

Business development for Bakpia SMEs using digital marketing in Kojor Hamlet, Bojong Village

R. Arri Widyanto , Rohmat Sigit Ribowo, Naufal Gufron, Ade Adams, Puji Agustina, Dwi Setya Rini

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

 arri_w@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6684>

Abstract

A home industry in the form of bakpia, cukil bread, rengginang, chiffon cake, and celery sticks exists in Kojor Hamlet, Bojong Village, Mungkid District, Magelang Regency. During the pandemic, many MSMEs experienced a loss in profits or had to close their doors. One of them is Mbak Pur's Bakpia MSME, which has seen a 66 percent decrease in turnover. The addition of a new product in the form of chiffon cake is one of the efforts to fight the drop in turnover. However, because it has not been properly packaged and does not have an SPP-IRT permit, this new product is not widely known by the general public. This program employs a participatory community empowerment model, also known as Participatory Rural Appraisal (PRA), which necessitates active participation from partners. Partners play an active role by providing space, consumables, and equipment. Alternative marketing models, such as digital marketing using social media, new product packaging, and NIB and SPP-IRT licensing, were achieved as a result of the program.

Keywords: *Digital marketing; Social media; MSMEs*

Pengembangan bisnis pada UMKM Bakpia menggunakan pemasaran digital di Dusun Kojor, Desa Bojong

Abstrak

Potensi yang ada pada Dusun Kojor, Desa Bojong, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang adalah industri rumah tangga berupa bakpia, roti cukil, rengginang, bolu sifon dan peyek seledri. Selama masa pandemi, banyak UMKM yang terkena dampaknya dengan penurunan omzet atau usahanya berhenti. Salah satunya adalah UMKM Bakpia Mbak Pur yang mengalami penurunan omzet sampai 66%. Salah satu upaya untuk mengatasi penurunan omzet, dilakukan penambahan produk baru berupa bolu sifon. Namun sayangnya produk baru ini belum dikenal luas oleh masyarakat karena belum dikemas dengan baik dan belum memiliki ijin SPP-IRT. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah model pemberdayaan masyarakat partisipatif atau *participatory rural appraisal* (PRA) sehingga diperlukan partisipasi aktif dari mitra. Mitra berkontribusi secara aktif dengan menyediakan tempat, konsumsi dan peralatan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan. Hasil yang dicapai adalah model pemasaran alternatif, berupa pemasaran *digital marketing* menggunakan media sosial, kemasan produk baru dan perijinan NIB dan SPP-IRT.

Kata Kunci: Pemasaran digital; Media sosial; UMKM

1. Pendahuluan

Dusun Kojor Desa Bojong Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang, memiliki jumlah penduduk 170 jiwa yang terdiri dari 78 KK (Pemerintah Desa Bojong, 2020). Rata-rata pekerjaannya adalah petani. Potensi yang ada pada dusun ini adalah industri rumah tangga berupa bakpia, roti cukil, rengginang, bolu sifon dan juga peyek seledri. Kapasitas dan hasil produksinya juga bermacam-macam mulai dari proses bahan baku mentah dan diolah menjadi produk siap dijual dan siap dikonsumsi.

Salah satu UMKM yang berada pada dusun ini adalah produsen bakpia dan bolu sifon. Sebelum masa pandemi produksi bakpia rata-rata 25 kg adonan, namun saat ini kapasitas produksi menurun drastis menjadi 7 kg adonan bakpia. Harga jual bakpia 2.500 per bungkus mika. Masa pandemi Covid-19 ini menyebabkan omzet penjualan dan produksi mengalami penurunan hingga 66,6% karena ada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam mengatasi penurunan omzet, pengusaha mulai mengembangkan produk bolu sifon. Saat ini kapasitas produksi bolu sifon adalah 4 kg adonan dengan harga jual Rp. 25.000 per box.

Kendala utama pada UMKM ini terletak pada kegiatan pemasaran yang terganggu dengan adanya kebijakan PPKM, karena sebagian besar produk bakpia ini dipasarkan di pasar-pasar tradisional dan dijual di warung-warung sehingga untuk mengatasi ini diperlukan *digital marketing* dengan media pendukung digital. Selain ini untuk pemesanan dilakukan menggunakan HP, sehingga sering terjadi kesalahpahaman dalam pemesanan dan transaksi, karena memang HP memiliki keterbatasan terutama dalam menampilkan gambar dalam ukuran besar (Sukmasetya et al., 2020).

