

Perbaikan Sarana Prasarana Dan Pemanfaatan Sosial Media Pada UMKM Bu Gito Roti Melalui KKN Tematik Di Padukuhan IX, Cerme, Kabupaten Kulon Progo

Danang Sunyoto¹, Danang Wahyudi¹, Fikri Budi Aulia¹, Diyan Pratomo¹, Syahrozi¹, Nafa Ayu Suryantami¹, Devta Virga Nirwana¹, Ika Aprilia Wulandari¹, Noventi Dwi Vidiasari¹, Riyana Diah Pangesti¹, Gugum Gumilar¹, Henny Purwansari¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra-Yogyakarta
E-mail: danang_sunyoto@janabadra.ac.id

ABSTRAK

Tujuan pengabdian ini diharapkan dapat membantu UMKM Bu Gito Roti dikenal oleh masyarakat luas dan memaksimalkan peran sosial media untuk mendukung aktivitas komunikasi pemasaran. Cara-cara pengenalan produk UMKM yang semula bersifat konvensional, kini juga telah mengalami pergeseran yang sangat signifikan dengan munculnya teknologi digital. Di antara bentuk media digital yang berkembang sangat pesat adalah sosial media baik facebook, instagram, tiktok, youtube dan sebagainya. Diharapkan pemanfaatan sosial media secara tepat, akan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dan pangsa pasar UMKM yang tidak lagi berkonsentrasi pada pasar lokal Kulon Progo, namun juga pangsa pasar luar daerah. Pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 8 Oktober 2024 sampai 22 November 2024 dan berlokasi di Padukuhan IX, Cerme, Kapanewon Panjatan, Kabupaten Kulon Progo secara langsung. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan peserta pelaku UMKM memiliki manfaat yang nyata dirasakan oleh pelaku UMKM. Kegiatan proker dalam KKN ini bertujuan agar pelaku UMKM menyadari pentingnya sarana prasarana yang memadai dan sosial media dalam mendukung promosi UMKM. Pelaku UMKM ini adalah Bu Gito Roti yang beralamat di Padukuhan IX, Cerme. Dari evaluasi menunjukkan terjadinya peningkatan sarana prasarana dan pengetahuan pelaku UMKM Bu Gito Roti terhadap sosial media dan manfaatnya untuk mendukung komunikasi pemasaran UMKM.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Sarana Prasarana, Sosial Media, UMKM

ABSTRACT

The purpose of this community service is expected to help Bu Gito Roti's UMKM become known by the wider community and maximize the role of social media to support marketing communication activities. The methods of introducing UMKM products, which were originally conventional, have now also experienced a very significant shift with the emergence of digital technology. Among the forms of digital media that are developing very rapidly are social media, both Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, and so on. It is hoped that the proper use of social media will be able to support economic growth and the market share of UMKM, which is no longer concentrated on the local Kulon Progo market, but also the market share outside the region. Community service has been carried out from October 8, 2024, to November 22, 2024, and is located in Padukuhan IX, Cerme, Kapanewon Panjatan, Kulon Progo Regency directly. The implementation of community service with UMKM participants has real benefits felt by UMKM actors. The work program activities in this KKN aim to make UMKM actors aware of the importance of adequate infrastructure and social media in supporting UMKM promotion. The UMKM actor is Mrs. Gito Roti, who lives in Padukuhan IX, Cerme. The evaluation shows an increase in infrastructure and knowledge of the UMKM actor, Mrs. Gito Roti, regarding social media and its benefits to support UMKM marketing communications.

