

## REBRANDING UMKM CATERING MELALUI DESAIN *PACKAGING* DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL

Azamul Hidayat<sup>1</sup>, Poppy Febriana<sup>2\*</sup>, Ainur Rochmaniah<sup>3</sup>, Muhammad Hasan Bisri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Jalan Majapahit 666B, Sidowayah, Celep Sidoarjo Jawa Timur 61215, Indonesia  
azamulhidayat1@gmail.com<sup>1</sup>, poppyfebriana@umsida.ac.id<sup>2\*</sup>, ainur@umsida.ac.id<sup>3</sup>,  
hasancrx213@gmail.com<sup>4</sup>  
(\* ) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-Non Komersial 4.0 Internasional.

### Abstract

The problem faced in the Mbok Ndut Catering and Bu Sri Catering catering businesses is that there is no label on the packaging and does not have media as a promotion, so it requires rebranding the packaging design in the form of labels and promotion of the business on social media. The purpose of this community service activity is to provide solutions to the problems being faced. The method used is to provide training in the form of tutorials on how to manage Instagram accounts and how to operate the Google Maps application. The results of this community service are to help the two MSME players create a logo design, create an official Instagram account, create a content design for Instagram posts, create a packaging design in the form of labels, add the location of the Catering business address through the Google Maps Application, train or teach the two MSME players, manage Instagram by posting the menu that we provide with interesting content, and how to operate the Google Maps Application. Thus, in the future it can make it easier for the two MSME players to introduce their business to the wider community.

Keywords: promotions; social media; UMKM.

### Abstrak

Masalah yang dihadapi pada usaha catering Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering yaitu tidak adanya label di kemasan dan tidak memiliki media sebagai promosi, sehingga memerlukan *rebranding* desain *packaging* berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan berupa tutorial cara mengelola akun Instagram beserta cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah membantu kedua pelaku UMKM membuat desain logo, membuat akun Instagram resmi, membuat desain konten untuk postingan Instagram, membuat desain *packaging* berupa label, menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps, melatih atau mengajari kedua pelaku UMKM, mengelola Instagram dengan cara memposting menu yang kami sediakan dengan konten yang menarik, dan cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps. Dengan demikian, kedepannya dapat mempermudah kedua pelaku UMKM mengenalkan usahanya kepada masyarakat luas.

Kata Kunci: promosi; media sosial; UMKM.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah dimiliki perorangan maupun badan usaha berdasarkan Undang-Undang nomor 20, Tahun 2008. UMKM adalah bagian dari penghasilan yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan

Masyarakat. UMKM memiliki peran sangat signifikan pada berkembangnya ekonomi negara, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 8,71 juta unit usaha.

Berkembangnya teknologi informasi di era digital telah merubah dunia pemasaran. Marketing yang dilakukan masih terbatas pada jejaring sosial

media seperti Instagram dan relasi antar relasi [1]. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran lewat jejaring media sosial instagram sangat disukai kaum milenial [2]. Marketing yang memanfaatkan kehebatan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Media sosial sebagai platform pemasaran di era digital saat ini [3].

Di era sekarang, pelaku usaha seharusnya bisa memanfaatkan media digital sebagai suatu jalan untuk memasarkan produknya agar konsumen bisa mengenal barang yang dihasilkan. Problem pelaku usaha UMKM seperti kurangnya informasi terkait kemudahan ekspor yang dinilai sebagai proses yang rumit untuk dilaksanakan, padahal banyak *platform* untuk melaksanakan kegiatan ekspor baik secara umum ataupun melalui *e-commerce* [4].

