

Pengembangan Pemasaran Mitra UMKM Roti Lapis Khas Pak Joyo Melalui Media Sosial

Sukamta^{1*}, Indardi², Sholeh Harun³, Akmal Iraqiz, Tito Ardhiyanto Perdana³, Mufida Sagitania Husna Ayuistri³, Annisa Maulin³, Istika Amrina Rosyada³, Muhammad Fatah Nafi³

¹ Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

² Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

³ Tim Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email : sukamta@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.45.690

Abstrak

Kota Yogyakarta adalah Ibu Kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas 3250 hektar yang terbagi menjadi 14 kecamatan dan 45 desa/kelurahan. Salah satu desa yang berdekatan dengan Kota Yogyakarta adalah Desa/Kelurahan Banyuraden yang terletak di Kapanewon Gamping. Penduduk Banyuraden berjumlah 15.347 jiwa dengan jumlah penduduk laki laki 7547 dan jumlah penduduk perempuan 7800. Sebagai wilayah yang terletak di pinggiran kota, kebanyakan mata pencaharian penduduk banyuraden adalah petani, buruh tani dan wiraswasta. Salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di desa ini adalah Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo. Permasalahan yang dihadapi UMKM Roti Lapis Khas Jogja pak Joyo adalah manajemen pemasaran yang sedikit terhambat karena tidak adanya fasilitas media sosial atau online shop yang digunakan oleh mitra tersebut, sehingga pemasaran selama pandemi Covid-19 ini menurun. Permasalahan lainnya adalah proses produksi, yaitu kurangnya ketersediaan fasilitas kesehatan bagi karyawannya terlebih lagi protokol yang harus diterapkan selama pandemi Covid-19 ini sehingga mempengaruhi produksi. Untuk itulah dilakukan optimalisasi pemasaran melalui media online. Program ini diawali dengan pelatihan product knowledge dan pengenalan media sosial, dilanjutkan dengan pembuatan akun media sosial, display produk, pemasaran dan transaksi melalui media sosial. Program ini telah mampu meningkatkan kualitas produk UMKM roti lapis tersebut, dan juga meningkatkan manajemen pemasaran, dan branding serta kualitas aspek kesehatan bagi pelaku UMKM dan konsumen terutama selama masa pandemi Covid-19. Hasil pengukuran follower pada akun instagram mengalami peningkatan signifikan selama 3 bulan terakhir sebanyak 200% lebih. Program ini sangat perlu dilanjutkan oleh mitra UMKM Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo dalam jangka beberapa tahun ke depan. Pada era ini masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk mencari informasi, komunikasi, dan media pemasaran karena jangkauannya yang sangat luas.

Kata Kunci: Khas Jogja, Media Sosial, Pemasaran Digital, Roti Lapis Pak Joyo

Pendahuluan

Kota Yogyakarta adalah Ibu Kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas 3250 hektar yang terbagi menjadi 14 kecamatan dan 45 desa/kelurahan. Salah satu di antaranya adalah Desa/Kelurahan Banyuraden yang terletak di Kecamatan Gamping, Kota Yogyakarta. Secara geografis memiliki luas 400 hektar dan sebelah utara berbatasan dengan Desa Nogotirta. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Ngestiharjo, sebelah barat berbatasan dengan Desa Ambarketawang dan ring road barat, serta sebelah timur berbatasan dengan Desa Ngestiharjo.

Berdasarkan laporan infografis Kelurahan Banyuraden, penduduk Banyuraden berjumlah 15.347 jiwa dengan jumlah penduduk laki laki 7547 dan jumlah penduduk perempuan 7800. Sebagai wilayah yang terletak di pinggiran kota, kebanyakan mata pencaharian penduduk Banyuraden adalah petani, buruh tani, dan wiraswasta. Dikarenakan wilayah banyuraden yang termasuk wilayah yang kurang strategis sehingga perlu adanya inovasi untuk mengembangkan UMKM. Situasi mitra diperlihatkan pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Toko UMKM Mitra



