

Rebranding MSME Catering Through Packaging Design and Social Media Promotion

[Rebranding UMKM Catering Melalui Desain Packaging dan Promosi Media Sosial]

Azamul Hidayat¹⁾, Poppy Febriana ^{*2)}, Ainur Rochmaniah³⁾, Muhammad Hasan Bisri⁴⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *The problem with the two catering businesses is that they do not have packaging labels and do not have media for promotion, so they need to rebrand the packaging design in the form of labels and promote their business on social media. The aim of this Community Service activity is to find out the problems of the two catering businesses and provide solutions to these problems. The method used is to provide training in the form of a tutorial on how to manage an Instagram account and how to operate the Google Maps application. The results of this Community Service are helping the two MSME actors create a logo design, create an official Instagram account, create content designs for Instagram posts, create packaging designs in the form of labels, add the location of the Catering business address via the Google Maps Application, train or teach the two MSME actors to manage Instagram by posting menus that we provide with interesting content, and how to operate the Google Maps Application. In this way, in the future it will be easier for MSME actors to introduce their businesses to the wider community.*

Keywords - UMKM; Promotions; social media

Abstrak. *Problem masalah di kedua pelaku usaha catering tersebut ialah tidak adanya label dikemasan dan tidak memiliki media sebagai promosi, maka memerlukan rebranding desain packaging berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini ialah untuk mengetahui permasalahan dari kedua pelaku usaha catering dan memberikan solusi dalam permasalahan tersebut. Metode yang digunakan ialah dengan memberikan pelatihan berupa tutorial cara mengelola akun Instagram beserta cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps. Hasil dari Pengabdian Masyarakat ini ialah membantu kedua pelaku UMKM membuat desain logo, membuat akun Instagram resmi, membuat desain konten untuk postingan Instagram, membuat desain packaging berupa label, menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps, melatih atau mengajarkan kedua pelaku UMKM mengelola Instagram dengan cara memposting menu yang kami sediakan dengan konten yang menarik, dan cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps. Dengan demikian, kedepannya dapat mempermudah kedua pelaku UMKM mengenalkan usahanya kepada Masyarakat luas.*

Kata Kunci - UMKM; promosi; media sosial

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ialah usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha berdasarkan Undang-Undang nomor 20, Tahun 2008. UMKM ialah bagian dari penghasilan yang berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. UMKM juga memiliki peran yang sangat signifikan terhadap berkembangnya ekonomi negara, menurut data kementerian koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 8,71 juta unit usaha. kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Sasonko, 2020).

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah merubah lingkup dunia pemasaran. Pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada sosial media seperti Instagram dan relasi antar relasi, pertemanan dan lingkungan kerabat (Manurung, R., 2023). Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang saat ini memanfaatkan kehebatan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana, 2017).

Di Era sekarang, pelaku UMKM seharusnya bisa memanfaatkan media digital sebagai suatu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan. Kendala yang mungkin

dijumpai oleh pelaku UMKM seperti kurangnya informasi mengenai kemudahan ekspor yang dinilai sebagai suatu proses yang sulit untuk dilakukan namun padahal banyak sekali *platform* untuk melaksanakan kegiatan ekspor baik secara umum maupun melalui *e-commerce* (Biswan, A. T., Putra, M. R., Sulastri, H., & Purwana, A. S., 2023). UMKM yang memiliki akses online yang terlibat di media sosial, dan bisa mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, maka akan menikmati keuntungan bisnis yang sangat signifikan dari segi pendapatan, kesempatan kerja, dan inovasi. Akan tetapi, masih banyak pelaku UMKM yang belum mempergunakan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardana, 2018).

