

Pengabdian Pada Masyarakat

**MENJADIKAN MEDIA SOSIAL LADANG PROMOSI UNTUK
MEMBANTU PENJUALAN UMKM LIA BAKERY, INDRAMAYU
JAWA BARAT KELAS KAPITA SELEKTA**

Dewi Wuisan, Yohana Meilani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan

Email: *dewi.wuisan@uph.edu*

Abstrak

Lia Bakery, sebagai UMKM, memiliki potensi untuk terus berkembang dengan strategi yang tepat. Lia Bakery dapat memanfaatkan keunggulan dalam hal fleksibilitas dan kecepatan dalam mengikuti tren pasar. Dengan tetap fokus pada kualitas produk dan inovasi, Lia Bakery dapat membedakan dirinya dari kompetitor yang lebih besar. Selain itu, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat sekitar juga penting, karena hal ini dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendapatkan dukungan dari komunitas lokal.

Bisnis bakery seperti Lia Bakery memiliki potensi besar untuk membangun jaringan yang kuat dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian Indonesia. Dengan memperluas jaringan distribusi dan kerja sama dengan pemasok lokal, bakery dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak, termasuk petani, produsen, dan pelaku usaha lainnya. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan daya beli di tingkat lokal, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Selain itu, bakery juga dapat memberikan kontribusi langsung pada perekonomian Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja. Dengan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, bakery dapat mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja lokal, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat penghasilan dan mengurangi tingkat pengangguran. Dengan demikian, bisnis bakery seperti Lia Bakery tidak hanya menjadi entitas ekonomi yang sukses, tetapi juga menjadi agen perubahan positif dalam memajukan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Dengan terus menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan dan masyarakat, Lia Bakery dapat terus berkembang sebagai UMKM yang sukses di industri bakery Indonesia.

Kata Kunci: Bakery, bisnis, kontribusi, perekonomian, masyarakat

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin bergerak positif tiap tahunnya. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021 terdapat 64,2 juta UMKM di Indonesia, Dari jumlah tersebut, 63,9 juta (99,62%) adalah usaha mikro, 193.959 (0,3%) adalah usaha kecil, dan 58.071 (0,09%) adalah usaha menengah. (Nabilah Muhamad, 2023). Namun ada banyak UMKM saat ini belum memiliki alat yang strategis untuk meningkatkan pasar mereka. Persaingan yang ketat mengharuskan para wirausahawan harus dengan cepat untuk memahami apa saja yang dibutuhkan oleh pasar, memahami apa saja yang dibutuhkan pembeli. UMKM sekarang yang sedang banyak perkembangan adalah dalam bidang Food and Beverage / makanan dan minuman. Dalam UMKM tersebut banyak pedagang harus memikirkan bagaimana untuk menentukan strategi dan menentukan model berpasar agar terus berinovasi.

Salah satu yang sedang tren adalah industri roti (bakery) ini salah satu industri yang menggunakan bahan tepung terigu sebagai bahan utama dalam proses pembuatannya. Roti di Indonesia juga kini semakin populer dalam pola konsumsi pangan penduduk Indonesia, terutama golongan menengah ke atas. Karena roti dapat dikonsumsi sebagai sarapan, kudapan dan makanan siap saji ketika dibutuhkan. Gaya hidup seperti ini membuat masyarakat mengkonsumsi dan memilih makanan yang instan (siap saji) ini menyebabkan roti banyak digemari oleh konsumen. (Berliana, 2022)

Terdapat UMKM bisnis roti di kabupaten Indramayu yaitu Lia Bakery. Bisnis tersebut sudah berjalan sejak tahun 2020 hingga sekarang yang berarti sudah berumur hampir 4 tahun, Lia bakery ini memproduksi berbagai macam jenis per kuehan. Dari yang ada pada toko roti pada umumnya Lia bakery juga memiliki hampir 15 jenis kue kue, mulai dari yang banyak terjual yaitu : Pie susu, kue sus, roti gulung ambon, donat keju, roti sosis dan masih banyak lagi.



