

Penerapan Protokol Kesehatan serta Pengenalan Digital Marketing kepada Mitra Nafisy Bakery

Mochammad adam ryansyah¹, Aprilia nurul mufidah², Maulana putra pamungkas³, Wildan faisol rizal⁴, Cahyani haqqu hadiyani⁵, Indra ariawan⁶, Febrina fauziah⁷, Achmad fahrudin fanani⁸, Fajar al-amin⁹, Rahayu Sri Utami¹⁰

¹ Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{2,3,4,8,9} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{5,6} Akutansi, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁷ Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

¹⁰ Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

*Email : sriutamirahayu282@gmail.com.

ABSTRACT

This service is carried out so that service students can find out the efforts and steps of UMKM businesses in dealing with the Covid-19 pandemic. This service activity focuses on the development of SMEs (Small and Medium Enterprises). This activity can develop student creativity in helping and identifying problems that exist in society, especially in entrepreneurship. Implementation methods include discussions, interviews, and digital marketing education. The results of the assistance to Mitra Nafisy Bakery have provided education related to making NIB (Business Permit Number), financial management, making new packaging labels, creating a Facebook marketplace, creating an Instagram online shop account, providing appropriate tools for Mitra Nafisy Bakery.

Keywords: *UMKM, Digital marketing, Covid-19 Pandemic*

ABSTRAK

Pengabdian ini dilakukan agar mahasiswa pengabdian bisa mengetahui upaya dan langkah-langkah usaha umkm dalam menghadapi pandemic covid-19. Kegiatan pengabdian ini memfokuskan pada pengembangan UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Kegiatan ini dapat mengembangkan kreativitas mahasiswa dalam membantu dan mengidentifikasi permasalahan yang ada di masyarakat khususnya dalam kewirausahaan. Metode pelaksanaannya antara lain diskusi, wawancara, dan edukasi digital marketing. Hasil dari pendampingan pada Mitra Nafisy Bakery telah memberikan edukasi terkait dengan pembuatan NIB (Nomor Ijin Berusaha), pengelolaan keuangan, pembuatan label kemasan baru, pembuatan facebook marketplace, pembuatan akun online shop Instagram, pemberian alat tepat guna bagi Mitra Nafisy Bakery.

Kata Kunci: *UMKM, Digital marketing, Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

UMKM yaitu sebuah Usaha ekonomi produktif tanpa campur tangan memiliki aksi untuk kinerja tertentu mengenai perubahan bertahap oleh perseorangan atau pebisnis, namun ini bukan bagian dari anak usaha atau anak cabang yang sudah dimiliki, atau menjadi bagian langsung (Lucky, 2020). Selain itu umkm juga melakukan perizinan dari pihak pemerintah upaya kebijakan dalam membantu masyarakat meningkatkan ekonomi maupun dalam mengurangi pengangguran pada masyarakat sekitar. Laju perkembangan ekonomi yang sangat pesat. Bisnis dalam usaha umkm memberikan keuntungan begitu besar kepada masyarakat dalam peningkatan mutu perekonomian masyarakat.

Disisi lain covid-19 yang melanda di indonesia mengalami dampak besar dalam keberlangsungan usaha bisnis umkm. Dampak besar mengalami penurunan pada pembelian konsumen. Covid-19 yang melumpuhkan hampir seluruh spek kehidupan masyarakat dalam aktivitas atau pekerjaan. Tentu kondisi seperti ini perlu kebijakan pemerintah untuk mengatasi para pelaku bisnis termasuk usaha umkm dalam mengembalikan pertumbuhan ekonomi (Ruslaini et al., 2021). Seperti halnya dalam mengembalikan modal

saja belum tentu bisa, karna keadaan umkm yang mengalami penurunan produktivitas usaha. Pandemi COVID-19 telah menyentuh pilar penawaran (persediaan) dan permintaan ekonomi (permintaan). Akibat adanya kebijakan interaksi sosial yang dimulai pada proses produksi selanjutnya, banyak UKM yang mengalami pengurangan aktivitas di sisi penawaran, dan banyak UKM yang tidak mampu memaksimalkan keuntungan di sisi permintaan (Fadilah et al., 2020).

