

Pemanfaatan Media Digital dalam Pemasaran Kue Tradisional “Wulan”

Rita Friyani¹, Novita Ekasari², Nurhayani³, Wira Lestari⁴, Rosmeli⁵

^{1,4}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jl. Raya Jambi Ma. Bulian KM 15
Mendalo Darat Jambi

²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jl. Raya Jambi Ma. Bulian KM 15
Mendalo Darat Jambi

^{3,5}Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jl. Raya Jambi Ma. Bulian KM 15
Mendalo Darat Jambi

¹Email : ritafriyani6@gmail.com

²Email : novitaekasari@unja.ac.id

³Email : nurhayani2106@yahoo.com

⁴Email : wiralestari11@unja.ac.id

⁵Email : zeadevina@gmail.com

Abstract— *Digital media is a forum on the internet where its users can represent themselves, interact, cooperate, share, communicate with other users, and form social bonds virtually. Digital media has various impacts that affect people's behavior, namely positive and negative impacts. The cake business produces human food products whose ingredients use processed agricultural and livestock products. This business is widely carried out as a micro, small, to medium-scale home business. “Wulan” Traditional Cake is a culinary business that provides traditional cakes, pastries, and wet cakes, such as enggak and masubah. Wulan Traditional Cake only sells offline and has not utilized digital media for product marketing. Community service aims to make it easier for partners to do marketing using social media such as Instagram and support the RESTRA of the University of Jambi and the vision of UNJA to become a World Class Entrepreneurship University. The service that has been carried out includes the achievement of Technology for Digital Transformation goals. The result of this PPM activity is that “Wulan” Traditional Cake utilizes digital media by creating a special Instagram account to sell online and, in the future, collaborates with applications such as grabfood and gofood to sell online.*

Keywords : *Gofood; Grabfood; Instagram*

Abstrak— Media digital merupakan sebuah wadah di internet dimana para penggunanya dimungkinkan untuk merepresentasikan diri berinteraksi, bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta membentuk ikatan sosial secara virtual. Media digital memberi berbagai dampak yang mempengaruhi perilaku masyarakat yaitu dampak positif dan negatif. Usaha kue menghasilkan produk makanan manusia yang bahannya menggunakan produk olahan pertanian dan peternakan. Usaha ini banyak dilakukan sebagai usaha rumahan berskala mikro, kecil sampai menengah. Kue Tradisional “Wulan” merupakan usaha kuliner yang menyediakan kue tradisional baik kue kering maupun kue basah seperti enggak, masubah. Saat ini Kue Tradisional “Wulan” hanya berjualan secara offline dan belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran produknya. Tujuan dari dilakukannya pengabdian masyarakat adalah mempermudah mitra melakukan pemasaran dengan menggunakan sosial media seperti instagram. mendukung RESTRA Universitas Jambi dan Visi UNJA menjadi *A World Class Entrepreneurship University*. Pengabdian yang telah dilakukan mencakup sasaran capaian *Technology for Digital Transformation*. Hasil dari dilakukan kegiatan PPM ini yaitu Kue Tradisional Wulan memanfaatkan media digital dengan membuat akun instagram khusus untuk bisa berjualan secara online dan kedepannya bekerjasama dengan aplikasi seperti grabfood dan gofood untuk berjualan online.

Kata kunci : *Gofood; Grabfood; Instagram*

I. PENDAHULUAN

Media digital merupakan sebuah wadah di internet dimana para penggunanya

dimungkinkan untuk merepresentasikan diri berinteraksi, bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Hariani, Widyawati, & Dewanti, 2022). Media digital memberi berbagai dampak yang mempengaruhi perilaku masyarakat yaitu dampak positif dan negatif.

Kue tradisional “Wulan” merupakan salah satu UMKM kuliner yang berada di Kota Jambi. Kue tradisional “Wulan” merupakan usaha kuliner yang didirikan oleh alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Pemiliknya bernama Nur Wulandari. Usaha ini mulai berdiri sejak tahun 2001, dengan modal awal Rp. 5.000.000. Pada awal berdiri kue tradisional “Wulan” hanya menjual 10 macam jenis kue tradisional. Saat ini kue tradisional “Wulan” sudah menjual lebih dari 20 jenis kue tradisional kering dan lebih dari 5 kue tradisional basah dengan omset lebih dari Rp. 15.000.0000 per bulan.

