

Strategi Pemasaran Pempek Melalui Media Facebook Di Toko Dosqi Manna Kabupaten Bengkulu Selatan

M. Ferdi Apta¹, Siti Hanila², M Rahman Febliansa³, Ida Ayu Made Er Meytha Gayatri⁴, Andriyani Prawitasari⁵
^{1,2,3,4,5} *Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen, Universitas Dehasen Bengkulu*
Email: ¹ Ferdiapta@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [17 Januari 2025]
Revised [17 Februari 2025]
Accepted [03 Maret 2025]

KEYWORDS

Strategy, Marketing, Pempek Dosqi.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kota Manna merupakan salah satu kota yang terkenal dengan keberagaman usaha di bidang kuliner baik makanan maupun minuman. Salah satu mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku usaha di bidang pengolahan dan penjualan makanan yaitu Toko Dosqi Manna, yang dikelola oleh Ibu Lioty, bertempat di A. Yani, Kota Manna. Tahun 2013 Ibu Lioty mulai menjalankan usaha di bidang makanan khas Palembang yaitu Pempek. Ibu Lioty melakukan penyediaan bahan baku, pengolahan bahan baku menjadi produk, dan penjualan makanan pempek. Terdapat permasalahan berkaitan dengan manajerial usaha diantaranya, pelaku usaha belum memiliki peralatan untuk menunjang pemasaran dan pengiriman produk ke luar kota Manna, serta pengelolaan pencatatan keuangan masih sederhana. Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan pemasaran produk pempek Toko Dosqi Manna melalui fasilitasi penyediaan peralatan dan pelatihan pengelolaan pembukuan usaha. Metode dalam kegiatan ini terbagi mulai dari tahap persiapan (observasi, wawancara serta dokumentasi), pelaksanaan (pernyataan kesediaan mitra, fasilitasi pelatihan, serta fasilitasi penyediaan peralatan), dan evaluasi kegiatan (mitra dipantau setelah difasilitasi pelatihan maupun peralatan). Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah peningkatan pemasaran produk pempek beku (frozen) dan pemahaman pencatatan keuangan.

ABSTRACT

The city of Manna is a city that is famous for its diversity of businesses in the culinary sector, both food and drink. One of the partners in this community service activity is a business actor in the food processing and sales sector, namely the Dosqi Manna Shop, which is managed by Mrs. Lioty, located in A. Yani, Manna City. In 2013, Mrs. Lioty started running a business in the field of typical Palembang food, namely Pempek. Mrs. Lioty provides raw materials, processes raw materials into products, and sells pempek food. There are problems related to business management, including that business actors do not yet have the equipment to support marketing and shipping products outside the city of Manna, and the management of financial records is still simple. The aim of this service is to increase the marketing of Toko Dosqi Manna's pempek products through facilitating the provision of equipment and training in managing business bookkeeping. The methods in this activity are divided into preparation stages (observation, interviews and documentation), implementation (statement of partners' willingness, facilitation of training, and facilitation of equipment provision), and evaluation of activities (partners are monitored after being facilitated with training and equipment). The results achieved in this activity are increased marketing of frozen pempek products and understanding of financial record open-access.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner di kota Manna sangat berkembang pesat seiring dengan mudahnya mengakses informasi mengenai makanan, macam-macam makanan yang dibawa oleh berbagai kultur. Hal ini mendorong meningkatnya permintaan konsumen atas makanan atau kuliner yang semakin beranekaragam. Tidak hanya itu, perubahan lifestyle kaum muda mudi juga berubah dengan memiliki kecenderungan berwisata kuliner memburu makanan nikmat. Manna merupakan salah satu daya tarik wisata yang tidak kalah dengan wisata lainnya.

Manna memang memiliki berbagai wisata alam, wisata kota, dan budaya yang mengagumkan. Apalagi, ditambah dengan udara yang sejuk, membuat Manna menjadi salah satu destinasi favorit wisata di Indonesia. Tentunya tidak lengkap rasanya berlibur ke Manna kalau tidak menikmati sajian kuliner khas yang menggugah selera. Wisata kuliner Manna sudah dikenal para wisatawan dengan kelezatannya. Berbagai macam makanan khas seperti Pendap, Tinjak Anjing, bai tat dan Gunjing.