Oleh karena itu diperlukan digital marketing untuk mengembangkan umkm. Sederhananya, pemilik bisnis dapat memulai kemajuan teknologi dan mengembangkan pemasaran digital yang kemungkinan akan melihat keuntungan lebih baik daripada mereka pebisnis menggunakan transaksi pena dan kertas tradisional. Salah satu skil digital marketing yaitu promosi. Bentuk promosi online dengan foto yang menarik saat dijual membuat daya tarik konsumen saat membeli (Wisataone et al., 2021).

Dalam Kegiatan pendampingan mahasiswa di Universitas Maarif Hasyim Latif lebih terfokus ke daerah yang berada di Jawa Timur khususnya Wilayah Sidoarjo. Kegiatan ini cara efektivitas untuk mendidik kreativitas mahasiswa terjun langsung melihat keadaan yang ada di masyarakat khususnya dalam kewirausahaan. Dalam praktiknya, kegiatan KKN Tematik Kewirausahaan 2021 merupakan media mempraktikan ilmu yang didapat dari perkuliahan, ataupun ilmu baru yang bersifat formal dan informal yang didapatkan darimasyarakat.

METODE

Kegiatan KKNT-KWU 2021 dengan judul Penerapan Protokol Kesehatan Serta Pengenalan Digital Marketing Kepada Mitra Nafisy Bakery. Namun, bulan September hingga awal bulan Oktober 2021 dimana terjadi penurunan pada pembeli. Mitra yang dipilih dalam pendampingan ini adalah mitra yang memiliki kendala terkait dengan administrasi yang masih menggunakan pembukuan manual, minimnya Inovasi dalam mengembangkan usahanya, kesulitan dalam hal perizinan, belum bisa menerapkan manajemen waktu yang baik (*To Do List*), kurangnya pemahaman tentang pemasaran bisnis dan distribusi yang tidak tepat. Metode pelaksanaannya antara lain Diskusi, Wawancara, dan Edukasi Digital Marketing. Sebelum kegiatan dimulai melakukan persiapan kelengkapan yaitu banner, seragam mahasiswa pendampingan, masker, *hand sanitizer*, laptop dan kamera.

Hal pertama yang dilakukan adalah kunjungan ke tempat produksi Nafisy Bakery yang berada di daerah Wonoayu. Sebelum masuk ke tempat produksi, mahasiswa pengabdian menerapkan protokol kesehatan dengan penggunaan *hand sanitizer*. Kemudian mahasiswa pengabdian masuk ke tempat produksi untuk melakukan wawancara dengan pemilik Nafisy Bakery, setelah itu kami melihat proses pembuatan roti mulai dari persiapan bahan, pengolahan adonan, pengembangan adonan, pengovenan, pemotongan roti, pengolesan selai hingga pengemasan, tidak lupa mahasiswa pengabdian turut membantu pada proses produksi. Setelah melihat proses produksi roti Nafisy Bakery, mahasiswa pengabdian berlanjut pada sistem administrasi dari Nafisy Bakery dan menganalisis tempat produksi tersebut. Pendampingan terhadap mitra Nafisy Bakery dilakukan selama satu bulan untuk mengevaluasi hasil pencapaian pendampingan oleh mahasiswa pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

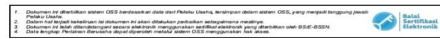
Setelah melakukan wawancara dan juga kunjungan ke tempat produksi Nafisy Bakery Kelompok 36 KKNT-KWU 2021 memberikan pendampingan dalam membantu berbagai kendala pada Mitra Nafisy Bakery. Adapun hasil dari kelompok 36 KKNT-KWU 2021 yaitu:

- Pembuatan NIB (*Nomor Ijin Berusaha*) Mitra Nafisy Bakery.
Kelompok 36 KKNT-KWU 2021 membantu dalam pembuatan NIB (*Nomor Ijin Berusaha*)



Gambar 1. Pembuatan NIB (*Nomor Ijin Berusaha*) Nafisy Bakery

dikarenakan Mitra Nafisy Bakery belum memiliki NIB (*Nomor Ijin Berusaha*). Pada gambar dibawah ini merupakan hasil NIB (*Nomor Ijin Berusaha*)



Gambar 2. NIB(Nomor Ijin Berusaha)Mitra Nafisy Bakery

Gambar dibawah ini merupakan penyerahan NIB (Nomor Ijin Berusaha) kepada owner Mitra Nafisy Bakery. Yang diharapkan dapat menjadikan Nafisy Bakery lebih maju dan berkembang dalam berwirausaha di era *digital marketing*.