Desain logo dan juga label dalam kemasan packaging yang sangat rinci membuat konsumen mudah dalam mencari informasi terkait produknya. Media digital marketing yang seringkali dipakai adalah media sosial, yang mana media ini ada efek pada opini terhadap barang yang ditawarkan konsumen [5]. Instagram adalah sebuah aplikasi yang dimana lebih memfokuskan foto atau video yang diposting sesuai pengguna [6]. Instagram mempunyai fitur Akun Bisnis yang mana pelaku bisnis membuat profil bisnis di Aplikasi Instagram dengan mudah, dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan jejaring media sosial. Pemanfaatan internet dilakukan secara leluasa di era digital sampai berbagai kalangan, seperti usaha menengah kebawah untuk promosi dan membentuk citra [7]. Beberapa aplikasi yang banyak dipakai konsumen yakni Aplikasi Instagram. Perkembangan teknologi informasi komunikasi digital mengubah cepatnya pesan yang dikirim [8]. Jumlah pengguna Aplikasi Instagram menjadi potensi besar dalam melakukan marketing produk. Penggunaan media sosial memberikan kenaikan jumlah konsumen yang mengenal dan opini yang baik [9].

Adapun UMKM dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering. Catering Mbok Ndut adalah sebuah usaha di bidang penyediaan makanan cepat saji yang digemari oleh Masyarakat yang biasanya ada acara seperti nikahan atau istilahnya do'a bersama dan berbagai jenis lainnya, tidak jauh mereka pasti memesan sebuah catering makanan yang berbagai ragam aneka makanan seperti nasi kuning, nasi tumpeng, dan lain-lainnya. Untuk Mbok Ndut Catering sendiri merupakan usaha yang menyediakan makanan siap saji yang sudah berdiri sejak tahun 2019. UMKM ini dikelola oleh Ibu Wiwik Gati yang berlokasi di perumahan TNI AL Blok B 12 No. 5 Desa Kedung kendo, Kecamatan Candi,

Kabupaten Sidoarjo. Dari hasil riset permasalahan di UMKM Mbok Ndut Catering yaitu memerlukan rebranding promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan sudah memiliki label. Namun label tersebut belum bersertifikasi halal, karena pemilik Mbok Ndut Catering masih dalam proses mengajukan sertifikat halal.

Sedangkan untuk usaha dari Bu Sri Catering sendiri usaha yang menyediakan olahan makanan dan minuman cepat saji. Dimana makanan dan minuman tersebut akan dipesan dan akan dikonsumsi di hari itu juga. Usaha catering banyak kita jumpai di sekitar kita. Namun, tidak semua usaha catering tersebut ada brandnya. Usaha Bu Sri Catering sendiri sudah berdiri sejak tahun 2003 yang dikelola oleh ibu Sri Hartatik. Lokasi usaha ini terletak di Dusun Bohar Selatan RT 5 RW 3, Desa Bohar, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Dari hasil riset permasalahan di UMKM Bu Sri Catering yaitu memerlukan rebranding desain packaging berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan yang ketiga belum memiliki label di packagingnya. Tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah untuk mengetahui permasalahan dari kedua pelaku usaha catering dan memberikan solusi dalam permasalahan tersebut supaya usahanya lebih dikenal oleh Masyarakat luas. Untuk itu Tim Pengabdian Masyarakat melakukan kegiatan tersebut supaya lebih menarik minat pelanggan untuk membeli dan bisa mengoptimalkan penjualan dari sebelumnya.

## METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian ini berlokasi di perumahan TNI AL Blok B 12 No. 5 Desa Kedung kendo, kecamatan candi, kabupaten sidoarjo. Kedua, terletak di Dusun Bohar Selatan RT 5 RW 3, Desa Bohar, kecamatan Taman, kabupaten Sidoarjo. Waktu pelaksanaan Pengabdian Masyarakat berlangsung pada Tanggal 01 sampai 17 Desember 2023, Kegiatan ini terdiri dari 2 orang pelaku UMKM.

Metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian melalui pelatihan, yakni sebagai berikut:

1. Membuatkan desain logo pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
2. Membuatkan akun Instagram resmi pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
3. Membuatkan desain konten untuk postingan Instagram.

4. Membuatkan desain label untuk dipasangkan di packagingnya pada UMKM Bu Sri catering.
5. Menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps.
6. Melatih atau mengajari kedua pelaku UMKM mengelola Instagram dengan cara memposting menu yang disediakan dengan konten yang menarik, serta cara mengoperasikan Google Maps.

