

---

# Peningkatan Keterampilan Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Pada Umkm Bandrek Jahe Merah De Koto”S Family

Nawawi Ahmad<sup>1</sup>, Juli Meliza<sup>2\*</sup>, Poppy Harly S<sup>3</sup>, Qori Fadhillah<sup>4</sup>, Edi Winata<sup>5</sup>,

Kartika Sari Lubis<sup>6</sup>, Nurhayati<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Jalan Sakti Lubis, Medan, Sumut, Indonesia

\*Corresponding E-mail : [newjuli07@gmail.com](mailto:newjuli07@gmail.com)

## **Abstrak**

*Bandrek jahe merah De Koto”s family merupakan umkm yang ada di lubuk pakam dengan industri home. Usaha bandrek jahe merah ini sudah dijalankan oleh ibu koto 3 tahun lalu, beliau tidak terlalu paham bagaimana cara menggunakan teknologi dalam bidang pemasaran produk. Jika hal ini terus dibiarkan tentu akan berdampak pada penjualan produk mengingat zaman sekarang ini yang serba teknologi membuat pelaku usaha harus beradaptasi dengan zaman yang terus berkembang. Jadi dalam hal ini, adapun sosialisai ini dibuat untuk melatih pelaku usaha agar mampu bersaing dengan kompetitor di era Industri 4.0 yaitu dengan mengedukasi skill Fotografi, Desain Grafis dan Digital Marketing.*

**Key kunci :** *Bandrek, Industri 4.0; Fotografi, Desain Grafis; Digital Marketing*

## **Abstract**

*The red ginger bandrek De Koto's family is an MSME in Lubuk Pakam with a home industry. This red ginger bandrek business has been run by Mrs. Koto 3 years ago, she doesn't really understand how to use technology in the field of product marketing. If this continues, it will have an impact on product sales, considering that today's technological era makes business actors have to adapt to the times that continue to develop. So in this case, as for this socialization, it was made to train business actors to be able to compete with competitors in the Industry 4.0 era, namely by educating the skills of Photography, Graphic Design and Digital Marketing.*

**Keywords :** *Bandrek industri, Industry 4.0, Photography; Graphic Desig;, Digital Marketing*

## **1.PENDAHULUAN**

Kondisi dunia bisnis di Indonesia pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Semua bidang usaha semakin berkembang, salah satu jenis usaha yang berkembang di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian di Indonesia karena dapat mendorong dan meningkatkan perekonomian secara terus menerus. Pangsa pasar nasional dan internasional diharapkan dapat menyediakan produk UMKM yang berkualitas dan terpercaya, sehingga dapat memajukan perekonomian negara dan mengurangi tingkat pengangguran. Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha yang didirikan oleh perorangan atau kelompok yang dilihat dari skala usaha rumahan dan usaha kecil yang hanya mempunyai jumlah karyawan antara 1-19 orang (Sanggrama, 2020). Sementara usaha menengah mempunyai pegawai antara 20-99 orang (BPS, 2004). Para pelaku UMKM di harapkan harus mampu menyesuaikan perubahan dan siap menghadapi tantangan global.

Usaha kelompok Jahe Merah Koto ini didirikan sejak tahun 2020 oleh July Asmy Koto yang merupakan Guru Honorer dari sejak tahun 2003 sampai sekarang yang berkeinginan untuk berinovasi membuat usaha Home industry untuk tujuan pengolahan keuangan keluarga, serta pengelolaan penghasilan/pengeluaran didalam rumah tangga, serta menambah lapangan kerja bagi masyarakat (Nuvitasari et al., 2019).

