

PEMBERDAYAAN MEDIA SOSIAL UMKM JASA CETAK TUMBLER WORKAHOLIC UV PRINTING

Stefani Rinaldi¹, Zaidan Arigi Maulidhika², M. Irfan Tarmizi³

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

³Program Studi akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Email koresponden: stefanirialdio9@gmail.com, zaidanarigi007@gmail.com, m.irfan@umj.ac.id.

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ditargetkan pada jasa cetak tumbler workaholic uv printing. Permasalahan yang dihadapi mitra terkait dengan memasarkan produk dan jasa mereka lewat sosial media, serta lemahnya Branding produk jasa cetak tumbler yang menyebabkan potensi penjualan tidak terserap dengan baik. Kegiatan ini membawa misi untuk memperkenalkan tentang pemasaran lewat sosial media seperti instagram kepada mitra, dan melakukan sosialisasi tentang pemberdayaan sosial media sebagai alat untuk bisnis. Metode kegiatan berupa sosialisasi memberikan materi pemahaman dalam memakai sosial media instagram untuk di jadikan tempat bisnis agar mempermudah mengembangkan minat beli dari konsumen. Kegiatan dilaksanakan di JL. Radio Dalam raya, Gandaria Utara, Kec, Kby. Baru Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. Sosialisasi dilaksanakan pada bulan agustus 2023. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dilihat dari tercapainya indikator keberhasilan berupa : 1) mitra memahami cara penggunaan sosial media untuk bisnis 2) Memberikan daya tarik bagi konsumen yang melihatnya menjadi tertarik untuk membeli dan memakai jasa cetak tumbler mereka, dan 3) tersusunnya e-catalog yang telah disebarluaskan. Peningkatan pengetahuan diukur dari hasil pre test dan post test, Kuesioner kepuasan mitra menunjukkan bahwa mitra puas dengan terhadap pelaksanaan kegiatan mahasiswa KKN pkm.

Kata kunci: sosial media, bisnis, pengabdian, PKM

ABSTRACT

The community service program is targeted at workaholic UV printing tumbler printing services. The problems faced by partners are related to marketing their products and services via social media, as well as weak branding of tumbler printing service products which causes potential sales to not be absorbed properly. This activity carries a mission to introduce marketing via social media such as Instagram to partners, and to provide outreach about the empowerment of social media as a tool for business. The activity method in the form of socialization provides material for understanding how to use Instagram social media as a place for business to make it easier to develop buying interest from consumers. Activities were held on JL. Radio Dalam Raya, North Gandaria, District, Kby. Baru City of South Jakarta, Special Capital Region of Jakarta. The socialization was carried out in August 2023. This activity ran smoothly as seen from the success indicators achieved in the form of: 1) partners understand how to use social media for business 2) Provide an attraction for consumers who see it and become interested in buying and using their tumbler printing services, and 3) the compilation of e-catalogs that have been disseminated. Increased knowledge is measured from the results of the pre-test and post-test. The partner satisfaction questionnaire shows that partners are satisfied with the implementation of KKN PKM student activities.

Keywords: social media, business, community service, PKM

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan perkuliahan dengan terjun langsung ke masyarakat. KKN juga merupakan satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bersifat praktis dan di harapkan memiliki dampak yang bagus di masyarakat, dalam hal ini adalah masyarakat yang bergerak di bidang usaha UMKM.

Salah satu ciri utama KKN adalah keterlibatan mahasiswa secara langsung dalam kehidupan masyarakat. Mereka tinggal di daerah tersebut, belajar tentang masalah-masalah lokal, dan berusaha memberikan solusi yang bermanfaat.

Kegiatan KKN bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat setempat. Bisa melibatkan berbagai jenis proyek, mulai dari pembangunan fisik, penyuluhan, pemberian pelatihan, hingga bantuan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

KKN bersifat praktis dan mengutamakan implementasi nyata. Mahasiswa harus mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari selama kuliah dalam konteks dunia nyata. ujuan utama KKN adalah menghasilkan dampak positif di masyarakat yang dilayani. Ini bisa berarti meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memberikan solusi bagi masalah-masalah lokal, atau mendukung pengembangan usaha-usaha kecil dan menengah (UMKM) di daerah tersebut.