Dengan tahapan metode tersebut, maka kegiatan ini akan berjalan sesuai dengan tujuan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan, tim membuat *pretest* terlebih dahulu kepada kedua pelaku UMKM dengan cara mengisi kuesioner yang telah disediakan. Hal ini digunakan supaya bisa mengetahui problem atau kesulitan yang dihadapi oleh para UMKM. Hasil pengisian kuesioner *pretest* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengisian Kuesioner *Pretest*

Pertanyaan	TP	P	SP
Apakah paham mengenai cara mengelola Instagram	2	0	0
Apakah paham mengenai cara mengoperasikan Google Maps	2	0	0
Apakah paham terkait desain	2	0	0
Apakah paham mengenai pembuatan konten desain	2	0	0
Apakah paham cara memasarkan usaha lewat media sosial	2	0	0

Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)

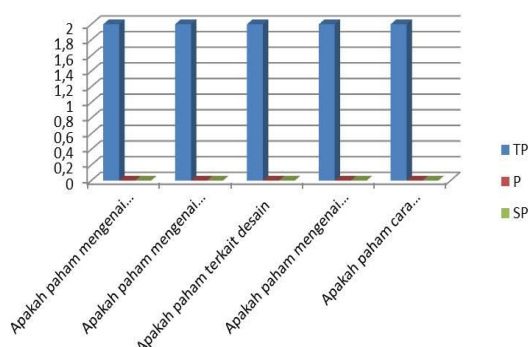
Keterangan:

TP : Tidak Paham

P : Paham

SP : Sangat Paham

Berdasarkan data pada Tabel 1 kemudian digambarkan secara visual dengan menggunakan diagram kolom seperti terlihat pada Gambar 1.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)

Gambar 1. Grafik Hasil Pengisian Kuesioner *Pretest*

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa permasalahan atau kesulitan dari kedua pelaku UMKM yaitu tidak adanya pemahaman mengenai cara mengelola Aplikasi Instagram, cara mengoperasikan Aplikasi Google Maps, cara membuat konten desain dan cara memasarkan produk hasil usaha melalui media sosial. Untuk mengatasi permasalahan dan kesulitan yang dihadapi, tim pengabdian mengadakan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering diawali dengan membantu membuatkan desain logo di UMKM Mbok Ndut Catering. Desain logo itu sendiri bertuliskan Mbok Ndut Catering dengan mengambil warna merah mudah dan kuning mudah yang artinya memberikan kegembiraan, keceriaan, dan semangat dalam berusaha. Desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi CorelDraw x7, dengan demikian tujuan pembuatan logo tersebut untuk di pakai buat profil Instagram serta untuk memajukan usaha dan mengenalkan produk makanan ke masyarakat sebagai suatu arti dari usaha catering tersebut. Desain logo untuk UMKM Mbok Ndut Catering dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)

Gambar 2. Desain Logo Mbok Ndut Catering

Selanjutnya tim pengabdian masyarakat membantu membuatkan desain logo di UMKM Bu Sri Catering. Desain logo itu sendiri bertuliskan Bu Sri Catering dengan mengambil tema berwarna ungu taro yang maknanya adalah sebuah energi yang romantis dalam mengembangkan usaha. Desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi CorelDraw x7, dengan demikian tujuan pembuatan logo tersebut untuk di pakai buat profil Instagram dan di pasangkan di label kemasan serta menjadi identitas bagi bisnis agar lebih mudah dikenal oleh konsumen. Sedangkan desain logo untuk UMKM Bu Sri Catering dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 3. Desain Logo Bu Sri Catering

