dan lainnya yang dapat meningkatkan dan menjaga usahanya agar tidak hilang di tengah banyaknya persaingan

yang ada. karena tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Sasongko, 2020). Salah satunya industri bisnis yang akan mengembangkan usahanya adalah Mitra Anugrah jaya sebagai obyek pengabdian yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan aneka keripik “Extra Delicious”. Industri ini dimiliki oleh Shinta Niawati yang berlokasi di dusun begawan desa pandansari lor kecamatan jabung kabupaten malang dengan jarak tempuh 17 km dari lokasi Tim Pengabdian STMIK PPKIA Pradnya Paramita Malang. Pola pemasaran konvensional yang dijalankan perlu adanya perubahan di era digital guna peningkatan pemasaran dalam rangka memperluas jaringan pemasaran produk melalui sosial media *branding*, di sisi lain dalam transaksi jual beli secara konvensional tentunya ada keterbatasan sosial di khalayak masyarakat (Hanifah, 2022). Pengelolaan manajemen keuangan usaha masih belum terkelola dengan baik, selain itu menyiapkan anggaran dapat menjadi modal dasar bagi Mitra untuk pengambilan keputusan-keputusan dalam pengelolaan usaha kecil (Humaira 2018). Permasalahan lain terkait logo usaha Anugrah jaya masih belum didaftarkan pada DJKI DepKumHam atas pengakuan kepemilikan usaha (Ni Wayan Sumartini Saraswati, 2021).

Berdasarkan problematika yang dihadapi oleh mitra Anugrah Jaya maka Tim pengabdian berkontribusi untuk mengatasi problema tersebut antara lain: kegiatan yang utamanya memberikan pelatihan dan



pendampingan pentingnya pemasaran digital untuk mem-*branding* produk aneka keripik “Extra Delicious” melalui platform instagram dan tiktok. Dalam hal lain bahwa platform instagram bisnis untuk melakukan kegiatan pemasaran digital secara optimal, baik untuk bisnis online, pribadi, personal branding maupun kepentingan sosial (Zulia Khairani 2018) Kegiatan yang kedua adalah memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan agar pengelolaan keuangan dalam menjalankan bisnisnya dapat terkelola dan terdokumentasi dengan baik (S Setyowibowo, 2016). Selain itu, kegiatan yang dilakukan memberikan pendampingan untuk proses pendaftaran logo usaha Anugrah Jaya pada DJKI DepKumHam agar tidak di klaim oleh pesaing bisnis (ID Mumpuni, 2017).

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian terhadap Mitra Anugrah jaya terkait dengan permasalahan pemasaran, bahwa pada kenyataannya pemasaran yang dijalankan oleh Mitra Anugrah Jaya masih cukup terbatas, faktor penyebabnya antara lain kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam memanfaatkan sosial media sebagai strategi pemasaran yang dilakukan pihak pemilik. Selama ini pemasaran produk yang dilakukan masih gethok tular antar konsumen, menitipkan di toko-toko terdekat dan promosi melalui akun bisnis pada whatsapp, sementara potensi produk untuk dipasarkan kepada masyarakat luas sangatlah memungkinkan. Maka diperlukan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan social media *branding* aneka keripik “Extra Delicious” melalui platform instagram dan tiktok. yang efektif dan efisien guna memperoleh segmentasi pasar yang lebih

luas (Fadhilah D. A, 2021). Adapun beberapa pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian antara lain sebagai berikut:

1. Mengadakan *Focus Group Discussion/ FGD*.

FGD Persiapan Pelaksanaan Pengabdian yang telah dilakukan pada tanggal 31 Mei 2022, oleh tim pelaksana pengabdian, dan Mitra Anugrah Jaya. Tujuannya adalah berkoordinasi dan bekerjasama dalam rangka pelaksanaan pelatihan dan pendampingan sosial media branding produk baik pada platform Instagram maupun Tiktok. Adapun dokumentasi FGD awal kegiatan sebagai berikut:



Gambar1. FGD Persiapan Pelaksanaan Pengabdian

2. Menganalisis kebutuhan Mitra Anugrah Jaya.

Tahapan pertama analisis kebutuhan tim pengabdian dan mahasiswa, melakukan kunjungan ke Mitra Anugrah Jaya terkait keperluan pendukung kebutuhan konten di instagram maupun tiktok. Yang sudah dilakukan oleh Mitra Anugrah jaya saat ini dalam mempromosikan produknya terkait media sosial hanya sebatas pada aplikasi whatsapp bisnis saja sehingga dalam hal ini kurang maksimal dalam penjualannya dan kemasan produk yang ditampilkan di etalase masih belum dapat bersaing dengan

