

Pendampingan Dalam Pemasaran Produk Bento Cake QBakery Secara E-Commerce Menjadi Produk Yang Kompetitif Di Desa Rambung Merah Kab. Simalungun

¹⁾Khairun Annisa*, ²⁾Tri Mutiara Sakinah, ³⁾Dina Mawardani, ⁴⁾Nur Mila Sari Dewi, ⁵⁾Fakhruddin Arrazi Amrillah, ⁶⁾Yoan Hendrawan Junpridan Saragih, ⁷⁾Eva Sriwiyanti, ⁸⁾Johannes Wilfrid Pangihutan Purba

¹⁾Universitas Simalungun (USI) Pematangsiantar
Email Corresponding: khairunannisa1608@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Produk Bento Cake ,
Pemasaran Digital

Sebagai seorang mahasiswa terdapat tiga kewajiban yang akan kita jalani selama menempuh perguruan tinggi, tiga poin itu disebut Tri Dharma perguruan tinggi yang terdiri dari tiga poin yaitu : 1) Pendidikan dan Pengajaran, 2) Penelitian dan Pengembangan, 3) Pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan " Pendampingan Pemasaran Produk " Bento Cake" Secara E-commerce Menjadi Produk Yang Kompetitif di Rambung Merah Kab. Simalungun" merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat untuk memasarkan produknya secara online sehingga menjadi produk yang kompetitif di Rambung Merah. Kami mengangkat produk Bento cake ini menjadi produk yang kompetitif di Rambung Merah, dengan alasan, 1) Tampilannya sangat menarik, 2) Harganya relatif murah, 3) Habis dalam sekali duduk, 4) Bebas di desain sesuka hati, 5) Cocok dijadikan properti foto yang aestetik. Pendampingan dimulai dengan cara mengikuti langkah langkah serta proses pembuatan produk, membuat desain sendiri atau sesuai permintaan konsumen, serta kegiatan pengemasan dan packagingnya. Pencapaian tujuan pendampingan tersebut dilakukan melalui metode pemasaran dan memperkenalkannya di media sosial dengan membuat konten kreatif agar menarik pelanggan.

ABSTRACT

Keywords:

Bento Cake product ,
E-Commerce.Digital Marketing

As a student, there are three obligations that we will carry out while studying in tertiary education, these three points are called the Tri Dharma of higher education which consists of three points, namely: 1) Education and Teaching, 2) Research and Development, 3) Community service. Activities "Product Marketing Assistance" Bento Cake" E-commerce Became a Competitive Product in Rambung Merah Kab. Simalungun" is a form of community service in an activity that aims to help the community to market their products online so that they become competitive products in Rambung Merah. We made this Bento cake product a competitive product in Red Hair, for the reasons, 1) The appearance is very attractive, 2) The price is relatively cheap, 3) It is finished in one sitting, 4) It is free to design as you like, 5) It is suitable as a photo prop the aesthetic. Assistance begins with following the steps and process of making a product, making your own design or according to consumer demand, as well as packaging and packaging activities. The goal of this assistance is achieved through marketing methods and introducing them on social media by creating creative content to attract customers.

This is an open access article under the CC-BY-Salicense



I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum semakin meluas. Hal ini dikarenakan media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu sangat cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja kita mau. Orang-orang mulai intensif menggunakan jaringan internet, karena sebagai media internet mampu memberikan informasi dalam skala besar dan dalam waktu yang sangat cepat. Internet memberikan efektivitas dan efisiensi dalam hal waktu, biaya dan tenaga. Melalui internet, waktu distribusi dapat dipersingkat hingga ke hitungan detik atau menit. Internet mempunyai sifat yang mempermudah pekerjaan manusia, sehingga wajar jika internet terus dieksplorasi. Jaringan internet memelopori terjadinya revolusi teknologi. Pengaruhnya telah membawa perubahan berarti dalam kehidupan manusia.