Keywords: Marketing Communication, Infrastructure, Social Media, UMKM

1. PENDAHULUAN

Potensi yang dimiliki oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai pengaruh bagi negara berkembang maupun negara maju. Suatu negara yang mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dapat mengetahui bagaimana peranan ini sangat berpengaruh sebagai penggerak maupun penopang bagi perekonomian suatu negara. Oleh karena itu UMKM ini sangat penting bagi negara yang bersangkutan dan lebih dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengatasi permasalahan yang terjadi seperti mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Peranan teknologi dalam hal ini menjadi solusi yang sangat dibutuhkan dalam hal pemasaran maupun mencari informasi sebagai inovasi bagi pengusaha *home industry*[1]. Pengaruh ini dapat memberikan kemudahan bagi pengusaha kecil yang dimana internet tidak sulit untuk diakses oleh masyarakat Indonesia dan berpengaruh lebih teknologi informasi saat ini yang mempunyai dampak positif bagi pengusaha rumahan atau *home industry*. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah jenis kegiatan yang dijalankan dengan skala kecil bukan dari perusahaan maupun yang memiliki pemasukan kurang dari 300[2]. Menurut keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UMKM yang meningkat saat ini di Padukuhan IX Cerme adalah usaha makanan seperti usaha roti (*home industry*) milik Bu Gito yang berdiri sejak tahun 1994 hingga saat ini yang telah diteruskan oleh generasi kedua yakni Ibu Sunarti[3]. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan

adalah media social diantaranya yaitu media sosial facebook, whatsapp, instagram maupun media social lainnya dapat menghubungkan banyak orang dengan sangat mudah sehingga media sosial menjadi alat yang sangat trend dalam melakukan penjualan yang ada salah satu media sosial ini membuat manusia tidak lagi mempermasalahan batas jarak maupun ruang dan waktu[4]. Oleh karena itu pelaku pengusaha harus membenahi strategi pemasaran agar dapat bersaing di era perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat dan luas jangkauannya sehingga pengusaha home industry dapat meningkatkan potensi penjualannya. Pemasaran adalah proses suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai sararan yang di tuju oleh produsen. Proses dalam pemenuhan kebutuhan inilah yang menjadi konsep pemasaran mulai dari pemenuhan produk, penerapan harga, pengiriman barang dan mempromosikan suatu barang yang dijual atau dipasarkan. Menurut Tjiptono pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya[5]. Tujuan dilaksanakan KKN Tematik ini guna untuk membantu produsen untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi dari segi produksi maupun pemasaran sehingga akan menciptakan kemandirian serta dapat meningkatkan pendapatan usaha bagi pengusaha roti serta perekonomian keluarga dimasa saat ini, memperkenalkan roti yang dibuat dari usaha milik sendiri, peluang untuk seseorang supaya bisa lebih berkreasi dan memiliki motivasi untuk usaha dirumah dengan lebih maju lagi. Sedangkan manfaat dari usaha ini yaitu meningkatkan

pendapatan, membantu mengurangi pengguruan dan membantu masyarakat untuk memiliki sebuah inovasi tentang roti tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Tematik Universitas Janabadra Tahun 2024 yang dilakukan di Padukuhan IX, Cerme, dengan tema “Perbaikan Sarana Prasarana dan Pemanfaatan Sosial Media di UMKM Bu Gito Roti Melalui KKN Tematik di Padukuhan IX, Cerme”. Kegiatan dilakukan selama 45 hari yang dilaksanakan mulai tanggal 8 Oktober 2024 sampai dengan 22 November 2024. Adapun metode yang digunakan yaitu penyusunan program kerja, tahap observasi, tahap pelaksanaan, dan evaluasi.

2.1 Penyusunan Program Kerja

Mahasiswa KKN Tematik Universitas Janabadra menyusun program kerja yang akan dilaksanakan dalam waktu 45 hari. Terkait kegiatan ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gbr 1. Penyusunan Program KKN

2.2 Tahap observasi

Sebelum mengawali kegiatan, terlebih dahulu melakukan observasi, baik melalui pengamatan langsung di UMKM Bu Gito Roti, serta berbincang-bincang dengan pemilik UMKM tersebut. Kegiatan ini seperti ditunjukkan pada gambar 2 berikut ini:



Gbr 2. Tahap Observasi di UMKM Bu Gito Roti

2.3 Tahap pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dengan cara mengamati sarana dan prasarana yang belum ada, membuatkan banner dan menghias display produk, membuatkan photo booth, membuatkan neon box, membuatkan SOP bagi karyawan dan alur produksi, memberikan kotak P3K, membuatkan buku catalog, memberikan contoh buku keuangan yang benar, membuatkan akun Tik Tok, membuatkan linktree di Instagram, dan mengendorse public figure untuk mempromosikan produk. Kegiatan yang telah dijelaskan seperti ditunjukkan pada Gambar 3 berikut ini:



Gbr 3. Kegiatan Pelaksanaan KKN Tematik di UMKM Bu Gito Roti

2.4 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai pencapaian semua proses perencanaan mulai dari tahapan penyusunan program kerja, tahap observasi, tahap pelaksanaan sampai pelaporan. Evaluasi dilakukan dengan mengacu pada kehadiran, keaktifan peserta dan beban kerja masing-masing peserta dibuktikan dengan timesheet / laporan aktifitas harian selama mengikuti KKN Tematik. Berikut ditunjukkan pada gambar 4 berikut ini:



Gbr 4. Kegiatan Evaluasi Pelaksanaan KKN dengan pemilik UMKM Bu Gito

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan

Hasil Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari program kerja dari Tim KKN Tematik Universitas Janabadra di UMKM Bu

Gito Roti dengan topik: Perbaikan sarana prasarana dan pemanfaatan sosial media di UMKM Bu Gito Roti melalui KKN Tematik di Padukuhan IX, Cerme.

Kegiatan ini dilaksanakan tanggal 8 Oktober 2024 sampai 22 November 2024 dan berlokasi di Padukuhan IX, Cerme, Kapanewon Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Tahap pertama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu Tim KKN Tematik melakukan observasi awal. Tujuan observasi awal ini adalah untuk mengetahui keadaan UMKM Bu Gito Roti, sarana dan prasarana apa saja yang masih kurang dalam menjalankan usaha ini. Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa banyak sarana dan prasarana yang masih kurang serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran online.

3.2 Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Bu Gito Roti yang berlokasi di Padukuhan IX, Cerme, Kapanewon Panjatan, Kabupaten Kulon Progo telah berjalan dengan baik dan sesuai harapan. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan KKN Tematik adalah sebagai berikut:



Gbr 5. Proses Produksi Roti



Gbr 6. Pemasangan SOP



Gbr 9. Penataan Photo Booth



Gbr 7. Pemasangan alur produksi



Gbr 10. Pemasangan Kotak P3K



Gbr 8. Pemasangan banner dan lampu led untuk display produk



Gbr 11. Penyerahan buku katalog produk UMKM Bu Gito



Gbr 12. Penyerahan buku keuangan



Gbr 13. Rebranding logo untuk neon box



Gbr 14. Promosi melalui akun selebgram
@jajanku.kp

Pada tahap pemasaran yang mana pada tahap ini pemasaran dilakukan melalui media sosial maka pada kegiatan ini yang pertama dilakukan yaitu pembuatan media sosial seperti tiktok dan

linktree di instagram untuk memudahkan penjualan produk Bu Gito Roti. Dalam pemasaran melalui media sosial tersebut bisa diproses pemasarannya menjadi lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan manual karena di jaman sekarang lebih banyak yang menggunakan media sosial sehingga jangkaun penjualan yang sangat luas terhadap masyarakat dimanapun berada dan bisa langsung pesan secara online melalui Whatsapp atau datang langsung ke tempat usaha tersebut.

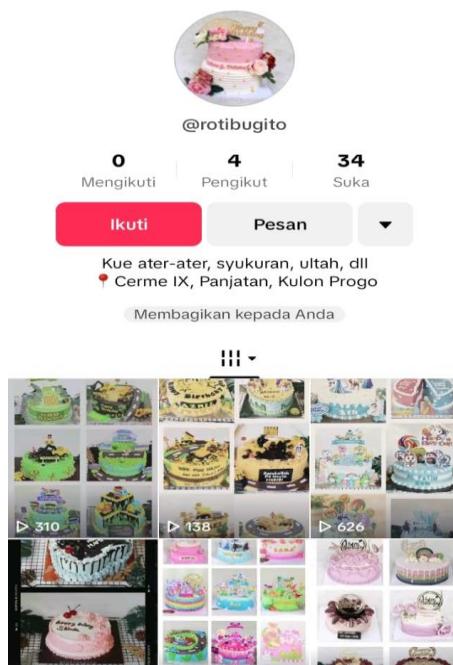
< rotibugito > ...



