

Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Arsyta Bakery Melalui Pelatihan *Social Media Marketing*

Nurul Huda, Budiman Baso, Syaefudin Aziz, Yesus Armiro Korbaffo, Desmon R. Manane

Universitas Timor, Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur

Penulis korespondensi : nurulhuda@unimor.ac.id

Abstrak: *Arsyta Bakery merupakan salah satu UMKM industri roti di Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) yang telah berdiri sejak tahun 2009. Persaingan industri roti di Kabupaten TTU semakin kesini semakin kompetitif yang berdampak terhadap kuantitas jumlah produksi dan penjualan roti pada Arsyta Bakery. Berdasarkan hasil observasi awal dengan pemilik UMKM Sdr. Joko Wahyono, sejak pandemi COVID-19 jumlah penjualan roti yang diproduksinya mengalami penurunan hal tersebut disebabkan selain adanya persaingan dari produk sejenis juga disebabkan oleh adanya perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Pandemi COVID-19 telah mengurangi aktivitas masyarakat di luar rumah dan lebih sering berbelanja secara online. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan berupa pelatihan social media marketing untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada UMKM Arsyta Bakery. Hasil kegiatan menunjukkan mitra telah memiliki akun media sosial berupa weblog: <https://s.id/Arsytabakery> dan google profil bisnis: <https://s.id/ProfileArsytaBakery> dan para karyawannya telah mampu melakukan promosi melalui akun media sosial secara mandiri.*

Kata kunci: *pelatihan, pengembangan, kualitas SDM, media sosial marketing*

Abstract: *Arsyta Bakery is one of the bread industry UMKM in Kefamenanu City, Timor Tengah Utara Regency (TTU) which has been established since 2009. The bread industry competition in TTU Regency is getting more and more competitive which has an impact on the quantity of bread production and sales at Arsyta Bakery. Based on the results of initial observations with UMKM owners, Mr. Joko Wahyono, since the COVID-19 pandemic, the number of sales of the bread has decreased. This is due to competition from similar products. It has also been caused by changes in people's shopping habits. The COVID-19 pandemic has reduced people's activities outside the home and they often shop online. The community service activities carried out are in the form of social media marketing training to improve the quality of human resources at Arsyta Bakery MSMEs. The results of the activity show that partners have social media accounts in the form of a weblog: <https://s.id/Arsytabakery> and Google business profile: <https://s.id/ProfileArsytaBakery> and their employees have been able to carry out promotions via social media accounts independently.*

Keywords: *Training, Development, Quality of human resources, Social media Marketing*

1. Pendahuluan

Berdasarkan hasil laporan dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia telah berkontribusi cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan menjadi

pengamanan ekonomi masyarakat di garis depan ketika kondisi perekonomian dunia sedang mengalami kontraksi akibat resesi. Namun demikian, peran UMKM di Indonesia masih perlu terus ditingkatkan agar mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat yang lebih tinggi lagi. Terlebih pada masa-masa era *new normal* dan menghadapi persaingan revolusi industri 4.0 (BAPPENAS, 2014).

Menurut hasil laporan dari BAPPENAS masih ada beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah masih rendahnya kapasitas dan kualitas sumber daya manusia, keterbatasan akses kepada sumber daya produktif (modal, bahan baku, informasi, pengetahuan, keterampilan dan teknologi), serta tingginya biaya transaksi (BAPPENAS, 2014). Salah satu industri pangan dari UMKM yang perlu mendapatkan perhatian adalah produk roti. Pasalnya industri roti di Indonesia menempati urutan ke-3 setelah nasi dan mie sebagai makanan pokok (Kwan, 2019).

Arsyta Bakery merupakan salah satu UMKM industri roti yang berada di Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) yang telah berdiri sejak tahun 2009. Persaingan industri roti di Kabupaten TTU semakin kesini semakin berkembang sehingga menimbulkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif yang berdampak terhadap jumlah kuantitas produksi dan penjualan roti pada Arsyta Bakery. Hasil observasi awal dengan pemilik UMKM bernama Joko Wahyono menunjukkan bahwa sejak masa pandemi COVID-19 jumlah penjualan dari roti yang diproduksi telah mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan selain adanya persaingan dari produk sejenis juga disebabkan oleh adanya perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Mereka mengurangi aktivitas di luar rumah dan lebih sering berbelanja secara *online* melalui internet. Hal tersebut senada dengan hasil riset dari “*Digital Around The World 2019*” yang menyatakan bahwa lebih dari 150 juta orang Indonesia yang menggunakan media sosial dari total 268 juta penduduk (Abadi, 2019).

Menurut Soemarsono (2018), sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam proses pencapaian tujuan organisasi. Suatu organisasi / perusahaan yang memiliki modal, teknologi, sumber daya alam melimpah namun tidak memiliki sumber daya manusia yang dapat mengelola dan memanfaatkannya maka tidak akan mungkin dapat meraih keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan diantaranya adalah dengan memberikan *training* atau pelatihan, pendidikan, pembinaan, kesempatan, dan penghargaan (Kumpanan, 2021).