Melihat besarnya potensi maupun peluang di industri makanan, terdapat salah satu produk yang diproduksi maupun dipasarkan ke konsumen yaitu Pempek. Pempek Palembang merupakan salah satu jenis makanan tradisional khas Sumatera Selatan, dibuat dari campuran daging ikan, tepung tapioka, air, dan garam yang diaduk rata lalu dibentuk, direbus, dan ditiriskan. Dalam penyajiannya selalu ditemani saus berwarna coklat kehitaman (cuko). Salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner/makanan olahan pempek ini adalah ibu Lioty. Berawal dari kedatangannya ke kota Manna pada tahun 2010, pelaku usaha yang sejak mudanya aktif di berbagai organisasi, serta memiliki hobi makan dan memasak bersama keluarga tercinta. Setelah kegiatan bekerja suaminya selesai (pensiun) serta ibu Lioty yang sudah keluar dari pekerjaan di salah satu perusahaan, ditahun 2013 memutuskan untuk memulai usaha di bidang kuliner.

Kepiawaiannya dalam membuat pempek membuat keyakinan dirinya meningkat bahwa pempek buatannya akan disukai oleh masyarakat. Selama kurun waktu dari tahun 2013 sampai 2018 ibu Lioty hanya fokus kepada pembuatan/pengolahan sampai penjualan pempek di kedai yang disewa. Kedai untuk menjual produk diberi nama Kedai pempek Dosqi.

Kedai ini memiliki motto usaha "Kedai Sehat" dimana produk yang dijual tidak mengandung MSG, daging ikan yang segar, serta pengolahan yang hygiene. Untuk legalitas usaha, sudah memiliki NIB serta sertifikat HALAL dan MIM. Di tahun tersebut, pelaku usaha minim terkait dengan informasi-informasi tentang UMKM. Terpaan Pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun 2019-2020 mewarnai perjalanan usaha kedai pempek Dosqi, terutama dari tingkat penjualannya sempat mengalami penurunan karena kebijakan PPKM yang dikeluarkan pemerintah kota Manna.

Pada saat pandemi, sempat tutup selama dua minggu dikarenakan sepi pembeli dan setelah itu tetap memproduksi pempek tetapi hanya untuk pemesanan by order. Walaupun di tahun tersebut, pemilik usaha sudah memiliki bangunan dan seisinya sebagai penunjang usaha, tetap tidak mempengaruhi kepada peningkatan penjualannya. Akhirnya diputuskan untuk melakukan strategi pemasaran di masa pandemi menjual atau memasarkan via online seperti WA, IG dan sampai sekarang menggunakan layanan aplikasi gofood dan grabfood. Usaha ini juga sudah memiliki toko online yaitu Toko Pedia (sedang didaftarkan) dan Aplikasi Carining. Sejak tahun 2020-2022 usaha ini mulai bangkit dengan mengikuti berbagai kegiatan yang difasilitasi oleh Dinas UMKM maupun Dinas Perdagangan baik tingkat kecamatan maupun Kota. Kemudian mengikuti berbagai kegiatan promosi serta membangun jejaring yang diselenggarakan Dinas UMKM seperti bazar di Balai Kota dan undangan melalui stasiun radio.

Dalam rangka memperluas dan memperkenalkan produk ke masyarakat, pelaku usaha sudah mengirimkan produknya ke wilayah seperti kedurang, Pino Raya, dan Seguunum. Karena pengiriman ke kota tersebut memerlukan waktu, maka ketika dikirim produk pempek sudah di bekukan dengan menggunakan kemasan yang rapi menggunakan alat vacuum. Penggunaan alat vacuum tersebut membuat pempek tahan lama (awet). Untuk produk pempek yang berjumlah sembilan jenis, semuanya belum dilakukan uji mutu produk. Dimana pengujian tersebut biasanya meliputi uji daya tahan/expired serta komposisi produk/nilai gizi.