Desain logo dan juga label dalam kemasan *packaging* yang sangat rinci membuat konsumen mudah dalam mencari informasi terkait produk tersebut. Salah satu media digital marketing yang seringkali dipakai ialah media sosial, salah satunya ialah Aplikasi Instagram. Instagram memiliki sebuah fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Aplikasi Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. dengan fitur tersebut, pelaku usaha bisa memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis (Rachmawati, 2018). Beberapa aplikasi yang banyak digunakan konsumen ialah Aplikasi Instagram. Jumlah pengguna Aplikasi Instagram pada Januari 2023 sudah mencapai 1,32 miliar orang (Iman, M, 2020). Jumlah pengguna Aplikasi Instagram tersebut menjadi potensi besar dalam melakukan pemasaran produk. Adapun UMKM dalam pelaksanaan pengabdian ini ialah Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering. Catering Mbok Ndut ialah sebuah usaha di bidang penyediaan makanan cepat saji yang di gemari oleh Masyarakat yang biasanya ada acara seperti nikahan atau istilahnya *do'a* bersama dan berbagai jenis lainnya, tidak jauh mereka pasti memesan sebuah catering makanan yang berbagai ragam aneka makanan seperti nasi kuning, nasi tumpeng, dan lain-lainnya. Untuk Mbok Ndut Catering sendiri merupakan usaha yang menyediakan makanan siap saji yang sudah berdiri sejak tahun 2019. UMKM ini di kelola oleh Ibu Wiwik Gati yang berlokasi di perumahan TNI AL Blok B 12 No. 5 Desa Kedungkendo, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Dari hasil riset permasalahan di UMKM Mbok Ndut Catering yaitu memerlukan rebranding promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan sudah memiliki label. Namun label tersebut belum bersertifikasi halal, karena pemilik Mbok Ndut Catering masih dalam proses mengajukan sertifikat halal.

Sedangkan untuk usaha dari Bu Sri Catering sendiri usaha yang menyediakan olahan makanan dan minuman cepat saji. Dimana makanan dan minuman tersebut akan dipesan dan akan dikonsumsi di hari itu juga. Usaha catering banyak kita jumpai di sekitar kita. Namun, tidak semua usaha catering tersebut ada brandnya. Usaha Bu Sri Catering sendiri sudah berdiri sejak tahun 2003 yang dikelola oleh ibu Sri Hartatik. Lokasi usaha ini terletak di Dusun Bohar Selatan RT 5 RW 3, Desa Bohar, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Dari hasil riset permasalahan di UMKM Bu Sri Catering yaitu memerlukan rebranding desain *packaging* berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan yang ketiga belum memiliki label dipackagingnya. Tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini ialah untuk mengetahui permasalahan dari kedua pelaku usaha catering dan memberikan solusi dalam permasalahan tersebut supaya usahanya lebih dikenal oleh Masyarakat luas. Untuk itu Tim Pengabdian Masyarakat melakukan kegiatan tersebut supaya lebih menarik minat pelanggan untuk membeli dan bisa mengoptimalkan penjualan dari sebelumnya.

II. METODE

Kegiatan pengabdian ini berlokasi di perumahan TNI AL Blok B 12 No. 5 Desa Kedungkendo, kecamatan candi, kabupaten sidoarjo. Kedua, terletak di Dusun Bohar Selatan RT 5 RW 3, Desa Bohar, kecamatan Taman, kabupaten Sidoarjo. Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berlangsung pada Tanggal 01 sampai 17 Desember 2023, Kegiatan ini terdiri dari 2 orang pelaku UMKM.

Metode yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini melalui pelatihan, yakni sebagai berikut:

- A. Membuatkan desain logo pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
- B. Membuatkan akun Instagram resmi pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
- C. Membuatkan desain konten untuk postingan Instagram
- D. Membuatkan desain label untuk dipasangkan dipackagingnya pada UMKM Bu Sri catering.
- E. Menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps

F. Melatih atau mengajari kedua pelaku UMKM mengelola Instagram dengan cara memposting menu yang disediakan dengan konten yang menarik, serta cara mengoperasikan Google Maps.