Mathis dalam (Maulyan, 2019) menyatakan bahwa pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi,

sedangkan menurut Dessler pelatihan merupakan proses mengajarkan karyawan baru atau yang ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka (Gary, 2009).

Menurut Tsitsi, *social media marketing* adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran (Muslihah, 2019). Terdapat beberapa manfaat dari penggunaan *social media marketing* diantaranya adalah menjadi *top of mind*, mendapatkan ide konten baru, manajemen reputasi *online*, kemampuan iklan berbayar yang diperluas, dan sosial media penghasil pendapatan yang efektif (Himma, 2022).

Berdasarkan hasil observasi di awal terhadap situasi dan permasalahan mitra tersebut di atas serta adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Huda and Ismawardi, 2020) dan (Pradiani, 2017) yang menyatakan bahwa *social media marketing* adalah sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan *volume* penjualan secara signifikan maka tim akademisi dari Universitas Timor melakukan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan *social media marketing* untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada Arsyta Bakery. Tujuan utama dari pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk pelatihan *social media marketing* adalah memberikan pelatihan secara teoretis tentang cara membuat akun sosial media sebagai sarana pemasaran produk serta memberikan pelatihan secara praktis cara melakukan promosi / memasarkan produk melalui akun sosial media.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada UMKM Arsyta Bakery yang beralamat di Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara, Provinsi Nusa Tenggara Timur dan waktu pelaksanaannya adalah selama ± 3 (tiga) bulan terhitung mulai dari bulan Oktober sampai dengan Desember 2022. Adapun khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah seluruh anggota karyawan yang ada di UMKM Arsyta Bakery Kota Kefamenanu.

Metode yang digunakan adalah dengan pemberian pelatihan kepada seluruh karyawan Arsyta Bakery tentang pemanfaatan media sosial sebagai alat / sarana pemasaran produk yang terdiri dari 3 (tiga) urutan tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

Sebelum masuk pada tahap pelaksanaan pengabdian, pengabdian terlebih dahulu melakukan beberapa persiapan diantaranya:

- a. Pada tahap awal sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, pengabdian melakukan survei lokasi;
- b. Dari hasil survei anggota tim pengabdian mengadakan rapat untuk menentukan dan membuat proposal kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan;
- c. Ketua Tim pengabdian mengajukan proposal Kepada Ketua LPPM Universitas Timor untuk diterbitkan surat tugas pengabdian.

Pada tahap pelaksanaan, pelatihan *social media marketing* dibagi dalam 2 (dua) sesi kegiatan yaitu:

- a. Peserta terlebih dahulu diberikan materi pelatihan tentang apa itu *Social Media Marketing*;
- b. Pelatihan pembuatan akun sosial media berupa *weblog* dan *google* profil bisnis serta praktik cara melakukan pemasaran melalui media sosial.

Di tahap terakhir, evaluasi dilakukan terhadap seluruh prosesi kegiatan yang meliputi proses pelaksanaan dan hasil dari kegiatan.

3. Hasil dan Diskusi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diikuti oleh seluruh anggota karyawan UMKM Arsyta Bakery sebanyak 9 (sembilan) orang. Seluruh tahapan agenda yang telah direncanakan pada kegiatan ini semuanya terealisasi dengan baik seperti ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

<i>Tahap Persiapan</i>		
No.	Jenis Kegiatan	Keterangan
1	Melakukan <i>survey</i> lokasi PKM.	Terealisasi
2	Menentukan dan menyusun proposal PKM.	Terealisasi
3	Mengajukan proposal kegiatan PKM Kepada Ketua LPPM Universitas Timor untuk diterbitkan surat tugas.	Terealisasi
<i>Tahap Pelaksanaan</i>		
No.	Jenis Kegiatan	Keterangan
1	Memberikan materi pelatihan tentang <i>Social Media Marketing</i>	Terealisasi
2	Pelatihan pembuatan akun sosial media berupa <i>weblog</i> dan <i>google</i> profil bisnis serta praktik melakukan pemasaran melalui akun media sosial.	Terealisasi
<i>Tahap Evaluasi</i>		
No	Jenis Kegiatan	Keterangan
1	Melakukan evaluasi terhadap seluruh proses kegiatan yang meliputi proses dan hasil dari kegiatan PKM	Terealisasi

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan dengan cara melalui 3 (tiga) tahapan kegiatan yaitu: tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

1) Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan pengabdian melakukan *survei* terhadap lokasi mitra “UMKM Arsyta Bakery” untuk mengidentifikasi permasalahan. Kegiatan survei diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Survei Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

2) Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan dilakukan maka pengabdian melakukan kegiatan tahapan kedua yang menjadi inti dari kegiatan yaitu pelatihan dan pendampingan. Adapun rangkaian kegiatan pada tahapan pelaksanaan meliputi penyampaian materi untuk memberikan pengetahuan dasar tentang *social media marketing* seperti ditunjukkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi *Social Media Marketing*

