

PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING DAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING UMKM ROTI BOLU DESA SIDOMUKTI MAGETAN

Diyah Santi Hariyani¹ dan Dwi Kuncoro²

^{1,2}Program Studi Manajemen, FEB, Universitas PGRI Madiun

E-mail: ¹diyah.santi@unipma.ac.id, ²dwikuncoro@gmail.com

Abstract: *SME that we chose was a traditional roti bolu "Sedap Rasa" located in Papringan, Sidomukti, Plaosan-Magetan. Roti bolu "Sedap Rasa" has a great potential to develop because the packaging used and the marketing method are still simple. The solution carried out by innovation in product packaging by replacing packaging that was previously only simple plastic added with a plastik sticker jars, to make products look more attractive and unique and make it easier to open or close again and gave an interesting label, "Rotebu" which stands for Round Egg Bread so that the product is more easily known and remembered by consumers. Plastic jars are also given an identity sticker to provide information to consumers about the product. The previous marketing strategy was only through ordering, it was entrusted to be taken by agents, along with technological developments innovations could be made with the sale of social media digital marketing such as Instagram, Facebook and Whatsapp so that the range of promotions, bookings, and marketing areas could be wider.*

Keywords: *Digital Marketing, Innovation*

Abstrak: *UMKM yang kami pilih adalah usaha pembuatan roti bolu tradisional "Sedap Rasa" yang berada di Dusun Papringan, Desa Sidomukti, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan. Roti bolu "Sedap Rasa" memiliki potensi yang besar untuk berkembang karena packaging yang digunakan dan metode pemasarannya masih sederhana. Solusi yang dilakukan inovasi dalam packaging produk dengan mengganti kemasan yang sebelumnya hanya plastik sederhana di tambahkan toples plastik yang berstiker, alasan penggunaan toples plastik adalah untuk membuat produk terlihat lebih menarik dan unik serta mempermudah dalam membuka ataupun menutup kembali serta memberi label yang menarik yaitu "Rotebu" yang merupakan singkatan dari Roti Telur Bulat agar produk tersebut lebih mudah di kenal dan diingat oleh konsumen. Toples plastik juga diberi identitas stiker untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk.*

Strategi pemasaran sebelumnya hanya melalui pemesanan, dititipkan diambil agen, seiring dengan perkembangan teknologi bisa dilakukan inovasi dengan penjualan digital marketing media sosial seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp agar jangkauan promosi, pemesanan, dan area pemasaran bisa lebih luas.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Inovasi*

PENDAHULUAN

Roti bolu yang berbentuk oval seperti telur merupakan jajan khas daerah kabupaten Magetan Jawa Timur. Apabila berkunjung ke Magetan kurang lengkap jika tidak mencicipi roti bolu ini. Terkenal dengan istilah roti endog yang merupakan bahasa Jawa dari telur, merujuk bentuk kue bolu yang bentuknya oval. Kue khas ini terbuat dari tepung terigu dan telur akan tersedia hampir di setiap toko jajan atau oleh-oleh khas Magetan yang berjajar di sepanjang jalan menuju destinasi wisata Telaga Sarangan. Beberapa Desa di Kecamatan Plaosan menjadi sentra penghasil kue bolu telur yang akan memasok ke kota lainnya sekitar Magetan seperti daerah Madiun, Ngawi, Karang Anyar, Ponorogo dan kota lainnya.

Mayoritas penghasil kue bolu telur ini merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh masyarakat. Salah satunya adalah UMKM roti bolu telur “Sedap Rasa” yang berada di Dusun Papringan Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Pemilik usaha ini bernama Bu Ika Sulistyorini yang merupakan generasi ke-3 yang menekuni usaha pembuatan roti bolu turun temurun sampai sekarang ini. Dengan ciri khas bentuk dan rasa yang tak pernah berubah

pada sentra roti bolu telur ini yang mengidentifikasi bahwa produk ini merupakan salah satu hasil makanan olahan khas kabupaten Magetan. Hampir semua desa di daerah kecamatan Plaosan menjadi sentra penghasil produk ini yang membedakan hanyalah dalam kemasan merek dari setiap bungkusnya saja.