Dan Lia bakery juga menerima pesanan seperti kue ulang tahun dan nastar untuk acara-acara tertentu, untuk harga-harga produksi roti ini juga masih sangat terjangkau yaitu mulai dari 8.000 ribu hingga 15.000 ribu per rotinya.

Keunggulan dan Tantangan:

- Keunggulan Lia Bakery terletak pada keragaman produk, harga yang terjangkau, dan kemampuan untuk menerima pesanan khusus. Ini memungkinkan usaha ini untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan.
- Tantangan yang dihadapi Lia Bakery termasuk persaingan yang ketat dari pesaing lain di pasar, serta tantangan terkait dengan pengelolaan inventaris, kualitas produk, dan pemasaran.

Potensi Pasar dan Peluang Pertumbuhan:

- Pasar untuk produk bakery terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih urban dan sibuk.
- Dengan strategi pemasaran yang tepat dan fokus pada inovasi produk, Lia Bakery memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang dalam industri ini.

Hubungan dengan Komunitas Lokal:

- Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat lokal sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang Lia Bakery. Dukungan dari komunitas dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jaringan bisnis.

Secara keseluruhan, Lia Bakery memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan sukses dalam industri bakery. Dengan memanfaatkan keunggulan dalam hal keragaman produk dan hubungan yang baik dengan pelanggan, serta dengan tetap fokus pada inovasi dan kualitas produk, Lia Bakery dapat membedakan dirinya di pasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

1.2 Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh Lia Bakery sebagai UMKM penjual roti memiliki beberapa aspek yang perlu diperhatikan secara lengkap. Pertama, kurangnya penetapan lokasi di Google Maps menjadi hambatan besar dalam memperluas jangkauan konsumen. Dengan tidak adanya informasi yang jelas tentang lokasi toko, calon pelanggan yang mencari alternatif roti di daerah tersebut akan kesulitan menemukan Lia Bakery. Penetapan lokasi di Google Maps tidak hanya memudahkan pelanggan untuk menemukan toko, tetapi juga memberikan kesan profesionalisme dan kredibilitas terhadap usaha. Dengan demikian, penting untuk segera mengatasi masalah ini dengan mendaftarkan lokasi toko secara resmi di Google Maps.



Kedua, keterbatasan dalam mencapai pasar yang lebih luas juga menjadi kendala. Dengan hanya mengandalkan pembeli dari lingkungan sekitar, potensi penjualan Lia Bakery menjadi terbatas. Diperlukan upaya untuk memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang efektif. Mengembangkan media sosial seperti Instagram atau Facebook dapat menjadi langkah awal yang baik untuk memperkenalkan produk dan menjangkau pelanggan baru di luar lingkungan toko. Selain itu, kendala dalam promosi juga perlu diperhatikan. Tanpa adanya kehadiran di media sosial atau promosi yang efektif, Lia Bakery

akan sulit untuk bersaing dengan UMKM lainnya yang aktif dalam memasarkan produk mereka. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membagikan konten menarik tentang produk roti, Lia Bakery dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen potensial.

Secara keseluruhan, untuk mengatasi permasalahan ini, Lia Bakery perlu segera mengatasi keterbatasan dalam penyebaran informasi tentang lokasi toko, memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang efektif, dan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang kuat untuk meningkatkan popularitas dan penjualan. Hal ini dimulai dari Pertama, segera mendaftarkan lokasi toko di Google Maps untuk memudahkan pelanggan menemukan toko. Kedua, mulailah memanfaatkan media sosial seperti Instagram atau Facebook untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Ketiga, kembangkan strategi pemasaran kreatif dengan menawarkan promosi khusus, konten menarik, dan kolaborasi dengan influencer lokal. Dengan demikian, UMKM ini dapat memperoleh lebih banyak pelanggan dan meraih kesuksesan yang lebih besar di pasar roti yang kompetitif.



