

PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PADA USAHA ROTI DAN CATERING DI PENGKOL KABUPATEN JEPARA

Sisno Riyoko^{1*}, Safrizal², Muhammad Alif Najih³, Isyfa Fuhrotun Nadhifah⁴,
Dimas Ariyanto⁵, Alfi Nur Fachri⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sisno@unisnu.ac.id

Abstract

Tania catering was founded by the family of Mr. Dasiman and Mrs. Sri Darwati in 2006 which are located at Jl. Ahmad Yani RT 01 RW 03 Pengkol Jepara Regency, but the current marketing system is still traditional or manual, namely by marketing to homes, offices and groups. The ordering system for Tania Catering is done by using sms, WA and telephone. Partners do not yet have promotional tools or media that can help consumers see existing products. The products produced by Tania Catering are various kinds of bread and food ingredients. The various cakes produced include donuts, banana bread, cakes, layers. Martabak etc. The problems that exist with current partners certainly require assistance and involvement of all parties. To solve the problems faced by partners, the service team provides assistance regarding the creation of social media, marketplaces, Android-based sales applications, and packaging improvements which are expected to develop and increase partner sales and increase partner insight and knowledge

Keywords: bread, social media catering, packaging, sales applications, pengkol

Abstrak

Abstrak ditulis secara ringkas dan faktual menggunakan huruf Tahoma, ukuran 9pt dengan panjang teks Tania catering didirikan oleh keluarga Bapak Dasiman dan Ibu Sri Darwati pada Tahun 2006 yang beralamat di Jl. Ahmad Yani RT 01 RW 03 Pengkol Kabupaten Jepara, namun Sistem pemasaran pada saat ini masih tradisional atau manual yaitu dengan memasarkan pada rumah-rumah, kantor-kantor dan kelompok-kelompok. Untuk sistem pemesanan Tania Catering dilakukan dengan menggunakan sms, WA dan telepon. Mitra belum mempunyai alat atau media promosi yang dapat membantu konsumen untuk melihat produk yang ada. Produk yang dihasilkan oleh Tania Catering yaitu berbagai macam bahan roti dan makanan. Adapun aneka kue yang dihasilkan diantaranya donat, roti pisang, bolu, lapis. Martabak dll. Permasalahan yang ada pada mitra saat ini tentunya diperlukan pendampingan dan keterlibatan semua pihak. Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra tim pengabdian melakukan pendampingan tentang pembuatan media sosial, marketplace, aplikasi penjualan berbasis android, dan perbaikan kemasan yang diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan penjualan mitra serta menambah wawasan dan pengetahuan mitra

Keywords: roti, catering media sosial, kemasan, aplikasi penjualan, pengkol

Submitted: 2022-12-01	Revised: 2022-12-06	Accepted: 2023-1-13
-----------------------	---------------------	---------------------

PENDAHULUAN

Tania catering didirikan oleh keluarga Bapak Dasiman dan Ibu Sri Darwati pada Tahun 2006 yang beralamat di Jl. Ahmad Yani RT 01 RW 03 Pengkol Kabupaten Jepara. Pada tahun 2010 usaha baru resmi mendapatkan surat induk berusaha (NIB). Konsep awal usaha ini adalah hanya penyedia makanan dari warga atau masyarakat sekitar. Dalam

perkembangannya Tania Catering meningkatkan pelayanannya dalam bentuk penyediaan jasa aneka kue dan makanan untuk Catering umum, pabrik dan kantor. Tania Catering mampu menyediakan makanan hingga jumlah ratusan sampai dengan ribuan. Tania Catering selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya dengan kualitas cita rasa makanan dan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Sistem pemasaran pada saat ini masih tradisional atau manual yaitu dengan memasarkan pada rumah-rumah, kantor-kantor dan kelompok-kelompok. Untuk sistem pemesanan Tania Catering dilakukan dengan menggunakan sms, WA dan telepon. Di era saat ini perkembangan akan teknologi semakin berkembang dan melaju semakin pesat. Untuk saat ini banyak orang sudah memanfaatkan media online dengan maksud agar dapat mempromosikan produk yang mereka jual. Media online adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian media online dibagi menjadi dua yaitu secara umum dan secara khusus. Pengertian media online secara umum yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online (Ikmah, 2018)

Produk yang dihasilkan oleh Tania Catering ini dibuat dari berbagai macam bahan roti dan makanan yang sudah terjamin kualitasnya. Adapun aneka kue yang dihasilkan diantaranya donat, roti pisang, bolu, lapis. Martabak dll. Gambar 1 ini menjelaskan hasil produk mitra.



Gambar 1. Hasil Produk Mitra "Tania Catering"

Dilihat dari semakin banyaknya pelanggan Tania Catering membutuhkan suatu media yang lebih mudah untuk memasarkan produknya selain itu juga konsumen atau pembeli masih merasa kesulitan menemukan info tentang produk yang dijual di Tania Catering karena belum ada media atau alat yang dapat dijadikan konsumen untuk mengetahui produk-produk yang dihasilkan dan tersedia saat ini.

Berdasarkan pada hasil observasi dan diskusi dengan mitra permasalahan yang dihadapi oleh mitra masih banyak yang harus dikembangkan untuk mencapai pengembangan tersebut. Adapun diantara permasalahan yang muncul pada pengusaha catering khususnya Tania Catering yaitu wilayah pemasaran masih terbatas di lokasi sekitar atau berdasarkan pada pesanan yang ada, belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran secara online, belum adanya sistem penjualan yang dapat memudahkan mitra dalam mengelola hasil penjualan, promosi produk masih tergolong tradisional yang hanya mengandalkan dari mulut ke mulut sehingga informasi tentang produk masih sangat terbatas dan desain kemasan produk yang masih belum berganti sampai dengan saat ini, desain kemasan kurang menarik dan monoton. Gambar 2 berikut desain dan kemasan produk mitra saat ini.



Gambar 2. Kemasan Produk Mitra

Dengan permasalahan yang kompleks ini tentunya mitra belum mampu untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan secara mandiri, artinya masih diperlukannya pihak-pihak yang harus secara bersama-sama turut membantu sumbangsih baik dari segi teori keilmuan, pendanaan serta pendampingan kepada masyarakat.

METODE

Berdasarkan pada masalah yang dihadapi oleh mitra maka tim pengabdian melakukan pendekatan pelaksanaan program dengan pendampingan dan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dapat memberikan akses kepada masyarakat, lembaga dan organisasi masyarakat dengan memperoleh dan memanfaatkan hak masyarakat bagi peningkatan kualitas kehidupannya, karena penyebab ketidakberdayaan masyarakat disebabkan oleh keterbatasan akses, kurangnya pengetahuan dan keterampilan serta adanya kondisi kemiskinan yang dialami oleh sebagian masyarakat (Suhartini et al., 2005). Gambar 3 berikut dijelaskan bagaimana alur atau proses pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian.



Gambar 3. Alur Pendampingan Mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tiga tahap yakni persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap persiapan tim melakukan sosialisasi dan pengarahan terkait dengan program pengabdian yang dilaksanakan. Salah satu yang fokus dalam pendamping ini yakni pentingnya strategi pemasaran produk, karena dapat meningkatkan omzet penjualan dan pengembangan usaha. Dengan memanfaatkan dan memaksimalkan pemasaran secara online maka jangkauan konsumen atau pembeli menjadi lebih luas. Tahap ini sebagaimana gambar berikut :



Gambar 4. Sosialisasi Pelaksanaan Program dan Pengembangan produk

Ada beberapa pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh tim berdasarkan pada kesepakatan antara tim pengabdian dengan mitra yaitu :

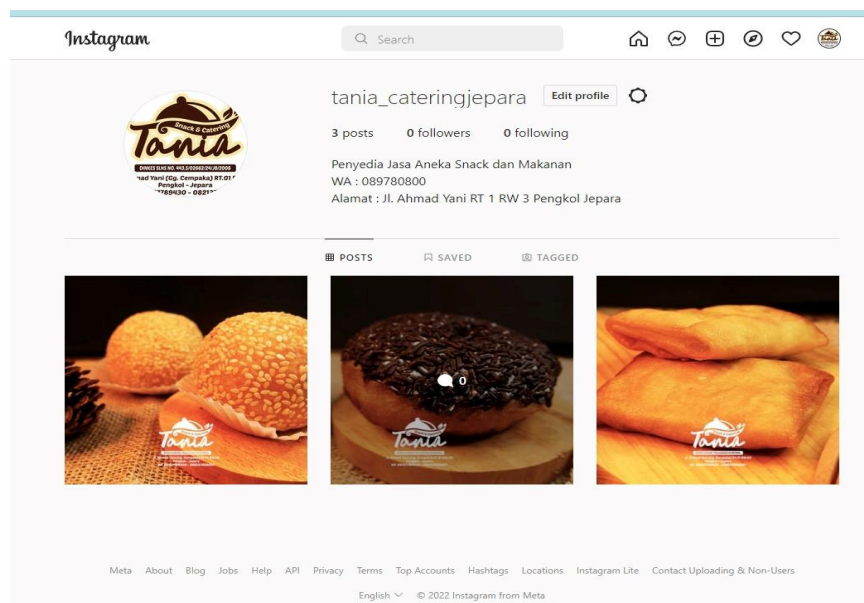
A. Pendampingan dan Pembuatan Akun Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk media yang dapat kita gunakan sebagai alat komunikasi yang interaktif antara satu sama lain. Media sosial adalah sebuah media yang berbasis online dimana dapat digunakan dengan mudah dalam

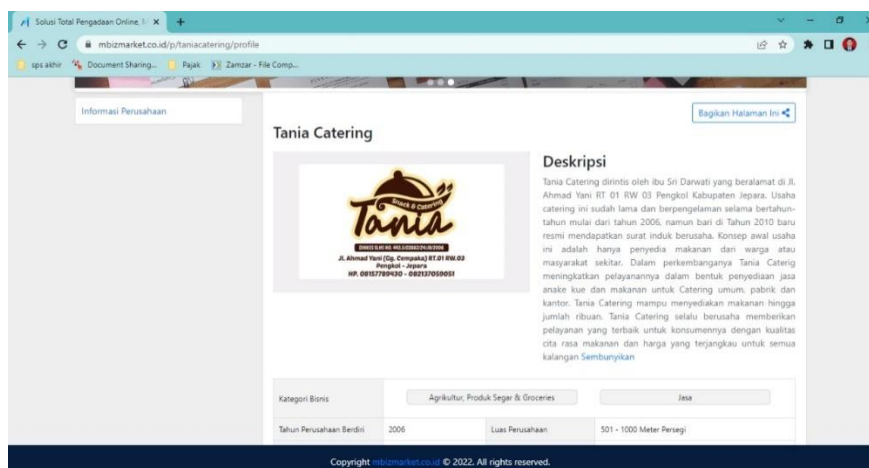
berpartisipasi, berbagi, serta dapat menciptakan isi mengenai social network atau jejaring sosial, dan dunia virtual (Kurniawan, 2017). Media sosial memiliki faktor pendukung yaitu memberikan kemudahan dalam mengakses, berinteraksi, serta popularitas dan sebagai cara yang efektif untuk melakukan pemasaran produk. *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang sering dikunjungi yang mencapai persentase 54% di Indonesia dan diikuti oleh pengguna media sosial lain seperti *Instagram*, *Youtube*, dan lain-lain (Sari & Syah, 2021)



Gambar 5. Pembuatan Akun Media Sosial (Facebook)



Gambar 6. Pembuatan Akun Media Sosial (Instagram)



Gambar 7. Pembuatan Akun Marketplace (Mbizmarket)

Dengan adanya pemanfaatan digital marketing dalam usaha maka tentunya akan dapat membantu untuk peningkatan jangkauan pasar yang cukup luas. Setelah serangkaian kegiatan pengabdian dilaksanakan, maka tentunya akan didapatkan sebuah hasil dalam pendampingan diantaranya yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam pemanfaatan teknologi atau digital marketing dalam pemasaran sebuah produk. Dengan adanya akun media sosial tentunya dapat menjadi sebuah strategi untuk peningkatan penjualan produk. Kegiatan pendampingan kepada mitra dilakukan secara bertahap dan konsisten agar mitra betul-betul mampu memahami fitur-fitur dan penggunaan media sosial sebagai salah satu promosi produk sehingga target pasar lebih tepat sasaran dan efisien.

B. Pelatihan Fotografi Produk

Fotografi adalah seni mengambil gambar suatu objek dengan menggunakan alat yang disebut kamera. Pada dasarnya yang diambil dari suatu objek gambar bukanlah objek itu sendiri, melainkan pantulan cahaya yang dihasilkan oleh objek tersebut (Purwanto & Veranita, 2018). Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada dalam alam pikir seseorang yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis (Tanjung, 2016). Memotret sebuah produk pada era saat ini tidaklah harus menggunakan kamera khusus seperti kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*), tetapi juga dapat mengoptimalkan sebuah perangkat kamera yang disematkan dalam telepon selular cerdas (smartphone). Teknologi dalam ponsel cerdas telah mengubah secara drastis norma, budaya serta perilaku individu dan gaya hidup.

Kegiatan pelatihan fotografi produk dimulai dengan memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara mengambil atau teknik foto sebuah produk agar terlihat menarik bagi konsumen. Tampilan sebuah produk yang menarik tentunya dapat membuat daya tarik konsumen untuk membeli sebuah produk yang dipasarkan. Adapun salah satu outputnya yaitu mitra mampu mengoperasikan atau cahaya yang tepat dalam pengambilan foto produk dan mampu menghasilkan foto – foto produk yang menarik yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan promosi dalam penjualan

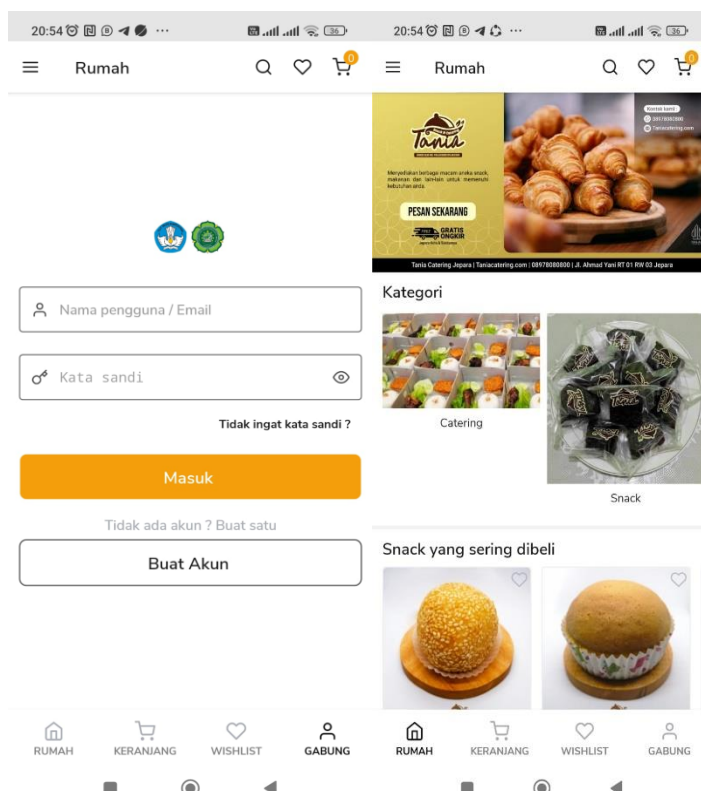
produk baik itu di media sosial maupun di marketplace yang ada.



Gambar 8. Pelatihan Foto Produk Mitra

Dan terakhir penggunaan aplikasi penjualan berbasis android. Dengan semakin terjangkaunya harga smartphone di Indonesia, saat ini trend menggunakan smartphone semakin meningkat dikalangan masyarakat karena keunggulannya sendiri mempunyai fitur-fitur yang lebih membantu dan lebih praktis (Marjito & Tesaria, 2016) sehingga tim membuat aplikasi penjualan berbasis android. Pembuatan aplikasi penjualan ini juga sebagai salah satu media dalam menedekatkan mitra dengan pelangganya. Aplikasi akan memberikan semua informasi tentang produk-produk apa yang dijual dan yang tersedia saat ini sehingga konsumen dapat memesan produk sesuai dengan kebutuhan saat ini.

Aplikasi catering berbasis android menjadi salah satu alternatif pemasaran yang unggul saat ini, karena aplikasi ini bisa diakses siapa saja dan kapanpun (pelanggan, pengurus dan chef catering, dan lain-lain). Melalui satu genggam tangan aplikasi bisa menampilkan semua informasi mengenai seluruh jenis aneka kue basah, kering atau snack, menu makanan lauk disertai gambar dan harga per item (Hasanah et al., 2020). Gambar 9 berikut ini menjelaskan tampilan aplikasi penjualan berbasis android.



Gambar 9. Tampilan Aplikasi Penjualan Berbasis Android

C. Pendampingan Perbaikan Desain Kemasan Produk

Dalam hal pendampingan ini mitra diberikan bekal dan pengetahuan mulai dari pengenalan konsep akan pentingnya sebuah kemasan produk, kreatifitas desain, labeling, PIRT, logo halal (komponen penting pada kemasan), branding/merk pada kemasan dan trend kemasan saat ini (Zen et al., 2017). Dengan pendampingan dan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim mitra mampu mengetahui dan menerapkan desain kemasan yang baru serta dapat merancang kemasan yang baik, inovatif dan menarik sehingga dapat meningkatkan nilai jual terhadap produk mitra. Gambar 10 berikut ini menjelaskan tampilan desain kemasan baru produk mitra.



Gambar 10. Tampilan Desain Kemasan Baru Produk Mitra

KESIMPULAN

Berdasarkan pendampingan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada mitra UMKM Tania Catering dapat disimpulkan bahwa mitra mampu meningkatkan hasil penjualan produk dengan memanfaatkan media promosi baik itu media sosial, marketplace, aplikasi penjualan dsb. Pengetahuan dan pemahaman mitra menjadi meningkat tentang pentingnya sebuah branding kemasan produk agar mampu menarik minat daya beli konsumen.

Saran agar kedepan pendampingan yang serupa dapat dilakukan kepada mitra-mitra UMKM lainnya sehingga tentunya diharapkan dapat meningkatkan perekonomian UMKM dan mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Kelurahan Pengkol Khususnya dan Kabupaten Jepara pada umumnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DRTPM Ditjen DIktiristik yang telah memberikan bantuan pendanaan terhadap program ini sehingga kegiatan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan berjalan dengan baik. Tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada LPPM Unisnu Jepara yang telah mendukung dan mensupport kegiatan ini serta mitra UMKM Tania Catering yang bersedia menjadi mitra dalam program pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, U., Fitrijadi, K. R., Rokhayati, H., & Wulandari, R. A. S. (2020). Optimalisasi Pengelolaan Catering Asy Syifaa MBA Melalui Aplikasi Berbasis Android, Penjaminan Keamanan Dan Kehalalan Masakan, Strategi Clustering Dan Kualitas Untuk Keberlanjutan UMKM. *"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan X"*, 588–595.
- Ikma, I. (2018). Pemanfaatan Media Online Pada Usaha Kue Dan Catering Di Condong Catur Kabupaten Sleman. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian ...*, April, 127–132. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2276>
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Marjito, & Tesaria, G. (2016). Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android (Studi Kasus : Toko Hoax Merch). *Computech & Bisnis*, 10(1), 40–49.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Sari, D., & Syah, M. (2021). *Penggunaan Media Sosial Media Marketing pada Usaha Boneka*

di Desa Karaban Kabupaten Pati.

Suhartini, R., Halim, A., Khambali, I., & Basyid, A. (2005). *Model-Model Pemberdayaan Masyarakat.*

Tanjung, M. R. (2016). FOTOGRAFI PONSEL (Smartphone) SEBAGAI SARANA MEDIA DALAM PERKEMBANGAN MASYARAKAT MODERN. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234. <https://doi.org/10.22303/proporsi.1.2.2016.224-234>

Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 12–15. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.225>