

OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK KULINER MELALUI MEDIA ON LINE DI KELURAHAN JOGLO, JAKARTA BARAT

Abdul Gani ^{1*}, Chaeriel Octaviar ¹

¹ Universitas Mercubuana
Email: Abdul.gani@mercubuana.ac.id ^{1*}

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 16 Mei 2024

Revised : 16 Juni 2024

Accepted : 18 Juni 2024

Key words:

Ekonomi Kreatif, Media Online,
Produk Kuliner,

DOI: 10.62335

ABSTRACT

The Ministry of Industry and Trade is focusing on developing the national food and beverage industry through implementing safety standards and creating product innovation, especially in facing the digital economy era. With this effort, it is hoped that we can expand the market, not only domestically, but also to export destination countries. Culinary or food products are people's daily basic needs so there will always be a demand for food. This results in very potential culinary business opportunities, especially in the Joglo sub-district area which has a culinary industry center. MSMEs in the culinary sector can be started with a small amount of capital. The main problems faced by most home industry centers, especially Betawi market snack cakes, are primarily regarding the quality and standardization of product processing starting from the selection of raw materials and digital-based marketing systems. The solution that will be implemented is to provide practical learning about the processing process from selecting raw materials to the finished product of typical Betawi market snacks and providing learning on digital/online based culinary product marketing models. Target selection of quality raw materials, branding design and standardizing the processing of quality cake products and efficient and effective packaging as well as using online-based marketing channels National Scientific Journal output targets and mass media articles, videos of PkM implementation activities in Joglo Village, West Jakarta and increasing understanding and skills of business owners in the typical Betawi market snack cake industry center

ABSTRAK

Kementerian perindustrian dan perdagangan tengah memfokuskan pengembangan industri makanan dan minuman nasional melalui penerapan standar keamanan dan menciptakan inovasi produk, terutama dalam menghadapi era ekonomi digital. Dengan upaya ini, diharapkan dapat memperluas pasar, tidak hanya domestik, tetapi juga ke negara tujuan ekspor. Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-sehari sehingga akan selalu ada permintaan akan makanan. Hal ini menghasilkan peluang bisnis kuliner yang sangat potensial terutama di wilayah kelurahan Joglo yang memiliki sentra industri kuliner. UMKM di bidang kuliner dapat dimulai dengan modal uang yang kecil. Permasalahan pokok yang

dihadapi oleh sebagian besar sentra industri rumah tangga khususnya kue jajanan pasar khas Betawi adalah terutama tentang mutu dan standarisasi pengolahan produk mulai dari pemilihan bahan baku dan sistem pemasaran berbasis digital. Solusi yang akan dilakukan adalah dengan memberikan pembelajaran secara praktek tentang proses pengolahan mulai pemilihan bahan baku sampai dengan produk jadi jajanan pasar khas betawi dan memberikan pembelajaran model pemasaran produk kuliner berbasis digital/ online. Target seleksi bahan baku berkualitas, disain branding dan melakukan standarisasi proses pengolahan produk kue yang berkualitas dan pengemasan yang esien dan efektif serta menggunakan saluran pemasaran berbasis on line

PENDAHULUAN

Adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan faktor kunci dalam perkembangan perekonomian nasional karena ketika suatu negara memiliki jumlah UMKM yang besar, maka dapat dipastikan negara tersebut memperoleh keuntungan berupa pemerataan dan penunjang ekonomi baik secara makro maupun mikro serta menciptakan lapangan kerja sehingga dapat menekan angka pengangguran. Tetapi pada kenyataannya, sebagian besar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum mampu mengembangkan potensi, peran, serta sumber daya yang dimilikinya secara maksimal. (Jurnal Mirai Manajemen, 2021)

Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari sehingga akan selalu ada permintaan akan makanan. Hal ini menghasilkan peluang bisnis kuliner yang sangat potensial. Selain itu, UMKM di bidang kuliner dapat dimulai dengan modal uang yang kecil, bahkan di bawah Rp1 juta. Walaupun demikian, bukan berarti bahwa memulai UMKM di bidang kuliner hal yang mudah. Para pemula harus mengenal dan menguasai terlebih dahulu pengetahuan, kompetensi, dan sikap yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses, mulai dari menggali ide usaha yang tepat sampai mewujudkan ide usaha tersebut dan mengelolanya dengan baik hingga bisa berkembang dan bertahan.

Salah satu jenis UMKM yang tidak akan hilang sampai kapanpun adalah usaha kuliner. Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI mengatakan bahwa kuliner merupakan salah satu lokomotif kebangkitan industri kreatif Indonesia. Selama pandemi, kuliner tergolong sektor yang berdampak moderat bagi para pelaku kuliner yang memiliki gerai makanan karena pembatasan mobilitas dan upaya mengurangi kerumunan membuat restoran restoran harus ditutup sementara.

Banyaknya kemudahan dan fungsi dalam penggunaan media digital, telah mendorong banyak pengusaha dalam bidang usaha kuliner untuk ikut serta dalam memanfaatkan fasilitas media digital sebagai sarana untuk memperkenalkan produk-produknya. Salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dalam bisnis mereka. Beragam jenis media sosial dan karakteristiknya dapat menjadi alternatif untuk menjalankan bisnis kuliner secara *online*. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran sebuah bisnis pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah digital marketing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. Beberapa hal yang harus menjadi perhatian dalam melakukan kegiatan promosi digital, yaitu mendefinisikan target konsumen dengan jelas, dan penggunaan konten promosi. Konten promosi digital untuk bisnis kuliner yang tepat digunakan pada di media sosial Instagram

adalah konten visual/image dan hashtag. Sedangkan untuk media sosial Facebook adalah konten photo album, teks, dan *fanpage*. (Tresnawatim, 2022)

METODE PELAKSANAAN

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra;
2. Transfer ilmu;
3. Evaluasi (kuesioner).

Kegiatan ini dilakukan secara off line dengan menggunakan berbagai alat peraga *over head projector*, modul pembelajaran dan simulasi contoh.

Tim PkM akan melaksanakan kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan transfer pengetahuan tentang topik yang telah disepakai bersama Tim. Objek kegiatan ini adalah Ibu-Ibu PKK yang telah ditunjuk oleh kelurahan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Permasalahan Mitra

Masalah pokok yang dihadapi oleh mitra saat ini meliputi:

1. Masih terbatasnya pengetahuan dalam memilih bahan baku yang berkualitas,
2. Proses pengolahan makanan belum mengacu pada standar pengolahan produk yang *hyginies*,
3. Diversifikasi produk olahan yang akan dipasarkan tidak dilakukan uji coba,
4. Sistem saluran pemasaran belum menggunakan *market place (online)*, dan
5. Program promosi belum memanfaatkan media *online*.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diperoleh informasi bahwa pelaku usaha masih mengelola usaha makanan masih terbatas dikelola oleh keluarga belum melibatkan tenaga kerja dan diketahui masih kesulitan dalam memasarkan produknya secara luas. Masyarakat belum terbiasa untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi khususnya konsep pemasaran berbasis digital. Berdasarkan kondisi tersebut, dikhawatirkan aspek keberlangsungan dan peningkatan usaha di masa datang akan mengalami banyak hambatan. Sektor usaha keluarga ini menjadi harapan dan solusi untuk meningkatkan ekonomi keluarga dikarenakan dampak adanya PHK pasca Covid 19 yang masih terasa dampaknya.

2. Transfer Ilmu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada awalnya dengan melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha sektor industri rumah tangga terutama yang bergerak di sektor makanan di wilayah Kelurahan Joglo. Berdasarkan observasi diketahui bahwa sebagian pelaku usaha yang masih merintis untuk mengembangkan sektor usaha jajanan pasar yang dinilai tidak membutuhkan modal yang relatif besar. Sebagai lembaga / institusi pendidikan tinggi Universitas Mercu Buana yang terpanggil untuk melaksanakan salah satu wujud dari Tri Dharma Perguruan Tinggi berupaya mewujudkan tanggung jawab memberikan solusi edukasi melalui kegiatan pengabdian masyarakat.

Dengan kegiatan pembelajaran dan pendampingan dalam pengelolaan produk dan pemasaran melalui media *online* terhadap jajanan pasar khas Betawi dan diharapkan para peserta dapat menyerap materi yang disampaikan dengan baik sehingga pembelajaran yang dilakukan menjadi lebih efektif dan efisien.

Pemberian teori dan materi diantaranya adalah dijelaskan mengenai bagaimana cara menciptakan kesinambungan usaha barang bekas yang bernilai produk kreatif dengan memanfaatkan keterampilan produk kerajinan tangan dengan sistem pengelolaan usaha yang mencipkayakan kreativitas dan inovasi dalam membuat sebuah produk.

Materi yang disampaikan kepada peserta antara lain mencakup:

- a. Implementasi sistem pemasaran berbasis digital/ *online*
- b. Sistem pembayaran menggunakan metoda *financial technology*
- c. Penjelasan Sistem Penentuan Harga Pokok Produksi
- d. Strategi pemasan menggunakan media sosial
- e. Praktek/ simulasi proses pengolahan produk jajanan makanan khas Betawi

Daftar Nara Sumber yang memberikan pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Abdul Gani, SE, MM
2. Abdul Rahmat, SE, MM
3. Amzad Samudra, SE, MM
4. Chaeriel Oktviar, SE, MM
5. Dicky Firdaus, SH, MM
6. Hamdan, SE, MM
7. Indra Raharja, SE, MM
8. R, Joko Sugiharo, Ir, MM
9. Rachi Putri Ranadhani, SE, MM
10. Septiani Juniarti, SE, MM

3. Evaluasi

Dari hasil evaluasi pelatihan melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada peserta dapat disimpulkan sebagian besar peserta menyatakan sangat memuaskan, terutama terhadap praktek, materi pelatihan dan program pelatihan proses pengolahan bahan makanan khususnya kue jajanan pasar Betawi. Sedangkan untuk alokasi waktu juga sebagian besar menyatakan efektif.

Sedangkan harapan para peserta agar penyelenggaran pelatihan yang akan datang dapat dialokasikan waktu yang cukup untuk contoh simulasi yang aplikatif dapat ditindaklanjuti dengan proses pendampingan penggunaan barang bekas yang dapat diterapkan denagan memanfaatkan keanejaragaman barang bekas dilingkungan rumah tangga masing-masing.

SIMPULAN

Program pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan Tim PKM melalui secara langsung bertujuan dalam melakukan Strategi Lokasi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan produk jajanan pasar khas Betawi dalam menciptakan Persaingan usaha di Kelurahan Joglo, Jakarta Barat Terutama dalam mendorong usaha UMKM di Indonesia yang tidak lepas dari peranan Universitas Mercu Buana dalam mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan Strategi Lokasi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal studi komunikasi dan media ISSN: 1978-5003 e-ISSN: 2407-6015.

Wijaya. A. 2020. Internet berikan manfaat besar selama pandemi COVID-19.
USAID-ESP (2010) Konsep 3R *Reduce*, atau mengurangi, *Reuse* atau pakai ulang dan *Recycle* atau daur ulang

Wetzler. T. (2020). Pemasaran melalui media sosial bagi brand fashion.

LAMPIRAN



Gambar 1. Foto Bersama tim PkM dengan peserta



Gambar 2. Pemberian cinderamata



Gambar 3. Penyampaian materi