Dalam konteks UMKM, mahasiswa KKN dapat memberikan berbagai jenis bantuan, seperti membantu UMKM dalam meningkatkan manajemen bisnis, mengembangkan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk, atau bahkan memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM. Ini bertujuan untuk membantu UMKM tumbuh dan berkembang, sehingga dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

KKN juga merupakan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat di daerah tersebut, serta mengasah kemampuan interpersonal, kepemimpinan, dan kerja sama tim mereka. Melalui pengalaman ini, diharapkan mahasiswa dapat menjadi agen perubahan yang lebih baik dan lebih sadar akan tanggung jawab sosial mereka terhadap

masyarakat.

Visi KKN adalah “pemberdayaan masyarakat melalui ilmu pendidikan” sedangkan misi dari KKN adalah penerapan ilmu yang telah dimiliki oleh mahasiswa ke dalam kegiatan KKN bagi seluruh masyarakat, membuat sosial media tempat berjualan serta mengedukasi karyawan perusahaan tersebut khusus nya di bidang komunikasi pemasaran serta membantu menyejahterakan tempat usaha di lokasi kegiatan KKN tersebut.

Berdasarkan visi dan misi KKN tersebut, dapat di pahami bahwa fokus dari pelaksanaan kegiatan KKN tersebut adalah membantu serta memberi pengetahuan kepada pelaku usaha Workaholic UV Printing yang bergerak pada bidang percetakan tumbler dengan mengadakan program kerja. Visi ini menekankan pentingnya penggunaan ilmu pendidikan sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat.

Mahasiswa yang terlibat dalam KKN diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan mereka untuk membantu masyarakat setempat. Misi dari KKN pengabdian kepada masyarakat ini adalah penggunaan ilmu yang telah dipelajari oleh mahasiswa selama perkuliahan dalam konteks nyata. Ini termasuk menerapkan pengetahuan akademik mereka untuk memecahkan masalah dan mendukung perkembangan UMKM setempat.

Membantu UMKM dalam mengembangkan jaringan dan meningkatkan visibilitas mereka melalui platform media sosial. Dalam era digital, sosial media bisa menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan jasa UMKM.

Mahasiswa dapat membantu meningkatkan kompetensi karyawan perusahaan UMKM, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran. Ini dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan memasarkan produk mereka.

Mahasiswa diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan dan pertumbuhan UMKM di lokasi kegiatan KKN. Bisa melalui pengembangan strategi pemasaran, peningkatan efisiensi operasional, atau saran lainnya yang mendukung pertumbuhan bisnis.

Workaholic UV Printing merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang

bergerak pada bidang percetakan tumbler di mana kegiatan proses produksi berdasarkan pada pesanan. Kegiatan usaha di bantu dengan 7 orang karyawan. Usaha kegiatan dilakukan di lingkungan rumah pemilik usaha. karena usaha rumahan dapat mendistribusikan pendapatan masyarakat, mampu menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran dan dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Aziz, Marzuki, dan Nurmatias 2021).

Namun terdapat berbagai hambatan yang dihadapi pelaku usaha rumahan dalam menjalankan usahanya salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kesulitan dalam menjalankan sosial media bisnis mereka.

Tujuan penetapan harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan keuntungan dari penjualan, meningkatkan dan mengembangkan produksi produk, serta memperluas target pemasaran (Hadi, 2019). Kesulitan dalam menjalankan media sosial bisnis adalah masalah umum yang dihadapi oleh banyak pelaku usaha rumahan. Berikut beberapa hambatan yang mungkin mereka hadapi:

1. Kurangnya Pengetahuan tentang Media Sosial: Banyak pemilik usaha rumahan mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana memanfaatkan platform media sosial untuk bisnis mereka. Ini bisa menjadi hambatan besar.
2. Kurangnya Waktu dan Sumber Daya: Pelaku usaha rumahan sering memiliki keterbatasan waktu dan sumber daya. Mengelola media sosial bisa memakan waktu yang signifikan.
3. Konten yang Tidak Menarik: Memiliki konten yang tidak menarik atau kurang bervariasi dapat mengurangi daya tarik media sosial.