Dengan tahapan metode diatas, maka kegiatan ini akan berjalan sesuai dengan tujuan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh pengabdian Masyarakat di UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering dapat dijabarkan dengan beberapa aspek, yakni:

A. Membuatkan desain logo



Gambar 1.1. desain logo

Dengan langkah awal ini Tim Pengabdian Masyarakat membantu membuatkan desain logo di UMKM Mbok Ndut Catering. Desain logo itu sendiri bertuliskan Mbok Ndut Catering dengan mengambil warna merah mudah dan kuning mudah yang artinya memberikan kegembiraan, keceriaan, dan semangat dalam berusaha. Desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi CorelDraw x7, dengan demikian tujuan pembuatan logo tersebut untuk di pakai buat profil Instagram serta untuk memajukan usaha dan mengenalkan produk makanan ke Masyarakat sebagai suatu arti dari usaha Catering tersebut.



Gambar 1.2. desain logo

Dengan langkah awal berikutnya, Tim Pengabdian Masyarakat membantu membuatkan desain logo di UMKM Bu Sri Catering. Desain logo itu sendiri bertuliskan Bu Sri Catering dengan mengambil tema berwarna ungu taro yang maknanya ialah sebuah energi yang romantis dalam mengembangkan usaha. Desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi CorelDraw x7, dengan demikian tujuan pembuatan logo tersebut untuk di pakai buat profil Instagram dan di pasangkan di label kemasan serta menjadi identitas bagi bisnis agar lebih mudah di kenal oleh konsumen.

B. Membuatkan akun Instagram



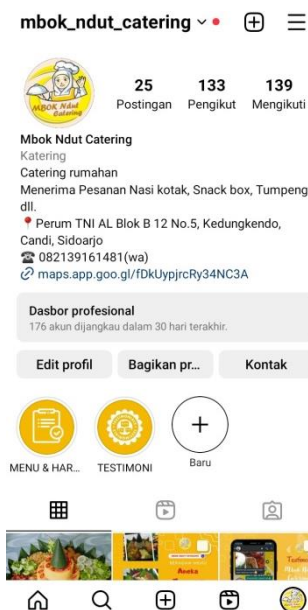
Gambar 2.1. akun Instagram

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke dua dengan cara membuat akun Instagram di UMKM Mbok Ndut Catering. Dengan langkah kedua tersebut maka Tim Pengabdian Masyarakat menargetkan followers dengan target 100 lebih followers, agar Instagram tersebut bisa di lihat oleh orang banyak. Tentu dengan adanya sebuah wadah baru maka pengguna Instagram bisa melihat produk makanannya. Pengguna bisa saling berinteraksi dengan mudah dalam suatu informasi, menciptakan gambar berupa konten atau isi informasi yang akan disampaikan kepada orang lain, memberikan balasan komentar pada masukan yang disampaikan pengguna lain serta komunikasi lainnya yang ada dalam fasilitas media sosial. Pasar bisnis di Indonesia sekarang sangat diuntungkan dengan adanya media sosial Instagram, aplikasi Instagram beralih fungsi dari yang awalnya cuman membagikan foto maupun video yang diunggah menjadi wadah untuk promosi (Agustin, T.P., & Poppy Febriana, 2023).



Gambar 2.2. akun Instagram

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke dua berikutnya, dengan cara membuat akun Instagram di UMKM Bu Sri Catering. Dengan langkah kedua tersebut maka Tim Pengabdian Masyarakat mencari followers dengan target 50 lebih followers, agar Instagram tersebut bisa di lihat oleh orang banyak dengan target 100 akun dijangkau. Tentu dengan adanya sebuah wadah baru maka pengguna Instagram bisa melihat produk serta juga bisa memeperluas jangkauan bagi calon pembeli.