Internet telah mengubah pola kehidupan sehari-hari, perilaku pengguna teknologi dan berbagai konsep serta sistem bisnis, pemerintahan, pendidikan, hubungan sosial dan tidak terkecuali, jurnalistik (Oetomo 2001:1-2). Menurut Suryawati (2011: 46), media online atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Sedangkan internet sendiri adalah sebuah jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Menurut Wong (2010) e-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Maka dari itu jiwa berwirausaha atau entrepreneur haruslah selalu melekat pada diri seseorang. Entrepreneur dalam bahasa Indonesia disebut dengan Kewirausahaan, menurut ejaan bahasa Indonesia, kewirausahaan terdiri dari beberapa suku kata, yaitu Ke-wirausahaan, menurut Entrepreneurship, istilah Wirausaha adalah : seseorang yang mampu melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut untuk memulai suatu bisnis yang baru. Atau Kemampuan setiap orang untuk menangkap setiap peluang usaha, dan dimanfaatkannya sebagai lahan usaha, atau bisnis dan seluruh waktunya dicurahkan untuk menemukan peluang-peluang bisnis. Tingkat konsumsi masyarakat yang terus meningkat baik di desa maupun di perkotaan. Penerapan model pemasaran baru seperti pemasaran secara daring (online) atau e-commerce dan jasa pengiriman barang (shipping courier service) dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendapatan UMKM. E-commerce adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan media internet sebagai sarana pemasaran online untuk memperoleh pangsa pasar yang memuaskan. Saat ini internet sudah sangat mudah diakses oleh siapapun diseluruh dunia, termasuk para pebisnis UMKM yang menggunakan internet sebagai sarana pemberi dan berbagi informasi tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen secara online.

E-commerce dapat menjadi peluang yang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. E-commerce memberikan kemudahan dalam pemasaran produk, sehingga pelaku usaha tidak memerlukan kantor dan toko fisik, produk bisa dipasarkan kapan dan dari mana saja dan pencarian informasi produk dan transaksi dapat dilakukan lebih cepat dan akurat. Pada umkm disini adalah bento cake. Bento cake atau sering juga disebut lunch box cake dan dosirak cake merupakan kue tart berukuran mini yang dilapisi oleh krim dengan desain nan cantik.

Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tana dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

Masalah yang dihadapi UMKM bento cake Qbakery ini antara lain dengan melakukan pendampingan secara online dengan cara memposting beberapa foto/video kue yang estetis dan bagus untuk menarik perhatian para konsumen dan memasarkan produk tersebut ke beberapa media sosial untuk lebih banyak orang yang mengetahui penjualan bento cake tersebut. Dikarenakan banyak yang belum mengetahui apa itu bento cake, Kegiatan pendampingan terhadap masyarakat ini diharapkan memecahkan masalah yang dihadapi UMKM dalam memasarkan produknya serta meningkatkan pendapatan UMKM tersebut.

Bento Cake merupakan kue brownies yang memiliki cita rasa lembut dan manis di setiap lapisannya. Tidak lupa juga menggunakan lapisan whipped cream di sela-sela brownies. Dibentuk sedemikian rupa dengan balutan cream bertemakan warna dan desain yang cantik membuat tampilan kue menjadi lebih berkonsep serta mengikuti inovasi yang beredar mengikuti zaman. Harga yang ditawarkan juga bervariasi sesuai ukuran dan desain yang diinginkan pembeli. Untuk satu ukuran kue kecil dibanderol dengan harga 40 ribu rupiah. Pemesanan produk Bento Cake dapat melalui platform akun Instagram yang dimiliki oleh pengguna atau calon pembeli, kemudian calon pembeli diminta untuk mengikuti instagram produk Bento Cake yakni, @qryputri_, lalu pembeli dapat melihat seluruh referensi kue yang telah diunggah oleh owner dan jika pembeli ingin melakukan pemesanan kue maka pembeli dapat menghubungi owner melalui link WhatsApp yang tertera pada kolom bio instagram tersebut serta dapat memesan kue dengan tema, desain sesuai selera dengan harga variatif pula. Kemudian dilanjut dengan pengiriman kue sesuai dengan lokasi dan waktu yang telah ditentukan pembeli. Mengenai pembayaran, pembeli mendapat dua pilihan yakni, sistem pembayaran secara COD atau cash on delivery (bayar ditempat), kemudian bisa juga melakukan transfer melalui rekening atau bisa juga pembeli mengambil produk langsung ke lokasi pengantaran kue yang berada di Jl. Terong No. 6, Tomuan, Kecamatan Siantar Timur.