Gambar 3. Penyerahan NIB (Nomor Ijin Berusaha)

- Memberikan edukasi tentang pengelolaan keuangan Pengelolaan keuangan menjadi salah satu aspek penting bagi kemajuan perusahaan. Karena pada Mitra Nafisy Bakery masih terkendala terkait dengan pembukuan manual



Gambar 4. Laporan Keuangan Secara Manual

maka dari itu mahasiswa pengabdian memberikan edukasi mengenai pengelolaan keuangan atau beralih ke pembukuan otomatis dengan menggunakan aplikasi atau sistem pembayaran online yang sudah terintegrasi.

	A	B	C	D	E	F
	Tanggal	Keterangan	Ref	Debet	Kredit	Saldo
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						

Gambar 5. Tabel Format Laporan Keuangan Nafisy Bakery

	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									

Gambar 6. Inovasi Laporan HPP Nafisy Bakery

LR dan HPP NA...YA BAKERY.xls										
Laporan LR		Laporan HPP								
	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
26										
27										
28										

Gambar 7. Inovasi Laporan Laba Rugi Nafisy Bakery

Marketing 4.0 yaitu kondisi pendekatan pemasaran perpaduan konsumen online dan offline antara penjual dan pembeli, sebab di era modern ini pemasaran tidak cukup jika hanya dilakukan secara online. Perusahaan juga membutuhkan pemasaran offline untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan.



Gambar 8. Marketing 4.0

Pembuatan Label Kemasan Baru Pembuatan label kemasan menjadi salah satu target dari pendampingan mahasiswa pengabdian, dikarenakan label lama mitra Nafisy Bakery berkurang menarik.



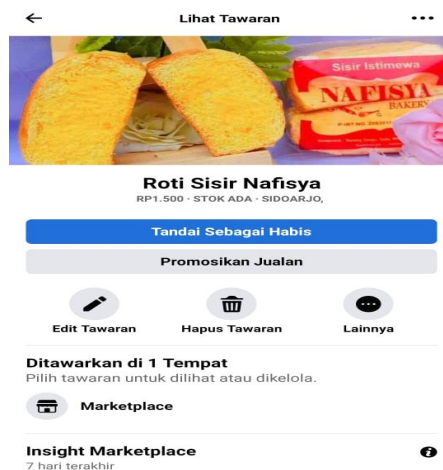
Gambar 9. Label Lama Mitra Nafisy Bakery

Dengan keyakinan yang baru ditemukan, pebisnis UMKM saat ini. Konsumen dapat memberikan umpan balik tentang karakter dan merek produk melalui pembelian mereka. Seorang produsen dapat menjelaskan spesifikasi, kegunaan, dan manfaat suatu produk dengan menggunakan pengetahuan internal mereka. Kemasan berfungsi sebagai gudang, sarana distribusi, dan sarana produksi, sehingga desainnya harus sesuai dengan barang yang didistribusikan dan kondisi pasar yang diamati.