BAB 2

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi yang ditawarkan

Solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh Lia Bakery melibatkan beberapa langkah strategis:

1. Membuat pendaftaran Lia Bakery di Google My Business. Google My Business adalah platform gratis yang memungkinkan bisnis untuk memperbarui informasi mereka di Google, termasuk lokasi, jam buka, nomor telepon, dan lainnya. Dengan mendaftarkan Lia Bakery di sini, profil bisnis Lia Bakery dapat dilihat oleh semua orang melalui pencarian Google dan Google Maps sehingga tidak lagi menggunakan sistem mulut ke mulut saja serta dapat meningkatkan kredibilitas usaha. Meminta Ulasan dan Tanggapan Pelanggan sehingga dapat mendorong pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan positif tentang Lia Bakery di Google My Business dan dapat membantu meningkatkan visibilitas toko ini dalam hasil pencarian Google.
2. Pemeliharaan dan pengembangan yaitu mempertahankan terus promosi yang sudah dilakukan dan mempromosikan Keberadaan di Google Maps Sosialisasikan keberadaan Lia Bakery di Google Maps melalui media sosial, situs web, dan saluran pemasaran online lainnya. Selain itu juga untuk mengembangkan toko ini sangat diperlukan pelatihan, ikut serta dalam komunitas UMKM dan memanfaatkan program pemerintah dalam mendapatkan dukungan. (*Pemeliharaan Dan Keandalan Dalam Manajemen Operasi – PPHBI – Pusat Pengembangan Hukum Dan Bisnis Indonesia*, 2019)
3. Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan penawaran khusus, diskon, atau paket bundling yang menarik untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Partisipasi dalam Event dan Bazaar Ikut serta dalam event lokal, bazaar kuliner, atau festival makanan dapat membantu memperluas jangkauan pasar Lia Bakery dan

memperkenalkan produk roti Lia Bakery kepada banyak orang. Lalu menggunakan iklan digital seperti Google Ads, Facebook Ads, atau Instagram Ads untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik pelanggan potensial ke Lia Bakery. (*Strategi Digital Marketing Yang Cocok Diterapkan Oleh UMKM - Pasar Kota Gede YIA*, n.d.)

4. Inovasi produk dan harga yang di mana Lia Bakery memperhatikan seluruh ulasan yang didapat dan memastikan untuk selalu mendapatkan ulasan yang baik dengan memperhatikan kualitas produk roti dari Lia Bakery tetap terjaga dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan serta menciptakan inovasi produk yang unik dan mencantumkan harga yang terjangkau bagi para pelanggan.

2.2 Target Luaran

Table 1 Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Keterangan
1.	Pendampingan dalam Pengembangan proses produksi roti Lia Bakery	Ada
2.	Pendaftaran Google My Business dan Google Maps	Ada
3.	Menggunakan bahan bahan yang berkualitas	Ada
4.	Menciptakan inovasi baru untuk varian menu	Ada
5.	Menyiapkan akun untuk media promosi	Ada
6.	Tanggapan positif dari pelanggan	Ada
7.	Mengendorse artis/selebgram	Tidak
8.	Website untuk promosi	Tidak
9.	Pengurus manajemen keuangan	Ada
10.	Analisis tentang kelayakan usaha	Ada
11.	Penyediaan berbagai rasa yang berinovatif	Ada
12.	Menargetkan target pasar untuk semua kalangan	Ada
13.	Memberikan potongan harga / diskon	Tidak

8th NCBMA 2025 (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)
“The Role of Industries and Innovation in Achieving Global Sustainability Goals”
25 April 2025, Tangerang.

14.	Membership	Tidak
15.	Peluasan target konsumen	Ada

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Dalam melaksanakan seluruh solusi untuk industri Lia Bakery ini sangat diperlukan seluruh langkah-langkah pemecahan masalah tersebut. Berikut Program kemitraan yang akan dilakukan yaitu :

1. Analisis Situasi :

Melakukan pendaftaran Lia Bakery di Google My Business dengan mengisi informasi yang lengkap dan akurat tentang lokasi toko, jam buka, nomor telepon, dan deskripsi usaha. Memastikan bahwa informasi yang disediakan di Google My Business terus diperbarui untuk menjaga keakuratan dan keterlihatan toko oleh calon pelanggan.