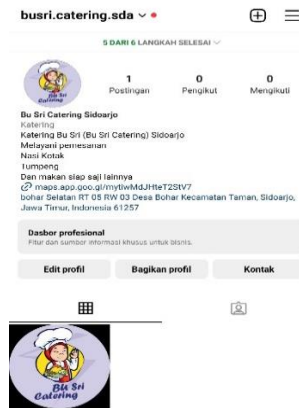
Selain pembuatan desain logo untuk kedua UMKM, pada kegiatan ini juga tim membuatkan akun Instagram di UMKM Mbok Ndut Catering. Setelah pembuatan akun Instagram, tim menargetkan *followers* dengan target 100 lebih *followers* sehingga Instagram tersebut bisa dilihat oleh orang banyak. Tentu dengan adanya sebuah wadah baru maka pengguna Instagram bisa melihat produk makanannya. Pengguna bisa berinteraksi dengan mudah dalam suatu informasi, menciptakan gambar berupa konten atau isi informasi yang akan disampaikan pada pengguna lain, memberikan balasan komentar pada masukan yang disampaikan netizen. Pasar bisnis di Indonesia sekarang diuntungkan dengan adanya Instagram, aplikasi Instagram beralih fungsi dari yang awalnya cuman membagikan foto maupun video yang diunggah menjadi wadah untuk promosi [10]. Profil akun Instagram yang telah dibuat untuk UMKM Mbok Ndut Catering seperti yang ditampilkan pada Gambar 4.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 4. Profil Akun Instagram Mbok Ndut Catering

Selain itu, tim juga membuatkan akun Instagram untuk UMKM Bu Sri Catering dan mencari *followers* dengan target 50 lebih *followers*, agar Instagram tersebut bisa dilihat oleh orang banyak dengan target 100 akun dijangkau. Tentu

dengan adanya sebuah wadah baru maka pengguna Instagram bisa melihat produk serta juga bisa memperluas jangkauan bagi calon pembeli. Profil akun Instagram yang telah dibuat untuk UMKM Bu Sri Catering seperti yang ditampilkan pada Gambar 5.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 5. Profil Akun Instagram Bu Sri Catering

Setelah pembuatan profil akun instagram, tim membantu menambahkan *followers* Instagram sehingga akun Instagram Mbok Ndut Catering akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan bisa membangun kepercayaan masyarakat luas. Promosi di media sosial juga bisa dibidang promosi yang murah karena tidak berbayar dan jangkauannya lebih leluasa. Kemajuan teknologi dapat meningkatkan pengguna media sosial di kalangan pengguna internet [11]. Setelah dilakukan penambahan *followers* oleh tim pengabdian masyarakat, akun instagram Mbok Ndut Catering memiliki *followers* sebanyak 133 *followers* seperti pada Gambar 6.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 6. Target *Followers* Instagram Mbok Ndut Catering

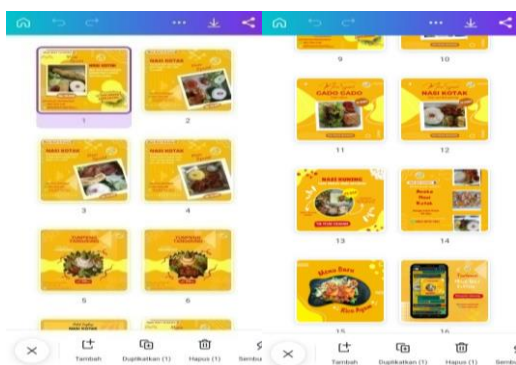
Hal yang sama juga dilakukan pada akun Instagram Bu Sri Catering. Tim membantu

menambahkan *followers* Instagram sehingga akun ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan bisa membangun kepercayaan masyarakat luas, menciptakan komunikasi yang dilakukan antar pengguna Instagram [12]. Setelah dilakukan penambahan *followers* oleh tim pengabdian masyarakat, akun Instagram Bu Sri Catering memiliki *followers* sebanyak 63 *followers* seperti pada Gambar 7.



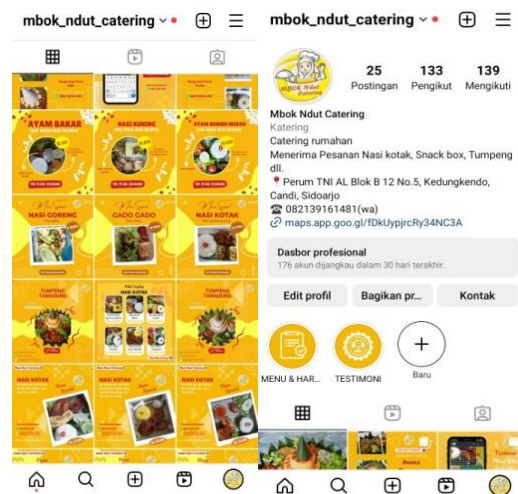
Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 7. Target *Followers* Instagram Bu Sri Catering

