



Assistance of the MSMEs Roti Abimanyu during the pandemic to maximize profits

Angga Rizka Lidiawan✉, Nunung Susilaningsih, Sudjiono, Nabila Andriani, Risma Gesang Ayu Cahyani
Universitas Kadiri, Kediri, Indonesia

✉ anggarizkalidiawan@unik-kediri.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6490>

Abstract

This community service program focuses on increasing productivity at the MSMEs Roti Abimanyu during the COVID-19 pandemic with a training scheme for the use of social media and marketplaces. The target to be achieved in this activity is to increase sales, marketing, and product ordering services through the use of information technology. This activity is carried out with training and assistance in utilizing e-commerce. The result of this activity is that MSMEs Roti Abimanyu have understood marketing techniques through social media and marketplaces.

Keywords: *Productivity; Covid-19; Profit*

Pendampingan UMKM Roti Abimanyu di masa pandemi untuk memaksimalkan laba

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada peningkatan produktivitas pada UMKM Roti Abimanyu di masa pandemi covid-19 dengan skema pelatihan penggunaan media sosial dan *marketplace*. Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah peningkatan pelayanan penjualan, pemasaran, pemesanan produk dari konsumen melalui pemanfaatan teknologi informasi. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan e-commerce. Hasil dari kegiatan ini adalah UMKM Roti Abimanyu telah memahami teknik pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*.

Kata Kunci: Produktivitas; Covid-19; Laba

1. Pendahuluan

Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus Corona penyebab Covid-19 pada awal Maret 2020. Hingga saat ini, masih belum diketahui kapan situasi ini akan berakhir. Virus ini memporak-porandakan ekonomi dan peradaban masyarakat dunia (Dewi et al., 2022). Hampir seluruh sektor terdampak, tidak hanya kesehatan tapi juga kehidupan sehari-hari. Timbul berbagai permasalahan sosial mulai dari maraknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) atau merumahkan pekerja untuk sementara waktu, banyak masyarakat yang mengalami pemotongan gaji, ekonomi mulai menurun. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha melakukan efisiensi untuk menekan kerugian, akibatnya banyak pekerja yang dirumahkan atau bahkan diberhentikan (PHK) (Indrawati, 2020).

Covid-19 tersebut juga membawa dampak yang kurang menguntungkan bagi UMKM Roti Abimanyu. Pandemi tersebut menurunkan kegiatan operasional UMKM Roti Abimanyu. Adanya kebijakan PSBB mengharuskan masyarakat untuk *stay at home* sehingga, kegiatan masyarakat yang dilakukan di luar rumah juga dibatasi, hal tersebut membuat minat beli masyarakat terhadap produk-produk dari UMKM Roti Abimanyu menurun. Dimana, pada hari biasa konsumen melakukan pembelian baik dalam skala kecil yaitu untuk konsumsi pribadi dan skala besar untuk konsumsi acara besar.

Selama ini, UMKM Roti Abimanyu belum memaksimalkan penggunaan media sosial dan *marketplace* untuk memasarkan produk mereka. Hal tersebut dikarenakan UMKM Roti Abimanyu cenderung memasarkan produknya secara konvensional, yaitu dengan mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut (Nurhasanah & Rohman, 2021). Pelatihan melalui skema pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas bagi UMKM Roti Abimanyu Dusun Jati Wringin, Desa Sukoharjo, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diharapkan mempunyai dampak langsung pada pelaku usaha ekonomi kreatif.

2. Metode

Pengabdian masyarakat ini mulai dilaksanakan pada tanggal 14 November 2021 di UMKM Roti Abimanyu Desa Sukoharjo Kecamatan Kayen Kidul. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan Metode *Group Discussion* yaitu diawali dengan melakukan koordinasi dengan mitra tentang masalah atau keresahan yang sedang dihadapi mitra (Sukmasetya et al., 2020). Tahap selanjutnya adalah penyampaian materi, ide-ide peluang usaha dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh tim kepada mitra untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra, dalam penyampaian materi dan ide-ide tersebut tidak hanya berjalan satu arah namun dapat berjalan dua arah, yang mana materi atau ide yang telah diberikan dapat diterima, dipertimbangkan dan dilaksanakan oleh mitra, apabila terdapat ide yang kurang sesuai mitra dapat memberikan tanggapan terkait hal tersebut. Kemudian, pada tahap selanjutnya tim memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran produk. Selanjutnya, tim melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November sampai awal Desember 2021 di UMKM Roti Abimanyu, Desa Sukoharjo, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Peserta pelatihan sejumlah orang yang terdiri dari pelaku UMKM Roti Abimanyu yang mayoritas berasal dari Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada tanggal 14 November 2021 dengan melakukan rapat koordinasi dengan tim pengabdian masyarakat yang bertugas untuk melakukan pembagian tugas pokok, persamaan persepsi dengan mitra serta mengurus surat ijin untuk melakukan pengabdian masyarakat pada UMKM tersebut. Kegiatan tersebut merupakan tahap awal pelaksanaan pengabdian masyarakat. Kemudian pada tahap selanjutnya yaitu kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 17 November 2021, tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi pengetahuan

mitra. Hal tersebut dilakukan untuk menyesuaikan materi dan ide-ide yang akan diberikan oleh tim mengenai tata cara dan strategi pemasaran untuk memaksimalkan produktivitas UMKM Roti Abimanyu.