2. Pemeliharaan dan Pengembangan melalui Komunitas UMKM dan Program Pemerintah:

Mencari dan memanfaatkan program-program pemerintah yang tersedia untuk UMKM, seperti pelatihan, pendanaan, atau bantuan lainnya yang dapat membantu pengembangan usaha.

3. Strategi Promosi:

Melakukan identifikasi berbagai jenis media promosi yang sesuai dengan target audiens dan anggaran, seperti media sosial, pemasaran konten, iklan online, atau pemasaran langsung. Lalu dilanjutkan dengan memilih strategi yang paling efektif untuk mencapai tujuan promosi, seperti kampanye diskon, kontes online, atau kolaborasi dengan influencer lokal. Serta membuat rencana promosi yang terstruktur dengan jadwal pelaksanaan dan alokasi anggaran yang jelas. Setelah ini dilanjutkan dengan melakukan Inovasi Produk dengan menciptakan produk roti yang unik dan inovatif untuk membedakan Lia Bakery dari pesaing. Dari sini dipastikan untuk menetapkan kualitas Produk yang baik dengan menjaga kualitas produk yang menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan proses pembuatan yang higienis. Hal terakhir pastinya pelayanan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan.

4. Implementasi:

Melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk melaksanakan rencana promosi, termasuk pembuatan materi promosi, pengaturan iklan, dan pelaksanaan kampanye promosi. Memastikan koordinasi yang baik antara berbagai tim atau pihak yang terlibat dalam pelaksanaan promosi, seperti tim pemasaran, desain, dan penjualan. Lalu membuat rencana kerja yang detail dan terukur untuk implementasi solusi di atas. dan menentukan anggaran yang diperlukan untuk implementasi solusi dan melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan efektivitas solusi.

5. Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi:

Membuat dan mengelola akun media sosial Lia Bakery di platform seperti Instagram, Facebook, dan mungkin WhatsApp Business. Mengembangkan strategi konten yang menarik dan relevan, termasuk foto produk, video proses pembuatan roti, tips seputar roti, serta promosi dan diskon khusus. Rutin berinteraksi dengan pengikut dan pelanggan melalui komentar, pesan langsung, dan fitur lainnya untuk membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan keterlibatan.

3.2 Realisasi Pelaksanaan Kegiatan

Media promosi Lia Bakery yang masih kurang akan kami tingkatkan dengan upaya pelaksanaan sebagai berikut ini. Sebelumnya, kami akan menganalisis kondisi usaha dari Lia Bakery terlebih dahulu. Lalu, kami akan membantu Lia Bakery untuk melakukan pendaftaran di Google My Business. Dengan begitu, maka diharapkan agar profil bisnis Lia Bakery bisa dilihat oleh masyarakat luas dan mendapatkan ulasan yang positif sehingga bisa meningkatkan penjualan. Selain itu, kami juga akan membuat media sosialnya untuk Lia Bakery.

Untuk langkah selanjutnya, kami akan berupaya keras untuk terus memelihara bahkan mengembangkan promosi dan sosialisasi media sosial dari Lia Bakery. Tak lupa juga akan ada pelatihan, keterlibatan dalam komunitas, dan memanfaatkan program yang diberikan dari pemerintah. Lalu, kami juga akan

mengupayakan media sosial sebagai sarana promosi dengan mengadakan diskon, dll, ikut serta dalam berbagai bazaar, dan menggunakan iklan digital. Setelah itu, kami juga akan mengupayakan inovasi produk agar konsumen tidak merasa bosan dan membedakannya dari para kompetitor. Tak berhenti di situ, kami juga akan terus memantau serta melakukan evaluasi terhadap upaya promosi yang kami lakukan.

Dengan upaya tersebut, harapan kami yakni Lia Bakery dapat meningkatkan promosinya sehingga banyak menarik para pembeli dan juga dapat mempertahankan upaya promosi yang telah diupayakan dibangun dengan sebaik-baiknya.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

4.1 Jelaskan jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh permasalahan atas kebutuhan mitra

Dalam menyelesaikan permasalahan atas kebutuhan mitra, terutama dalam konteks penawaran harga yang lebih terjangkau dan strategi pemasaran melalui media sosial, beberapa jenis kepakaran yang dibutuhkan meliputi:

1. Pemasaran dan Riset Pasar:

Kepakaran dalam memahami pasar, melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi target pasar yang tepat, dan membuat segmentasi pasar baru agar sesuai dengan produk yang ditawarkan.

