



---

**PEMULIHAN PEREKONOMIAN UMKM KUE FIORFIORE MELALUI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN KEDAMAIAN, BANDAR LAMPUNG****Oleh****Halimah<sup>1</sup>, Arman Suryadi Karim<sup>2</sup>****<sup>1,2</sup>Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya****Email : <sup>1</sup>[halimahyunus@darmajaya.ac.id](mailto:halimahyunus@darmajaya.ac.id), <sup>2</sup>[armansuryadi@darmajaya.ac.id](mailto:armansuryadi@darmajaya.ac.id)**

---

**Article History:***Received: 01-09-2021**Revised: 16-10-2021**Accepted: 28-10-2021***Keywords:***PPKM, UMKM, Digital**Marketing*

**Abstract:** *Indonesia adalah salah satu negara yang sangat terdampak oleh pandemi, pandemi ini merubah berbagai kegiatan dan kebiasaan masyarakat Indonesia. Perubahan ini terjadi di berbagai bidang seperti bidang ekonomi, sosial, pendidikan. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mengurangi penularan dan penyebaran dengan memberlakukan berbagai peraturan seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berarti mengurangi kegiatan masyarakat Indonesia dalam segala hal. Dikarenakan adanya peraturan seperti PPKM menyebabkan banyak usaha atau UMKM yang kehilangan pelanggan dikarenakan tidak adanya pengunjung yang datang membeli produk atau jasa yang mereka sediakan, banyak pelaku UMKM yang akhirnya tutup usaha dikarenakan tidak mampu membayar pengeluarannya. Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu bentuk kegiatan secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu bentuk dari tridharma perguruan tinggi, dengan tujuan yang ingin dicapai adalah untuk memulihkan perekonomian bagi pemilik UMKM yang terdampak situasi COVID-19 dengan memanfaatkan digital Marketing sehingga dapat mempermudah pemasaran serta membantu meningkatkan penjualan UMKM pada masa COVID-19.*

---

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara yang sangat terdampak oleh pandemi saat ini, pandemi merubah berbagai kegiatan dan kebiasaan masyarakat Indonesia. Perubahan ini terjadi di berbagai bidang seperti bidang ekonomi, sosial, pendidikan. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mengurangi penularan dan penyebaran dengan memberlakukan berbagai peraturan seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berarti mengurangi kegiatan masyarakat Indonesia dalam segala hal. Dikarenakan adanya peraturan seperti PPKM menyebabkan banyak usaha atau UMKM yang kehilangan pelanggan dikarenakan tidak adanya pengunjung yang datang membeli produk atau jasa yang mereka



sediakan. Hal ini menyebabkan banyak pelaku UMKM yang akhirnya tutup usaha dikarenakan tidak mampu membayar pengeluarannya.

Sejalan dengan situasi dan kondisi pandemi COVID-19, Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya sebagai perguruan tinggi swasta terbaik di Provinsi Lampung, dimana salah satu Tridharma perguruan tinggi ialah menjalankan pengabdian kepada masyarakat. Maka, dalam hal ini punya tanggung jawab untuk juga berkontribusi dalam pemulihan UMKM serta membantu mengurangi penyebaran COVID-19. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bentuk usaha program kegiatan membantu masyarakat usaha kecil dan menengah. Kegiatan ini dilakukan Di Kelurahan Kedamaian, Bandar Lampung UMKM Kue Fiorfiore masih memiliki kekurangan yaitu kurangnya pekerja yang dapat mengembangkan inovasi agar produk lebih menarik. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu memulihkan perekonomian bagi pemilik UMKM yang terdampak situasi COVID-19 dengan memanfaatkan digital marketing serta dapat menjadi inovasi, mempermudah pemasaran serta membantu meningkatkan penjualan UMKM pada masa COVID-19.

## METODE

Ada beberapa tahap yang dilakukan sebelum kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan. Tahap-tahap yang perlu dilakukan antara lain tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan dan metode pelatihan. Tahap-tahap tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Peyusunan Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat terdiri atas 2 Dosen Program Studi Sistem Informasi yakni, Halimah, S.Kom., M.TI dan Arman Suryadi Karim, S. Kom., M. TI.
- b. Pada tahap penentuan lokasi kegiatan, tim pelaksana melaksanakan survey ke beberapa lokasi yang kemungkinan bisa dilakukan kegiatan pengabdian.
- c. Tahap pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran kegiatan. Setelah melaksanakan survey akhirnya diputuskan bahwa kegiatan pengabdian dilaksanakan di UMKM Kue Fiorfiore Kedamaian Bandar Lampung
- d. Penentuan waktu dan tempat kegiatan. Pada tahap ini disepakati bahwa waktu kegiatan dilaksanakan pada bulan September 2021 selama satu bulan, dan dilaksanakan langsung ditempat UMKM dengan tetap menjaga protokol kesehatan.
- e. Penyusunan bahan/materi pelatihan. Pada tahap ini materi disusun dalam bentuk ppt, makalah, video yang akan diberikan kepada para peserta.

