

Digitalisasi Logo dan Pelatihan Penggunaan Media Sosial Bisnis Pada UMKM Eka Multi Teknik

Made Liandana^{1*}, Gede Angga Pradipta¹, Putu Desiana Wulaning Ayu¹, I Gusti Ngurah Putu Arya Wijaya¹,
Aditya Naray Artamerta¹, I Kadek Agus Ari Setiawan¹

¹Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

liandana@stikom-bali.ac.id, angga_pradipta@stikom-bali.ac.id, wulaning_ayu@stikom-bali.ac.id, 200040091@stikom-bali.ac.id,
210010122@stikom-bali.ac.id, 210030183@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Pengenalan usaha melalui media sosial adalah hal yang sangat penting di tengah perkembangan pengguna internet yang terus meningkat. Melalui media sosial profil usaha dapat diketahui oleh pengguna, semakin dikenal potensi untuk meningkatkan jumlah pelanggan akan lebih terbuka. Eka Multi Teknik adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa perbaikan AC, kulkas, mesin cuci, dan perangkat lainnya. UMKM ini, secara khusus belum memperkenalkan usahanya melalui platform digital, selain itu identitas logo usaha belum tersedia dalam bentuk digital sehingga sulit untuk pengaplikasiannya di media sosial maupun media digital lainnya. Sehingga solusi yang ditawarkan adalah membuat logo identitas dalam bentuk digital, sosial media Instagram, dan pelatihan penggunaan media sosial Instagram untuk bisnis. Dari hasil kegiatan ini, mitra sangat antusias mengikuti kegiatan, hal ini dapat dilihat dari: partisipasi mitra dalam menyediakan tempat dan waktu kegiatan, serta diskusi dan tanya jawab yang

dilakukan mitra dengan tim pengabdian. Mitra juga telah mampu menggunakan media social Instagram untuk bisnis, hal ini dapat dilihat dari hasil posting konten yang telah dilakukan oleh mitra, termasuk bagaimana cara menggunakan fitur Insight yang dimiliki oleh Instagram untuk bisnis.

Kata Kunci: jurnal, masyarakat, pengabdian

Abstract

Business recognition through social media is very important in the midst of the ever-increasing development of internet users. Through social media, business profiles can be known by users, the more recognized the potential to increase the number of customers will be more open. Eka Multi Teknik is an UMKM engaged in repairing air conditioners, refrigerators, washing machines and other devices. In particular, these UMKM have not introduced their business through digital platforms, besides that the identity logo business is not yet available in digital form, making it difficult to apply it on social media and other digital media. So the solution offered is to make an identity logo in digital form, Instagram social media, and training on using Instagram social media for business. From the results of this activity, the partners were very enthusiastic about participating in the activity, this can be seen from: the participation of partners in providing a place and time for activities, as well as discussions and questions and answers conducted by partners with the service team. Partners have also been able to use Instagram social media for business, this can be seen from the results of content posts that have been made by partners, including how to use Instagram's Insights feature for business.

Keywords : instagram, digital logo, training

..

I. PENDAHULUAN

Eka Multi Teknik merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa. Jasa yang dilayani meliputi: cleaning AC, bongkar dan pemasangan AC, perbaikan UPS dan Stavolt, perbaikan kulkas, dan perbaikan mesin cuci. Aktivitas yang telah dikerjakan oleh mitra seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Eka Multi Teknik beralamat di jalan Batas Dukuh Sari Denpasar dirintis mulai bulan Desember 2012 oleh Bapak Putu Jaeni Masuri. Awal usaha ini dirintis, kegiatan pelayanan hanya dilakukan oleh pemilik sendiri. Seiring berjalannya waktu, usaha yang dijalankan sudah memiliki 6 tenaga teknik untuk membantu kegiatan usahanya.