Tim pengabdian masyarakat juga membantu membuat desain konten promosi untuk diposting di Instagram. Desain tersebut memuat produk menu makanan yang sudah disediakan oleh Mbok Ndut Catering dengan tema desain berwarna kuning tua yang artinya kebahagiaan, kegembiraan dan membangkitkan selera makan. Desain konten tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva. Konsumen digital mencari postingan yang menarik dengan postingan terkait produk makanan melalui aplikasi Instagram [13]. Hasil pembuatan desain konten Instagram untuk Mbok Ndut Catering seperti yang ditampilkan pada Gambar 8.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 8. Desain Konten Instagram Mbok Ndut Catering

Setelah desain konten tersebut dibuat, tim membantu mengupload konten yang sudah di desain seperti yang ditampilkan pada Gambar 9, yang meliputi desain konten menu dan harga produk makanan Mbok Ndut Catering. Dengan mengupload setiap hari 1 konten maka masyarakat luas bisa melihat atau mengunjungi akun Instagram Mbok Ndut Catering. Dengan cara itu juga konsumen yang dulunya hanya tetangga terdekat saja maka dengan adanya akun Instagram itu konsumen Mbok Ndut Catering bisa mencapai target yang lebih luas. Salah satu konten yang menarik untuk diposting ke media sosial adalah berupa foto. Pengguna bisa memposting foto dengan kemampuan yang dimiliki, konten pada media memberikan efek yang baik dan mampu memperluas jangkauan promosi [14].



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 9. Konten yang di Upload pada Instagram Mbok Ndut Catering

Hal yang sama juga dilakukan pada UMKM Bu Sri Catering. Tim membuat desain konten untuk diposting di Instagram. Desain tersebut memuat produk menu makanan dan minuman yang sudah disediakan oleh Bu Sri Catering, dengan tema desain berwarna ungu taro yang bermakna sebuah keistimewaan dan kemewahan dalam mengembangkan usaha. Desain konten tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva. Dengan cara ini publik dapat mengetahui informasi terkait menu dan harga makanan yang tersedia. Efisiensi Instagram sebagai media promosi juga dianggap memiliki banyak manfaat diantaranya yaitu kemudahan dalam penggunaan, efektif waktu dan tenaga baik dari sisi penjual maupun pembeli [15]. Hasil pembuatan desain konten untuk Instagram Bu Sri Catering dapat dilihat pada Gambar 10.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
 Gambar 10. Desain Konten Instagram Bu Sri Catering

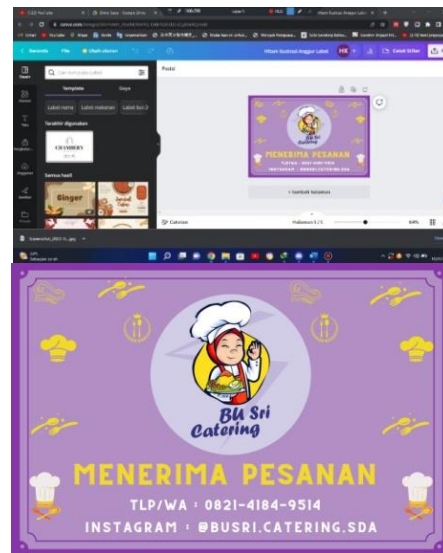
Setelah desain konten tersebut siap di upload, tim juga membantu mengupload konten tersebut ke Instagram Bu Sri Catering seperti pada Gambar 11. Sebanyak 27 konten terkait produk makanan dan minuman serta berbagai informasi yang berkaitan dengan Bu Sri Catering berhasil di upload. Dimana kebanyakan konten tersebut berbentuk puzzle, mengingat bahwa konten yang seperti itu lebih menarik untuk dilihat karena kebanyakan pengunjung Instagram hanya melihat pada laman bio atau profil saja. Sekaligus ditambah dengan dicantumkan *hashtag* populer yang berkaitan dengan catering dalam masing-masing postingan. Dengan cara itu maka masyarakat luas bisa melihat atau mengunjungi akun Instagram BuSri Catering.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
 Gambar 11. Konten yang di Upload pada Instagram Bu Sri Catering