Setelah para peserta mendapatkan materi tentang *social media marketing*, kegiatan selanjutnya adalah pendampingan praktik pembuatan akun media sosial berupa *weblog* dan *google* profil bisnis serta praktik langsung cara melakukan pemasaran melalui akun media sosial. Hasil praktik sebagai sarana promosi yang dilakukan oleh anggota / karyawan UMKM Arsyta Bakery telah dibuat melalui media sosial weblog: <https://s.id/Arsytabakery> dan google

profil bisnis: <https://s.id/ProfileArsytaBakery>. Gambar 3 memperlihatkan foto bersama antara tim pengabdian dan peserta pelatihan.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Akun Media Sosial

3) Tahap Evaluasi

Untuk memastikan bahwa program pelatihan dan pendampingan telah berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap terhadap proses pelaksanaan dan hasil pengabdian seperti diberikan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Evaluasi Proses Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa serangkaian kegiatan telah berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan pengabdian kepada masyarakat. Konsep dan praktik yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh mitra “UMKM Arsyta Bakery”. Rerata persentase ketercapaian untuk proses dan hasil kegiatan berkisar 84 % seperti diberikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

<i>Evaluasi Proses Kegiatan</i>		Ketercapaian (%)
No.	Pernyataan	
1	Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang direncanakan.	100%
2	Semua peserta mengikuti acara pelatihan dan pendampingan sampai selesai.	89%
3	Peserta yang hadir aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung.	78%
<i>Evaluasi Hasil Kegiatan</i>		Ketercapaian (%)
No.	Pernyataan	
1	Peserta mampu memahami penyajian materi tentang <i>Social Media Marketing</i> .	89%
2	Peserta dapat membuat akun <i>weblog</i> dan <i>google profile business</i> .	67%
3	Peserta dapat melakukan promosi secara mandiri melalui <i>weblog</i> dan <i>google profile business</i> .	78%
Rerata		84%

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan *social media marketing* untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di UMKM Arsyta Bakery telah terealisasi dengan baik. Hasil evaluasi menunjukkan persentase ketercapaian peserta dalam memahami materi yang diberikan sebesar 84%. Delapan puluh persen peserta dapat memahami penyajian materi *social media marketing* dan 78% dari peserta dapat melakukan promosi di sosial media (*weblog* dan *google profile business*) secara mandiri.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat serupa diharapkan dapat dilakukan pada setiap UMKM khususnya UMKM yang berada di Kabupaten Timor Tengah Utara. Tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan kepada mereka tentang efektif dan efisiennya metode pemasaran melalui media sosial.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Timor, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua LPPM, Bapak Joko Wahyono selaku *owner* UMKM Arsyta Bakery, dan seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam mensukseskan kegiatan pengabdian ini.

Daftar Referensi

- Abadi, H. S. 2019. Media sosial dan antitesis jurnalisme, *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), pp. 17–29.
- BAPPENAS (2014) *Laporan Analisis Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jakarta. Available at: [https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Unit_Kerja/Deputi_Bidang_Kependudukan_dan_Ketenagakerjaan/Direktorat-Pengembangan-USaha-Kecil-Menengah-dan-Koperasi/Laporan Analisis Daya Saing UMKM di Indonesia](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Unit_Kerja/Deputi_Bidang_Kependudukan_dan_Ketenagakerjaan/Direktorat-Pengembangan-USaha-Kecil-Menengah-dan-Koperasi/Laporan_Analisis_Daya_Saing_UMKM_di_Indonesia).
- Gary, D. 2009. Manajemen sumber daya manusia, *Jakarta: Edisi Kesepuluh Jilid Dua PT Indeks halaman*, 46.
- Himma, F. 2022. *Social Media Marketing: Pengertian Hingga Contohnya, Majoo*. Available at: <https://majoo.id/solusi/detail/social-media-marketing> (Accessed: 26 October 2022).
- Huda, N. and Ismawardi, D. 2020. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis, *Bertuah: Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, 1(2), 85–99.
- Kumparan. 2021. *5 Cara Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia | kumparan.com, kumparan.com*. Available at: <https://kumparan.com/berita-update/5-cara-meningkatkan-kualitas-sumber-daya-manusia-1wk6dbSIYzt> (Accessed: 26 October 2022).
- Kwan, F. 2019. *Bisnis Roti Itu Tidak Seempuk Roti, Kompasiana*. Available at: <https://www.kompasiana.com/freddykwan/5ce6028e95760e279325f983/bisnis-roti-itu-tidak-se-empuk-roti>.
- Maulyan, F. F. 2019. Peran Pelatihan Guna Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Pengembangan Karir: Theoretical Review, *Jurnal Sain Manajemen*, 1(1), pp. 40–50.
- Muslihah, F. 2019. Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014-2016)'. UIN Raden Intan Lampung.
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan, *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Soemarsono. 2018. *SDM (Sumber Daya Manusia)*, djp.kemenkeu.go.id. Available at: <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/palangkaraya/id/data-publikasi/berita-terbaru/2825-sdm-sumber-daya-manusia-pilar-penting-atas-keberhasilan-dan-kegagalan-organisasi.html>.