2. Strategi Pemasaran Digital:

Kemampuan untuk merancang strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, konten yang menarik, dan interaksi aktif dengan pelanggan.

3. Analisis Data:

Mampu mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan yang dimiliki untuk menemukan pola-pola dan tren yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

4. Kreativitas dan Desain Konten:

Kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik dan kreatif untuk media sosial, seperti desain grafis, video, dan tulisan yang menarik perhatian pelanggan potensial.

5. Manajemen Media Sosial:

Kepakaran dalam mengelola berbagai platform media sosial, memahami algoritma, dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna.

6. Kolaborasi dan Kemitraan:

Kemampuan untuk menjalin kerja sama dengan influencer lokal atau pihak lain yang dapat membantu dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness.

7. Keterampilan Komunikasi:

Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan melalui media sosial, menjawab pertanyaan, memberikan dukungan, dan membangun hubungan yang positif.

8. Manajemen Waktu dan Prioritas:

Kepakaran dalam mengatur waktu dan prioritas, mengelola berbagai aspek pemasaran dan operasional bisnis secara efisien.

9. Keterampilan Penggunaan G Maps

Kepakatan dalam penggunaan google maps supaya para customer bisa mengetahui titik pasti dari lokasi toko Lia Bakery sehingga tentunya toko semakin diketahui oleh banyak orang dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan yang kurang mengetahui lokasi dari toko kue Lia Bakery

Dengan kombinasi kepakaran ini, Anda dapat mengatasi permasalahan dalam penawaran harga yang lebih terjangkau dan meningkatkan strategi pemasaran melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesuksesan bisnis seperti Lia Bakery.

4.2 Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Selama 2-3 bulan terakhir, Lia Bakery telah menunjukkan beberapa pencapaian positif, seperti:

- **Peningkatan Jumlah Pelanggan dan Penjualan:** Jumlah pelanggan dan penjualan Lia Bakery meningkat secara signifikan, menunjukkan bahwa produk dan layanan Lia Bakery semakin diminati.
- **Peningkatan Tingkat Kepuasan Pelanggan:** Pelanggan Lia Bakery merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan, terbukti dari banyaknya ulasan positif di media sosial dan platform online.
- **Peningkatan Brand Awareness dan Reputasi:** Lia Bakery semakin dikenal dan memiliki reputasi yang baik di masyarakat, terbukti dari banyaknya permintaan untuk kerjasama dengan berbagai pihak.

- Peningkatan Keuntungan dan Profitabilitas: Lia Bakery mengalami peningkatan keuntungan dan profitabilitas, menunjukkan bahwa Lia Bakery dikelola dengan baik dan efisien.

Partisipasi dan Dukungan Penting

Keberhasilan Lia Bakery tak lepas dari partisipasi aktif karyawan dan dukungan dari berbagai pihak, seperti:

- Karyawan: Karyawan Lia Bakery menunjukkan dedikasi dan semangat tinggi dalam bekerja, sehingga produk dan layanan Lia Bakery dapat diberikan dengan kualitas terbaik.
- Pelanggan: Pelanggan Lia Bakery memberikan masukan dan saran yang konstruktif untuk membantu Lia Bakery meningkatkan kualitas produk dan layanannya.
- Mitra: Lia Bakery menjalin kerjasama dengan berbagai mitra, seperti distributor, supplier bahan baku, dan influencer media sosial, yang membantu Lia Bakery dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness.
- Pemerintah: Lia Bakery mendapatkan dukungan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan akses ke permodalan.