Penting untuk diingat bahwa media sosial adalah alat yang kuat untuk mempromosikan bisnis, tetapi itu juga memerlukan usaha dan dedikasi. Dengan pemahaman yang baik tentang platform media sosial dan strategi yang tepat, dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dan memaksimalkan manfaat media sosial untuk bisnis rumahan.

Sosial media bisnis menjadi alasan mahasiswa KKN PKM kelompok 34 Universitas Muhammadiyah Jakarta

menjalankan program kerja untuk membantu usaha jasa cetak tumbler tersebut. Program Kerja Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) PKM kelompok 34 Universitas Muhammadiyah Jakarta yang bertujuan untuk membantu usaha jasa cetak tumbler dengan memanfaatkan media sosial bisnis merupakan sebuah inisiatif yang memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan usaha tersebut.

Program ini dapat membantu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, usaha cetak tumbler dapat lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen. Mahasiswa KKN PKM kelompok 34 mungkin juga memberikan pendidikan dan pelatihan kepada pemilik usaha atau karyawan dalam mengelola media sosial bisnis, termasuk cara membuat konten yang menarik, mengelola pesan dari pelanggan.

Melalui program ini, mahasiswa dapat memberikan manfaat sosial kepada komunitas lokal dengan mendukung perkembangan UMKM, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan perekonomian lokal. Dengan melakukan kerja sama antara mahasiswa, pemilik usaha cetak tumbler, program ini dapat menjadi win-win situation yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Menurut (Alur dan District 2022) Salah satu upaya pelaku usaha rumahan beradaptasi dan melakukan perhitungan penentuan laba yang diinginkan adalah dengan menghitung harga pokok produksi perusahaan dengan benar sehingga harga jual produk/jasa dapat ditentukan secara tepat.

Perhitungan harga pokok produksi yang tepat dapat mempengaruhi tingkat pendapatan dan keuntungan pengusaha, oleh sebab itu pengusaha pelaku usaha rumahan wajib mengetahui bagaimana cara menghitung harga pokok produksi bagi usahanya (Alur dan District 2022).

Menurut (Pratiwi 2021) Muncul nya berbagai macam aplikasi sosial media menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan usaha. Tidak hanya membuka jasa produk usaha jasa pun sudah mulai menggunakan media sosial contohnya seperti instagram.

Dalam hal ini mahasiswa KKN umj ingin menggunakan sosial media instagram guna membantu pemasaran jasa cetak

tumblr workaholic uv printing. Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan. Instagram adalah suatu aplikasi yang menyediakan pengguna untuk mengunggah foto dan kita sekaligus dapat melihat unggahan dari orang lain (Kurniawati 2017).

Guna meningkatkan efesiensi pemasaran di butuhkan teknik pemasaran mampu memotong saluran pemasaran yang panjang. Pemasaran menggunakan sosial media dapat di jadikan solusi untuk terhubung langsung dengan konsumen (Rameshan & sakhtivel, 2015).

Tahap awal yang di lakukan adalah melakukan observasi di lokasi KKN yang bertempat di wilayah Radio Dalam, Kebayoran Baru Jakarta Selatan. Sebelum melakukan observasi, tim KKN perlu merencanakan secara matang apa yang akan mereka amati dan bagaimana mereka akan melakukannya. Ini mencakup penentuan tujuan observasi, aspek-aspek yang akan diamati, dan metode yang akan digunakan.

Selain mengamati kondisi tempat usaha, observasi juga dilakukan dengan berdiskusi dengan pemilik tempat usaha tersebut, menanyakan harga pokok produksi, menanyakan sosial media tempat mereka melakukan usaha. Permasalahan yang di temukan selama observasi tersebut kemudian dicarikan solusinya dengan merencanakan program kerja yang sesuai.

Tahap observasi ini merupakan langkah kunci dalam memahami kondisi di wilayah KKN dan merencanakan tindakan yang tepat untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat setempat. Selama proses KKN, tim KKN akan terus melakukan observasi dan evaluasi untuk memastikan bahwa kegiatan mereka berjalan sesuai dengan rencana dan memberikan manfaat yang diharapkan bagi pelaku UMKM tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kawasan Radio Dalam Kebayoran Baru, Jakarta Selatan dengan menggunakan metode praktik langsung dengan cara sosialisasi guna memberikan pemahaman dalam membuat sosial media bisnis. Sosial media adalah platform yang sangat penting untuk bisnis di era digital saat ini. Ini memungkinkan perusahaan untuk terhubung dengan pelanggan mereka, membangun merek, memasarkan produk

atau layanan, dan bahkan menjalankan kampanye iklan yang sangat tersegmentasi.