## **2.METODE ABDIMAS**

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Bandrek jahe merah ialah kurangnya ilmu pengetahuan dalam digital marketing. Sehingga dalam hal ini mereka kalah dalam bersaing dengan kompetitor yang sudah beradaptasi ke digital. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Mei 2022. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di desa Purwodadi Kec. Pagar Merbau, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia.. Kegiatan ini dilakukan oleh dosen, mahasiswa dengan nama pelaku UMKM Ibu July Asmy. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode pelatihan. Secara detail metode yang dilakukan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian masyarakat kepada UMKM Bandrek yaitu:

- (1) Bimbingan bagaimana cara mengimplementasikan ilmu fotografi untuk dapat mereka terapkan ketika melakukan sesi foto produk dengan benar,
- (2) setelah produk difoto, kami juga memberikan bimbingan terkait bagaimana mengolah hasil foto produk menjadi sebuah iklan gambar yang nantinya dapat dibagikan ke media sosial sebagai alat promosi,
- (3) dan kami akan memberikan bimbingan terkait dengan pemasaran digital, sehingga pelaku usaha Bandrek jahe merah dapat melakukan pemasaran secara digital dengan benar.

## **3.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Maksud tujuan dalam usaha kelompok jahe merah adalah menciptakan lapangan kerja bagi ibu-ibu dan masyarakat untuk menambah perekonomian keluarga, serta menciptakan produk minuman kesehatan yang berkualitas dan dapat dimanfaatkan oleh untuk menjaga kesehatan tubuh juga sebagai minuman yang segar untuk sehari - hari sehingga produk dapat diterima oleh kalangan masyarakat (Slameto, 2016). Bandrek jahe merah kami tidak menggunakan bahan kimia dengan harga terjangkau, kualitas terjamin, higienis, dan terbuat dari bahan-bahan yang alami. Dari hasil sosialisasi kepada UMKM bandrek jahe merah de koto”s ini adalah bahwasannya sudah gampang untuk mencoba memasarkan produk umkm tersebut melalui media sosial dengan menjelaskan manfaat dari digital marketing tersebut dan UMKM ini telah berhasil menggunakan dengan baik dari cara pembuatan akun instagram serta whatsapp bisnis dengan foto sebagai berikut (Sunaryo, 2020). Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian, dimana hasil

penelitian tersebut menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM restoran menunjukkan kesesuaian dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen (Dila, Mega, Meliza, Juli, Mirawati, 2020).

### Halaman Instagram

<https://www.instagram.com/p/Ce2eqIVP0hg/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



Gambar 1. Akun Instagram Bandrek jahe



Gambar 2. Foto dan desain

Foto Bersama Pemilik Bandrek Jahe Merah De Koto's family



Gambar 3. Foto bersama Pemilik Bandrek jahe Merah

Pada foto 4 terdapat proses pembuatan bandrek jahe merah instan yang dimasak dengan seera tradisional.



Gambar 4. fot pembuatan bandrek jahe merah instan

<https://drive.google.com/file/d/17qlpJwxKtmsCYtrjFwE90Oy6sN66p6TN/view?usp=drive>  
[vesdk](https://drive.google.com/file/d/17qlpJwxKtmsCYtrjFwE90Oy6sN66p6TN/view?usp=drive)

#### 4.KESIMPULAN

Pada sosialisasi ini para UMKM harus menyadari dan harus beralih ke pemasaran digital serta mengetahui apa yang harus diperbaiki dari sebuah usaha serta memperbaiki kelemahan yang ada didalam usaha. Peningkatan untuk mencapai penjualan berpengaruh pada memasarkan produk dan bagaimana cara kita memasarkan produk tersebut.pada UMKM Bandrek jahe merah sudah maksimal untuk beralih ke pemasaran digital dengan adanya salah satu akun media sosial yaitu intagram dengan diberi bimbingan bagaimana caranya untuk mencapai target penjualan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan financial dan morill terhadap kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dila, Mega, Meliza, Juli, Mirawati, D. S. (2020). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 2(2), 128–134.
- Nuvasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3).  
<https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Sanggrama, E. B. (2020). Sebuah Solusi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(1).
- Slameto, S. (2016). PENULISAN ARTIKEL ILMIAH HASIL PENELITIAN TINDAKAN KELAS. *Scholaria : Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 6(2).  
<https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2016.v6.i2.p46-57>
- Sunaryo, D. (2020). Optimalisasi Pendapatan Masyarakat Dalam Pembuatan Produk Bandrek Jahe Susu Sebagai Peningkatan Imunitas Disaat Pandemi Covid-19 Di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat KOMMAS*, 1(2).