4.3 Evaluasi dan Pelaksanaan Program Dilaporkan

Evaluasi dan pelaksanaan program untuk Lia Bakery memperlihatkan perkembangan yang menggembirakan dalam beberapa bulan terakhir. Berdasarkan pencapaian positif yang disampaikan, langkah-langkah berikut dapat diambil untuk memperkuat keberhasilan bisnis dan memastikan pertumbuhan berkelanjutan:

Pertama-tama, peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan adalah indikasi positif bahwa strategi pemasaran melalui media sosial dan penawaran harga yang lebih terjangkau telah efektif. Dalam rangka mempertahankan momentum ini, penting untuk terus memantau dan menganalisis kinerja

pemasaran, serta menyesuaikan strategi sesuai dengan perubahan perilaku pelanggan dan tren pasar. Selanjutnya, meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan adalah aset berharga yang perlu dipelihara. Respons positif dari pelanggan dapat menjadi dorongan besar bagi pertumbuhan bisnis. Pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan dan tanggapan mereka terhadap produk dan layanan akan menjadi landasan untuk inovasi selanjutnya.

Peningkatan brand awareness dan reputasi adalah hal yang sangat diinginkan dalam bisnis apapun. Melalui kolaborasi yang sukses dengan mitra, baik itu influencer media sosial, distributor, atau supplier, Lia Bakery telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra mereknya. Penting untuk terus memelihara hubungan yang positif dengan mitra-mitra ini dan menjalin kemitraan yang saling menguntungkan. Kesuksesan bisnis Lia Bakery juga didukung oleh partisipasi dan dukungan dari karyawan, pelanggan, dan pemerintah. Ini menunjukkan pentingnya membangun hubungan yang kuat dengan semua pemangku kepentingan bisnis. Mendengarkan masukan dan umpan balik dari karyawan dan pelanggan, serta memanfaatkan dukungan pemerintah, dapat membantu Lia Bakery terus berkembang dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Dalam hal pelaksanaan program, fokus harus diberikan pada pemeliharaan dan peningkatan semua aspek yang telah memberikan kontribusi terhadap kesuksesan bisnis. Ini termasuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat reputasi merek. Dengan komitmen yang kuat terhadap inovasi dan kualitas, Lia Bakery dapat terus tumbuh dan menjadi pemimpin dalam industri kue dan roti.

4.4 Rancangan Kegiatan dalam setahun

untuk mencapai target dalam setahun kami melakukan beberapa langkah strategis dengan berikut dengan menganalisis pasar dan pelanggan, dengan mengidentifikasi lingkungan pasar yang berpotensi dan pelanggan target toko Lia bakery ini. Kemudian menawarkan produk yang menarik seperti memberikan promosi kepada pelanggan sehingga menarik perhatian pelanggan Lia bakery.

4.5 Kelayakan Tim Pengabdian dan Tim Pengusul

1. Kelayakan Tim Pengabdian

Kami sebagai tim pelaksana kegiatan yang akan kami lakukan yakni mengabdikan ke masyarakat dengan melakukan meningkatkan dan mengembangkan media sosial guna membantu penjualan Lia Bakery dapat dilihat dalam uraian tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1 Pengalaman dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Nama	Tahun	Nama Kegiatan	Tempat
Asya Della	2024	Mendaftarkan Lia Bakery di Google My Business dan membuat penetapan lokasi untuk Gmapsnya.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Ria Mustika	2024	Meminta ulasan dari pelanggan guna pelanggan bisa memberikan ulasan yang baik di Google My Business.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Evelyn Sanjaya	2024	Melakukan pemeliharaan serta pengembangan dengan mempertahankan terus promosi serta mempromosikan Keberadaan di Google Maps Lia Bakery.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Saverio Ignatius Tjahyadi	2024	Memanfaatkan media sosial dengan melakukan promosi, penawaran khusus, diskon, atau paket bundling yang menarik.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu

Taro Ihsan Brahmantoro	2024	Menggunakan iklan atau sarana promosi digital seperti Google Ads, Facebook Ads, atau Instagram Ads.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Jesslyn Benedicta Panjaya	2024	Inovasi produk dengan memperhatikan seluruh ulasan yang didapat serta memastikan Lia Bakery mendapat ulasan positif.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Andre Willieson	2024	Membuat materi prom by osi serta pengaturan iklan, dan ikut dalam pelaksanaan kampanye promosi.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Muhammad Raihan Alwin	2024	Menentukan strategi pemasaran, harga, segmentasi, dan target baru.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu
Steenly	2024	Ikut serta dalam bazar kuliner atau festival makanan dan memperkenalkan produk roti Lia Bakery.	Desa Patrol Kecamatan Anjatan Kabupaten Indramayu