Metode ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai memakai sosial media untuk bisnis usaha. Ini adalah upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan bisnis mereka.

Identifikasi masalah

Kurangnya Pemahaman pemasaran melalui sosial media karena dari pihak pemilik nya memberitahukan kepada mahasiswa KKN takut terkendala pekerjaan produksi mereka, sehingga dibutuhkan pengenalan sekaligus pemahaman tentang bagaimana semua nya bisa beriringan antara produksi dan pemasaran lewat sosial media.

Salah satu masalah yang sering dihadapi pelaku usaha rumahan untuk meningkatkan laba yaitu dalam penentuan harga jual. Harga berpengaruh pada pendapatan yang didapat perusahaan. Jika harga jual yang ditetapkan tinggi maka yang didapat perusahaan juga tinggi namun akan berpengaruh pada daya beli konsumen, sebaliknya jika harga jualnya rendah maka laba yang didapat juga mengalami penurunan.

Namun, pada permasalahan ini mahasiswa lebih tertarik untuk menyikapi masalah tentang sosial media bisnis pada mita. Kekhawatiran ini mungkin timbul karena pemilik usaha belum sepenuhnya memahami bagaimana pemasaran melalui sosial media dapat di lakukan dengan efektif, atau mungkin ada ketidakpastian terkait dengan kemampuan mahasiswa KKN dalam menjalankan tugas pemasaran tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan upaya yang terintegrasi. Pertama, perlu adanya pengenalan yang komprehensif terhadap media sosial dan strategi pemasaran yang tepat guna melalui platform tersebut. Hal ini akan membantu pemilik usaha untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan manfaat dari pemasaran melalui media sosial.

Selanjutnya, penting untuk memastikan bahwa produksi dan pemasaran dapat berjalan seiringan dan saling mendukung. Ini bisa dicapai dengan merancang strategi yang mengintegrasikan kedua aspek ini. Mahasiswa KKN dapat dilibatkan dalam

upaya pemasaran dengan membantu mereka memahami bagaimana produk atau jasa yang di produksi berinteraksi dengan audiens melalui media sosial. Dengan demikian, produksi dan pemasaran akan menjadi bagian dari sebuah ekosistem yang saling memperkuat, meningkatkan kesuksesan usaha, dan mengatasi ketakutan yang mungkin ada sebelumnya.

Kegiatan pengabdian masyarakat

- a) Mendesign ulang logo mitra yang di sertai dengan rincian nya seperti filosofi, nama font, penggunaan warna, dan sebagainya.
- b) membuat online catalog yang berisi jenis produk apa yang bisa di pesan, harga, dan ketentuan lain, memasukan foto hasil produk.
- c) Redesign feeds instagram mitra: mendesign ulang feeds instagram mitra (jika sudah ada), menyusun informasi yang ada di feeds instagram supaya lebih eyeatching dan informative bagi konsumen.

3. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Program pengabdian masyarakat dilakukan melalui kolaborasi antara tim dosen dengan mahasiswa. Mahasiswa diberikan tugas untuk mengamati komunikasi pemasaran mitra melalui media sosial, menanyakan terkait bagaimana cara mereka memasarkan jasa mereka, melakukan penelusuran di buku maupun di internet terkait informasi cara melakukan pemasaran melalui media, dan menciptakan ecatalog menggunakan software photoshop.

Hasil dari program pengabdian masyarakat ini dapat didokumentasikan dan diseminasi melalui seminar, konferensi, atau publikasi ilmiah yang relevan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan uraian sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Tahap persiapan terdiri dari menyusun program yang ingin direalisasi yaitu menanyakan kepada mitra apakah sebelumnya sudah memiliki sosial media untuk bisnis nya tersebut atau belum, jika belum mahasiswa akan membuatkan sosial media nya. Selanjutnya menentukan sosial media apa yang cocok untuk di jadikan tempat membuka usaha dan tempat promosi.

