



# JPKMM

JURNAL PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT MANAJEMEN

## VOL 1

## No. 1

## Juli 2021

Diterbitkan oleh :  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Panca Bhakti

Alamat :  
Jalan Kom Yos Sudarso, Kel. Sungai  
Beliung, Kec. Pontianak Barat,  
Pontianak, Kalimantan Barat,  
Kode Pos 78117



UNIVERSITAS PANCA BHAKTI

FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS

---

## DAFTAR ISI

Ery Niswan, Dami dan Ricola Dewi Rawa	Sosialisasi Teknik Penjernihan Air Sumur Gali Dengan Pac (Polyaluminium Chloride Dan Tawas Di Desa Punggur Besar Kecamatan Kakap Kabupaten Kubu Raya.....1-11
Maulana F Rizal, Adi Mursalin dan Puty Febriasari	Penguatan Kapasitas Usaha Dengan Memanfaatkan Teknologi Media Sosial Pada UMKM Jumie Chaca Cake Dan Dekorasi Di Kota Pontianak ..... 12-18
Aisyah, Adiyath Randy, Windi Pratiwi	Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Pemasaran Di Sosial Media Pada Ukm Aqikha Cake ..... 19-22
<u>Naiyun U. Utama,</u> <u>Melva Angga</u>	<u>Penyuluhan Pemberdayaan Warga Masyarakat Untuk Meningkatkan</u> <u>Kesejahteraannya Pada Rt 002/Rw 030 Perumnas Ii Kelurahan Sui</u> <u>Beliung Kecamatan Pontianak Barat, Kota Pontianak, Kalimantan</u> <u>Barat..... 23-29</u>
Hery Medianto Kurniawan, Sri Widarti, Fitriana Aini	Sosialisasi E-RDCK Pupuk Bersubsidi Pada Kelompok Tani Di WKPP Desa Kuala Dua Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya ..... 30-39

## JURNAL PKM PRODI MANAJEMEN

**Editor-In-Chief:**

Adi Mursalin

**Co-Editor-In-Chief:**

Dina Octaviani

**Editor:**

Angga Hendharsa

Puty Febriyani

Melva Yosita

**Reviewer:**

M. Hanafi A. Syukur (Universitas Negeri Tanjungpura)

Rahmatullah Riziq (Universitas Panca Bhakti) Zalfiyah  
(Universitas Panca Bhakti)

Adi Mursalin (Universitas Panca Bhakti) Razak

Alqadria (Politeknik Negeri Pontianak)

**Pelaksana Tata Usaha :**

Hilman

---

Alamat penyunting dan tata usaha: Gedung D, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti Pontianak, Jl. Komyos Sudarso Pontianak 78113 Telpn (0561) 772627, 776820, langganan 2 nomor setahun Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk dapat berlangganan dapat menghubungi sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti.

---

Jurnal PKM Prodi Manajemen diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti Pontianak. Dekan: Endang Kristiawati, Pembantu Dekan I: Zalfiwan, Pembantu Dekan II: Dina Octaviani, Pembantu Dekan III: Renny Wulandari.

---

## PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN DI SOSIAL MEDIA PADA UKM AQIKHA CAKE

Aisyah<sup>1)</sup>, AdiyathRandy<sup>2)</sup>, Winda Pratiwi<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti

adiyathrandy@upb.ac.id **ABSTRACT**

*This activity aims to address the problems that exist with partners, namely 1) increasing turnover and market area 2. Improving skills in creating social media content for marketing. For this reason, this activity will provide varied lectures, demonstrations, exercises on the entrepreneurial spirit, identify and design the right social media for cake products, create social media content for SMEs to market their products, cake product photography techniques, market cake products on social media using smartphones. . The outcomes of this activity are: 1) Aqikha Cake SMEs can implement entrepreneurial strategies well 2) Aqikha Cake SMEs can implement marketing on social media well*

**Keywords:** *entrepreneurial strategy, marketing, social media*

### ABSTRAK

Kegiatan ini hendak mengupayakan permasalahan yang ada pada mitra, yakni 1) meningkatkan omset dan luas pasar 2. Meningkatkan keterampilan pembuatan konten sosial media untuk pemasaran. Untuk itu kegiatan ini akan memberikan ceramah bervariasi, demonstrasi, latihan mengenai jiwa kewirausahaan, mengidentifikasi dan perancangan sosial media yang tepat untuk produk kue, pembuatan konten sosial media bagi UKM untuk memasarkan produknya, teknik fotografi produk kue, memasarkan produk kue di sosial media menggunakan smartphone. Luaran yang terwujud dari kegiatan ini adalah: 1) UKM Aqikha Cake dapat menerapkan strategi kewirausahaan dengan baik 2) UKM Aqikha Cake dapat menerapkan pemasaran di media sosial dengan baik