Saat ini kemasan roti bolu “Sedap Rasa” milik Ibu Ika masih menggunakan plastik seperti halnya sama dengan kemasan-kemasan yang dimiliki oleh sentral produk yang sama. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini adalah menghendaki sesuatu yang berbeda dan baru untuk produknya dibandingkan dengan usaha yang sama yang dimiliki UMKM lainnya. Inovasi menurut Kotler[1] adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen merupakan pengembangan produk atau jasa baru yang bertujuan untuk beradaptasi dengan lingkungannya sebagai upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kemudian selain inovasi juga diperlukan citra merek (*image*), Citra merek merupakan nama, istilah, simbol, tanda, desain yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk miliknya dengan produk para pesaing [4].

Sehingga dari informasi dan pendapat tersebut sentra ini mengharapkan perubahan untuk produknya agar unik dan berbeda dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing. Produk atau jasa yang memiliki merek akan mempermudah konsumen dalam membedakan produk yang dipilihnya. Sehingga diperlukan pilihan merek dengan desain yang simpel, menarik agar mudah selalu diingat konsumen. Menggunakan situs jejaring sosial juga dapat meningkatkan daya tarik merek dan menetapkan target pasar karena dengan adanya teknologi baru membantu dalam berkomunikasi langsung yang melibatkan konsumen dalam mendapatkan informasi terkait merek

Perluasan pemasaran yang ingin diharapkan oleh mitra untuk meningkatkan penjualan selain di wilayah kabupaten Magetan. Pemasaran adalah berbagai kegiatan yang disusun atau dirancang untuk tujuan meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Diera serba digital sekarang ini pemasaran dapat diperluas dengan menggunakan sistem online atau *digital marketing* [5]. Satyo [2] menjelaskan bahwa *digital marketing* adalah praktek pemasaran yang menggunakan saluran distribusi digital untuk mencapai konsumen yang lebih luas dengan cara relevan, personal dan biaya yang efektif. Media sosial menurut pendapat Thoyibie [4] merupakan pemanfaatan teknologi oleh orang untuk membuat konten berisi informasi yang dimanfaatkan dalam berinteraksi dengan sesama

khalayak umum. Media sosial yang berkembang di negara Indonesia saat ini adalah facebook, instagram, twitter dan sejenisnya. Harapannya melalui konten-konten media sosial dapat menambah perluasan pengenalan produk dan juga pemsarannya.

Permasalahan yang dihadapi oleh roti bolu telur “Sedap Rasa” milik Ibu Ika adalah bagaimana cara meningkatkan atau membuat inovasi dan bagaimana cara meningkatkan pengetahuan strategi pemasaran penjualan dari UMKM roti bolu telur di Dusun Papringan Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan?. Tim kegiatan pengabdian masyarakat Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut berusaha untuk membantu memberikan solusi. Kegiatan abdimas ini dilaksanakan selama 2 bulan dari bulan November sampai dengan Desember tahun 2019, diawali dengan survey ke lokasi sampai dengan pendampingan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahapan diantaranya:

1. Survey

Tahapan ini diawali dengan melakukan observasi di UMKM mitra sekaligus wawancara terkait permasalahan yang dialami. Survey ini dilakukan tim ke lokasi sebanyak 8 peserta, survey tersebut mewawancarai pemilik usaha sentra roti bolu

telur terkait mulai dirintis dan berdirinya usaha tersebut, proses pembuatan, samapai ke pemasaran produknya. Dari hasil wawancara pada saat survei tersebut tim berharap menemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh *owner*, sehingga tahapan berikutnya adalah mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi

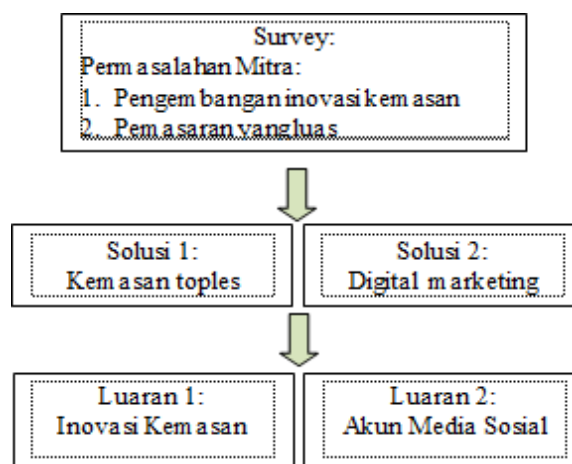
2. Solusi Permasalahan

Tahapan ini adalah melaksanakan kegiatan perumusan solusi dan penyelesaian mengatasi masalah mitra. Berdasarkan wawancara pada saat survei tim pengabdian masyarakat UNIPMA melakukan koordinasi mencari solusi yang tepat untuk sentra usaha roti bolu telur, dimana *owner* yang menghendaki suatu inovasi yang berbeda tetapi tetap mempertahankan produk yang selama ini sudah dihasilkan secara turun-temurun.

3. Pencapaian

Setelah menemukan solusi, maka diterapkanlah solusi tersebut dan diujicobakan serta dilakukan evaluasi untuk penyempurnaan perancangan pengembangan ke depannya dengan harapan untuk mendapatkan luaran dari penyelesaian masalah yang dihadapi sentra industri roti bolu telur “Sedap Rasa”

Tahapan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil program pengabdian kepada masyarakat mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun yang didampingi dosen pendamping yaitu Diyah Santi H, M.Si berdasarkan hasil survey terpilihlah pada sentra industri roti bolu telur “Sedap Rasa” milik ibu Ika yang berlokasi di Desa Sidomukti Dusun Papingan RT 22/RW 04 Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan. Hasil wawancara tim ini memperoleh informasi berupa sejarah berdirinya UMKM sampai pembuatan produk dan permasalahan yang dialami dapat dilihat pada gambar 1. Permasalahan yang dihadapi oleh *owner* adalah menginginkan sesuatu yang berbeda tanpa mengurangi rasa, dan bentuk dari produk yang telah dihasilkan secara turun-temurun dari generasinya. Produk ini sudah menjadi ciri khas daerah dan harus tetap perlu di jaga keasliannya. Sehingga tim ini kembali ke kampus dan saling berkoordinasi bersama dengan dosen pendamping untuk mencari solusi dari

permasalahan yang telah dihadapi oleh pemilik usaha tersebut dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Survey dan Wawancara



Gambar 2 Koordinasi Tim

Tahap kedua kegiatan ini, setelah tim berkoordinasi dan mencoba melakukan *searching* mencoba untuk mencari solusi yang pertama adalah terkait dengan kemasan. Setelah beberapa kali mencoba mencari inovasi kemasan yang pas untuk produk tersebut maka di tetapkanlah inovasi packaging terbaru yang berupa Toples yang telah diberi stiker atau label produk dimana sebelumnya kemasan dari produk tersebut masih menggunakan plastik yang hanya disablon dan dipress. Kemasan plastik sebenarnya sudah cukup baik akan tetapi kurang memiliki nilai jual yang lebih dan kurang menarik. Selain itu dengan kemasan yang sebelumnya hampir semua sentral dari produk pembuatan roti bolu telur menggunakan kemasan tersebut dan hanya berbeda pada sablon label mereknya saja. Kelemahan dari kemasan ini yang hanya dipress terkadang dapat menyebabkan kurang sempurna pada saat dipress sehingga roti tidak tahan