Produk Bento Cake dikemas dengan 2 jenis kemasan dengan beralaskan nampan berwarna emas dan silver didalamnya. Yang pertama untuk bento cake ukuran kecil diameter 15 cm dikemas dengan menggunakan styrofoam. Kedua, ukuran bento medium diameter 17 cm dikemas dengan menggunakan box ukuran 22x22cm. Kemudian untuk bento cake large diameter 20-30 cm dikemas dengan menggunakan box ukuran 25x25cm dan 30x30cm. Dan jika ada ukuran box yang berbeda dari ukuran biasa maka itu tergantung dengan besarnya ukuran kue yang dipesan. Tidak jarang owner mendapat pesanan dari luar kota yang memungkinkan perjalanan panjang serta waktu yang harus ditempuh melebihi dari ketahanan kue. Mengingat kue hanya diperuntukkan di daerah Kota Pematangsiantar dan sekitarnya saja dan hanya dapat menempuh waktu perjalanan 1-2 jam. Selain karena ketahanan kue yang menjadi masalah utama, hal lain yang harus diantisipasi yakni kerusakan pada desain kue. Dan untuk ketahanan kue saat berada di lemari es hanya bisa bertahan 2-3 hari saja. Maka dari itu, owner memutuskan untuk tidak menerima pesanan dari luar kota.

II. MASALAH

Khusus pelanggan Bento Cake, didominasi kalangan pengguna media sosial yang menyukai jajanan kekinian, dengan alasan lebih praktis dan tidak menyulitkan pelanggan. Hal tersebutlah yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha Bento Cake ini. Dengan adanya kreasi kue kekinian tersebut, juga membuat beberapa pelaku usaha UMKM yang sama semakin giat memproduksi produknya dengan berbagai strategi dan taktik pemasaran yang mereka punya. Terlebih UMKM Qbakery merupakan bisnis homemade yang masih memiliki kendala dalam hal produksi serta pemasarannya. Walaupun begitu, setiap membangun suatu bisnis pastinya memiliki tingkat kesulitan dan permasalahan yang melengkapi perjalanan bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dinyatakan bahwa masalah yang dihadapi pelaku usaha UMKM, sebagai berikut :

1. Kurangnya SDM, karena pemilik usaha berfikir bahwa tidak sanggup untuk membayar pekerja
2. Situasi persaingan yang cukup besar menuntut Qbakery untuk lebih kreatif dalam hal mempertahankan cita rasa, menciptakan inovasi dan desain baru
3. Produk tidak diketahui secara meluas oleh masyarakat dikarenakan kurangnya media promosi



Gambar 2.1 Foto bersama mitra di lokasi pembuatan Cake

III. METODE

Pendampingan dilakukan dengan menggunakan prinsip kemitraan dan telah berlangsung pada awal memilih produk tersebut menjadi sumber acuan dalam tugas mengenai produk UMKM. Prinsip ini dilakukan dengan bekerja sama dalam mengatur strategi pemasaran dalam bentuk promosi yang berkonsep menarik secara daring atau online, menentukan target pasar, dan menentukan target penjualan. Serta bentuk pelaksanaan pengabdian lain seperti pelatihan pengelolaan produk secara langsung. Peserta dalam kegiatan ini adalah pihak pelaksana program pengabdian UMKM bento cake Q'Bakery yang memproduksi kue tar mini berlokasi di Rambung Merah Kabupaten Simalungun. Pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2022.