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar 4.1 Foto dari salah satu anggota kelompok (Asya Della) yang *interview video call* dengan mitra yakni *owner Lia Bakery*



Hasil wawancara:

Audio 1

https://drive.google.com/file/d/16VI_Wi1_d_EVUpgt2og6r8SI_zMBOd8/view?usp=sharing

Audio 2

<https://drive.google.com/file/d/1bjAhptm9cu0hBNcS1GCFymVIGuyBXV8J/view?usp=sharing>

BAB V

BIAYA DAN PELAKSANAAN

5.1 Anggaran Biaya dan Pelaksanaan/bulan

Biaya anggaran Lia Bakery dalam jangka produksi waktu 1 bulan.(di luar biaya Peralatan)

No	Keterangan	Biaya(Rp)
1	Biaya Peralatan 1. Oven Rp.4.000.000 2. Mixer Rp.400.000 3. Peralatan Masak Lainnya Rp.2.000.000	Rp6..200.000
2	Biaya Produksi Kemasan Plastik Rp.500.000 Kemasan Box Rp.500.000 Air Rp.250.000 Gas Rp.500.000	Rp.1.7500.000
3	Biaya Listrik	Rp.1.000.000
4	Biaya Bahan Baku 1. Tepung Terigu Rp.700.000 2. Margarin Rp.400.000 3. Gula Rp.300.000 4. Telur Rp.500.00 5. Bahan Baku Lainnya Rp.600.000	Rp.2.500.000
5	Biaya Tenaga Kerja	Rp.3.00.000 (3 Karyawan)
6	Biaya Transportasi	Rp.300.000
BIAYA MARKETING		Rp.3.000.000
TOTAL		Rp.17.475.000

Anggota UKM Mahasiswa:

Ketua Tim Mahasiswa	:	
a. Nama Lengkap	:	Asya Della
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210198
Anggota 1	:	
a. Nama Lengkap	:	Andre Willieson
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210124
Anggota 2	:	
a. Nama Lengkap	:	Evelyn Sanjaya
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210097
Anggota Pengusul 3	:	
a. Nama Lengkap	:	Jesslyn Benedicta Panjaya
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210001
Anggota Pengusul 4	:	
a. Nama Lengkap	:	Muhammad Raihan Alwin
b. NIDN/NIM/NIP	:	01016210015
Anggota Pengusul 5	:	
a. Nama Lengkap	:	Ria Mustika
b. NIDN/NIM/NIP	:	01016220019
Anggota Pengusul 6	:	
a. Nama Lengkap	:	Saverio Ignatius Tjahyadi
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210035
Anggota Pengusul 7	:	
a. Nama Lengkap	:	Taro Ihsan Brahmanto
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210157
Anggota Pengusul 8	:	
a. Nama Lengkap	:	Steenly
b. NIDN/NIM/NIP	:	01011210268

DAFTAR PUSTAKA

- Berliana, N. E. (2022, April 7). *Perkembangan Industri Roti di Indonesia*. kumparan.
Retrieved March 1, 2024, from
<https://kumparan.com/nandhita-evieta/perkembangan-industri-roti-di-indonesia-1xpcN747gHo/2>
- Nabilah Muhamad. (2023, October 13). *Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya?* Databoks. Retrieved March 1, 2024, from
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Pemeliharaan dan Keandalan dalam Manajemen Operasi – PPHBI – Pusat Pengembangan Hukum dan Bisnis Indonesia*. (2019, August 9). PPHBI.
Retrieved March 1, 2024, from <https://www.pphbi.com/?p=325>
- Strategi Digital Marketing yang Cocok Diterapkan Oleh UMKM - Pasar Kota Gede YIA*.
(n.d.). SiBakul Jogja. Retrieved March 1, 2024, from
<https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/blog/pasarkotagedeyia/strategi-digital-marketing-yang-cocok-diterapkan-oleh-umkm/>