Berdasarkan observasi awal dan analisis situasi di atas, terdapat beberapa permasalahan yang teridentifikasi pada mitra (pelaku usaha), diantaranya penurunan penjualan produk selama kurun waktu 2019-2021 serta tidak tercapainya target dan realisasi penjualan. Setiap tahun terjadi penurunan (realisasi) penjualan produk. Hal tersebut karena pada tahun 2019 Pandemi covid-19 melanda wilayah Indonesia. Masyarakat dibatasi oleh kebijakan pemerintah melalui PPKM dll.

Di tahun 2020 masyarakat semakin ketakutan dengan situasi memuncak yaitu semakin banyak yang terjangkit covid. Hal ini tentu sangat berdampak terhadap pengembangan usaha tersebut melalui penurunan pemasaran produk. Akhirnya di tahun 2021, pelaku usaha perlahan bangkit dari keterpurukan serta di tahun tersebut pelaku usaha mulai mengembangkan kembali usahannya. Selain itu, permasalahan pelaku usaha berkaitan dengan terbatasnya peralatan yang menunjang agar produk pempek tahan lama (frozen food), serta permasalahan pengelolaan pembukuan keuangan masih sederhana.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian menggambarkan tentang langkah-langkah maupun tahap-tahap implementatif dari solusi yang telah direncanakan sebelumnya. Berdasarkan solusi yang ditawarkan kepada pelaku usaha untuk mengatasi permasalahan pelaku usaha baik di bidang produksi, pemasaran, maupun keuangan, tim pelaksana menjelaskan langkah-langkah/tahap-tahap implementasi terkait solusi yang ditawarkan tersebut sebagai berikut:

1. Langkah/tahap persiapan

Tim pelaksana melakukan pendekatan kepada pelaku usaha melalui sosialisasi, survei, wawancara, mengamati, mengidentifikasi dan mencatat hal-hal sebagai berikut: untuk bidang produksi dan pemasaran meliputi jumlah peralatan (freezer box), perlengkapan proses produksi, pengadaan bahan baku, serta proses pengiriman produk frozen food. Untuk bidang keuangan meliputi proses pencatatan keuangan.

2. Langkah/tahap pelaksanaan

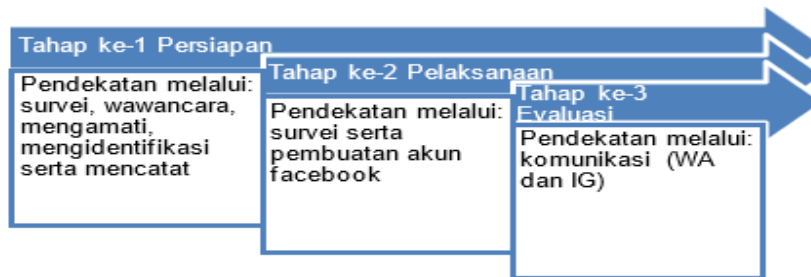
Untuk bidang produksi/pemasaran, tim pelaksana melakukan pendekatan melalui survei dan Membuat akun Facebook untuk melakukan pemasaran dengan dunia dalam jaringan

3. Langkah/tahap evaluasi

Tim pelaksana melakukan evaluasi dan monitoring atas fasilitasi (peralatan maupun pelatihan) yang diberikan kepada pelaku usaha melakukan pendekatan melalui komunikasi di media social (what app maupun IG). Monev dilakukan selama 3 (tiga) bulan setelah kegiatan pengabdian selesai.