Saat ini kue tradisional “Wulan” hanya melakukan penjualan secara offline toko yang beralamat Jl. Prof. Dr. H. Moh Yamin Jelutung sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Media digital diperlukan untuk memberikan jangkauan pasar yang lebih luas serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli tanpa harus datang langsung ke toko offline. Dengan jangkauan pasar yang lebih luas maka akan memberikan dampak terhadap pendapatan UMKM. Beberapa media digital yang dapat digunakan untuk memasarkan kue tradisional Wulan antara lain Instagram, Gofood dan Grabfood.

Pemilihan media digital ini didasarkan bahwa bahwa ketiga media digital tersebut merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat di Kota Jambi. Penggunaan media digital yang mudah dan efektif akan mampu memperluas jangkauan pasar (Ginting, Sulistyowati, & Hafa, 2023) (Haryadi, Nurhayani, & Rosmeli, 2023).

Meskipun sudah berjualan lebih dari 20 tahun secara offline namun kue tradisional “Wulan” belum memanfaatkan media digital untuk menjual produknya. Pada pengabdian tahun 2024 yang dijadikan sebagai mitra adalah kue tradisional “Wulan”, hal ini dikarenakan : (1) Usaha kue tradisional “Wulan” merupakan usaha kuliner yang belum memanfaatkan media digital untuk pemasarannya; (2) kue tradisional “Wulan” merupakan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa alumni Universitas Jambi; dan (3) Kue tradisional “Wulan” menjual kue-kue tradisional kering dan kue basah yang merupakan kue khas daerah Jambi sehingga memiliki *value added* yang lebih besar.

Tujuan dari dilakukannya pengabdian masyarakat pada mitra adalah : (1) mempermudah mitra melakukan pemasaran dengan menggunakan media digital. Tujuan ini untuk mendukung restra Universitas Jambi dan Visi UNJA menjadi *A World Class Entrepreneurship University pada tahun 2029*. Pengabdian yang telah dan akan dilakukan juga akan mencakup pada sasaran capaian yaitu *Technology for Digital Transformation*. Bila dikaitkan dengan MBKM pengabdian ini sesuai dengan tujuan MBKM yaitu meningkatkan kompetensi lulusan, baik *soft skills* maupun *hard skills* agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman (3) *Entrepreneurship* yang dilakukan oleh mahasiswa merupakan salah satu bentuk dari penjabaran tujuan MBKM. Bila dikaitkan dengan IKU perguruan tinggi, tujuan pengabdian ini sesuai dengan IKU 1 yaitu lulusan mendapatkan pekerjaan yang layak dan IKU 2 yaitu mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar kampus. Bila dilihat pada IKU 1 mitra merupakan mahasiswa yang telah memiliki usaha. Usaha mitra dapat dikategorikan pada usaha yang dapat berkembang dengan baik dimasa depan dan dapat dijadikan sebagai pekerjaan yang layak ketika sudah menjadi lulusan Universitas Jambi. Pada IKU 2 dengan adanya *entrepreneurship* mitra telah banyak mendapatkan pengalaman selama menjalankan usaha, dan pengalaman ini didapat diluar kampus.

Fokus pengabdian pada mitra adalah memberikan pelatihan pada mitra untuk memanfaatkan media digital dalam pemasaran produknya. Dengan memanfaatkan media digital ini maka mitra dapat memasarkan produknya secara online melalui Instagram, gofood

dan grabfood sehingga memudahkan para konsumen untuk melakukan pembelian. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk kegiatan promosi dengan biaya yang sangat kecil (Ekasari, Hasanah, Siregar, Sari, & Nifita, 2019).

Banyak UMKM yang menjual kue tradisional salah satunya adalah kue tradisional “Wulan”. Kue tradisional merupakan makanan yang lezat dan digemari serta harga nya terjangkau. Bila dilihat dari aspek produksi, mitra tidak mengalami masalah dalam produksi. Hal ini dikarenakan mitra terus konsisten menjual berbagai kue tradisional yang dibuat setiap hari nya dengan rasa yang juga konsisten dan harga yang terjangkau. Khusus untuk kue tradisional basah misal engkak, masubah akan dibuat saat ada pesanan sehingga rasanya pun terjamin.