Permasalahan lain, selama ini kemasan yang digunakan adalah mika untuk bakpia (Gambar 1) dan dus nasi kotak polos tanpa label untuk bolu Sifon. Sehingga memberikan kesan produk kurang baik. Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembungkusan (Ningsih et al., 2020). Selain itu permasalahan lainnya adalah belum ada SPP-IRT dan belum ada teknik pemasaran yang baik, sehingga harga tidak optimal. Label yang digunakan masih berupa cetakan pada kertas yang di fotokopi sehingga kurang menarik, padahal label bisa digunakan sebagai identitas suatu produk (Syamsudin et al., 2019).



Gambar 1. Proses pengemasan bakpia

2. Metode

Kegiatan PPMT ini menggunakan pendekatan model pemberdayaan masyarakat partisipatif/*Participatory Rural Apraisal* (PRA) untuk mendapatkan perumusan masalah (Astari & Efelina, 2021), sehingga diperlukan partisipasi aktif dari mitra. Mitra berkontribusi secara aktif dengan menyediakan tempat, konsumsi dan peralatan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan-kegiatan pengabdian dilaksanakan di Dusun Kojor dimulai tanggal 19 Januari 2022. Kegiatan yang dilaksanakan mengacu pada permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan dan solusi yang ditawarkan

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Target
1. Omset selama pandemi menurun terkendala proses pemasaran karena ada kebijakan PPKM.	1. Pemasaran Digital	1. Tersedianya pemasaran digital
2. Belum memiliki ijin PIRT sehingga tidak bisa mengembangkan pasar ke toko-toko oleh-oleh.	2. Pengurusan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT)	2. Terbitnya SPPIRT
3. Kemasan menggunakan box polos belum ada mereknya.	3. Pembuatan kemasan dan label yang eksklusif untuk target pemasaran toko oleh-oleh.	3. Label dan kemasan baru

3.1. Sosialisasi

Kegiatan PPMT Periode IV tahun 2021, diawali dengan kegiatan sosialisasi program kerja yang dilaksanakan di kediaman Bapak Adnan Widodo, Dusun Kojor, Desa Bojong, Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Selasa, 18 Januari 2022 pukul 19.00-22.00. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan pertemuan rutin ibu-ibu PKK, yang dihadiri seluruh tim PPMT, pemilik UMKM, dan ibu-ibu PKK Dusun Kojor. Kegiatan sosialisasi ini diawali dengan sambutan yang disampaikan oleh Bapak Adnan selaku perwakilan tokoh masyarakat Dusun Kojor, sambutan dari tim dan perwakilan ibu-ibu PKK. Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan musyawarah tentang program-program yang akan dijalankan.

3.2. Pelatihan pemasaran digital

Kegiatan pelatihan pemasaran *digital* dilakukan untuk mengatasi menurunnya omzet penjualan produk bakpia dan mengenalkan produk baru berupa bolu sifon. Selain pelatihan pemasaran digital dilakukan juga pendampingan untuk menyiapkan konten-konten pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah IG *umkmkojor.magelang* seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Instagram UMKM Kojor

Penyiapan konten pemasaran digital dilakukan dengan pengambilan gambar dan video. Video dan foto produk tersebut akan di unggah di media sosial sebagai sarana pemasaran. Sebelum diunggah di media sosial, foto-foto tersebut dilakukan proses *editing* terlebih dahulu (Gambar 3).



Gambar 3. Proses pembuatan foto produk

Alat yang digunakan untuk mengambil foto dan video, tidak harus menggunakan peralatan video yang canggih, tetapi cukup menggunakan kamera *handphone*. Pembuatan video dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyusun konsep video dengan membuat *story board*. Dari video yang akan dibuat.
2. Melakukan *take* video di lokasi produksi UMKM.
3. Melakukan pengeditan video setelah dilakukan pengambilan video.
4. Upload di Youtube atau IG.