Gambar 2.3. target followers

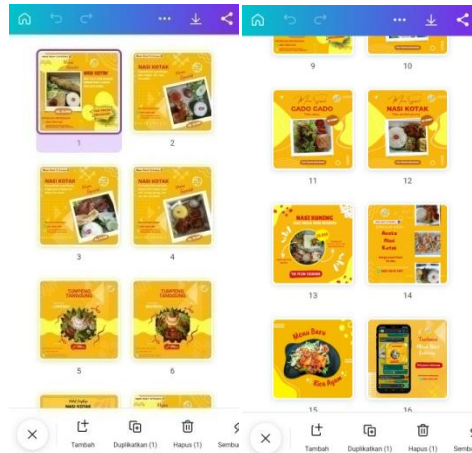
Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke dua berikutnya, yaitu followers Instagram Mbok Ndut Catering sudah mencapai target 100 lebih followers, dengan followers 133 followers. Maka dengan cara menambahkan banyak followers akun Instagram Mbok Ndut Catering akan semakin dikenal oleh Masyarakat luas dan bisa membangun kepercayaan Masyarakat luas. promosi di media sosial juga bisa dibidang promosi yang murah karena tidak berbayar dan jangkauannya lebih leluasa. Jadi promosi melalui media sosial itu sangat efektif dikalangan anak muda (Purbohastuti, 2017).



Gambar 2.4. target followers

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke dua berikutnya, yaitu followers Instagram sudah mencapai target 50 lebih followers dengan followers 63 followers dengan akun dijangkau sebanyak 109 akun. Maka dengan cara menambahkan banyak followers di akun Instagram Bu Sri Catering, maka akan semakin dikenal oleh Masyarakat luas dan bisa membangun kepercayaan Masyarakat luas, utamanya bagi pengguna sosial media.

C. Membuat desain konten



Gambar 3.1. desain konten

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim pengabdian Masyarakat membuat langkah ke tiga, yaitu membuat desain konten di UMKM Mbok Ndut Catering untuk diposting di Instagram. Desain tersebut menganut produk menu makanan yang sudah disediakan oleh Mbok Ndut Catering, desain tersebut mengambil tema berwarna kuning tua yang artinya kebahagiaan, kegembiraan, dan membangkitkan selera makan. kemudian desain konten tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva.



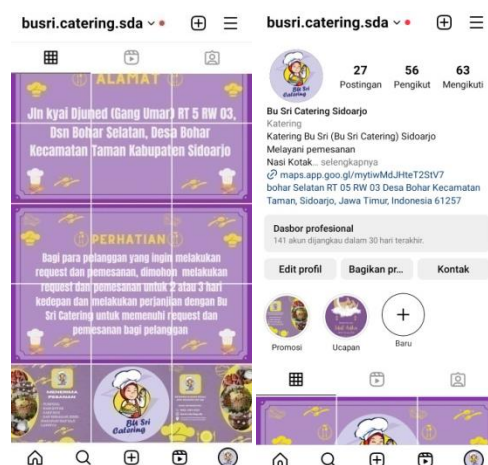
Gambar 3.2. desain konten

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke tiga berikutnya, yaitu membuat desain konten di UMKM Bu Sri Catering untuk diposting di Instagram. Desain tersebut menganut produk menu makanan dan minuman yang sudah disediakan oleh Bu Sri Catering, dengan mengambil tema berwarna ungu taro yang bermakna sebuah keistimewaan, dan kemewahan dalam mengembangkan usaha, kemudian desain konten tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva. Dengan cara seperti itu juga supaya publik dapat mengetahui informasi terkait menu dan harga makanan tersebut. Efisiensi Instagram sebagai media promosi juga dianggap memiliki banyak manfaat diantaranya ialah kemudahan dalam penggunaan, efektif waktu dan tenaga baik dari sisi penjual maupun pembeli (Mukti, R. P. K., & Ainur Rochmaniah, 2023).