Pada UMKM Bu Sri Catering tim juga membantu membuat desain label untuk ditempelkan pada *packaging* dengan bentuk desain stiker. Fungsinya bisa dijadikan sebagai label atau

souvenir ketika melakukan pembelian di UMKM Bu Sri Catering. Desain tersebut memuat logo, nomor *Whatsapp*, dan nama Instagram Bu Sri Catering yang dibuat menggunakan aplikasi Canva. Desain label ini menggunakan tema berwarna ungu taro yang bermakna sebuah keistimewaan yang romantis dalam membangkitkan selera makan. Hasil desain label stiker yang telah dibuat seperti yang ditampilkan pada Gambar 12, sedangkan contoh untuk penggunaan label stiker pada *packaging* seperti ditampilkan pada Gambar 13.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
 Gambar 12. Rancangan Desain Label Stiker

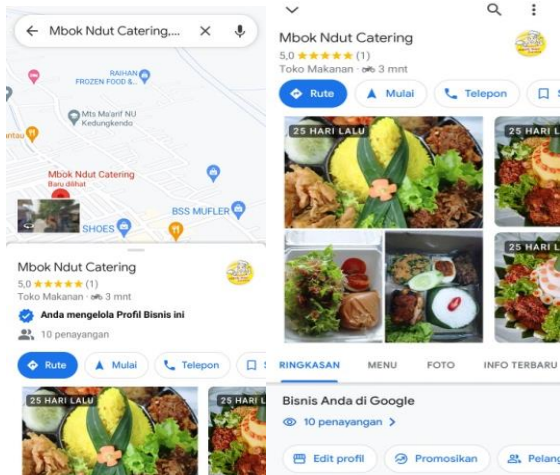


Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
 Gambar 13. Contoh Penggunaan Cetakan Desain Label Stiker

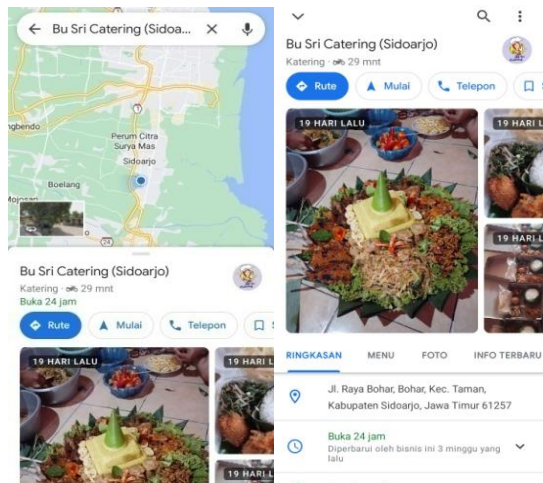
Desain label stiker yang telah dicetak kemudian ditempelkan pada *packaging* Bu Sri Catering. Dengan cara ini maka pembeli akan lebih mengetahui alamat usaha dan mengetahui profil Instagram Bu Sri Catering, sehingga masyarakat luas dapat lebih tertarik akan UMKM dari Bu Sri Catering ini dikarenakan label yang menarik atau adanya bonus souvenir stiker supaya UMKM bisa naik kelas dan lebih menarik untuk dilihat masyarakat luas.

Untuk mempromosikan kedua usaha catering tersebut, tim juga membantu menambahkan lokasi alamat usaha pada Aplikasi

*Google Maps*. Lokasi ini akan ditambahkan pada bio Instagram Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering. Cara ini dilakukan sebagai upaya promosi, sehingga pembeli yang tidak tahu alamat usaha Mbok Ndut Catering atau Bu Sri Catering, dapat secara langsung mengklik *link Google Maps* yang ada pada bio Instagram. Hasil tersebut dapat dilihat pada Gambar 14 dan Gambar 15.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 14. Alamat Usaha Mbok Ndut Catering pada *Google Maps*



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 15. Alamat Usaha Bu Sri Catering pada *Google Maps*

Penambahan alamat usaha pada *Google Maps* ini menjadi wadah baru untuk pelaku usaha catering sehingga usahanya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan cara itu maka masyarakat luas dapat menjangkau melalui aplikasi *Google Maps* tersebut.