Cake Ultah Kulonprogo
Pengusaha
Kue ater-ater, syukuran, ultah dll
📍 Sari Murni Bu Gito
Cerme IX, Rt 33/17, Panjatan, Kulonprogo, DI
Yogyakarta
Price list/pemesanan klik link ↴
Unnamed Road, Dusun X, Cerme, Panjatan, Kabupaten
Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 55655,
Yogyakarta
🔗 bit.ly/43C8rWD

Gbr 15. Linktree tercantum di bio akun Instagram

< Rotibugito > 🔍 ↗



Gbr 16. Tiktok dengan nama Rotibugito

4. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dalam kegiatan KKN Tematik ini, dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, tidak hanya secara lokal tetapi juga pasar yang lebih luas. Memberikan bantuan dalam hal branding dan desain kemasan sehingga bisa meningkatkan daya tarik produk dan konsumen, serta mempermudah UMKM untuk menonjol di pangsa pasar. Memberikan bantuan promosi dengan berkolaborasi bersama influencer lokal sehingga dapat menarik perhatian audiens yang lebih besar.

5. KESIMPULAN

Dari kegiatan KKN yang di lakukan di UMKM Bu Gito Roti selama beberapa minggu ini dapat disimpulkan bahwa dengan pemasaran digital, sebagai sarana media promosi yang memiliki jangkauan luas dalam pemasaran sehingga secara otomatis menambah sasaran konsumen yang akan berpengaruh pada omset penjualan. Setelah melakukan pendampingan para pelaku UMKM dapat melakukan inovasi-inovasi baru promosi produk yang dapat dilakukan dimedia sosial Tiktok, Instagram maupun media sosial lainnya yang disesuaikan dengan fitur yang disediakan pada masing- masing media sosial sehingga dapat menarik perhatian konsumen tanpa mengubah identitas awal usaha mereka. Pelaku UMKM dapat memahami media sosial dan bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan yang mana media sosial banyak digandrungi semua kalangan sebagai media sarana promosi yang tepat yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat tanpa batasan jarak, usia serta ruang dan waktu.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP3M Universitas Janabadra, Bapak Dr. Danang Sunyoto, S.E., S.H., M.M. selaku Dosen Pembimbing Lapangan, Bapak Lurah Kalurahan Cerme beserta pamong kalurahan, Ibu Sumarmi selaku Dukuh Padukuhan IX Cerme, Ibu Sunarti selaku pemilik UMKM Bu Gito Roti, dan seluruh masyarakat Padukuhan IX Cerme yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdiputra, Yusfendi. "Strategi pengembangan usaha bidang bakery." *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*. Vol. 1. 2019.
- [2] Irfandi, Irfandi, Taufik Hidayat, and Rudi Salman. "Pemberdayaan usaha kecil menengah kuliner roti di Kabupaten Simalungun." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 24.2 (2018): 661-670.
- [3] Kartiwan, Kartiwan, Zulianatul Hidayah, and Bachtaruddin Badewi. "Metoda Pembuatan Adonan untuk Meningkatkan Mutu Roti Manis Berbasis Tepung Komposit yang Difortifikasi Rumput Laut." *Partner* 15.1 (2015): 39-47.
- [4] K. M. Sitepu, "Penentuan Konsentrasi Ragi Pada Pembuatan Roti (Determining of Yeast Concentration on Bread Making)," *J. Penelit. dan Pengemb. Agrokompleks*, pp. 71–77, 2019.
- [5] Mulyanto, Heru. "BAB XI. MANAJEMEN PEMASARAN." *PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS*: 88.