(a) Cleaning AC



(b) Perbaikan AC dan Kulkas



(c) Cleaning AC

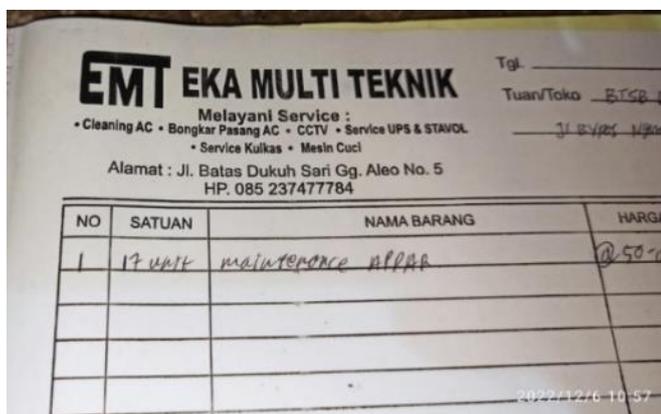


(d) Pemasangan AC Baru

Gambar 1. Kegiatan Mitra

Pelanggan Eka Multi Teknik kebanyakan pemilik rumah pribadi. Umumnya para pelanggan baru mengetahui Eka Multi Teknik dari pelanggan yang sudah sering menggunakan jasanya. Secara khusus, pemilik tidak pernah melakukan pengenalan atau promosi ke calon-calon pelanggan. Berdasarkan hasil diskusi, pemilik berharap jumlah pelanggan dapat meningkat sehingga usaha dapat berkembang lebih maju. Jika menilik negara topis seperti Indonesia, kebutuhan AC merupakan kebutuhan sekunder yang dalam satu dekade terakhir semakin meningkat permintaannya (Daikin-Indonesia 2021). Hal ini juga disadari oleh pemilik usaha, bahkan pemilik berpendapat: semakin banyak orang mengetahui usahanya akan

meningkatkan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Pemilik juga menceritakan, penggunaan media sosial belum dilakukan secara optimal, hal ini disebabkan karena pengetahuan teknis terkait pemanfaatan media sosial masih terbatas.



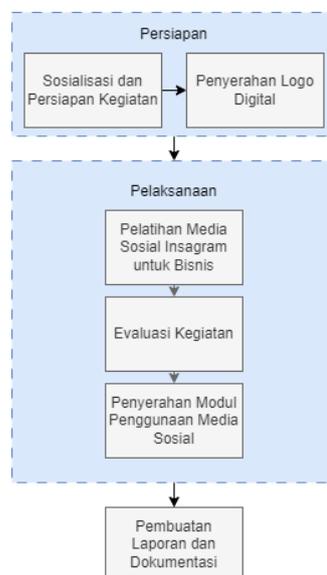
Gambar 2. Logo Saat Ini

Promosi menjadi bagian yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha (Tresnawati, Prasetyo, and Kurniawan 2019), salah media yang telah banyak dilakukan adalah melalui media sosial (Hapsawati Taan, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid 2021)(Kambali and Masitoh 2021). Untuk itu identitas, berupa logo sangat diperlukan, terutama logo yang berupa file digital sehingga memudahkan dalam pengaplikasian di media sosial. Eka Multi Teknik telah memiliki identitas berupa logo, logo tersebut hanya ditempatkan pada nota yang dijadikan bukti transaksi dengan pelanggan, seperti ditunjukkan pada Gambar 2. Dari hasil konfirmasi dengan pemilik, identitas logo tersebut belum tersedia dalam bentuk digital sehingga cukup sulit untuk pengaplikasiannya, terutama pengaplikasian untuk media sosial, maupun media lain yang memerlukan logo digital. Oleh karena itu solusi yang diberikan ke mitra adalah memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial untuk bisnis, membuat account Instagram untuk bisnis, memberikan logo identitas yang mewakili usaha yang dijalankan oleh mitra dan menyediakan dalam format digital.