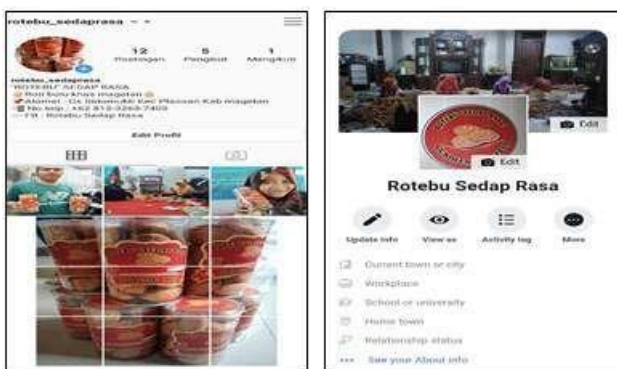
lama dan rasa yang sudah berbeda serta cepat basi. sedangkan inovasi *packaging* ini adalah dengan kemasan toples tabung sehingga akan terlihat menarik, efisien, mudah dibawa kemanapun, serta mudah untuk dibuka ataupun ditutup kembali jika makanannya tidak sampai habis, dapat dilihat pada gambar 3 untuk perkembangan inovasi kemasan.



**Gambar 3.
Inovasi Kemasan**

Solusi yang kedua adalah untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas yang awalnya hanya dilakukan dengan cara dititipkan ke toko-toko oleh-oleh maupun toko kelontong dan berdasarkan pesanan, maka di era yang serba digital sekang ini diperlukanlah pengembangan pemasaran dengan membuat digital marketing melalui akun media sosial. Jika UMKM ini mampu mengkombinasikan pemasaran dari offline dan online maka akan dapat menjangkau produk ini diterima oleh konsumen lebih luas. Sentra usaha di kabupaten Magetan termasuk daerah yang sebagian pelaku usahanya belum banyak mengenal pemasaran digital sehingga pada tahap ini tim pengabdian membantu membuat digital marketing melalui akun media sosial untuk memperluas pemasaran produk dan juga bagaimana melakukan pemasaran melalui media ini. Pada gambar 4 menunjukkan nama akun Facebook dengan nama "Rotebu Sedap Rasa" dan nama akun Instagram dengan nama "rotebu_sedaprasa". Meskipun masih terbatas melalui media facebook dan instagram, dengan mencoba untuk melakukan

pemasaran online diharapkan dapat mempermudah UMKM menerima tambahan pesanan dan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian maupun pemesanan dalam skala kecil atau besar dengan jangkauan yang lebih luas tidak hanya di Kabupaten Magetan dan sekitarnya saja. Selain dapat meningkatkan penjualan, akun media sosial diharapkan juga bisa digunakan sebagai tempat promosi yang berisi informasi, testimoni mengenai produk dan dapat digunakan untuk menerima saran pengembangan inovasi kedepannya.



Gambar 4
Akun Facebook & Instagram

SIMPULAN DAN SARAN

Secara aktual program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun dan Mitra roti bolu telur “Sedap Rasa” milik Ibu Ika Sulistyorini. Kesimpulan dari program yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan inovasi kemasan dan logo baru agar lebih memiliki nilai jual tinggi.
2. Pemasaran melalui media sosial yaitu facebook dan Instagram agar pemasaran menjangkau ke wilayah yang lebih luas lagi.

Saran untuk kegiatan program pengabdian

kepada masyarakat ini kedepannya adalah melakukan inovasi-inovasi pengembangan kemasan baru lagi dan juga selalu mengupdate konten informasi yang ada di facebook dan instagram untuk menarik konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana program kegiatan kepada masyarakat ini mengucapkan terimakasih kepada mitra roti bolu telur “Sedap Rasa” yang bersedia menjadi mitra untuk pengembangan penerapan ilmu dari mahasiswa program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran* 1.Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Fatwan Satyo. 2009. *Intellectual Capital*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Thoyibie, L. 2010. *Psikologi Social Media*.<http://komunikasi-indonesia.org>. Diakses tanggal 20 Desember 2019
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Zulkifli Kasip.2007. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Alfabeta, Kartajaya.