kompetitor yang lain. Mitra berkeinginan untuk bisa bersaing di dunia digital marketing yang saat ini sudah sangat familiar di khalayak masyarakat tetapi karena belum memiliki pegawai yang memiliki kemampuan dan pengetahuan di bidang teknologi sehingga pemilik kesulitan untuk melakukan promosi di media sosial tersebut karena harus intens dalam mengelola konten produk yang akan dipublish. Yang kedua adalah kebutuhan untuk kepengurusan hak cipta logo Anugrah Jaya yang merupakan kepemilikan nama usaha yang saat ini masih belum dimiliki (WA Dewa, 2017), dalam hal ini Tim pengabdian akan melakukan pendampingan kepada Mitra untuk proses pengajuan permohonan surat rekomendasi ke pihak Disperindag sebagai syarat pendaftaran hak cipta logo Anugrah Jaya di DJKI DepKumHam. Sedangkan analisis berikutnya adalah terkait dengan tatakelola keuangan usaha yang dijalankan masih belum terkelola dengan baik, maka tim pengabdian akan memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan berdasarkan data yang sudah ada. Pelatihan tersebut diberikan agar manajemen keuangan usahanya menjadi lebih baik dan terarah (Sunardi, 2020).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada Mitra Anugrah Jaya antara lain sebagai berikut:

1. Melakukan foto-foto produk dan pembuatan video produk Aneka Keripik “Extra Delicious”.

Kebutuhan kegiatan ini untuk melengkapi konten platform instagram dan tiktok, yaitu memerlukan contoh-contoh produk Aneka keripik yang akan di branding

pada media sosial baik dari kemasan produk, properti yang digunakan dan narasi yang akan ditampilkan, dalam hal ini bertujuan untuk menarik calon pembeli dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Foto-foto produk dan pembuatan video produk yang sudah dilakukan oleh mahasiswa dan tim pengabdian mulai tanggal 23 Juni 2022 di STMIK PPKIA Pradnya Paramita. Untuk melakukan foto produk aneka keripik “Extra Delicious” tidak hanya dilakukan dalam satu kali kegiatan saja tetapi harus berulang kali dalam sesi pemotretan foto produk karena harus mengatur *background*, sisi pencahayaan, tata letak produk serta properti yang digunakan sebagai pelengkap foto agar tertata dengan baik untuk mendapatkan hasil yang menarik dan bagus sehingga siap dipublikasikan. Berikut foto-foto produk yang dihasilkan:

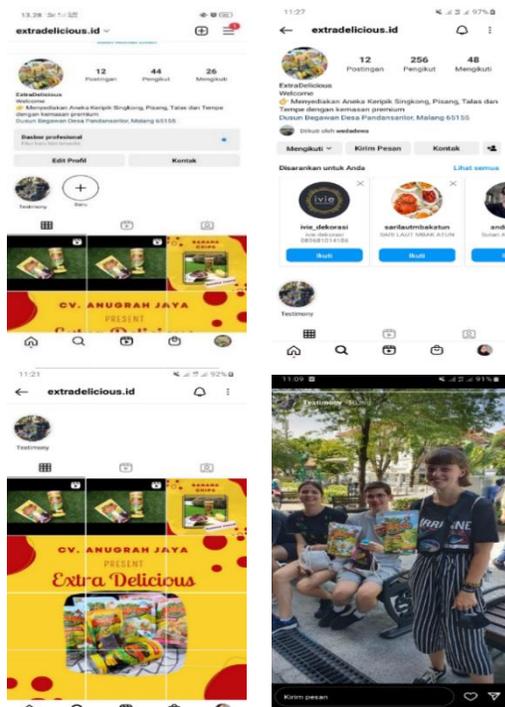


Gambar 2. Foto-foto Produk Aneka keripik “Extra Delicious”

Sedangkan untuk kegiatan proses pembuatan video yang telah dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian dalam branding produk tidaklah mudah, karena membutuhkan skill, kreatifitas dan juga ide dalam menyampaikan informasi yang menarik, video yang akan ditampilkan dan menarasikan secara visual sebuah brand dalam mempromosikan produk aneka keripik “Extra Delicious”.

2. Pembuatan Akun bisnis.

Kegiatan yang dilakukan pada saat pelatihan dan pendampingan branding di media sosial, tahap awal yang dilakukan pendampingan adalah membuat akun bisnis di Instagram maupun Tiktok, berkoordinasi dengan Mitra Anugrah Jaya untuk penamaan akun bisnis yang akan dipublish, agar sesuai dengan harapan dan keinginan dari Mitra. Setelah dilakukan konsultasi beberapa kali, penamaan bisnis di akun instagram yang sesuai dengan nama merk aneka keripik dan sepatat untuk branding produk adalah: extradelicious.id Dalam hal ini, diawal mempublikasikan produk keripik “Extra Delicious” jumlah pengikut sebanyak 44 dan 2 bulan kemudian jumlah pengikut bertambah menjadi 256, sehingga dapat meningkatkan promosi penjualan dan ada juga testimoni dari produk. Berikut dokumentasi pada akun bisnis Instagram:



Gambar 3. Pembuatan Akun Bisnis Pada Platform Instagram

3. Pelatihan dan pendampingan sosial media branding produk

Pelatihan dan pendampingan sosial media branding aneka keripik “Extra Delicious” telah dilaksanakan di Mitra Anugrah Jaya pada tanggal 15 Juli 2022 dengan materi pelatihan digital marketing pada platform instagram dan tiktok. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan Mitra dapat secara mandiri untuk terus melakukan update konten dalam mempromosikan produknya. Berikut dokumentasi pelatihan dan pendampingan sosial media branding sebagai berikut:



Gambar 4. Pelatihan dan pendampingan media sosial branding produk

4. Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan menjadi hal yang penting bagi keberlangsungan dan keteraturan organisasi bagi Mitra Anugrah Jaya. Pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan telah dilaksanakan pada tanggal 29 September 2022, tujuannya adalah bahwa adanya pengelolaan keuangan yang baik, maka pemilik bisnis dapat membuat keputusan untuk pengembangan bisnisnya, yang didasarkan pada data keuangan yang akurat.



5. Pendaftaran Hak Cipta Logo Anugerah Jaya

Pendampingan proses pendaftaran merk logo anugerah jaya yang telah dilakukan tim pengabdian kepada Mitra, dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik dalam melengkapi syarat-syarat pendaftaran merk logo Anugerah Jaya sehingga mulai dari pengajuan surat permohonan rekomendasi dari Disperindag, surat pernyataan Mitra dan proses pengajuan pendaftaran merk logo usaha Anugerah Jaya telah didaftarkan di DJKI Depkumham berjalan dengan baik dan lancar.

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian oleh tim pengabdian, dalam hal ini sangat membantu pihak Mitra Anugerah Jaya dalam meningkatkan pemberdayaan ketrampilan dan pengetahuan dalam pemanfaatan sosial media branding dalam membranding produk usahanya. Dalam hal ini terdapat peningkatan sebesar 45% untuk penggunaan sosial media di instagram sedangkan pada pelatihan manajemen keuangan terdapat peningkatan sebesar 30%. Dalam mengelola keuangan agar terdokumentasi dengan baik. Sedangkan pendaftaran hak cipta logo Anugerah Jaya untuk mendapatkan pengakuan kepemilikan usaha dan kepercayaan.

Saran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, diharapkan Mitra Anugerah Jaya dapat secara mandiri untuk selalu intens dan konsisten dalam memanfaatkan sosial media terutama terkait dengan konten yang akan dipublish baik *instagram* maupun *tiktok* yang telah dibuatkan dan dijalankan untuk

memasarkan dan mempromosikan branding produk usahanya secara kontinyu.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terimakasih atas terlaksananya kegiatan Pengabdian dengan skema PkM Stimulus (PkMS) kepada Kemdikbudristek sebagai pemberi dana hibah pengabdian kepada masyarakat tahun 2022, selanjutnya Anugerah jaya yang menjadi Mitra kegiatan pengabdian serta LRPPM STMIK PPKIA Pradnya Paramita yang telah monitoring dan evaluasi pelaksanaan PkMS.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah D. A, Pratiwi T. 2021. “Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing.” *Jurnal Ilmiah Manajemen XII* (1): 17–22.
- Hanifah, et.al. 2022. “Teknik Pemasaran dan Pengelolaan Sistem Keuangan Pada UMKM Rosalia (Olahan Salak) di Era Pandemic Covid-19.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- Humaira, Iklima, Sagoro, E. M. 2018. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul.” *Jurnal Nominal VII* (1): 96–110.
- Mumpuni I.D., Dewa W.D.A., Widarti D.W. 2017. *IbM Industri Rumah Tangga Rengginang Ketan di Desa Lingkup Kecamatan Sumber Pucung Kabupaten Malang. Jurnal Dedikasi*.
- Mangeswuri, Dewi R. et al. 2018. *Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital, Katalog dalam Terbitan (KDT)*.
- Mardina Indiekraf. 2020. *UMKM Malang*





Didorong Manfaatkan Platform Digital, 2020.

Ni Wayan Sumartini Saraswati, et al. 2021. PKM Sosialisasi Pengajuan HKI Untuk Industri Kecil Dan Menengah di Kabupaten Bangli. *Jurnal Paradharma* 5 (2): 84–90.

Setyowibowo S, Mumpuni I.D. 2016. IbM Kerajinan Sangkar Burung di Kelurahan Rejomulyo Kota Madiun. *Jurnal Dedikasi*.

Sasongko, Dimas. et al. 2020. “Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung.” *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 6 (2): 92–96.

Solihin, D. et.al. 2021. Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM Unpam* 2 (3): 307–11.

Sunardi, Nardi, et.al. 2020. “Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19.” *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis* 2 (1): 20–27.

Dewa W.A, Mumpuni I.D, Akhriza T. M. 2017. IbM Industri Kuliner Rumah Tangga Kue Kering di Tompokersan Kota Lumajang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*.

Khairani Z. 2018. Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Benefita*.