Berikut adalah beberapa langkah yang dapat pertimbangan untuk melaksanakan kegiatan ini:

Penyusunan rencana kegiatan:

1. Tujuan dari kegiatan ini tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa melalui Instagram, ataukah untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa atau pelaku bisnis lainnya.
2. Rencanakan jadwal pelaksanaan kegiatan dan lokasi sosialisasi. Apakah ini akan dilakukan secara online atau offline

Persiapan Materi:

1. Siapkan materi yang relevan dan bermanfaat tentang cara menggunakan Instagram sebagai alat bisnis.
2. Materi dapat mencakup tips dan trik dalam mengelola akun Instagram, mengoptimalkan profil, membuat konten yang menarik, strategi pemasaran, analisis statistik, dan sebagainya.

Tindak Lanjut:

1. Setelah kegiatan selesai, tawarkan dukungan tambahan kepada peserta jika mereka memiliki pertanyaan atau membutuhkan bantuan dalam menjalankan bisnis mereka melalui Instagram.
2. Evaluasi kegiatan ini dan catat masukan dari peserta untuk meningkatkan kualitas acara di masa depan.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan melalui sosialisasi memberikan materi pemahaman dalam memakai sosial media instagram untuk di jadikan tempat bisnis agar mempermudah mengembangkan minat beli dari konsumen. Pelaksanaan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang melibatkan sosialisasi dan pemberian materi pemahaman tentang penggunaan media sosial Instagram sebagai tempat bisnis bisa menjadi langkah yang sangat efektif dalam mengembangkan minat beli dari konsumen.

Sosialisasi tentang penggunaan Instagram sebagai alat bisnis bisa menjadi langkah yang sangat berharga, terutama di era digital saat ini. Dengan memberikan pemahaman dan panduan yang baik, dapat membantu orang lain untuk mengoptimalkan potensi bisnis mereka melalui platform ini.

Pada tahap pelaksanaan, Dosen Pendamping Lapangan memberikan pendampingan kepada mahasiswa selama proses kegiatan, dan juga menyiapkan materi untuk kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pada Bulan Agustus 2023. Pendampingan dosen kepada mahasiswa selama proses kegiatan dan persiapan materi untuk kegiatan KKN pada bulan Agustus 2023 adalah suatu tugas yang penting dalam membantu mahasiswa meraih keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan KKN mahasiswa.

Kegiatan dilaksanakan di tempat usaha jasa cetak tumbler workaholic uv printing yang beralamatkan di JL. Radio Dalam raya, Gandaria Utara, Kec. Kby. Baru Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. Program yang disusun merupakan langkah dari pemecahan masalah yang didapatkan melalui survei awal kegiatan.



Gambar 1. Melakukan observasi dan wawancara di tempat Mitra

Gambar 1 merupakan aktivitas observasi dan wawancara di tempat mitra. Saat tiba di tempat mitra bersama dosen lapangan mahasiswa melakukan observasi terhadap lingkungan, proses, atau kegiatan yang sedang berlangsung. mencatat dengan cermat apa yang di amati. Bisa dengan cara membuat catatan tertulis atau mengambil foto dan video jika diperbolehkan.

Mewawancarai mitra dengan cara memperkenalkan diri dengan baik kepada pihak mitra yang akan diwawancarai. Menjelaskan tujuan kunjungan dan meminta izin untuk melakukan wawancara. Mengajukan pertanyaan yang relevan dengan topik yang ingin diketahui. mendengarkan dengan baik jawaban mitra dan pertimbangkan untuk menggali lebih dalam dengan pertanyaan tindak lanjut.



Gambar 2. Mendesign logo dan membuat sosial media bisnis Mitra

Gambar 2 merupakan kegiatan mendesign logo dan membuat sosial media bisnis Mitra. mendesign ulang logo mitra yang di sertai dengan rinciannya seperti filosofinya, nama font, penggunaan warna, dan sebagainya agar bisa menarik konsumen yang melihatnya.