### 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Sesi pertama: Pada sesi ini pembicara pertama memberikan penjelasan terkait beberapa konsep mengenai *Digital Marketing*.
- a. Sesi kedua: Pada sesi ini pembicara kedua memberikan penjelasan mengenai hal-hal terkait pembuatan *Digital Marketing* dengan membuat :
  1. Membuat media sosial di *Instagram*, *facebook*, *marketplace*, mendaftarkan UMKM di *shopee*, *tokopedia* dan *go food*.
  2. Memberi inovasi dengan menciptakan produk baru yang terjangkau.
  3. Membantu menangani sosial media dan promosi



4. Membuat kartu nama toko

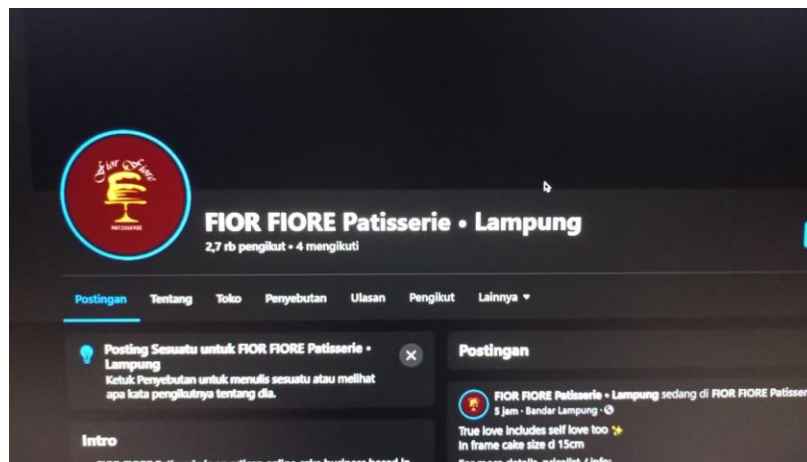
### 3. Metode Pelatihan

Metode yang digunakan pada saat pelatihan antara lain ceramah, tanya jawab, dan penugasan.