Gambar berikut menjelaskan alur maupun langkah-langkah/tahap-tahap atas solusi yang ditawarkan

sebagai berikut:



Gambar 1. Alur/langkah/tahap atas solusi yang ditawarkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan di jalan A. Yani, Manna terletak di tengah-tengah Kota Manna. Pelaku usaha bergerak di bidang pengolahan dan penjualan makanan (Ibu Silvia). Tim pelaksana terdiri dari dua dosen dan dua mahasiswa, diawali dengan survei dan wawancara, tim pelaksana mengidentifikasi berbagai permasalahan-permasalahan aspek managerial pelaku usaha, selanjutnya menetapkan prioritas permasalahan dan mengidentifikasi kebutuhan pelaku usaha. Berdasarkan metode kegiatan serta langkah-langkah maupun tahap-tahap solusi atas permasalahan pelaku usaha, tim pelaksana menjelaskan hasil luaran kegiatan sebagai berikut:

Fasilitas Peralatan

Untuk menunjang pengembangan usaha melalui peningkatan kapasitas produksi, dalam implementasinya memerlukan peralatan yang terkait kuantitas maupun kualitas produk olahan makanan (frozen food) berupa pempek. Tim pelaksana memfasilitasi pembelian peralatan freezer box sebanyak 1 (satu) unit kapasitas 100 Kg untuk penyimpanan produk. Untuk Perlengkapan proses produksi menggunakan baskom, wajan, panci, sutil, nampun, mangkok, takaran air, sendok sayur, alat tiris dll. Pengadaan bahan baku seperti ikan tenggiri segar sangat mudah ditemukan karena bisa dibeli di pasar tradisional, begitu pula tepung tapioka, kaldu jamur, telur dll. Setiap satu minggu dilakukan dua kali proses produksi/pengolahan produk sebanyak 20 kg tenggiri, per 1 kg menghasilkan pempek lenjer, sedangkan pada mitra terdapat 9 (Sembilan) jenis/ukuran pempek, dan setiap satu jenis pempek (contoh lenjer) dihasilkan sebanyak 25-30 pieces. Proses produksi menggunakan konsep "habis-buat". Untuk pemesanan luar Manna menggunakan system vacuum dan streo foam, dan penggunaan freezer box dapat memaksimalkan dalam kualitas produk yang terjaga serta kuantitas/jumlah produk. Kemasan produk frozen sudah dibuat sesuai standar, menggunakan peralatan vacuum dan dilengkapi label halal, tanggal produksi, komposisi, cara penyajian, serta saran penyimpanan. Adapun tahap proses produksi mulai dari pemeriksaan bahan dasar, pengecekan kelengkapan peralatan dan perlengkapan, teknik pembuatan dan pengolahan pempek, penyaringan pempek, sampai produk akhir pempek & penimbangan pengemasan. Luaran fasilitasi peralatan agar pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi serta produk yang akan dikirim ke luar Manna. Pempek yang sudah siap disajikan dan disimpan dalam freezer kemudian di jual ke media sosial dapat dilihat gambar di bawah ini sebagai berikut:

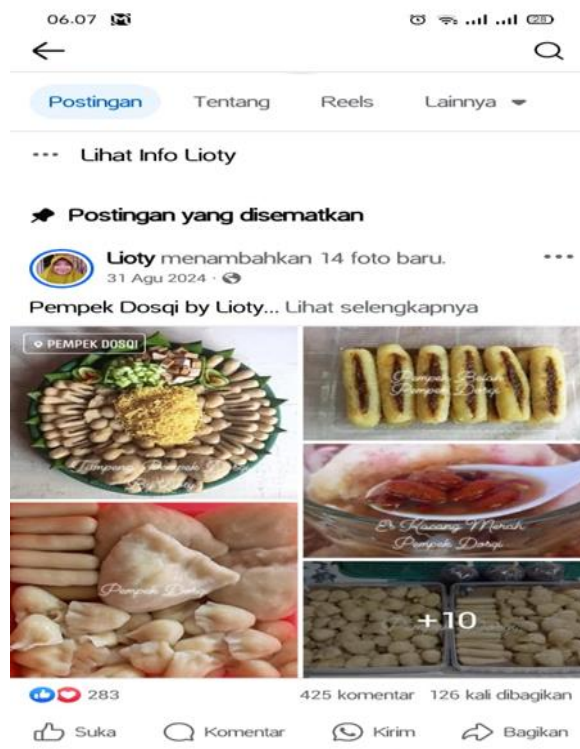


Gambar 2. Akun media sosial Pempek Dosqi

Menurut Fandy Tjiptono (2012:4) pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni service operations yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (back office atau backstage) dan service delivery yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula front office atau frontstage). Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Adapun cara pelayanan pempek kepada nasabah yang siap untuk dijual di posting pada media facebook berikut ini adalah