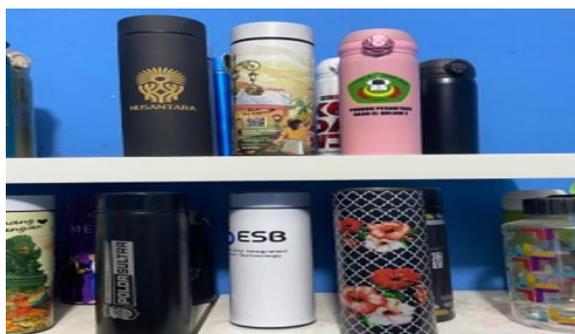
Gambar 3. Pendampingan karyawan oleh mahasiswa

Gambar 3 adalah aktivitas pendampingan karyawan oleh mahasiswa. Pendampingan karyawan oleh mahasiswa adalah sebuah konsep di mana mahasiswa atau siswa yang sedang belajar atau menjalani program pendidikan tertentu memberikan dukungan atau bantuan kepada karyawan atau pekerja yang membutuhkan. Pendampingan ini dapat terjadi dalam berbagai konteks, termasuk pendidikan formal, pelatihan kerja, atau pengembangan keterampilan.



Gambar 4. Proses pencetakan menggunakan laser

Gambar 4 merupakan proses pencetakan menggunakan laser. Proses pencetakan menggunakan laser biasanya mengacu pada teknologi pencetakan laser atau laser printing. Teknologi ini umumnya digunakan dalam pencetakan dokumen, cetak digital, dan cetak pada berbagai media seperti botol minum tumbler.



Gambar 5. Hasil tumbler yang sudah di cetak dan siap di jual

Gambar 5 di atas memperlihatkan hasil tumbler yang sudah di cetak dari mesin printing menjadi menarik dan membuat konsumen tertarik dengan gambar nya siap di pasarkan.konsumen dapat request gambarnya sendiri ingin seperti apa.



Gambar 6. Hasil editing produk serta desain logo Mitra

Gambar 6 menunjukkan hasil editing produk serta desain logo di gunakan untuk

branding. Setelah di edit foto produk di upload ke sosial media untuk memberitahu konsumen dan ketika ada konsumen yang melihatnya menjadi tertarik. Branding memberikan manfaat dalam meningkatkan daya tarik suatu produk, menjaga loyalitas konsumen, dan memberikan daya saing terhadap produk serupa dari pesaing.

Branding menjadi penting dikarenakan produk dan jasa yang tersedia umumnya, memiliki banyak kemiripan atau kesamaan sehingga pembeli kesulitan untuk memilih, dan memiliki kecenderungan berganti tempat berlangganan, kepercayaan pembeli saat penting untuk dibangun agar status sebagai pembeli berubah menjadi pelanggan, dan Branding akan membantu mempermudah penjual mengenalkan produk baru.



Gambar 7. Tidak hanya tumbler powerbank pun juga bisa di lakukan mesin printing tersebut

Gambar 7 menunjukkan mesin printing dapat digunakan untuk mencetak desain atau logo pada power bank, sama seperti yang bisa dilakukan pada tumbler atau barang-barang lainnya. Proses ini sering disebut sebagai cetak logo pada power bank.

Proses ini memungkinkan perusahaan atau individu untuk menciptakan power bank yang disesuaikan dengan merek atau desain tertentu untuk tujuan promosi atau pemasaran. Penting untuk mencatat bahwa hasil cetakan pada power bank dapat bervariasi tergantung pada jenis mesin printing yang digunakan dan permukaan power bank itu sendiri.

Tahap evaluasi

Penting untuk mengevaluasi pelaksanaan program untuk mengetahui apa yang telah berjalan dengan baik dan apa yang mungkin perlu diperbaiki di masa depan. Mitra dan tim pengabdian masyarakat harus melakukan penilaian menyeluruh untuk mengidentifikasi pencapaian, hambatan, dan

pelajaran yang bisa diambil dari kegiatan ini.

Pada tahap evaluasi ini tim pengabdian menyelenggarakan sesi tanya jawab pada saat akhir pemaparan materi mengenai media sosial instagram sebagai media pemasaran bisnis. Tujuannya yaitu untuk mengetahui pemahaman pelaku usaha rumahan dalam memajukan bisnis mereka.