Gambar 2. Tempat Produksi UMKM Mitra

Potensi wiraswasta di Banyuraden ini dibuktikan dengan banyaknya UMKM di wilayah ini. Namun akibat pandemi Covid-19 yang terjadi menyebabkan produktivitas UMKM menjadi menurun. Sementara itu naiknya harga terigu di pasaran dunia mengakibatkan harga sagu dalam negeri juga meningkat. Selama ini bahan baku sagu dijadikan sebagai bahan baku pembuatan sohun. Tepung terigu yang digunakan dalam pembuatan roti manis adalah tepung yang mempunyai kualitas baik, karena tepung terigu mampu menyerap air dalam jumlah besar, dapat mencapai konsistensi adonan yang tepat, memiliki elastisitas yang baik untuk menghasilkan roti manis dengan tekstur lembut, volume besar serta mengandung protein paling tinggi yaitu berkisar antara 8%-14%(Makmur, n.d.).

Pengabdian kepada masyarakat pada pendampingan pembentukan vocational skill siswa dalam pemasaran roti melalui praktik kerja industri di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Tujuan utama pengabdian ini untuk membentuk keterampilan siswa dalam proses pemasaran roti. Penelitian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR). Hasil penelitian menjelaskan bahwa aktivitas siswa dalam pemasaran roti dimulai dari cara memasak roti yang benar

(Agama Islam Tribakti Lirboyo Kediri & Artikel, n.d.). Di sisi lain, dilaporkan bahwa magang di perusahaan Roti Milano Surakarta tentang pengendalian mutu proses produksi roti pisang telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan (Wibowo, 2009).

Persediaan merupakan faktor penting dalam proses produksi untuk memperhitungkan persediaan bahan baku yang optimal dengan menyeimbangkan jumlah kebutuhan bahan baku agar persediaan bahan baku tidak terlalu besar (*over stock*) ataupun terlalu kecil (*out of stock*) (Budi Yanti et al., 2017). Terkait dengan penelitian sebelumnya, untuk merancang ulang mesin penakar tepung otomatis yang sesuai dengan kebutuhan *customer* telah dilakukan menggunakan metode *reverse engineering*. Metode *reverse engineering* (rekayasa balik) banyak digunakan dalam pengembangan mesin baru (Syah & Budijono, n.d.). Telah dilakukan penelitian tentang analisis penentuan harga produk roti dengan metode *activity based costing*, Studi Kasus di UD. Roti Istana Yogyakarta (Fauzi, 2016). Selain itu penelitian lain yaitu proses produksi roti lapis legit gulung di perusahaan Roti Milano Jl. Ahmad Yani 1 No 1 Kerten, Surakarta telah diteliti (Muttaqin, 2009).

Berdasarkan observasi yang dilakukan permasalahan yang dihadapi salah satu UMKM daerah Banyuwangi yaitu Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo adalah manajemen pemasaran yang sedikit terhambat karena tidak adanya fasilitas media sosial atau *online shop* yang digunakan oleh mitra tersebut, sehingga pemasaran selama pandemi Covid-19 ini menurun. Selain dihadapi UMKM yaitu masih kurangnya pengenalan kepada masyarakat terkait produk yang dipasarkan. Permasalahan lainnya adalah produksi, apalagi kurangnya ketersediaan fasilitas kesehatan bagi karyawannya terlebih lagi protokol yang harus diterapkan selama pandemi Covid-19 ini sehingga mempengaruhi produksi.

Berdasarkan pemaparan permasalahan yang dihadapi UMKM Roti Lapis tersebut, maka Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertemakan pengembangan pemasaran mitra UMKM. Setiap program yang kami rencanakan akan mampu meningkatkan kualitas produk UMKM Roti Lapis tersebut, dan juga meningkatkan manajemen pemasaran, dan *branding* serta kualitas aspek kesehatan bagi pelaku UMKM dan konsumen terutama selama masa pandemi Covid-19. Untuk itu maka akan dilakukan beberapa solusi yaitu: penetapan sasaran, melakukan identifikasi dan observasi terhadap potensi dan kendala yang ada pada UMKM Roti Lapis Pak Joyo, penyusunan desain program dan kegiatan perbaikan manajemen pemasaran. Pelaksanaan Program perbaikan manajemen pemasaran sebagai berikut:

1. Pemasaran

Tim pengabdian membantu meningkatkan daya jual UMKM Roti Lapis Pak Joyo dikarenakan sejak adanya pandemi Covid-19 ini daya jual UMKM roti lapis menurun. Tim pengabdian dalam membantu pemasaran UMKM Pak Joyo ini melalui sistem *online* maupun *offline* berupa pembuatan video promosi, dan segmentasi pasar, gunanya agar tim pengabdian dapat mengetahui pembeli lebih berminat *online* atau *offline* untuk melakukan pembelian sebuah produk. Sehingga nantinya akan lebih mudah untuk UMKM Roti Lapis Pak Joyo dalam meningkatkan pemasaran kedepannya.

2. Pendampingan

Untuk memastikan bahwa program-program pemasaran dapat berkelanjutan, tim pengabdian juga melakukan kegiatan pendampingan dengan monitor dan evaluasi secara rutin. Dalam proses pendampingan ini, tim pengabdian juga memberikan solusi-solusi atas hambatan

yang dihadapi oleh UMKM melalui komunikasi yang intens. Pendampingan ini dilakukan agar program dapat terlaksana dengan baik yang merupakan penerapan hasil pelatihan yang dilakukan. Serta tim pengabdian membantu dalam pencegahan penularan Covid-19 pada karyawan UMKM Roti Lapis Pak Joyo. Pendampingan manajemen mulai dari manajemen bahan baku, manajemen proses produksi, manajemen *packing* dan pergudangan, manajemen pengiriman, manajemen penjaminan mutu produk, dan manajemen pemasaran.

3. Pengukuran keberhasilan implementasi program

Hal ini penting untuk mengetahui seberapa berhasil program dan kegiatan yang telah dilakukan, apakah sesuai dengan rencana atau tidak, apa saja kendala yang dihadapi dan apa rencana tindak lanjutnya.

Metode Pelaksanaan

UMKM Roti Lapis pak Joyo bergerak di bidang ekonomi produktif, oleh karena itu maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan pada 2 (dua) bidang permasalahan yang berbeda yang ditangani pada satu mitra, yaitu:

1. Permasalahan produksi
2. Permasalahan manajemen pemasaran. Untuk itu perlu dilakukan metode pelaksanaan sebagai berikut:
 - a. Penyuluhan kepada UMKM Roti Lapis Pak Joyo agar bertambah wawasannya dan kemudian mau mengadopsi ide perbaikan ini.
 - b. Pelatihan manajemen pemasaran di era digital.
 - c. Pendampingan proses produksi.
 - d. Pendampingan manajemen pemasaran.
 - e. Pengukuran keberhasilan implementasi program.
 - f. Hal ini penting untuk mengetahui seberapa berhasil program dan kegiatan yang telah dilakukan, apakah sesuai dengan rencana atau tidak, apa saja kendala yang dihadapi dan apa rencana tindak lanjutnya.
 - g. Monitoring dan evaluasi.

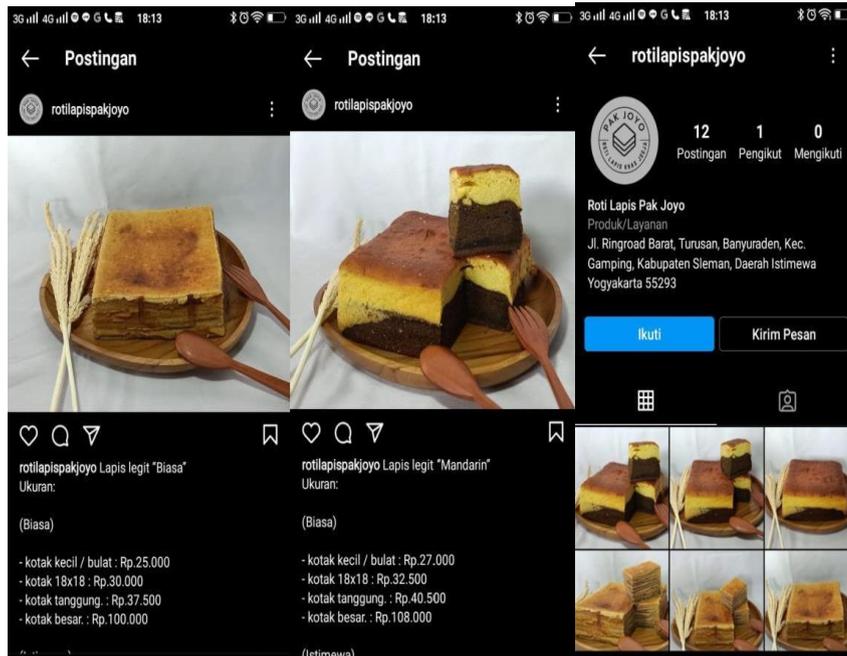
Hasil dan Pembahasan

Pengoptimalan pemasaran melalui media *online*. Program ini merupakan program penting yang wajib dijalankan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 sesuai dengan tema yang dipilih yaitu pengembangan pemasaran mitra UMKM. Dari tema tersebut, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 IT 235 memutuskan untuk merumuskan program berupa pengoptimalan pemasaran melalui media *online*. Pelaksanaan program tersebut sebelumnya diawali dengan program bantu yaitu pelatihan *product knowledge* dan pelatihan pengenalan media sosial. Pengoptimalan media sosial ini dilakukan pada aplikasi, antara lain:

1. Instagram

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 IT 129 mendampingi mitra dalam pembuatan akun instagram, mengatur bio instagram dan *feed* dalam pemosting gambar agar tampak lebih menarik, kemudian setelah akun telah selesai dibuat Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 juga mendampingi dalam pembuatan deskripsi iklan yang

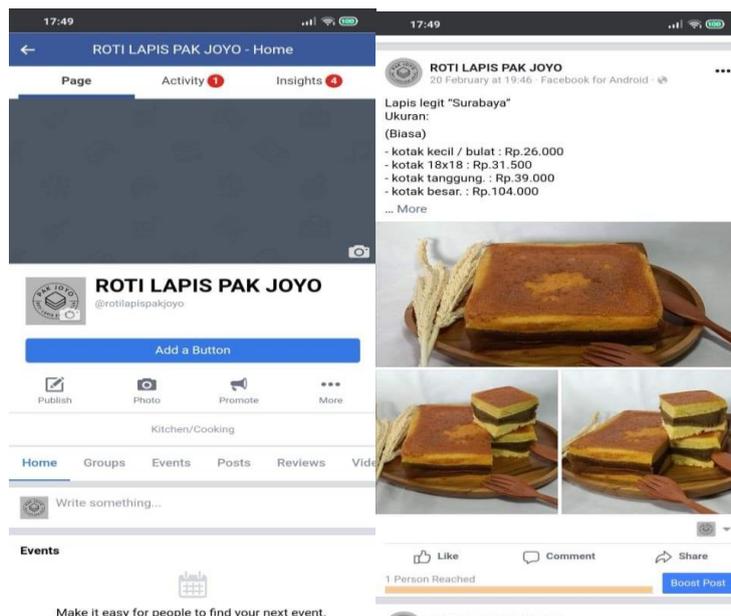
digunakan sebagai *caption* pada foto produk yang diunggah (gambar 2).



Gambar 2. Akun Instagram

2. Facebook

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 IT 235 melakukan pendampingan dalam pembuatan akun facebook dengan mengatur bio facebook dan pemostingan gambar agar tampak lebih menarik, kemudian setelah akun telah selesai dibuat Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 jugamendampingi dalam pembuatan deskripsi iklan yang digunakan sebagai *caption* pada foto produk yang di posting (gambar 3).



Gambar 3. Akun Facebook

3. Melakukan legalitas pada UMKM

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan Tim KKN IT 235 IT 235 melakukan pembuatan legalitas dengan mengakses website sso.go.id dengan menginput modal dan pendapatan dari UMKM tersebut, sehingga terdaftar di sistem UMKM pemerintah daerah, seperti dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Foto Koordinasi dan Penyerahan *Handsanitizer* di Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo

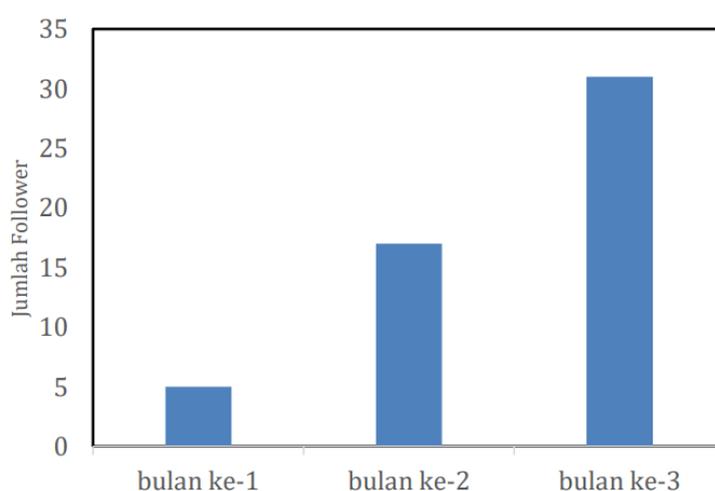


Gambar 5. Foto Pelaksanaan Program Kerja di Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo



Gambar 6. Pemberian Kenang-Kenangan pada Mitra UMKM Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo

Sementara itu, teknologi di dunia digital dan internet telah sangat berkontribusi pada perubahan dalam kegiatan pemasaran, yang sebelumnya merupakan strategi konvensional (*offline*) tetapi sekarang telah berubah menjadi digital (*online*). Pemasaran digital memudahkan bisnis mereka dalam proses pemasaran untuk produk yang mereka jual. Hasil dari penelitian sebelumnya (Pramawati et al., 2020) menunjukkan minat UKM menggunakan pemasaran digital dalam pemasaran produk UKM meningkat; Kesadaran merek yang dihasilkan dengan menggunakan pemasaran digital mempengaruhi keuntungan; Pemisahan akun toko *online* dengan akun pribadi mereka, hal ini dilakukan agar dalam manajemen media sosial dapat secara aktif fokus untuk mempromosikan UKM. Senada dengan hal tersebut, Hasil dari kegiatan pengabdian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konsep wisata budaya perlu diangkat secara berkesinambungan, dengan melibatkan pemuda desa yang memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap teknologi informasi sehingga menjadi modal dalam mempromosikan desanya sebagai desa wisata (Pramawati et al., 2020).



Gambar 7. Jumlah *Follower* Instagram
(<https://www.instagram.com/pakjoyoroti/>)

Hasil pengukuran *follower* pada akun instagram mengalami peningkatan signifikan, dari sebelumnya tidak memiliki *follower*, kemudian mempunyai 5 *follower* di awal bulan ke-1, kemudian naik menjadi 17 *follower* di bulan ke-2, dan 31 *follower* di bulan ke-3. Memang jika ditinjau dari persentase peningkatan jumlah *follower* sudah sangat bagus, namun jika dilihat berdasarkan jumlah *follower* maka masih sangat kurang (gambar 7). Hal inilah yang terus harus ditingkatkan dari bulan ke bulan oleh pengelola akun ini, yang tidak lain pemilik UMKM itu sendiri.

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertemakan pengembangan pemasaran mitra UMKM. Program ini telah mampu meningkatkan kualitas produk UMKM roti lapis tersebut, dan juga meningkatkan manajemen pemasaran, dan *branding* serta kualitas aspek kesehatan bagi pelaku UMKM dan konsumen terutama selama masa pandemi Covid-19. Hasil pengukuran *follower* pada akun Instagram mengalami peningkatan signifikan. Program ini sangat perlu dilanjutkan oleh mitra

UMKM Roti Lapis Khas Jogja Pak Juni dan Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo dalam jangka beberapa tahun ke depan. Pada era ini masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk mencari informasi, komunikasi, dan media pemasaran karena jangkauannya yang sangat luas

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih Kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas pendanaan kegiatan Pengabdian KKN-PPM 2021, dan UMKM Roti Lapis Khas Jogja Pak Joyo atas kesediaannya menjadi mitra pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Agama Islam Tribakti Lirboyo Kediri, I., & Artikel, R. (n.d.). PEMBENTUKAN VOCATIONAL SKILL MELALUI PRAKTEK KERJA INDUSTRI (PRAKERIN) DI SENTRA PRODUKSI ROTI SISWA MADRASAH ALIYAH AL KHIDMAH NGRONGGOT KAB. NGANJUK
INFO ARTIKEL ABSTRAK. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(3), 275-284. Retrieved January 30, 2021, from <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/1382>
- Budi Yanti, L., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Pringsewu Jl Makam Gholib no, S. K., & Lampung, P. (2017). PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN METODE ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ) PADA PRODUKSI KUE LAPIS LEGIT KOTA INDAH *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 08, 1-15. <https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/JIEM/article/view/1240>
- FAUZI, A. (2016). ANALISIS PENENTUAN HARGA PRODUK ROTI DENGAN METODE ACTIVITY BASED COSTING (Studi kasus di UD. Roti Istana, Yogyakarta). <http://eprints.upnyk.ac.id/4766/>
- Makmur, S. A. (n.d.). Penambahan Tepung Sagu dan Tepung Terigu pada Pembuatan Roti Manis. In *jurnal.unigo.ac.id*. Retrieved January 30, 2021, from <http://www.jurnal.unigo.ac.id/index.php/gatj/article/view/161>
- Muttaqiin, A. (2009). *Proses produksi roti lapis legit gulung (di perusahaan roti milano Jl. Ahmad Yani 1 No 1 Kerten, Surakarta)*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/10046/Proses-produksi-roti-lapis-legit-gulung-di-perusahaan-roti-milano-Jl-Ahmad-Yani-1-No-1-Kerten-Surakarta>
- Nurbaya, N., Chandra, W., & Ansar, A. (2020). Perubahan Sistem Pelayanan Makanan pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi COVID-19 dan Era Kebiasaan Baru di Kota Makassar. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 6(Khusus), 61-68. <https://doi.org/10.33490/JKM.V6IKHUSUS.335>
- Peningkatan Efisiensi Kerja Proses Pembuatan Jajan Pasar Basah pada UMKM Makanan Tradisional di Padangsari, Semarang | (Universitas Diponegoro Semarang) | Jurnal DIANMAS*. (n.d.). Retrieved August 15, 2021, from <http://www.jurnaldianmas.org/index.php/Dianmas/article/view/9>
- Pramawati, I. D. . T., Putri, K. M. D., & Mulyawan, A. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung dalam Meningkatkan Profit. *Jurnal Pendidikan*

- Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263–275. <https://doi.org/10.23887/JJPE.V12I2.29305>
- Roti, A. (n.d.). resipi roti. *Bestmenshealthproducts.Com*. Retrieved January 30, 2021, from <http://bestmenshealthproducts.com/bread/Malay/>
- Syah, S. S., & Budijono, A. P. (n.d.). PERANCANGAN MESIN PENAKAR TEPUNG OTOMATIS BERBASIS REVERSE ENGINEERING DAN KEBUTUHAN CUSTOMER. In *jurnalmahasiswa.unesa.ac.id*. Retrieved January 30, 2021, from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jtm-unesa/article/view/29651>
- Wibowo, D. (2009). *Pengendalian mutu proses produksi roti pisang di perusahaan roti Milano Surakarta*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/16615/Pengendalian-mutu-proses-produksi-roti-pisang-di-perusahaan-roti-Milano-Surakarta>