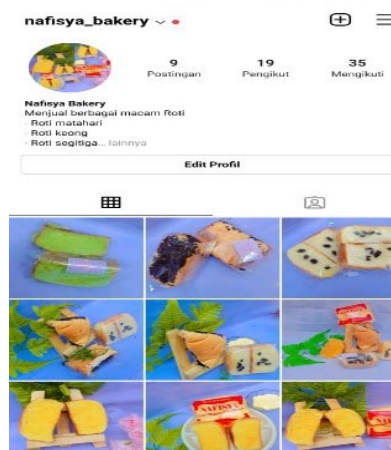
Gambar 10.Label Baru Mitra Nafisyia Bakery

Pembuatan Facebook Marketplace Perkembangan suatu teknologi informasi di era digital telah mengubah ruang lingkup dunia pemasaran. Metode pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional kini telah terintegrasi dalam dunia digital marketing. Maka dari itu mahasiswa pengabdian membuat inovasi baru yaitu pembuatan Facebook marketplace. Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM mereka yang menggunakan pasar untuk meningkatkan aktivitas perusahaan mereka menentang. Usaha di bidang kuliner merupakan salah satu dari sedikit transaksi bisnis yang sangat menguntungkan baik yang memiliki sumber yang meyakinkan (Purwana et al., 2017).



Gambar 11. Facebook Marketplace

Pemasaran brand page Instagram yang dilakukan secara online memang mampu mendongkrak volume transaksi dan memperluas pasar. Ini mungkin menjadi strategi infiltrasi yang sangat efektif untuk platform perdagangan. Agar produk teridentifikasi dengan baik oleh konsumen, mekanisme ini membutuhkan pembuatan postingan yang menarik atau publikasi foto produk.



Gambar 12. Akun Instagram Nafisyia Bakery

Pemberian Alat Tepat Guna dapat memberikan alat hand sealer sebagai alat perekat kemasan dari produk Nafisyabakery.



Gambar 13. Penyerahan Hand Sealer kepada Owner Nafisy Bakery

Karena sebelumnya mitra Nafisy Bakery masih menggunakan lilin untuk merekatkan plastik kemasan.



Gambar 14. DPL sedang melakukan perekatankemasan tradisional (lilin)

Alhasil, kehadiran hand sealer ini diharapkan dapat membantu proses pembuatan produk mitra Nafisy Bakery menjadi lebih kekinian dan efektif. Dengan sedikit kehati-hatian dalam proses pengerjaan, pengemasan juga akan tampil lebih cepat.



Gambar 15. Pemakaian Alat Tepat Guna (*Hand Sealer*)

Bantuan alat ini proses pengemasan terlihat sedikit rapi antara bandingan proses perekatan yang dilakukan dengan menggunakan lilin.





Gambar 16. Pengemasan Roti yang Sudah Siap Packing



Gambar 17. mahasiswa pengabdian Bersama Owner Nafisy Bakery

SIMPULAN

Pendampingan yang dilakukan mahasiswa pengabdian ini terhadap Mitra Nafisy Bakery berjalan sesuai dengan rencana dan telah membantu dalam mengatasi kendala yang dialami Mitra Nafisy Bakery serta memberikan edukasi, inovasi terkait dengan administrasi yang masih menggunakan pembukuan manual, minimnya Inovasi dalam mengembangkan usahanya, kesulitan dalam hal perizinan, belum bisa menerapkan manajemen waktu yang baik (*To Do List*), kurangnya pemahaman tentang pemasaran bisnis dan distribusi yang tidak tepat di era digital marketing. Pembuatan akun facebook marketplace hingga Pembuatan NIB (*Nomor IzinBerusaha*) bagi Mitra Nafisy Bakery

DAFTAR RUJUKAN

- Fadilah, A., Igo, I., Liza, A., Safira, F., Setyani, A., & Imam, B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Kariato, S. S., Arifin, M. Z., & Fadhli, K. (2021). Pengaruh People, Process, dan Physical evidence Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi (Studi Kasus di Cafe Jangkar Mojoagung). *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 4(5), 7-14
- Lucky, M. (2020). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–93. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1021/807>
- Prihatiningtyas, S., Pertiwi, N. A. S., Umardiyah, F., & Fitri, N. N. V. (2021). Rebranding Produk Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produksi Jamu Di Desa Mojokambang Jombang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 487-493.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). Peningkatan Manajemen Dan Teknologi Pemasaran Pada Umkm Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Dalam Mengatasi Less Contact Ekonomi Masa Covid-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139. <https://doi.org/10.31604/jpm.v4i1.139-144>
- Wisataone, V., AW, S., & Hidayati, U. (2021). Penggunaan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(6), 4–12.