

Pelatihan Strategi Manajemen untuk Perkembangan UMKM di Era Digital dengan Memanfaatkan Pemasaran di Media Sosial secara Hard Selling dan Soft Selling

Deshinta Raisa Rahma¹, Rifqa Faulia Putri², Agus Hermawan³

Manajemen, Universitas Negeri Malang, Indonesia

E-mail: deshinta.raisa.2204138@students.um.ac.id

Article History:

Received: 10 November 2023

Revised: 15 November 2023

Accepted: 17 November 2023

Keywords: Usaha Mikro Kecil Menengah; Program Manajemen; Media Sosial

Abstract: Perkembangan teknologi diharapkan dapat memperluas jangkauan untuk memperkenalkan usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Proses pelatihan dilaksanakan dengan metode sosialisasi, yaitu menyampaikan pentingnya strategi manajemen yang baik untuk UMKM dalam berbagai bidang seperti Sumber Daya Manusia, Keuangan, Pemasaran. Kegiatan ini diikuti oleh 9 peserta termasuk owner Pie Sam. Dengan adanya program-program tersebut diharapkan UMKM dapat memaksimalkan usahanya dengan memanfaatkan media sosial yang dimilikinya, dan karyawan dapat menerapkan SOP yang telah dibuat agar sistem produksinya terus berjalan dengan efektif dan efisien.

Pendahuluan

Saat ini pertumbuhan bisnis usaha dalam skala Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satunya terkait kemajuan teknologi, pemanfaatan digital marketing, sangat berdampak signifikan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelaku UMKM diharapkan dapat mengikuti setiap perkembangan teknologi tersebut, dengan melakukan pemasaran melalui media sosial yang akan memperluas jangkauan bisnis (Devi & Rusma Maulidasari, 2020).

UMKM Pie Sam didirikan sejak tahun 2021 oleh owner yang bernama Ibu Reni. UMKM Pie Sam merupakan UMKM yang bergerak di bidang usaha makanan ringan atau camilan yang menjadi produk oleh-oleh khas Malang. Produk unggulan yang dimiliki oleh Pie Sam ini adalah Pie dengan berbagai varian rasa seperti choco almond, vanilla, cinnamon, keju, choco chips, peanut, mix candy. Dan yang terbaru tersedia varian pie apple dan pie abon sapi. Produk pie dari UMKM Pie Sam ini sudah masuk di lebih dari 40 outlet oleh-oleh di Malang – Batu dan sekitarnya.

Terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di UMKM Pie Sam yaitu pada bidang

Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Pemasaran, namun salah satu yang paling krusial yaitu pada bidang pemasaran yang mana masih kurangnya pemanfaatan pemasaran dan pengenalan produk secara online melalui media sosial UMKM Pie Sam, hal tersebut menyebabkan produk Pie Sam ini kurang dikenal oleh masyarakat luas diluar Kota Malang. Media sosial UMKM Pie Sam saat ini masih kurang informatif karena belum konsistennya konten yang dibuat dan diupload. Solusi dari permasalahan terkait pemasaran ini adalah memberikan contoh jadwal upload konten dan membuat beberapa konten pengenalan produk dengan metode hard selling dan juga soft selling untuk media sosial UMKM Pie Sam. Yang mana metode hard selling ini adalah pemasaran dengan daya tarik secara langsung menjual produk dengan orientasi penjualan biasanya ditandai dengan menyebutkan nama merek, gambar produk serta produk yang direkomendasikan, memberikan informasi produk yang jelas dan menggambarkan keunggulan produk dari pesaing (Campbell, Naidoo, & Campbell, 2020) Sedangkan metode soft selling adalah pemasaran secara implisit atau tidak langsung. Fokus pemasaran ini pada perasaan atau citra (daya tarik emosional). Daya tarik ini cenderung halus dan tidak langsung, gambaran atau suasana disampaikan melalui cerita yang emosional atau melalui mekanisme tidak langsung lainnya (Campbell et al., 2020).

Metode

Kegiatan PWM (Pengembangan Wawasan Manajerial) ini dilaksanakan pada rumah produksi UMKM Pie Sam yang beralamat di Perum. Permata Batubara Regency, Jl. Batubara, Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang. Tujuan dari kegiatan ini adalah mendampingi dan mengatasi permasalahan yang terjadi pada UMKM Pie Sam.