Gambar 3.3. konten yang di upload

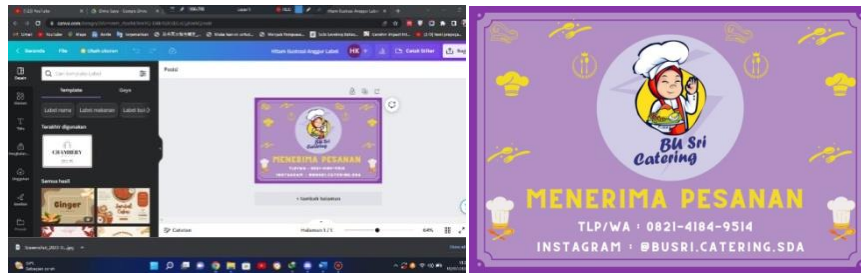
Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuatkan langkah ke tiga berikutnya, dengan cara mengupload konten yang sudah di desain, dan mengupload sebanyak 25 konten yang menarik seperti menu dan harga produk makanan Mbok Ndut Catering dengan mengupload setiap hari 1 konten. Dengan cara itu maka Masyarakat luas bisa melihat atau mengunjungi akun Instagram Mbok Ndut Catering. Dengan cara itu juga konsumen Mbok Ndut Catering yang dulunya hanya tetangga terdekat saja maka dengan adanya akun Instagram itu konsumen Mbok Ndut Catering bisa mencapai target yang leluasa. Salah satu konten yang menarik untuk diposting ke media sosial ialah berupa foto. Pengguna juga bisa memosting foto dengan kreativitas yang dimiliki. Foto menarik dalam media sosial ialah foto yang menjadi salah satu hal yang baru, yang mengakibatkan banyak pengguna lainnya terinspirasi dengan konten atau foto tersebut (Ardipraditiya, 2020).



Gambar 3.4. konten yang di upload

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuatkan langkah ke tiga berikutnya, dengan cara mengupload konten terkait produk makanan dan minuman serta berbagai informasi yang berkaitan dengan Bu Sri Catering, sebanyak 27 konten yang sudah di upload. Dimana kebanyakan konten tersebut berbentuk puzzle, mengingat bahwa kami merasa apabila konten yang seperti itu lebih menarik untuk dilihat karena kebanyakan pengunjung Instagram hanya melihat pada laman bio atau profil saja. Sekaligus ditambah dengan dicantumkan hashtag populer yang berkaitan dengan catering dalam masing-masing postingan. Dengan cara itu maka Masyarakat luas bisa melihat atau mengunjungi akun Instagram Bu Sri Catering. Dengan cara itu juga konsumen Bu Sri Catering yang dulunya hanya tetangga terdekat saja maka dengan adanya akun Instagram itu konsumen Bu Sri Catering bisa mencapai target yang lebih luas.

D. Membuatkan desain label



Gambar 4.1. Merancang Desain Label

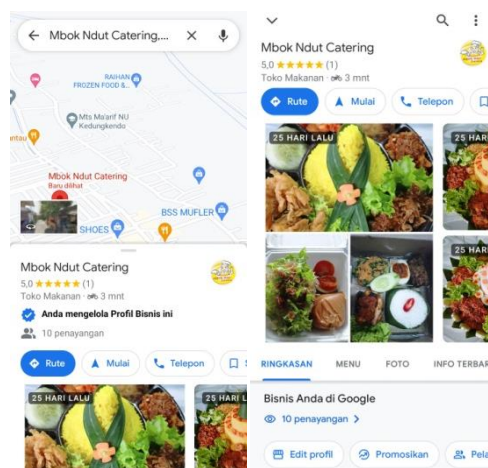
Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke empat yang berbeda, karena ditujukan hanya kepada UMKM Bu Sri Catering yaitu dengan cara membuat desain label untuk ditempelkan di packaging dengan bentuk desain stiker, fungsinya bisa sebagai label atau souvenir ketika melakukan pembelian di UMKM Bu Sri Catering. Desain tersebut menganut logo, nomor Whatsapp, dan nama Instagram Bu Sri Catering. kemudian desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva yang Mengambil tema berwarna ungu taro yang bermakna sebuah keistimewaan yang romantis dalam membangkitkan selera makan.