Mitra sangat senang dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat, mitra dapat meningkatkan pengetahuan terkait pemasaran produk nya lewat sosial media instagram dan dapat mengembangkan usaha mereka yang bergerak di bidang jasa cetak botol minum tumbler. Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Mitra sangat antusias tentang peningkatan pengetahuan mereka dalam pemasaran produk melalui Instagram.

Mereka telah belajar cara menggunakan platform ini untuk mempromosikan produk dan mencapai target pasar mereka. Ini membantu mereka mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan visibilitas produk mereka secara online.

Mitra memahami cara pelaku usaha rumahan dalam menggunakan sosial media sebagai pemasaran dalam bisnis nya. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat selesai, Mitra harus memastikan bahwa manfaat yang mereka peroleh berlanjut. Ini bisa berarti terus mengembangkan pengetahuan mereka, menjaga upaya pemasaran produk melalui Instagram, dan terus meningkatkan bisnis cetak botol minum tumbler mereka. Penting untuk mempertimbangkan apakah ada peluang untuk melanjutkan program pengabdian masyarakat ini atau membuat inisiatif serupa di masa depan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan KKN PKM ini adalah KKN PKM 2023 merupakan sebuah kegiatan wajib yang dilaksanakan universitas sebagai upaya untuk melatih mahasiswa-mahasiswi dalam bersosialisasi dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah di dapat di bangku kuliah. KKN PKM memungkinkan mahasiswa-mahasiswi untuk berinteraksi dengan masyarakat luas dan berbagai lapisan masyarakat.

KKN PKM merupakan kegiatan wajib universitas yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa-mahasiswi untuk

mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang mereka pelajari di kampus. Membantu mereka mengembangkan keterampilan praktis yang dapat berguna dalam kehidupan sehari-hari dan di dunia kerja.

Melalui KKN PKM, mahasiswa-mahasiswi memiliki kesempatan untuk bersosialisasi dengan masyarakat luas. Mereka dapat belajar tentang berbagai lapisan masyarakat, tantangan yang mereka hadapi, dan berkontribusi dalam upaya peningkatan kualitas hidup mereka.

Kegiatan ini juga dapat memperkuat hubungan antara universitas dan masyarakat lokal. Dengan berpartisipasi dalam proyek-proyek yang bermanfaat bagi masyarakat, universitas dapat menjadi bagian integral dari pembangunan dan pengembangan daerah sekitarnya.

Dengan demikian, KKN PKM 2023 memiliki potensi untuk menciptakan pengalaman berharga bagi mahasiswa-mahasiswi serta memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini membantu mereka untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi, beradaptasi, serta memahami beragam perbedaan sosial dan budaya. KKN PKM memberikan peluang kepada mahasiswa-mahasiswi untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar.

Mereka dapat mengembangkan proyek-proyek yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti penyuluhan, pemberdayaan ekonomi lokal, atau program-program sosial. KKN PKM merupakan bagian penting dari pendidikan tinggi yang membantu mahasiswa-mahasiswi mengembangkan diri mereka secara holistik. Dengan berpartisipasi dalam kegiatan ini, mereka dapat menjadi individu yang lebih baik, lebih terampil, dan lebih berkontribusi pada masyarakat dan bangsa.

Dalam KKN yang telah di beri tanggung jawab dari universitas bahwa mahasiswa yang melaksanakan KKN di harapkan dapat membantu masyarakat dan memajukan masyarakat. Melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti penyuluhan, pelatihan, atau proyek-proyek pembangunan yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat setempat. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai isu penting seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan sebagainya.

Membantu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat setempat dengan mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari di perguruan tinggi. Mengembangkan keterampilan interpersonal dan kepemimpinan melalui interaksi dengan masyarakat.