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan terdiri dari sejumlah tahapan, seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Sosialisasi kegiatan dan persiapan kegiatan, pada tahapan ini tim pengabdian berdiskusi dengan mitra untuk menyepakati kapan waktu kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Selain itu, pada tahapan ini dilakukan persiapan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan, persiapan yang dilakukan meliputi: pembuatan account media sosial, pembuatan logo identitas, dan modul pelatihan. Setelah tahapan persiapan selesai, selanjutnya dilaksanakan pelatihan penggunaan media sosial untuk bisnis, seperti: cara posting, membuat *caption*, dan penggunaan fitur Insight. Untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan ini diperlukan tahapan evaluasi, yaitu dengan melakukan diskusi dan memberikan sejumlah pertanyaan kepada

mitra. Untuk memudahkan mitra dalam menggunakan media sosial Instagram, mitra diberikan modul penggunaan media sosial dalam bentuk format digital. Kegiatan terakhir adalah membuat laporan kegiatan yang telah dilaksanakan.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di tempat usaha mitra, yang beralamat di jalan Batas Dukuh Sari, gang Aleo no. 5 Denpasar. Kegiatan dilakukan selama \pm 90 menit yaitu dilaksanakan pelatihan penggunaan media social Instagram sekaligus penerapan logo mitra yang baru ke dalam Instagram. Rincian kegiatannya seperti ditunjukkan pada Tabel 1. Kegiatan yang dilaksanakan dihadiri oleh semua anggota tim pengabdian, yaitu: dosen, mahasiswa dan mitra pengabdian.

Tabel 1. Kegiatan

No	Kegiatan	Durasi
1.	Pengenalan	5
2.	Pelatihan Penggunaan Instagram	65
3.	Diskusi	15
4.	Penyerahan modul pelatihan	5

A. Pengenalan

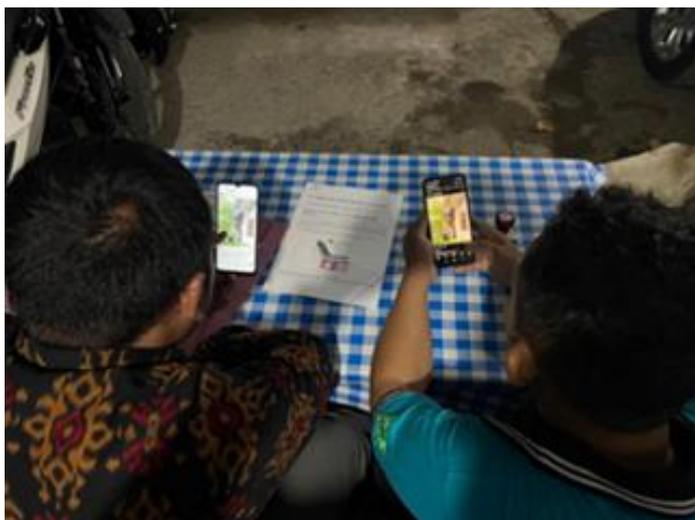
Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan penjelasan singkat kepada mitra terkait dengan kegiatan yang dilaksanakan. Pengenalan meliputi: pengenalan anggota tim pengabdian, tujuan dari kegiatan, durasi waktu yang diperlukan selama kegiatan, dan bagaimana potensi keberlanjutan kegiatan.



Gambar 4. Pengenalan Kegiatan

B. Pelatihan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan berfokus pada bagaimana menggunakan media sosial Instagram dalam memperkenalkan usaha jasa yang dijalankan mitra ke masyarakat. Materi yang diberikan kepada mitra seperti: cara memposting konten, cara menggunakan fitur Insight, dan tips-tips untuk memilih waktu yang tepat untuk mem-*posting* konten. Gambar 5 menunjukkan aktivitas, logo, dan akun Instagram dari mitra. Dalam mengikuti kegiatan, mitra menunjukkan partisipasi dan antusiasnya