**Kata Kunci:** strategi kewirausahaan, pemasaran, media sosial

### PENDAHULUAN

Di zaman modern ini wirausahawan perlu mengikuti perkembangan teknologi khususnya media sosial internet untuk menangkap peluang. Sebuah kajian dari (Index, 2017) menyebutkan bahwa ada 132 juta pengguna internet di Indonesia, sementara hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar di angka 40%. (Index, 2017) juga mengungkapkan bahwa tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya. Di mana 85% di antaranya mengakses media sosial melalui perangkat seluler.

Aqikha Cake merupakan salah satu UKM yang ada di Pontianak. Pada awalnya Aqikha Cake hanya memproduksi kue ulang tahun anak-anak yang dibuat unik sesuai pesanan. Kemudian seiring perkembangan waktu, mulai memperluas lini produk dengan membuat berbagai macam kue lainnya seperti cireng dan donat.

Semua kue dibuat oleh pemilik yaitu Thu Vima, kedua anaknya serta tetangga sekitar rumah. Harga kue ulang tahun yang dijual berkisar antara Rp100.000 hingga Rp300.000, dalam sebulan kue ulang tahun ini terjual minimal 100 buah. Sedangkan untuk kue lainnya, cireng seharga Rp5000, donat Rp2000, cilok 1 tusuk Rp1000, cakwe ebi asin sambas 1 cup Rp20.000. Dari penjualan semua kue tersebut didapat omset sekitar Rp5.000.000 perbulan

Dengan semakin berkembangnya media internet, banyak yang memanfaatkannya untuk memasarkan sesuatu, baik sebagai penjual maupun pembeli. Pelajar perlu diberikan sosialisasi E-Marketing, sehingga dapat pentingnya memahami pemasaran dan pemanfaatan marketing online bagi pelaku usaha yang saat ini digunakan di media online.

Strategi harga yang digunakan oleh Aqikha Cake adalah memimpin pasar dengan harga murah (Low Price Leadership). Meskipun sudah berdiri lama namun jangkauan pasarnya masih kecil karena kurangnya kemampuan menguasai teknologi informasi. Aqikha Cake hanya fokus menggunakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (Word of Mouth Marketing) dan teknik pemasaran langsung (Direct Marketing) ke pasar-pasar untuk menitipkan kuenya. Omset UKM ini tidak menentu, dan pada kue ulang tahun produk andalannya termasuk dalam kategori produk yang sulit terjual.

### Permasalahan Mitra

Sesuai dengan hasil diskusi dan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra, permasalahan mitra yang menjadi prioritas dan perlu untuk diselesaikan melalui program PKM ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi pelaku UKM Aqikha Cake?
2. Bagaimana cara mengidentifikasi dan perancangan sosial media yang tepat untuk produk kue?
3. Bagaimana cara pembuatan konten sosial media bagi UKM untuk memasarkan produknya?
4. Bagaimana teknik fotografi produk kue?
5. Bagaimana memasarkan produk kue di sosial media menggunakan smartphone?

Adapun rumusan masalah yang diajukan adalah:

1. Bagaimana cara meningkatkan omset dan luas pasar?
2. Bagaimana cara meningkatkan keterampilan pembuatan konten sosial media untuk pemasaran?

### METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

#### 1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran kegiatan pelatihan kewirausahaan dan manajemen pemasaran di sosial media pada ini adalah SDM yang bekerja di UKM Aqikha Cake. Kegiatan pelatihan dilaksanakan bertempat langsung di lokasi UKM Aqikha Cake. Adapun yang menjadi instruktur dan narasumber dalam kegiatan ini adalah dosen-dosen Jurusan Manajemen UPB yang telah berpengalaman dalam kewirausahaan dan pemasaran.

#### 2. Metode Kegiatan

Metode kegiatan ini berupa pelatihan kewirausahaan dan manajemen pemasaran di sosial media kepada SDM UKM Aqikha Cake. Pemilik dan karyawan diberi pemahaman untuk menerapkan konsep kewirausahaan dan manajemen pemasaran di sosial media dalam rangka meningkatkan omset dan luas pasar. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

- A. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- a. Survey
- b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran
- c. Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan.

B. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan persiapan. Dalam tahap ini dilakukan pertama, penjelasan tentang mengidentifikasi dan perancangan sosial media serta pemahaman jiwa kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan omset dan luas pasar.; kedua, sesi pemahaman yang menitikberatkan pada pembuatan konten sosial media untuk pemasaran.

C. Metode Pelatihan

Adapun metode yang digunakan adalah:

- I. Ceramah bervariasi
- II. Demonstrasi
- III. Latihan

D. Rancangan Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses dan akhir pengabdian, pada aspek pencapaian tujuan pengabdian dan juga penyelenggaraan pengabdian. Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pelatihan) dilakukan dengan angket tanya jawab, dan observasi. Indikator keberhasilan dalam pelaksanaan pengenalan dan pemahaman manajemen usaha yaitu evaluasi proses-pasca pelatihan.

## BASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Program Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan pada hari Rabu, 18 November 2020 mulai pukul 14.00 di Komplek Adi Griya, Jl. Ahmad Yani II Kee. Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik usaha dan 2 orang karyawannya. Hasil kegiatan tidak keluar dari substansi kegiatan inti yang ada pada bagian metode pelaksanaan. Hasil kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut.

### Tahap awal

Tahap awal pada pengabdian ini merupakan langkah awal dalam melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat, tahap ini meliputi.

1. Survey lokasi dan melakukan wawancara
2. Analisis permasalahan
3. Menyusun materi pelatihan

### Tahap inti

Tahap inti merupakan tahap pelaksanaan pengabdian, pada tahap ini pengabdian dan mitra diharapkan selalu berkonsultasi dan berdiskusi. Tahap ini mencakup dua kegiatan, yaitu:

1. Pengenalan strategi kewirausahaan
2. Pengenalan dan pemahaman mendalam pemasaran di media sosial

### Tahap akhir

Tahap ini merupakan tahap final yang dilakukan oleh pengabdian, kegiatan pada tahap akhir meliputi,

1. Melakukan wawancara dengan pemilik usaha
2. Menyusun dokumen kegiatan
3. Menyusun laporan akhir kegiatan pengabdian, capaian luaran, dan nncian penggunaan anggaran pengabdian.
4. Publikasi artikel ilmiah dari seminar yang diselenggarakan ke jurnal nasional ISSN.

#### 4. Faktor Pendukung Dan Penghambat

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian pada masyarakat ini. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1. Faktor Pendukung

- a. Tersedia tenaga ahli yang memadai dalam kewirausahaan dan pemasaran di media sosial.
- b. Antusiasme pemilik dan tenaga kerja UK.M Aqikha Cake yang cukup tinggi terhadap pelatihan kewirausahaan dan pemasaran di media sosial ini, karena ilmu baru yang didapatkan.
- c. Ketersediaan dana pendukung dari Universitas guna penyelenggaraan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

##### 2. Faktor Penghambat

- a. Keterbatasan waktu untuk pelaksanaan pelatihan sehingga beberapa materi tidak dapat disampaikan secara detil.

#### KESIMPULAN

Kesimpulan pelaksanaan pengabdian ini adalah 1) UKM Aqikha Cake dapat menerapkan strategi kewirausahaan dengan baik  
2) UK.M Aqikha Cake dapat menerapkan pemasaran di media sosial dengan baik

#### DAFTAR PUSTAKA

- Antow, A. F. T. (2016). Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa Sma Negeri 9 Manado. *JURNAL ACTA DIURNA*, 5(3). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/12>
- E.R., H. (2017). UMKM Sehat, Negara Kuat - BeritaSatu.com. Retrieved September 19, 2016, from <http://www.beritasatu.com/ekonomi/436811-umkm-sehat-negara-kuat.html>
- L., S. (n.d.). Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2017. Retrieved September 18, 2017, from <http://www.lisubisnis.com/2016/12/perkembangan-jumlah-umkm-diindonesia.html>
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*, 4th ed. New York: The Free Press.
- Sumarno, M. (2010). Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Wijaya, M., & Jasfar, F. (2014). Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*.
- Yohnson, 2003, "Peranan Universitas Dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Young Entpreneurs", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol 5 No.2 September 2003, Surabaya, Universitas Kristen Petra
- Suryana, 2001, *Kewirausahaan*, Jakarta, Salemba Empat