3.3. Pengurusan ijin NIB dan SPPIRT

Suatu usaha diperlukan legalitas badan usahanya. Ijin usaha yang mudah diurus adalah Nomor Induk Berusaha (NIB). Pembuatan NIB dilakukan secara *online* menggunakan situs <https://oss.go.id/>. *Online Single Submission* (OSS) adalah sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik yang dikelola dan diselenggarakan oleh Lembaga OSS (Kementerian Investasi/BKPM). Proses pendaftaran cukup mudah, yaitu masuk ke OSS dan melengkapi data dan persyaratan yang tersedia di situs *website*. Data yang diperlukan saat melakukan pendaftaran adalah nomor telepon dan

alamat email yang akan digunakan untuk verifikasi. Langkah berikutnya adalah lengkapi nomor induk kependudukan, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan, dan kelurahan/desa yang sesuai dengan KTP. Setelah semua data diisi lengkap akan diterbitkan NIB. Tim PPMT di Dusun Kojor, memfasilitasi pengurusan NIB. Selain UMKM bakpia, terdapat 4 UMKM lainnya seperti terlihat pada [Tabel 2](#).

UMKM yang sudah didaftarkan, NIB-nya diserahkan langsung kepada pemiliknya. Penyerahan NIB ke pemilik UMKM terlihat pada [Gambar 4](#). Kegiatan berikutnya adalah mengurus Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tanggah (SPP-IRT) untuk UMKM Kue Sifon.

Tabel 2. Daftar UMKM yang sudah memiliki NIB

No	Nama	Usaha
1.	Galuh Ginajar	Pertanian Tanaman Hias
2.	Siti Maidah	Pertanian Tanaman Hias
3.	Wahyuni	Perdagangan Besar Daging Ayam Dan Daging Ayam Olah
4.	Rahmat Hidayat	Penyediaan Makanan Keliling/Tempat Tidak Tetap
5.	Yudha Bayu Prawijayanto	Industri Produk Roti dan Kue



Gambar 4. Penyerahan NIB kepada pemilik UMKM

3.4. Kegiatan pembuatan kemasan produk

Selama ini kemasan yang digunakan pada bolu sifon berupa box putih polos dan belum memiliki brand serta SPP-IRT, sehingga perlu diinovasi. Tampilan pada kemasan suatu produk akan memberikan pengaruh kepada konsumen ([Apriyanti, 2018](#)). Kemasan bolu sifon polos seperti terlihat pada [Gambar 5](#). Dari kemasan polos tersebut, dibuatkan desain dan diberi brand Num-Num ([Gambar 6](#)).



Gambar 5. Kemasan bolu sifon polos



Gambar 6. Kemasan bolu sifon merek Num-Num

4. Kesimpulan

Kegiatan PPMT ini menghasilkan berbagai solusi bagi UMKM Bakpia dan UMKM lain yang berada di Dusun Kojor Bojong Mungkid. Hasil yang dicapai adalah terciptanya metode pemasaran alternatif menggunakan media *digital* berupa media sosial Instagram, perijinan usaha dalam bentuk NIB dan SPP-IRT. Selain itu penambahan jenis produk pada UMKM Bakpia yang berupa bolu sifon telah memiliki kemasan baru dan ijin SPP-IRT.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Bapak M Gamal selaku Lurah Bojong, Adnan Widodo selaku Kepala Dusun Bojong, Ibu Titik selaku ketua PKK Dusun Bojong yang sudah memberikan ijin untuk melaksanakan kegiatan PPMT di Dusun Kojor, Pak Yudha dan para pemilik UMKM di Dusun Kojor yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PPMT Periode 4 ini. Serta tak lupa diucapkan banyak terima kasih kepada LPPM Unimma yang telah memfasilitasi kegiatan PPMT Periode 4 ini.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Astari, N. M., & Efelina, V. (2021). Penerapan Metode Participatory Rural Appraisal (Pra) Pada Susu Kedelai Di Desa Kutagandok. *Integritas: Jurnal Pengabdian*, 5(1), 164–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/integritas.v5i1.919>
- Ningsih, S. C., Kintoko, & Putri, P. H. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3268>
- Pemerintah Desa Bojong. (2020). *Data Monografi Penduduk 2020*.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 05(02), 28–35.
- Syamsudin, Wajdi, F., & Praswati, A. N. (2019). Desain kemasan makanan kub sukarasa di desa wisata organik sukorejo sragen. *BENEFIT: Jurnal Management*

dan *Bisnis*, 19(2), 181-188.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/benefit.v19i2.2317>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