Setelah dilakukan pembuatan desain logo, pembuatan akun instagram, pembuatan desain stiker serta penambahan alamat usaha pada *Google*

*Maps*, tim memberikan pelatihan kepada pemilik usaha Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering. Kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 16.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 16. Pemberian Pelatihan Kepada Pemilik UMKM Mbok Ndut Catering

Pada Gambar 16 tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM Mbok Ndut Catering pada tanggal 02 sampai dengan 09 Desember 2023. Dengan melatih dan mengajari pemilik UMKM tentang cara mengelola Instagram yang sudah dibuatkan serta cara mengenalkan konten produk makanannya melalui Instagram tersebut serta cara mengoperasikan aplikasi *Google Maps*. Hal serupa juga dilakukan pada pemilik UMKM Bu Sri Catering seperti pada Gambar 17.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)  
Gambar 17. Pemberian Pelatihan Kepada Pemilik UMKM Bu Sri Catering

Pada Gambar 17 tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM Bu Sri Catering pada tanggal 11 sampai dengan 16 Desember 2023. Dengan mengajari dan melatih cara mengelola Instagram, mengupload konten produk makanannya melalui Aplikasi Instagram serta cara mengoperasikan Aplikasi *Google Maps*.

Setelah dilakukan pembuatan desain logo, pembuatan akun instagram, pembuatan desain stiker serta penambahan alamat usaha pada *Google*

Maps, tim memberikan *posttest* untuk mengetahui tingkat pemahaman atau keterampilan para pelaku usaha setelah adanya pelatihan. *Posttest* ini diberikan kepada kedua pemilik UMKM yang dilakukan dengan cara mengisi kuesioner yang telah disediakan. Hasil pengisian kuesioner *posttest* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengisian Kuesioner *Posttest*

Pertanyaan	TP	P	CP
Apakah paham dengan pelatihan yang kami lakukan	0	2	0
Apakah paham dengan hasil pelatihan pengelolaan instagram	0	2	0
Apakah paham dengan hasil pelatihan pengoprasian Google Maps	0	2	0
Apakah sesudah pelatihan paham dengan cara membuat konten desain	0	2	0
Apakah sesudah pelatihan paham dengan cara memasarkan usaha lewat media sosial	0	0	2

Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)

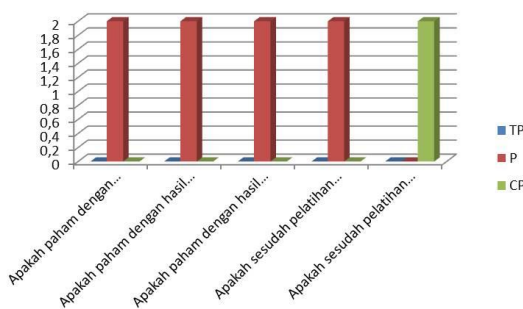
Keterangan:

TP : Tidak Paham

P : Paham

SP : Sangat Paham

Dari data pada Tabel 2 kemudian digambarkan secara visual dengan menggunakan diagram kolom seperti yang ditampilkan pada Gambar 18.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2023)

Gambar 18. Grafik Hasil Pengisian Kuesioner *Posttest*

Pada Gambar 18 dapat diketahui bahwa kedua pelaku UMKM telah memahami cara menjual produknya melalui media sosial Instagram dan cara mengoperasikan aplikasi *Google Maps*. Dengan cara tersebut produk dari kedua UMKM dapat lebih dikenal masyarakat luas. Pemahaman kedua pelaku UMKM menjadi lebih meningkat setelah adanya kegiatan pelatihan ini. Sehingga para pelaku UMKM dapat dengan mudah mempromosikan produk hasil usahanya pada *platform* digital khususnya Instagram.

## KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ini dapat memberikan wadah baru bagi pelaku UMKM melalui *rebranding* desain *packaging* berupa label dan promosi media sosial di Instagram. Selain itu pemberian pelatihan kepada kedua pelaku UMKM dalam mengelola aplikasi Instagram, dan mengoperasikan Aplikasi *Google Maps* telah meningkatkan pemahaman pada pelaku UMKM. Dengan cara tersebut produk dari hasil usaha kedua pelaku usaha catering dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Saran untuk kedua pelaku UMKM untuk terus mengembangkan promosi penjualannya melalui media sosial sehingga produknya dapat terjual secara optimal. Selain itu juga untuk meningkatkan daya jual dan menarik lebih banyak pelanggan dari media sosial tersebut.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih tim ucapkan kepada Allah SWT atas dilancarkannya kegiatan ini serta semua pihak yang terlibat dalam pengabdian ini. Terutama kepada Ibu Poppy Febriana, S.Sos. M.Med.kom dan Ibu Ainur Rochmaniah, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing dan seluruh pihak dari kedua pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Manurung, P. Prihatmajaya, and D. Paath, "Pemberdayaan Kelompok Usaha Saung Batik Baswet Melalui Inovasi Variasi Model Desain Dan Teknologi Digital", *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, pp. 5(2) 64-70, 2023.
- [2] D. K. Soedarsono, B. Mohamad, A. A. Adamu, and K. Aline Pradita, "Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram", *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, vol. 14, no. 05, pp. 108-118, Apr. 2020.
- [3] A. Mulyana, R. Briandana, and E. Rekarti, "ICT and social media as a marketing communication platform in facilitating social engagement in the digital era," *Int. J. Innov. Creat. Chang.*, vol. 13, no. 5, pp. 1-16, 2020.
- [4] Biswan, A. T., Putra, M. R., Sulastri, H., & Purwana, A. S. , "Pendampingan Three in One pada UMKM Dafiz untuk Pembukuan Praktis, Aspek Perpajakan, dan Peluang Ekspor," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2) , pp. 411-418, 2023.



- [5] L. W. Evelina and Y. Safitri, "Utilization of YouTube Social Communication Networking in Establishing Indonesian Street Food Opinion," *J. Komun. Ikat. Sarj. Komun. Indones.*, vol. 6, no. 1, pp. 44–52, 2021.
- [6] A. Nasution, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," *J. Bisnis Corp.*, vol. 6, no. 1, pp. 11–18, 2021.
- [7] A. Isa Mulyadi and S. Zuhri, "Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi 'MOENG KOPI' Melalui Media Sosial Instagram", *J. Ilkom.*, vol. 10, no. 2, pp. 109–124, Oct. 2020.
- [8] D. Kusumasari and S. Arifianto, "Makna Teks Ujaran Kebencian Pada Media Sosial", *J. Komun.*, vol. 12, no. 1, pp. 1–15, Jan. 2020.
- [9] N. Rizky and S. Dewi Setiawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online", *J. Ilkom.*, vol. 10, no. 2, pp. 177–190, Oct. 2020.
- [10] T. P. Agustin and P. Febriana, "Traveloka Digital Marketing Strategy Analysis Through Instagram", *ijins*, vol. 21, p. 10.21070/ijins.v21i.753, Jan. 2023.
- [11] K. Kaur and P. Kumar, "Social media usage in Indian beauty and wellness industry: a qualitative study," *TQM J.*, vol. 33, no. 1, pp. 17–32, 2020.
- [12] M. Harahap and S. Adeni, "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia", *professional*, vol. 7, no. 2, pp. 13–23, Dec. 2020.
- [13] D. S. Testa, S. Bakhshian, and R. Eike, "Engaging consumers with sustainable fashion on Instagram," *J. Fash. Mark. Manag. An Int. J.*, vol. 25, no. 4, pp. 569–584, 2021.
- [14] A. Ristia and L. . Kartikasari, "Strategi Komunikasi Pemasaran pada Konten Media Sosial Instagram Coffee Shop @KOPIDAONG.ID", *JPKD*, vol. 4, no. 5, pp. 1744–1753, Sep. 2022.
- [15] R. P. K. Mukti and A. Rochmaniah, "Instagram Analysis @Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media", *ijins*, vol. 21, p. 10.21070/ijins.v21i.828, Nov. 2022.