Gambar 3. Tahap Penjualan Pempek Dosqi



Gambar 4. Postingan Pempek Dosqi Disematkan Di Media Sosial

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Yulianti, Lamsyah, dan Periyadi, 2019:1). Menurut Zainurossalamia (2020:3), pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan untuk mengembangkan perusahaan serta untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya.

Berdasarkan observasi dan wawancara, pelaku usaha selama menjalankan usaha sudah melakukan pemasaran dengan berbagai cara bahkan menggunakan media social seperti facebook. Hal tersebut dilakukan agar pempek yang ditawarkan akan semakin meningkat. Berdasarkan penjelasan kegiatan tersebut di atas, Tim Pelaksana melakukan evaluasi pelaksanaan baik kondisi sebelum program maupun kondisi setelah program pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Evaluasi Pelaksanaan Program

No	Kondisi Sebelum Program	Kondisi Setelah Program
1	Berdasarkan permasalahan keterbatasan peralatan, produksi Mitra per minggu tidak menunjukkan peningkatan/statis (10 Kg/per minggu)	Setelah difasilitasi peralatan (chest freezer), produksi Mitra bisa lebih ditingkatkan lebih dari 10 Kg per minggu/dinamis
2	Berdasarkan permasalahan keterbatasan menghasilkan produk. Per minggu dua kali pengolahan untuk masing-masing item dari 9 item produk yang dihasilkan. Satu item produk menghasilkan 30 pieces produk, dikalikan dua menjadi 540 pieces produk keseluruhan.	Setelah difasilitasi program melalui dunia facebook, menghasilkan pemasaran yang meningkat dan masing-masing item produk mengalami peningkatan dalam produksi perminggu

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil luaran yang dicapai, dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha pempek dosqi sangat membantu dalam meningkatkan keuangan seperti dengan melakukan pemasaran dengan facebook dan instagram
2. Kegiatan pengabdian Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan sesuai tahapan kegiatan mulai persiapan, pelaksanaan, maupun evaluasi dan monitoring. Tahap persiapan diawali penyusunan kegiatan meliputi kordinasi tim, survei dan wawancara, penyiapan pelatih, serta pembelian peralatan. Tahap pelaksanaan meliputi membuat akun facebook untuk melakukan pemasaran di dunia internet. Tahap evaluasi dan monitoring, tim melakukan pendekatan komunikasi melalui media social whats app dan IG untuk memantau pelaku usaha setelah kegiatan pengabdian selesai dilakukan.
3. Pelaku usaha koperatif dan terbuka dalam menerima maupun memberikan informasi/data yang dibutuhkan oleh tim pelaksana. Hal tersebut memberi manfaat bagi pelaku usaha agar terbuka dengan keberadaan pihak lain seperti perguruan tinggi dalam rangka membantu agar usaha yang dijalankan semakin berkembang melalui fasilitasi materi maupun non materi.
4. Dari beberapa permasalahan yang ada pada Mitra, terjadi perubahan-perubahan dalam peningkatan saat sebelum dan setelah program kegiatan dilaksanakan.
- 5.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohimi, D. 2020. Strategi Pengembangan Produk Unggulan Berbasis One Village One Product (OVOP) di Sentra Industri dan Perdagangan Kota Manna. *Wirausaha Jurnal Ilmu Administrasi bisnis*, 4 (3). pp. 338-360. ISSN 1693-234X
- Anggraeni, F.D., Hardjanto, I., Hayat, A. 2012. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 6(6): 1286-1295.
- Anoraga, P. 2011. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Ayodya, W. 2019. *UMKM 4.0. Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- DPR RI. 2008. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta (ID): DPR RI.
- Nitisusanto, M. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Manna: Alfabeta.
- Rivai, V. Sagala, E.J. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo.