

# Pemberdayaan Digital Marketing Pada UMKM Roti di Desa Margodadi

Bernadhita H. S. Utami <sup>1)\*</sup>, Ponidi <sup>2)</sup>, Novi A. K. Dewi <sup>3)</sup>, Wulandari <sup>4)</sup>, Wahyu Setiawan <sup>5)</sup>

<sup>1)2)3)4)5)</sup>STMIK Pringsewu

Jl. Wisma Rini No. 09, Pringsewu, Bandar Lampung

<sup>1)</sup>indri1245@gmail.com

Jejak artikel:

Unggah artikel 16 November 2021;  
Perbaikan 17 November 2021;  
Diterima 18 November 2021;  
Tersedia online 30 November 2021

Kata kunci:

Desa Margodadi  
Media sosial  
Usaha Mikro Kecil Menengah

**Abstrak**

Suatu negara yang memiliki potensi usaha sangat berpengaruh sebagai penggerak maupun penopang bagi perekonomian suatu negara yang salah satunya yaitu usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan yang dijalankan dengan skala kecil bukan dari perusahaan maupun yang memiliki pemasukan kurang dari 300. UMKM ini sangat penting bagi negara yang bersangkutan dan lebih dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengatasi permasalahan yang terjadi seperti mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Dalam suatu usaha peranan teknologi dalam hal ini menjadi solusi yang sangat di butuhkan dalam hal pemasaran maupun mencari informasi sebagai inovasi bagi pengusaha home industry tersebut. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang meningkat saat ini didesa Margodadi Kabupaten Pringsewu Lampung adalah usaha makanan seperti usaha roti (*home industry*) milik bapak Dedi Sumantri pengusaha *home industry* yang memanfaatkan peranan teknologi seperti media sosial diantaranya yaitu media sosial facebook, whatsapp, instagram maupun media sosial lainnya dapat menghubungkan banyak orang dengan sangat mudah sehingga media social menjadi alat yang sangat *trend* dalam melakukan penjualan pemasaran yang bertujuan untuk mencapai apa yang diinginkan yang menjadi konsep pemasaran mulai dari pemenuhan produk, penerapan harga, pengiriman barang dan mempromosikan suatu barang yang dijual atau dipasarkan. Tujuan dan manfaat yaitu menciptakan kemandirian serta dapat meningkatkan pendapatan usaha bagi pengusaha roti serta perekonomian keluarga, mengurangi pengangguran dan membantu masyarakat..

## I. PENDAHULUAN

Potensi yang dimiliki oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai pengaruh bagi negara berkembang maupun negara maju. Suatu negara yang mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dapat mengetahui bagaimana peranan ini sangat berpengaruh sebagai penggerak maupun penopang bagi perekonomian suatu negara. Oleh karena itu UMKM ini sangat penting bagi negara yang bersangkutan dan lebih dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengatasi permasalahan yang terjadi seperti mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Peranan teknologi dalam hal ini menjadi solusi yang sangat dibutuhkan dalam hal pemasaran maupun mencari informasi sebagai inovasi bagi pengusaha *home industry* [1]. Pengaruh ini dapat memberikan kemudahan bagi pengusaha kecil yang dimana internet tidak sulit untuk diakses oleh masyarakat Indonesia dan berpengaruh lebih teknologi informasi saat ini yang mempunyai dampak positif bagi pengusaha rumahan atau *home industry*. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah jenis kegiatan yang dijalankan dengan skala kecil bukan dari perusahaan maupun yang memiliki pemasukan kurang dari 300 [2]. Menurut keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

UMKM yang meningkat saat ini didesa Margodadi Kabupaten Pringsewu Lampung adalah usaha makanan seperti usaha roti (*home industry*) milik bapak Dedi Sumantri yang berdiri sejak tahun 2015 hingga saat ini yang memiliki pekerja di bawah 20 orang pekerja [3]. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan adalah media social diantaranya yaitu media sosial facebook, whatsapp, instgram maupun media social lainnya dapat menghubungkan

\* Corresponding author

banyak orang dengan sangat mudah sehingga media sosial menjadi alat yang sangat *trend* dalam melakukan penjualan yang ada disalah satu media social ini membuat manusia tidak lagi memperlakukan batas jarak maupun ruang dan waktu[4]. Oleh karena itu pelaku pengusaha harus membenahi strategi pemasaran agar dapat bersaing di era perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat dan luas jangkauannya sehingga pengusaha *home industry* dapat meningkatkan potensi penjualannya. Pemasaran adalah proses suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai sasaran yang di tuju oleh produsen. Proses dalam pemenuhan kebutuhan inilah yang menjadi konsep pemasaran mulai dari pemenuhan produk, penerapan harga, pengiriman barang dan mempromosikan suatu barang yang dijual atau dipasarkan. Menurut Tjiptono pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya[5].

Tujuan dilaksanakan penelitian ini guna untuk membantu para produsen untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi dari segi produksi maupun pemasaran sehingga akan menciptakan kemandirian serta dapat meningkatkan pendapatan usaha bagi pengusaha roti serta perekonomian keluarga dimasa saat ini, memperkenalkan roti yang dibuat dari usaha milik sendiri, peluang untuk seseorang supaya bisa lebih berkreasi dan memiliki motivasi untuk usaha dirumah dengan lebih maju lagi.Sedangkan manfaat dari usaha ini yaitu meningkatkan pendapatan, membantu mengurangi penggguran dan membantu masyarakat untuk memiliki sebuah inovasi tentang roti tersebut.

### **Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang tinggi dalam mengembangkan kemampuan masyarakat, serta dapat mempercepat laju pertumbuhan pembangunan nasional. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pelaksanaan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya secara langsung kepada masyarakat.

### **Pemasaran (Marketing)**

Pemasaran atau *Marketing* adalah suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai suatu sasaran bagi pengusaha pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman barang kepada konsumen dalam melakukan promosi mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang mereka pasarkan, hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk, riset, distribusi, dan layanan punajual.

### **Media Sosial**

Media sosial merupakan media digital sebagai tempat terjadinya realitas sosial pada ruang waktu tak terbatas bagi para penggunanya untuk saling berinteraksi. Ada beberapa pakar psikologi dalam komunikasi antar manusia media yang paling dominan adalah panca indra manusia seperti mata dan telinga lalu pesan-pesan yang di terima oleh panca indra manusia kemudian akan dicerna oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan media sosial yang sering digunakan produsen untuk memasarkan produknya seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp[6].

Facebook merupakan salah satu fenomena besar yang mempengaruhi kehidupan dunia terutama dalam bidang sosial. Dengan Facebook orang lebih mudah menjalin hubungan dan berinteraksi satu sama lain tanpa batasan waktu dan tempat melalui situs *web* ini kita dapat mencari teman atau kerabat yang mungkin tidak pernah bertemu kita dapat mencari teman berdasarkan nama, asal sekolah, dan tempat tinggal, tidak hanya itu facebook juga dapat membuat status dalam berbagai hal serta setatus tersebut dapat di komentari oleh pengguna facebook lainnya.

Instagram adalah aplikasi yang berfungsi untuk membagikan foto maupun video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook sehingga teman yang ada di facebook dapat mengikuti kita kedalam akun sosial instagram yang makin populernya instagram sendiri bisa sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto,video, bahkan mendapatkan berita yang viral dan lebih dari itu bahkan mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranah bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram.

Whatsapp merupakan aplikasi berbasis pesan untuk smartpone dengan basic mirip *Blackberry Messenger*. Whatsapp massanger merupakan aplikasi pesan lintas yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya pulsa seperti sms, dari whatsapp sendiri untuk saat ini lebih banyak digunakan karena mempermudah untuk komunikasi seperti contohnya memiliki kelebihan bisa *chating*, *videocall* atau update status, maka dari itu whatsapp saat ini menggunakan paket data internet yang khusus yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain. Jika dibandingkan dengan aplikasi obrolan online yang lain, whatsapp tetap menjadi aplikasi chatting yang banyak digunakan dan digemari dikalangan remaja saat ini[7].

## Pekon Margodadi

Pekon Margodadi adalah desa yang terletak di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Pekon margodadi memiliki jumlah penduduk sekitar 5493 penduduk. Pekon margodadi terbagi menjadi 4 dusun yaitu, Sumberdadi, Margorejo, Margodadi, dan Bulurejo.

## II. METODE

Metode yang digunakan dalam suatu pelaksanaan kegiatan usaha kecil ini dengan suatu cara kunjungan ketempat perusahaan roti tersebut dan dilakukan dengan cara seperti adanya pendampingan serta praktek yang disarankan atau diberikan langsung oleh seseorang yang bertanggung jawab dibidangnya. Di suatu bidang usaha roti ini terdiri dari kurang 20 orang anggota pekerja, usaha ini bergerak di bidang usaha pembuatan roti tawar untuk meningkatkan pendapatan keluarga, bukan hanya roti tawar saja ada juga varian rasa lainnya yaitu seperti:

1. roti isian pisang
2. roti coklat
3. roti rasa coklat keju
4. roti isi coklat
5. roti isi kelapa dan masih banyak lainnya.

Harga yang dijual untuk konsumen yaitu dipasarkan dengan harga berkisaran Rp. 2.000,- perbuah. Untuk pemasaran roti tersebut biasanya diambil langsung oleh *sales* atau biasa disebut *driver*, penjualan roti tersebut diperjual belikan dari rumah ke rumah atau *door to door*.



Gambar 1. Proses pemasaran

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan atau survei lokasi ke home indutry roti tawar milik bapak Dedi Sumantri dilaksanakan pada 5 Agustus 2021 didesa Margodadi Kabupaten Pringsewu Lampung, usaha roti tawar tersebut dilakukan atau dikerjakan dalam pebutannya yaitu setiap hari kecuali hari libur, tahap pertama dalam proses pembuatan roti yaitu mempersiapkan alat dan bahan dan tahap kedua proses pembuatan dan pengemasan roti dan yang terakhir evaluasi dari segi roti jika ada roti yang kurang bagus maka akan menurunkan harga jual dan mengurangi minat pembeli. Dalam roti tawar yang di milik bapak dedi memiliki beberapa varian rasa di antaranya terdapat rasa coklat, keju, nanas.



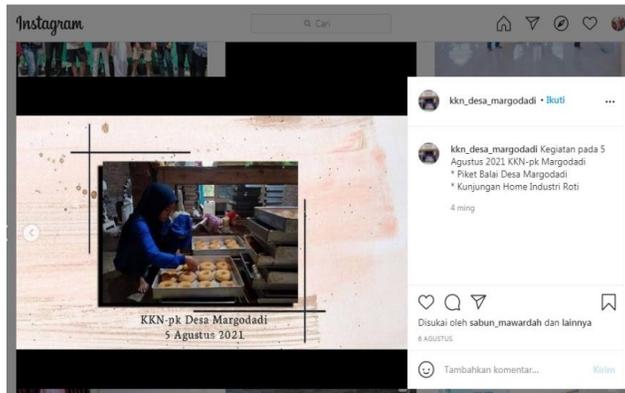
Gambar 2. Varian Rasa Roti

Pembuatan roti milik bapak Dedi Sumantri sendiri memiliki beberapa tahapan yaitu pencampuran, peragian, pembentukan, dan pemanggangan. Proses pembuatan roti terdapat beberapa bahan-bahan yang digunakan terdapat bahan utama bahan perasa dan bahan tambahan lalu dilanjutkan dari bahan utamanya terdiri dari tepung terigu, ragi dan air, bahan selanjutnya adalah bahan perasa yang terdiri dari susu, gula, garam, lemak, dan telur kemudian dilanjutkan gula dan garam masing-masing memberikan rasa manis dan asin pada adonan. Gula juga dapat berfungsi sebagai substrat ragi sementara, garam berfungsi untuk mengontrol laju fermentasi yang dilakukan oleh ragi tersebut lalu bahan selanjutnya adalah bahan tambahan seperti *bread improver*, emulsifier dan pengawet untuk memperbaiki mutu adonan serta pengawet untuk mikroba kontaminan[5]. Dalam usaha roti bapak Dedi Sumantri bahkan banyak membuat berbagai macam atau jenis roti diantaranya seperti roti isi, donat, roti tawar, roti pisang, roti sosis. Berdasarkan jenis-jenis adonannya roti bapak Dedi Sumantri ini dibagi menjadi tiga jenis yaitu roti manis, roti tawar dan *soft rolls*.



Gambar 3. Proses Pembuatan Roti Tawar

Tahap selanjutnya adalah tahap pemasaran yang mana pada tahap ini pemasaran dilakukan melalui *door to door* atau pintu ke pintu atau bisa melalui media sosial diantaranya yaitu media sosial facebook, whatsapp, instagram maupun media sosial lainnya untuk penjualan roti milik bapak Dedi Sumantri. Dalam pemasaran melalui media sosial tersebut bisa diproses pemasarannya menjadi lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan manual karena di jaman sekarang lebih banyak yang menggunakan media sosial sehingga jangkauan penjualan yang sangat luas terhadap masyarakat dimanapun berada dan bisa langsung pesan secara *online* atau ke *home industry* roti tawar tersebut.



Gambar 4. Menunjukkan Proses Penjualan Melalui Media Sosial

#### IV. KESIMPULAN

Dari kegiatan yang dilakukan di masyarakat selama beberapa hari dapat disimpulkan bahwa dengan pemasaran penggunaan media sosial, sebagai sarana media promosi yang memiliki jangkauan luas dalam pemasaran sehingga secara otomatis menambah sasaran konsumen yang akan berpengaruh pada omset penjualan. Setelah melakukan pendampingan para pelaku *home industry* dapat melakukan inovasi-inovasi baru promosi produk yang dapat dilakukan di media sosial Facebook, Instagram maupun media sosial lainnya yang disesuaikan dengan fitur yang disediakan pada masing-masing media sosial sehingga dapat menarik perhatian konsumen tanpa mengubah identitas awal usaha mereka.

Kelompok usaha *home industry* dapat memahami media sosial dan bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan yang mana media sosial banyak digandrungi semua kalangan sebagai media sarana promosi yang tepat yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat tanpa batasan jarak, usia serta ruang dan waktu.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Heri Dedi Sumantri selaku pemilik UKM Roti, serta aparat Pekon Margodadi dan STMIK Pringsewu yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini.

#### REFERENCES

- [1] Y. Abdiputra, "Strategi Pengembangan Usaha Bidang Bakery," in *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*, 2020, vol. 1.
- [2] I. Irfandi, T. Hidayat, and R. Salman, "Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kuliner Roti di Kabupaten Simalungun," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 24, no. 2, pp. 661–670, 2018.
- [3] K. Kartiwan, Z. Hidayah, and B. Badewi, "Metoda Pembuatan Adonan untuk Meningkatkan Mutu Roti Manis Berbasis Tepung Komposit yang Difortifikasi Rumput Laut," *Partner*, vol. 15, no. 1, pp. 39–47, 2015.
- [4] K. M. Sitepu, "Penentuan Konsentrasi Ragi Pada Pembuatan Roti (Determining of Yeast Concentration on Bread Making)," *J. Penelit. dan Pengemb. Agrokompleks*, pp. 71–77, 2019.
- [5] Fandy Tjiptono, "Kualitas Pelayanan: Dimensi dan Cara Mengukurnya," *CiputraUceo.com*, 2016. .
- [6] D. A. Pusuma, Y. Praptiningsih, and M. Choiron, "Karakteristik roti tawar kaya serat yang disubstitusi menggunakan tepung ampas kelapa," *J. Agroteknologi*, vol. 12, no. 01, pp. 29–42, 2018.
- [7] B. S. Suryatna, "Peningkatan kelembutan tekstur roti melalui fortifikasi rumput laut *Euchema Cottoni*," *TEKNOBUGA J. Teknol. Busana dan Boga*, vol. 2, no. 2, 2015.