Tahapan dalam kegiatan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Observasi

Pada tahap observasi awal ini dilakukan dengan mewawancarai pemilik UMKM terkait apa yang menjadi kendala dalam UMKM. Hasil wawancara dengan pemilik UMKM *direcord* atas izin pemilik UMKM dengan menggunakan ponsel dan dirapikan dalam *notes*.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara pada pemilik UMKM dapat diidentifikasi beberapa kendala yang ada pada UMKM Pie sam. Hasil identifikasi masalah yang didapatkan meliputi sebagai berikut:

1. UMKM masih belum memiliki SOP karyawan secara tertulis
2. UMKM masih belum memiliki contoh Laporan Laba Rugi
3. UMKM masih belum mengelola secara maksimal media sosial yang dimiliki
4. UMKM masih belum mampu membuat konten promosi *online* produk secara rutin

3. Sosialisasi dan pelatihan

Pada tahap ini tim mensosialisasikan terkait apa saja yang akan dilakukan dalam mengatasi kendala-kendala yang dimiliki UMKM Pie Sam tersebut. Yang pertama, pada bidang SDM tim pengabdian memberikan contoh SOP untuk karyawan UMKM Pie Sam, yang tujuannya agar mengingatkan dan menginspirasi karyawan untuk dapat memanfaatkan waktu kerja secara efektif dan efisien serta kegiatan produksi dapat terus berjalan. Kedua, pada bidang keuangan tim pengabdian juga menawarkan terkait pembuatan laporan keuangan untuk UMKM seperti Laporan Keuangan Laba Rugi per tahunnya yang nantinya akan memudahkan UMKM untuk melihat omset bersih yang didapatkan setiap tahunnya. Ketiga, di bidang pemasaran tim pengabdian mendiskusikan dan mengenalkan tentang bagaimana mengelola media sosial yang baik seperti dengan memberikan contoh jadwal *upload* konten yang baik pada media sosial, memberikan contoh konten promosi produk dengan metode *soft selling* dan *hard selling*.



Gambar 1. Sosialisasi terkait rencana program dari tim pengabdian

Hasil Pembahasan

Berdasarkan pemaparan diatas, kegiatan dan hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Membuat SOP untuk UMKM Pie Sam

Ibu Reni berharap dengan adanya SOP tertulis maka para karyawan dapat memahami dan menghargai efisiensi dan efektifitas waktu kerja, kegiatan produksi dapat terus berlangsung dengan baik, serta karyawan dapat menjaga kebersihan diri dalam prosesnya membuat Pie.



Gambar 2. Memberikan contoh terkait SOP tertulis untuk UMKM

✕ SOP UMKM Pie Sa...
🔍
💬
⋮

STANDART OPERASIONAL PROSEDUR (SOP)		
PIE SAM		Tanda Tangan
1	Tujuan	Meningkatkan sistem efisiensi dan efektifitas pekerjaan di Pie Sam
2	Ruang Lingkup	Seluruh karyawan Pie Sam
3	Prosedur Kerja Bagian Produksi	1. Karyawan datang sesuai dengan jam kerja yang sudah ditentukan 2. Karyawan mempersiapkan peralatan dan bahan baku yang diperlukan 3. Karyawan memakai apron dan penutup kepala saat proses produksi 4. Saat jam istirahat (idoma) karyawan bergantian agar proses produksi dapat terus berjalan
4	Prosedur Kerja Bagian Administrasi	1. Karyawan datang sesuai dengan jam kerja yang sudah ditentukan 2. Karyawan mencatat setiap penerimaan orderan 3. Karyawan mencatat pembayaran dari outlet-outlet yang telah bekerja sama 4. Karyawan membuat laporan keuangan Pie Sam
5	Prosedur Kerja Bagian Pemasaran	1. Karyawan melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran 2. Karyawan membuat jadwal terkait <i>upload</i> konten <i>marketing</i> produk Pie Sam 3. Karyawan mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan

Detail Standar Operasional Prosedur (SOP)