(a) Saat pelaksanaan pelatihan



(b) Logo digital mitra



(c). Account Instagram mitra

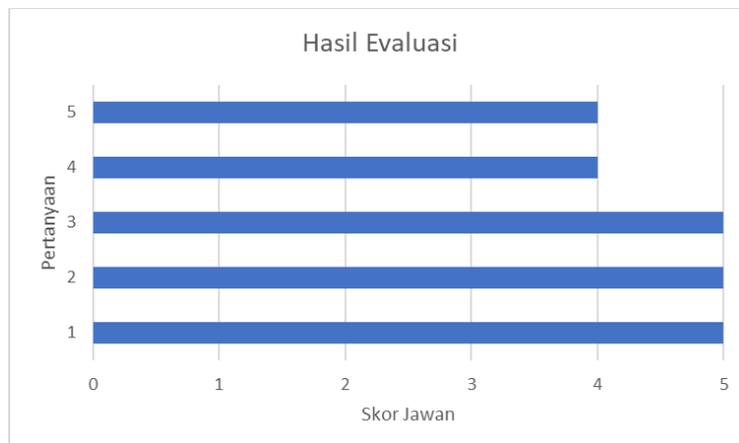
Gambar 5. Kegiatan Pelatihan

C. Diskusi dan Evaluasi

Diskusi dan tanya jawab dilaksanakan setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, pada kegiatan ini mitra menanyakan hal-hal yang belum dipahami ke pada tim pengabdian dan tim pengabdian memberikan penjelasan sesuai dengan yang ditanyakan oleh mitra. Selaian itu, mitra juga diberikan pertanyaan evaluasi untuk mengetahui pemahaman mitra, pertanyaan dan jawaban mitra ditunjukkan pada Gambar 7 dan 8.

1. Saya telah memahami cara mem-posting foto di Instagram (Stories dan Reels)				
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
2. Saya telah memahami cara membuat caption di Instagram				
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
3. Saya telah memahami dan mengetahui jam yang tepat untuk memposting konten di Instagram				
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
4. Saya telah memahami dan mengetahui cara melakukan promosi di Instagram				
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
5. Saya telah memahami dan mengetahui cara menggunakan Insight				
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5

Gambar 6. Pernyataan Evaluasi



Gambar 7. Hasil Evaluasi

D. Penyerahan Modul

Materi yang diberikan dalam kegiatan pelatihan disajikan dalam sebuah modul materi. Materi tersebut diserahkan kepada mitra untuk dijadikan referensi dalam hal penggunaan media social Instagram. Penyerahan materi ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Penyerahan Modul ke Mitra

IV. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Mitra sangat antusias mengikuti kegiatan ini, hal ini dapat dilihat dari: partisipasi mitra dalam menyediakan tempat dan waktu kegiatan, serta diskusi dan tanya jawab yang dilakukan mitra dengan tim pengabdian.
2. Mitra telah mampu menggunakan media social Instagram untuk bisnis, hal ini dapat dilihat dari hasil posting konten yang telah dilakukan oleh mitra, penggunaan fitur Insight yang dimiliki oleh Instagram untuk bisnis, dan dari kuesioner singkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali atas dukungan yang diberikan sehingga kegiatan ini terlaksana dengan baik. Tentunya ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada UMKM Eka Multi Teknik atas partisipasinya yaitu: memberikan penjelasan terkait kondisi dan permasalahan mitra, berperan aktif memberikan masukan terkait fitur dari sistem yang dibuat, dan menyediakan tempat dan waktu untuk kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daikin-Indonesia (2021) *Daikin Indonesia | Why Need an AC Inverter?*, Daikin Indonesia. Available at: <https://www.daikin.co.id/daikin-indonesia-why-need-an-ac-inverter> (Accessed: 6 December 2022).
- Hapsawati Taan, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, I. (2021) 'Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image', *SEIKO : Journal of Management & Business*, Volume 4(Issue 1), pp. 315–330.
- Kambali, I. and Masitoh, S. (2021) 'Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100', *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 11(1).
- Nararya Narottama, N.E.P.M. (2022) 'Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar', *JUMPA (Jurnal Master Pariwisata)*, Volume 8(2), pp. 741–773.
- Othysalonika Othysalonika, Abdul Wahib Muhaimin, F.F. (2022) 'Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang', *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Volume 6, pp. 1134–1146.
- Tresnawati, Prasetyo, Y. and Kurniawan (2019) 'Media, Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Sosial', *PROfesi Humas*, Volume 3, pp. 102–119.