Dalam proses pendampingan produk UMKM, pihak pelaksana juga menggunakan suatu metode untuk mendasari program tersebut, antara lain :

1. Konsultasi

Metode ini dipilih sebagai upaya pembantuan yang diberikan pendamping terhadap pelaku usaha dengan cara memberikan jawaban, solusi dan pemecahan masalah yang dibutuhkan oleh pelaku usaha

2. Pembelajaran

Metode ini dipilih sebagai alih pengetahuan dan sistem nilai yang dimiliki oleh pendamping kepada pelaku usaha dalam proses yang disengaja

3. Konseling

Metode ini dipilih untuk membantu menggali masalah dan potensi yang dimiliki, membuka alternatif-alternatif solusi dan mendorong pelaku usaha mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang bertanggung jawab bagi kehidupan



Gambar 1. Penyiapan Bahan Kue



Gambar 2. Mencampurkan gula dan telur



Gambar 3. Setelah adonan mengembang, siapkan tepung coklat



Gambar 4. Lelehkan coklat batang



Gambar 5. Campuran lelehan coklat ke adonan

Gambar 6. Tuang adonan ke loyang



Gambar 6. Tuang adonan ke loyang



Gambar 7. Adonan siap dikukus



Gambar 8. Setelah kue matang, kue dilapisi dengan cream dan selai strawberry



Gambar 9. Tutup kue dengan lapisan kue lain



Gambar 10. Seluruh bagian kue dilapisi dengan whipped cream



Gambar 11. Kue yang sudah selesai dihias

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan secara daring dan luring. Secara daring diawali dengan menghubungi pemilik usaha UMKM bentocake Qbakery dan mengajaknya untuk berdiskusi dan saling sharing lewat zoom mengenai produk bentocake yang sedang dijalankannya, mulai dari latar belakang terciptanya ide bisnis ini, modal pembuatan produk yang mencakup alat dan bahan, serta bagaimana pemilik UMKM bentocake Qbakery memasarkan produknya hingga sampai ke konsumen.

Peserta kegiatan pengabdian juga mempelajari “apa itu produk Bentocake?” sehingga peserta kegiatan pengabdian ini tau latar belakang dari produk bentocake dan target pemasarannya, sehingga produk bentocake ini mampu bersaing di era digital. Kegiatan pendampingan secara luring dilakukan pada tanggal 23 oktober 2022 pada pukul 10.00 – 15.00 WIB. Adapun kegiatan yang dilakukan saat pendampingan meliputi:

- 1.Mengetahui alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat produk bentocake,serta apa kegunaannya
- 2.Mengikuti langkah langkah atau proses pembuatan bentocake
- 3.Mengikuti proses desain bentocake, serta teknik yang dilakukan hingga menciptakan ide baru dalam mendesain bentocake
- 4.Mengikuti proses kemasan
- 5.Mengetahui bagaimana sistem pemesanan produk hingga produk sampai di tangan konsumen

Program pendampingan produk UMKM berupa kegiatan pengembangan media pembelajaran bagi pebisnis yang sudah dilaksanakan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, keterampilan dan lebih percaya diri dalam menjual produk UMKM. Mitra (owner Qbakery) akan lebih semangat dan termotivasi untuk mengembangkan bisnisnya. Hasil pendampingan ini akan bermanfaat bagi mitra dan tim pelaksana dalam memasarkan produk dengan strategi yang telah memumpuni jalannya bisnis produk UMKM.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pendampingan Produk UMKM

NO.	Kegiatan Pendampingan	Waktu	Pelaksana
1.	Melakukan wawancara dan diskusi dengan narasumber	Tgl : 6 Okt 2022	Pendamping & Pemilik
2.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 10 Okt 2022	Pendamping
3.	Melakukan pendampingan pembuatan kue	Tgl : 23 Okt 2022	Pendamping & Pemilik
4.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 28 Okt 2022	Pendamping
5.	Melakukan observasi terhadap kegiatan promosi	Tgl : 15 Nov 2022	Pendamping & Pemilik
6.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 17 Nov 2022	Pendamping
7.	Melakukan evaluasi terhadap hasil pendampingan	Tgl : 21 Nov 2022	Pendamping

Pencapaian tujuan pendampingan dan pengembangan sebuah produk berbasis digital telah terlaksana dengan baik, namun memiliki beberapa kendala pada waktu yang terbatas dengan rancangan perencanaan kegiatan. Walaupun begitu, baik tim pelaksana maupun owner tetap konsisten melakukan kegiatan dengan bekerja sama mengatur strategi yang baik dalam sistem pemasaran produk, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai.

Pencapaian target materi pada kegiatan pendampingan produk cukup baik, karena materi pendampingan telah dapat disampaikan secara keseluruhan kepada mitra (owner Qbakery). Materi pendampingan yang telah disampaikan adalah :

1. Pengetahuan tentang cara pembuatan Bento Cake
2. Pengetahuan tentang pemasaran online atau e-commerce

Kemampuan serta pengetahuan tim pelaksana dalam pembuatan kue masih kurang dikarenakan tidak memiliki latar belakang keahlian dalam pembuatan kue serta masing-masing tim pelaksana juga memiliki keahlian dan kemampuan yang berbeda-beda. Pendampingan pembuatan kue tergolong mudah untuk

dipahami namun sedikit sulit untuk mempraktekannya. Mitra(owner) juga ikut serta membantu penyiapan tahap-tahap kue hingga akhir, sehingga memudahkan tim pelaksana dalam proses pembuatan kue.

Secara keseluruhan kegiatan pendampingan pelatihan usaha UMKM Bento Cake berbasis e-commerce ini dapat dikatakan berhasil. Selain diukur dari kedua komponen diatas, keberhasilan juga dapat dilihat dari kepuasan tim pelaksana setelah mengikuti kegiatan pendampingan tersebut.

IV. KESIMPULAN

Strategi pelaku umkm untuk menghadapi persaingan demi melanjutkan usahanya adalah dengan meningkatkan volume penjualan pada UMKM Bento Cake ini, dengan menerapkan pemasaran online dengan menggunakan media sosial sebagai saluran utama pemasarannya. Serta bijak dalam menghadapi persaingan antar pebisnis produk yang sama dengan mengedepankan inovasi serta meningkatkan keahlian dan kemampuan dalam mendesain kue. Mampu melayani pelanggan dengan baik serta memperhatikan dan mendengarkan permintaan para pelanggan demi mencapai legalitas dan loyalitas di mata pelanggan. Walaupun produk Bento Cake masih terbilang jarang di Kota ini, tetapi tidak membuat perbedaan yang jauh mengenai kue tar biasa dengan kue bento. Pasalnya masyarakat hanya mengetahui jenis kue yang sama tanpa memperhatikan desain dan bentuk yang lebih kekinian. Dengan memanfaatkan inovasi dan tren kue di masa sekarang, menjadikan usaha produk ini lebih menjanjikan dan bermanfaat bagi masyarakat yang menyukai jajanan kekinian yang praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Handaruwati, Indah. 2017. Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. Buletin Bisnis & Manajemen. Vol. 03, No. 01. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Surakarta
- Handayani, S. (2018). Perancangan sistem informasi penjualan berbasis e-commerce studi kasus toko kun jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182-189.
- Han, J. S. (1982). A Study on Cookery Characteristise of Korean Cakes-On the Yugwa. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition*, 11(4), 37-41.
- Harahap, N. A., Husna, M., & Pasaribu, I. M. (2020). STRATEGI PEMASARAN EVENT FESTIVAL JAJANAN KEKINIAN PADA XO PRODUCTION. *EKSIS*, 9(3), 101-112.
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(2), 135-147.
- People, H. (2020). Internet. *Washington, DC: US Department of Health and Human Services, Office of Disease Prevention and Health Promotion*.
- Pramestari, D. (2020). Pengabdian Kepada Masyarakat" Menciptakan Peluang Usaha dan DIY Jajanan Kekinian Selama di Rumah Saja" RT. 9 RW. 16, Jakamulya, Bekasi.
- Prilianty, S. V. O., & Andriani, R. (2021). Kreasi Brownies Berbahan Dasar Tahu Susu Dan Daun Kelor Sebagai Produk Home Industry. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(1), 19-24.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Vrawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.

Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69.