1. SOP Produksi Pie Sam
 - a) Persiapan bahan baku kulit pie
 1. Memilih bahan baku yang berkualitas
 2. Mempersiapkan bahan baku sesuai dengan kebutuhan produksi
 3. Mempersiapkan peralatan dan bahan baku yang diperlukan untuk membuat adonan kulit pie
 4. Mempersiapkan peralatan dan bahan baku yang diperlukan untuk *filling* pie
 - b) Pencetakan adonan pie
 1. Memastikan tangan karyawan dalam keadaan bersih untuk mencetak adonan pie
 2. Adonan kulit pie dicetak satu per satu
 3. Adonan kulit pie diletakkan di nampan dengan rapih
 - c) Persediaan *topping* pie
 1. Memastikan ketersediaan serta kualitas bahan untuk *topping* yang akan digunakan
 2. Pemberian *filling topping* dilakukan setelah adonan kulit pie matang
 3. Meletakkan pie yang sudah jadi di nampan dengan rapih
 - d) Pengemasan produk
 1. Pengemasan pie per satuan menggunakan plastik dan kemudian *packaging* menggunakan kotak
 2. Pie yang sudah selesai dikemas diputuskan pada kotak yang sesuai *topping* yang tertulis pada kotak
 3. Memastikan pengemasan tidak ada *defect*
2. SOP Administrasi Pie Sam
 1. Mencatat setiap penerimaan orderan Pie Sam
 2. Mencatat setiap pembayaran oleh outlet-outlet yang telah bekerja sama
 3. Mendata dan mencatat informasi data keuangan dalam bentuk laporan keuangan Pie Sam
 4. Mengevaluasi data keuangan Pie Sam per bulan dan per tahun
3. SOP Pemasaran Pie Sam
 1. Melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran
 2. Membuat jadwal terkait *upload* konten *marketing* produk Pie Sam per minggu
 3. Mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan per bulan

Gambar 3. SOP sederhana untuk UMKM Pie Sam

2. Membuat contoh laporan keuangan yaitu Laporan Laba Rugi

UMKM Pie Sam sudah memiliki laporan keuangan yang sangat baik namun kurang pada Laporan Laba Rugi per tahun sehingga tim pengabdian membuat contoh Laporan Laba Rugi dalam bentuk *soft file*.

3. Membuat jadwal untuk *upload* di media sosial

Ibu Reni mengharapkan tim pengabdian dapat memberikan inspirasi dalam memanfaatkan *digital marketing* melalui media sosial. Tim pengabdian juga memberikan contoh konten *hard selling* maupun *soft selling*. Yang nantinya akan di *upload* di media sosial Instagram dan Tiktok milik UMKM Pie Sam.

Jadwal Upload Social Media Per Minggu Pie Sam

Sosmed	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Instagram		Reels Pembuatan		Highlight Produk (Video)		Highlight Copywriting Toko	
Tiktok		Reels Pembuatan		Highlight Produk (Video)		Highlight Copywriting Toko	
Facebook		Reels Pembuatan		Highlight Produk (Video)		Highlight Copywriting Toko	

Sumber: <https://ayuprint.co.id/template-kalender-media-sosial/>

Gambar 4. Contoh Jadwal Upload Media Sosial



Gambar 5. Contoh Pemasaran Hard Selling Produk Pie Sam di Toko Mitra



Gambar 6. Contoh pemasaran Soft Selling dengan Storyline

Kesimpulan

Dari pemaparan yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan pengabdian dan pendampingan UMKM Pie Sam ini terdapat beberapa kegiatan dan program yang kami jalankan, yakni (1) pembuatan SOP sederhana untuk UMKM (2) membuat contoh laporan keuangan laba rugi (3) membuat jadwal upload untuk konten di media sosial. Selain itu tim pengabdian juga menerapkan strategi manajemen pemasaran untuk pengembangan UMKM dengan memanfaatkan media sosial dengan menggunakan metode pemasaran hard selling dan soft selling yang dilakukan dengan cara memberikan contoh konten terkait promosi online terkait highlight produk maupun storyline.

Dengan adanya program-program tersebut diharapkan UMKM dapat memaksimalkan usahanya dengan memanfaatkan media sosial yang dimilikinya, dan karyawan dapat menerapkan SOP yang telah dibuat agar sistem produksinya terus berjalan dengan efektif dan efisien.

Daftar Referensi

- Campbell, Kim Sydow, Naidoo, Jeffrey S., & Campbell, Sean M. (2020). Hard or Soft Sell? Understanding White Papers as Content Marketing. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 63(1), 21–38. <https://doi.org/10.1109/TPC.2019.2961000>
- Devi, Cut, & Rusma Maulidasari. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63–73.