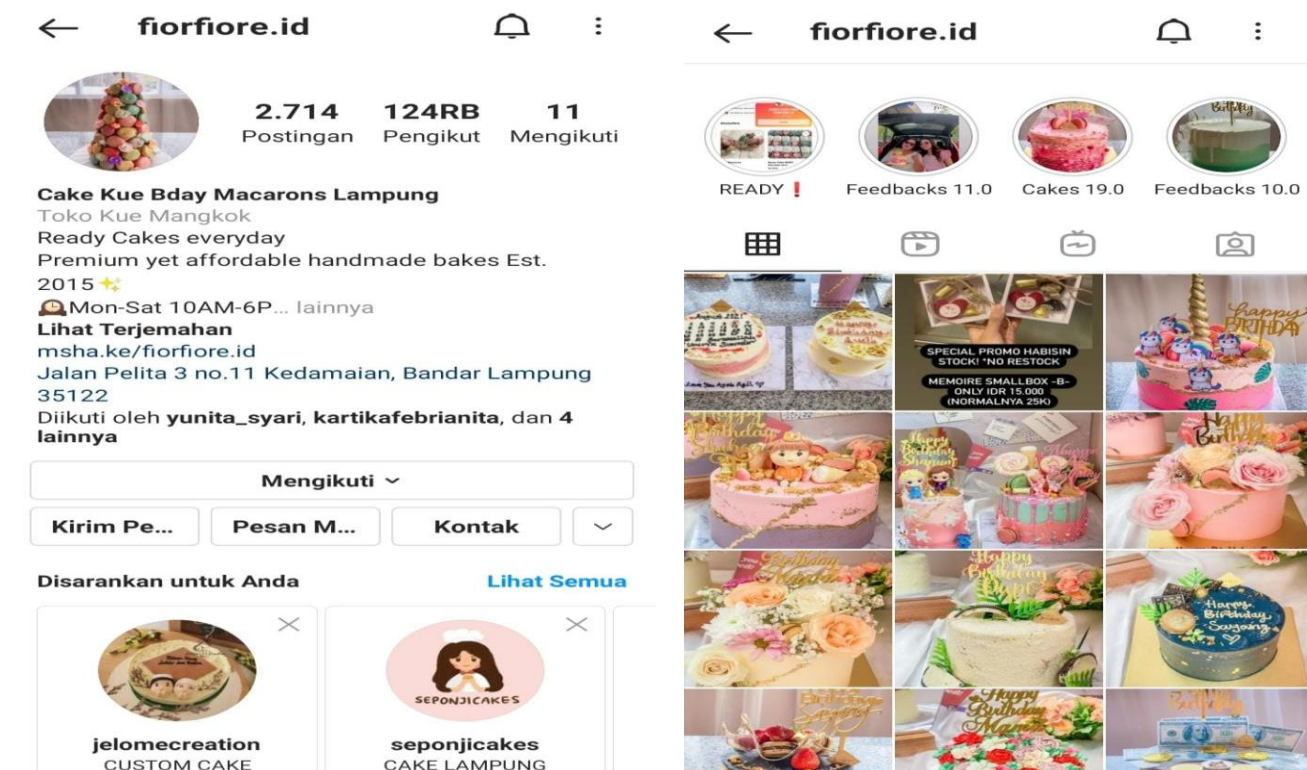
### HASIL

Dari seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari penyajian materi, diskusi, dan tanya jawab dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk konsep *digital marketing* dapat terlaksana dengan lancar. Hal ini dibuktikan dengan adanya respon positif dari seluruh peserta kegiatan mulai dari persiapan kegiatan dan pelaksanaan. Adapun beberapa hasil yang didapatkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di antaranya adalah :

- a. UMKM dapat membuat inovasi produk baru yang lebih terjangkau sehingga meningkatnya penjualan. Selain itu, dikarenakan adanya promosi di sosial media seperti mengunggah foto produk ke instagram, facebook, shopee, marketplace yang baik dapat menarik minat pembeli dan juga mudah dikenali oleh seluruh lapisan masyarakat.
- b. UMKM mendapatkan pemahaman tentang konsep *digital marketing* yang dapat memberikan wawasan yang lebih luas terhadap konsep pemasaran.



Gambar 1. Akun Facebook UMKM Kue Fiorfiore



Gambar 2. Akun Instagram UMKM Kue Fiorfiore



Gambar 3. Proses Pelatihan Pengemasan Kue





**Gambar 4. Tim Pengabdian dengan Pemilik UMKM**



**Gambar 5. Tim Pengabdian Memberi Pelatihan Inovasi Packing Kue**

## **DISKUSI**

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Kue Fiorfiore Kedamaian Bandar Lampung memiliki luaran yaitu adanya instagram, facebook, marketplace yang menarik dan informatif kepada masyarakat. Adapun akun instagram baru dari UMKM Kue Fiorfiore adalah fiorfiore.id dan akun facebooknya adalah Fior Fiore Patisserie Lampung. Harapannya dengan adanya dua media sosial yang sudah ditata secara menarik dan dapat memberikan banyak varian mengenai fiorfiore cake dapat menarik pembeli dari bandar lampung khususnya maupun nasional dan internasional. Dengan adanya digital marketing sebagai media pemasaran umkm kue fiorfiore dapat meningkatkan penjualan kue dan membangkitkan perekonomian umkm.



## KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan di UMKM Kue Fiorfore Kelurahan Kedamaian, Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa UMKM Toko Kue Fiorfiore sudah cukup baik untuk mengembangkan usahanya, namun dikarenakan belum adanya kartu nama serta jenis produk yang tidak bervariasi dan juga tidak menggunakan pemasaran digital. Maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan pemanfaatan *digital marketing* untuk melakukan promosi serta juga menjangkau lebih banyak pelanggan karena dengan melakukan promosi melalui sosial media dapat memperkenalkan produk-produk yang kita miliki agar lebih banyak diketahui oleh masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan. Diharapkan dengan adanya program kegiatan yang telah diimplementasikan UMKM Toko Kue Fiorfiore dapat menerima dengan baik dan diharapkan juga UMKM ini dapat berkembang lebih lagi.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang telah memfasilitasi ruang penelitian dan pengabdian bagi dosen sehingga tercapainya kegiatan ini yang dapat diabdikan ke masyarakat.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Amnah, A., Indera, I., Pebrina, P., Halimah, H., Jaya, I., & Agustina, F. (2021, September). Peningkatan Ekonomi Bagi Kelompok Ibu-Ibu Tenaga Kerja Outsourcing Melalui Pelatihan Pembuatan Masker. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 18-21).
- [2] Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, no. 3(1): 39–59.
- [3] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, no. 9(1): 140–157.
- [4] Halimah, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pemberdayaan Napi Perempuan Lapas Way Hui Melalui Kerajinan Rajutan Dan Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- [5] Halimah, H., & Lilyana, B. (2021, September). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Bandicam Dalam Masa New Normal Bagi Guru SDIT Insantama. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-6).
- [6] Hanifah, R. D. (2019). The Influence of Instagram Travel Influencer on Visiting Decision of Tourist Destinations for Generation Y. (Januari 2018): 235–247. Retrieved from <http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/Proceeding/article/download/1286/136>
- [7] Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, no. 4(7): 131–151.
- [8] Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, no. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- [9] Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- [10] <https://money.kompas.com/read/2021/07/10/092118826/ppkm-adalah-singkatan-dari-perberlakukan-pembatasan-kegiatan>
- [11] <https://id.wikipedia.org/wiki/Kedamaian,Kedamaian,BandarLampung>