Gambar 4.2. Cetakn Desain Label

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa tim pengabdian Masyarakat membuat langkah ke empat berikutnya, yaitu memasang label yang sudah di cetak untuk ditempelkan dipackaging Bu Sri Catering. Dengan cara itu maka pembeli akan lebih mengetahui alamat usaha dan mengetahui profil Instagram Bu Sri Catering, dengan demikian Masyarakat luas bisa lebih tertarik akan UMKM dari Bu Sri Catering ini dikarenakan label yang menarik atau adanya bonus sovenir stiker supaya UMKM bisa naik kelas dan lebih menarik untuk dilihat masyarakat luas.

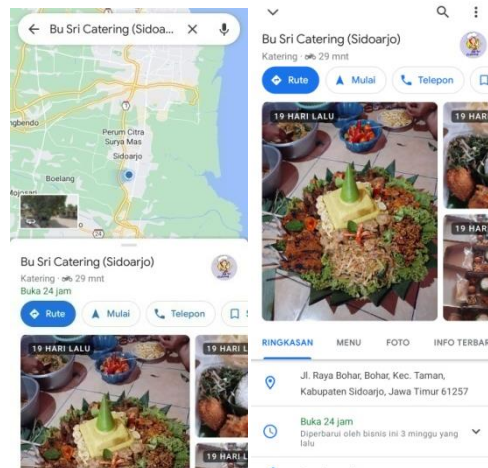
E. Menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps



Gambar 5.1. Google Maps

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke lima dengan cara menambahkan lokasi alamat usaha Mbok Ndut Catering melalui Aplikasi Google Maps, dan di taruh di

bio Instagram. Misalnya ada pembeli yang tidak tahu alamat usaha Mbok Ndut Catering, maka pembeli bisa langsung menekan link Google Maps yang sudah di taruh di bio Instagram. Dengan cara itu maka masyarakat luas bisa menjangkau melalui aplikasi Google Maps tersebut.



Gambar 5.2. Google Maps

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuat langkah ke lima berikutnya, yaitu dengan cara menambahkan lokasi alamat usaha Bu Sri Catering melalui Aplikasi Google Maps, dan di taruh di bio Instagram. Misalnya ada orang di Daerah Sidoarjo yang mau cari catering terdekat, itu bisa langsung muncul di Aplikasi Google Maps tersebut. maka dari itu Tim Pengabdian Masyarakat memberikan wadah baru untuk pelaku usaha catering supaya usahanya bisa dikenal oleh Masyarakat luas.

F. Melatih kedua pelaku UMKM

Sebelum pelaksanaan kegiatan, kedua pelaku UMKM diminta untuk mengisi kuesioner. Berikut hasil dari kuesioner:

Tabel 1. Hasil Kuesioner Sebelum Pelatihan

Pertanyaan	TP	P	SP
Apakah paham mengenai cara mengelola Instagram	2	0	0
Apakah paham mengenai cara mengoprasikan Google Maps	2	0	0
Apakah paham terkait desain	2	0	0
Apakah paham mengenai pembuatan konten desain	2	0	0
Apakah paham cara memasarkan usaha lewat media sosial	2	0	0

Sumber: Penelitian tahun 2023

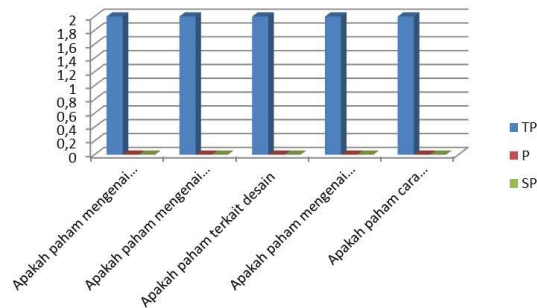
Keterangan:

TP :Tidak Paham

P : Paham

SP : Sangat Paham

Dari data pada Tabel 1 kemudian digambarkan secara visual dengan menggunakan diagram kolom seperti terlihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 6.1. Grafik Hasil Kuesioner Sebelum Pelatihan

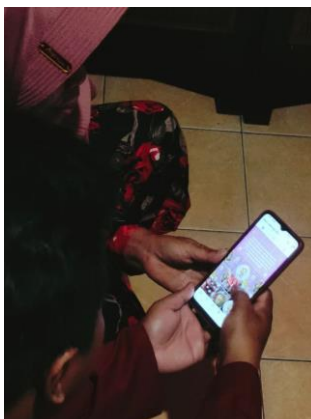
Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa sebelum dilakukan pelatihan, kedua pelaku UMKM tidak paham mengenai cara mengelola Aplikasi Instagram, cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps, cara membuat konten desain, dan cara memasarkan lewat media sosial.

Setelah mengisi kuesioner kedua pelaku UMKM diberikan pelatihan. Berikut data foto pelatihan:



Gambar 6.2. Memberikan Pelatihan

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM Mbok Ndut Catering pada Tanggal 02 sampai dengan 09 Desember 2023, dengan cara melatih atau mengajari pemilik UMKM tersebut cara mengelola Instagram yang sudah kami buat serta cara mengenalkan konten produk makanannya melalui Instagram tersebut, dan cara mengoperasikan aplikasi Google Maps yang sudah kami buat.



Gambar 6.3. Memberikan Pelatihan

Pada gambar di atas dapat dijabarkan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM Bu Sri Catering pada Tanggal 11 sampai dengan 16 Desember 2023, dengan cara mengajari atau melatih mengelola Instagram yang sudah kami buat serta cara mengenalkan konten produk makanannya melalui Aplikasi Instagram tersebut, dan cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps yang sudah kami buat.

Kemudian sesudah kegiatan ini berakhir kedua pelaku UMKM diminta untuk mengisi kuesioner kembali, serta memberikan tanggapan dan masukan terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berikut hasil dari kuesioner:

Tabel 2. Hasil Kuesioner Sesudah Pelatihan

Pertanyaan	TP	P	CP
Apakah paham dengan pelatihan yang kami lakukan	0	2	0
Apakah paham dengan hasil pelatihan pengelolaan instagram	0	2	0
Apakah paham dengan hasil pelatihan pengoperasian Google Maps	0	2	0
Apakah sesudah pelatihan paham dengan cara membuat konten desain	0	2	0
Apakah sesudah pelatihan paham dengan cara memasarkan usaha lewat media sosial	0	0	2

Sumber: Penelitian tahun 2023

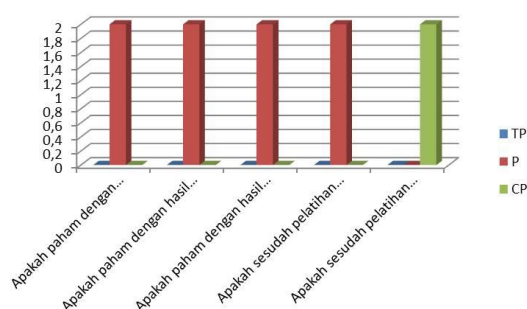
Keterangan:

TP :Tidak Paham

P : Paham

SP : Sangat Paham

Dari data pada Tabel 2 kemudian digambarkan secara visual dengan menggunakan diagram kolom. Berikut data gambar:



Gambar 6.4. Grafik Hasil Kuesioner Sesudah Pelatihan

Pada gambar diatas dapat dijabarkan lebih mendalam bahwasanya kedua pelaku UMKM tersebut sudah paham dengan cara menjual produknya melalui media sosial Instagram dan cara mengoperasikan aplikasi Google Maps. Dengan cara-cara itu maka publik bisa leluasa membeli produk makanan tersebut. Dulunya kedua pelaku UMKM konsumennya hanya tetangganya saja, kini menjadi seluruh pengguna media sosial dari berbagai daerah. Untuk itu Tim Pengabdian Masyarakat memberikan cara baru agar mendapatkan konsumen secara luas dengan melalui promosi media sosial Instagram tersebut.