Ada pun program yang telah dilaksanakan:

1. Mensosialisasikan penggunaan media sosial yang dapat membantu mempromosikan produk mitra dan juga dengan adanya kegiatan ini mitra dapat menjangkau pembeli yang lebih luas dan menaikkan keuntungan dan juga membuat akun media sosial untuk mitra. Memberikan edukasi kepada mitra tentang pentingnya media sosial dalam pemasaran produk. Menjelaskan bagaimana media sosial dapat membantu mereka mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.
2. Membuat e-catalog untuk mitra Agar dapat di gunakan untuk keperluan promosi.
3. Mendesain ulang logo mitra dengan desain yang lebih moder dengan ada nya logo baru ini dapat memberi kesan yang baik dengan calon pelanggan.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diaktualisasikan dalam bentuk memberi pemahaman tentang sosial media pemasaran dan pembuatan di tempat usaha rumahan jasa cetak tumbler (workaholic uv printing) ini terlaksana dengan lancar. Tujuan dari kegiatan ini telah tercapai melalui indikator hasil pre test dan post test yang menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta terhadap materi promosi dan branding. Berikut beberapa poin yang di dapat dari pencapaian ini:

1. Penyampaian materi: kegiatan ini berhasil dalam menyampaikan materi tentang promosi dan branding melalui sosial media pemasaran.
2. Peningkatan pengetahuan: hasil pre test dan post test yang menunjukan peningkatan pengetahuan peserta adalah indikator positif bahwa peserta memahami dan memanfaatkan materi yang di sampaikan dengan baik.
3. Pemberdayaan usaha rumahan: kegiatan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pemilik usaha rumahan

tentang bagaimana memanfaatkan sosial media dalam pemasaran produk mereka dan untuk meningkatkan kualitas produk mereka .

4. Peningkatkan keterampilan sosial media: pemahaman yang di berikan tentang pemasaran sosial dapat membantu peserta memanfaatkan platform tersebut dengan lebih efektif untuk mempromosikan produk mereka.

Diharapkan bahwa peserta kegiatan ini dapat menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh dalam meningkatkan usaha rumahan mereka, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja lokal. Peningkatan pemahaman ini terjadi karena pembelajaran bukan hanya disampaikan secara teoritis, namun juga dengan pemberian contoh yang mudah dipahami oleh peserta. Indikator lain yang menunjukkan keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mitra dari tempat mahasiswa melakukan KKN mengetahui dan memahami tentang sosial media pemasaran dan juga branding.

Antusias peserta dalam kegiatan ini juga diukur berdasarkan lembar evaluasi kepuasan. Hasil evaluasi kepuasan menunjukkan mitra, yang mewakili peserta, puas terhadap pemahaman yang diberikan. Masukan dari peserta terkait dengan promosi di sosial media, dapat ditindaklanjuti oleh tim dosen dan mahasiswa PKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang serupa perlu dilakukan kembali guna meningkatkan sinergi dan kontribusi ilmu pengetahuan civitas akademika kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat, tauhid, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Irfan Tarmizi, S.E., Ak., M.B.A., CA. selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan dan dukungannya.
2. Bapak Subiantoro selaku pemilik dari workaholic uv yaitu mitra kami yang Telang membantu kami mengumpulkan informasi.

3. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Jakarta (LPPM UMJ) yang telah memfasilitasi dan membantu berjalannya kegiatan ini.

Kami menyadari bahwa makalah ini masih belum sempurna. Karena kami juga masih dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat. Maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan makalah ini. dan kami berharap setelah selesai nya kegiatan KKN ini dapat memajukan usaha Mitra terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Alur, Tegal, dan Alur District. 2022. "Training on Calculation of Cost of Production for Entrepreneurs in Tegal Alur District Abstract."
- Aziz, A., F. Marzuki, dan N. N. Nurmatias. 2021. "Mendorong Pertumbuhan UMKM Lebak Banten Melalui Penetapan Harga Pokok, Harga Jual Dan Pemasaran Produk." *Ikra-Ith Abdimas* 4(3):236–42.
- Kurniawati, Wenday Dwi Novi. 2017. "Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah." *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 8(5):127–43. doi: 10.23917/komuniti.v8i5.2943.
- Pratiwi, Putu Hendika Permana* dan Ni Kadek Ayu Natalia. 2021. "JUSTBEST: Journal of Sustainable Business
- Rameshan, B., & Sakthivel, R. (2015). Study on Promotion Measures on Retail Marketing Of Ornamental Fish in Kerala. *Quest Journals*, 3(3), 34–38.
- Hadi, S. (2019). Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1(2), 165–181. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v1i2.54>