Pada hari berikutnya, tim pengabdian masyarakat melakukan *sharing session* dengan mitra yaitu dengan memberikan paparan materi tentang strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan mitra untuk memaksimalkan laba dan produktivitas UMKM tersebut. Pada pelaksanaan pengabdian ini mitra melakukan diskusi dengan tim pengabdian untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat dan terbaik. Oleh karena itu, kegiatan ini difokuskan untuk membantu permasalahan mitra dengan memberikan pelatihan terkait strategi pemasaran online kepada pemilik dan karyawan secara keseluruhan dengan memanfaatkan *social media* dan *marketplace*, menerapkan pemasangan iklan dengan memposting gambar dan informasi produk, visualisasi berbasis foto, video, dan bahasa yang menarik (Sukmasetya et al., 2020).

Selanjutnya, mitra menerapkan ide-ide yang telah disampaikan oleh tim pada hari sebelumnya mengenai strategi pemasaran online dengan memanfaatkan *social media* dan *marketplace* untuk memperluas jaringan pemasaran yang terhambat dengan adanya kebijakan PSBB yang ditetapkan pemerintah. Produk-produk yang dipasarkan melalui *social media* dan *marketplace* diantaranya aneka kue basah, *mini tart love* aneka rasa yaitu rasa *banana*, *green tea*, vanila, *tart sponge cake* dan *sweet roll nabati* dengan varian *topping* kacang, keju, oreo, abon dan coklat, yang mana *sweet roll nabati* merupakan *best seller* produk dari UMKM Roti Abimanyu (Gambar 1).



Gambar 1. Produk UMKM Roti Abimanyu

Penggunaan *social media* dan *marketplace* dinilai lebih mudah dan praktis dalam membantu mitra dalam memaksimalkan pemasaran produknya dimasa pandemi covid-19 (Jati & Astuti, 2022). Sehingga, mitra dapat memaksimalkan laba yang didapat dan produktivitas dapat meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk UMKM Roti Abimanyu melalui perluasan jaringan pemasaran yang didapat dari *social media* dan *marketplace* (Mirani et al., 2022).

Perkembangan jaringan pemasaran ini dapat dilihat dari adanya pemesanan *sweet roll nabati* dari luar area kediri dan sekitarnya. PSBB tidak menjadi halangan bagi UMKM Roti Abimanyu untuk tetap produktif dimasa pandemi. Sehingga laba yang dihasilkan tetap dapat maksimal dan karyawan juga tetap produktif. Hal tersebut dapat meminimalisir adanya risiko PHK yang dilakukan mitra untuk mempertahankan usahanya dimasa pandemi covid-19 dan kesejahteraan karyawan dapat terjaga. Dengan target setelah pelatihan ini selesai, baik pemilik maupun karyawan memiliki pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial yang mumpuni, sehingga mampu mencapai target yang diharapkan.

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk pelatihan penggunaan media sosial dalam meningkatkan produktivitas UMKM Roti Abimanyu dengan menaikkan laba dimasa pandemi Covid-19. Manfaat yang diperoleh dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Desa Sukoharjo Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri ini adalah pengetahuan dan pemahaman pemilik dan karyawan UMKM Roti Abimanyu tentang tata kelola dan cara memasarkan produk secara online. Kegiatan Pengabdian ini sangat bermanfaat bagi UMKM Roti Abimanyu karena dapat meningkatkan laba yang akan diperoleh UMKM Roti Abimanyu sehingga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Dengan demikian kegiatan ini dapat ditindaklanjuti dengan langsung mempraktikkan hasil yang didapatkan dari pelatihan yang telah dilakukan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih banyak kepada civitas akademika, LP3M Universitas Kediri dan seluruh pihak-pihak terkait atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menulis dan mempublikasikan penelitian ini untuk perhatian Anda. Terima kasih.

Daftar Pustaka

- Dewi, Y. S., Nursalam, Ahsan, Purnama, I. K. E., Hasegawa, T., Qona'ah, A., Pradipta, R. O., Arifin, H., & Gusmaniarti. (2022). Development of digital technology-based nursing service innovation in the pandemic era. *Community Empowerment*, 7(4), 763–768.
- Indrawati, M. (2020). Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Usaha Rumah Tangga pada Masa Pandemi Covid. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 1035–1047.
- Jati, H., & Astuti, I. (2022). Financial literacy training and introduction to SI APIK for the Darul Hijrah Madani bazaar group, Kolhwa, Kupang. *Community Empowerment*, 7(5), 778–788. <https://doi.org/10.31603/ce.5872>
- Mirani, D., Aryansah, J. E., Musdalifah, F. S., Abror, M. Y., & Murti, K. (2022). MSMEs' go digital assistance as an effort to support MSMEs' upgrading program in Banyuasin Regency. *Community Empowerment*, 7(4), 650–659.
- Nurhasanah, A., & Rohman, M. Z. (2021). Digital marketing to increase sales of salted fish products in Muara Badak Ilir village, Kutai Kartanegara. *Community Empowerment*, 6(12), 2253–2256. <https://doi.org/10.31603/ce.6471>
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 05(02), 28–35. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License