VII. SIMPULAN

Dengan adanya media baru di Era berkembangnya teknologi yang pesat saat ini, maka kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat di tarik kesimpulan bahwa dengan membuat wadah baru berupa membuat desain logo, membuat akun Instagram, membuat desain konten, membuat desain label, menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google, melatih atau mengajari kedua pelaku UMKM mengelola Aplikasi Instagram, dan mengoperasikan Aplikasi Google Maps dengan melalui rebranding desain packaging berupa label dan promosi media sosial Instagram. Itu semua supaya produk makanan dan minuman dari usaha kedua pelaku usaha catering tersebut bisa di kenal oleh Masyarakat luas, yang dulunya konsumennya hanya tetangga terdekat saja. Maka dari itu Tim Pengabdian Masyarakat memberikan wadah baru tersebut agar konsumennya bisa mencapai target yang leluasa. Maka dari itu kedua pelaku UMKM tersebut harus mengembangkan penjualannya melalui media sosial agar produknya dapat terjual secara optimal. Sekaligus juga meningkatkan daya jual dan menarik lebih banyak pelanggan dari media baru tersebut, agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT atas dilancarkannya kegiatan ini serta semua pihak yang terlibat dalam pengabdian ini. Terutama kepada Ibu Wiwik Gati dan Ibu Sri Hartatik selaku pemilik usaha catering, serta teman-teman abdimas.

REFERENSI

- [1] Agustin, T.P., & Poppy Febriana. (2023). Traveloka Digital Marketing Strategy Analysis Through Instagram. *Indonesian Journal Of Innovation Studies* , 10-21070.
- [2] Ardipraditiya. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Inteligencia Media*. (Intrans Publishing Group).
- [3] Ascharisa. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* , 147-157.
- [4] Biswan, A. T., Putra, M. R., Sulastrri, H., & Purwana, A. S. . (2023). Pendampingan Three in One pada UMKM Dafiz untuk Pembukuan Praktis, Aspek Perpajakan, dan Peluang Ekspor . *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2) , 411-418.
- [5] Iman, M. (2020). *Penggunaan Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial* .
- [6] Imandiar, Y. (2020). *Transaksi Shopee di Q2-2020 Naik Hingga 130%*

- [7] Manurung, R., Prihatmajaya, P. S., & Paath, D. K. (2023). PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA SAUNG BATIK BASWET MELALUI INOVASI VARIASI MODEL DESAIN DAN TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 64-70.
- [8] Mukti, R. P. K., & Ainur Rochmaniah. (2023). Instagram Analysis@ Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal Of Innovation Studies* , 10-21070.
- [9] Prahartiwi, L. I., Dari, W., Pujiastuti, E., & Yuningsih, Y. (2023). PELATIHAN DESIGN UI/UX DALAM MEMBANGUN WEBSITE PADA RW. 013 CIPINANG MELAYU JAKARTA TIMUR. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 57-63.
- [10] Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. In T. Ekonomika.
- [11] Purwana. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) . *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* , 1-17.
- [12] Puspitarini, DS, & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Umum* , 3 (1), 71-80.
- [13] Rachmawati. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah*. Surabaya.
- [14] Sarfiah, SN, Atmaja, HE, & Verawati, DM (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* , 4 (2), 137-146.
- [15] (2020). In D. Sasongko, *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit* (pp. 2,8-11).
- [16] (2018). In Wardana, *Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia* (pp. 4-1).

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.