Untuk mengembangkan usahanya mitra memiliki 2 permasalahan prioritas. Aspek pemasaran yang belum menggunakan media digital dan aspek pelaporan keuangan. Pada aspek pemasaran digital mitra belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran produknya karena baru menjual secara offline sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas. Pada aspek laporan keuangan, mitra belum membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Laporan keuangan yang dibuat mitra masih sangat sederhana.

Hubungan masalah dengan solusi pemecahan masalah yang ditawarkan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini pada desa yang dijadikan mitra disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Solusi yang ditawarkan dalam Pengabdian

Masalah	Permasalahan	Tujuan	Solusi yang ditawarkan (metode)
Pemasaran digital	Mitra belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran produknya karena baru menjual secara offline sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas	Mitra memanfaatkan media digital untuk memasarkan produksi sehingga jangkauan pasar menjadi luas	melakukan pelatihan kepada mitra tentang pemanfaatan media digital yaitu instagram, gofood dan grabfood
Laporan Keuangan	Mitra belum membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Laporan keuangan yang dibuat mitra masih sangat sederhana	Mitra membuat laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi	melakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang dimulai dari jurnal umum, buku besar, laporan keuangan

II. METODE PELAKSANAAN

Alasan pemilihan mitra kue tradisional “Wulan” Kota Jambi adalah terkait permasalahan yang terjadi di mitra tersebut terkait pada aspek pemasaran digital mitra belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran produknya karena baru menjual secara offline sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas. Serta pada aspek laporan keuangan, mitra belum membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Laporan keuangan yang dibuat mitra masih sangat sederhana.

Dari masalah yang ada pada mitra pengabdian ini, diberikan jalan keluar berupa pelatihan pembuatan media digital dalam hal ini instagram untuk kue “Wulan” sehingga bisa melakukan penjualan tidak hanya secara offline tapi juga secara online. Kemudian dilakukan juga pelatihan pembuatan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah metode pelatihan yang dibagi dalam 3 tahap yaitu penyampaian teori, tanya jawab, dan pelatihan (Rosmeli, Emilia, Umiyati, Nurhayani, & Mustika, 2022) (Friyani, Arum,

Herawaty, Yuliana, & Hernando, 2022) :

1. Teori

Pada tahapan ini diberikan penjelasan teori yang terdiri dari media digital, fungsi, dan pemanfaatannya. Perbedaan penjualan offline dan online serta pemanfaatannya secara maksimal. Selain itu diberikan juga teori tentang pembuatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi dalam hal ini standar akuntansi entitas tanpa akuntabilitas publik.

2. Tanya Jawab

Memberikan kesempatan kepada mitra untuk bertanya terkait pemanfaatan media digital serta terkait laporan keuangan sesuai standar akuntansi entitas tanpa akuntabilitas publik.

3. Pelatihan secara langsung pembuatan media digital serta pemanfaatannya

Pelatihan secara langsung kepada mitra pengabdian untuk membuat instagram khusus kue tradisional “Wulan” serta memanfaatkannya. Kemudian diberikan juga pelatihan untuk mendaftarkan kue tradisional “Wulan” ke gofood dan grabfood. Selain itu juga dilakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat pada kue tradisional “Wulan” dengan pertimbangan utama agar solusi/metode yang direncanakan dalam menyelesaikan sumber permasalahan yang dihadapi mitra berjalan dengan baik. Dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini, mitra diharapkan dapat mengimplementasikan dengan baik dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas produksi usaha. (Mustika, Tan, Nurjanah, Friyani, & Nurhayani, 2023)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan media digital dalam pemasaran kue tradisional “Wulan” Kota Jambi dilaksanakan selama satu hari yaitu pada hari Rabu tanggal 2 Oktober 2024 di Jl. Prof. Dr. H. Moh Yamin Jelutung. Adapun kegiatan pelatihan selama 1 hari tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dalam suasana santai dan informal selama 1 hari yaitu hari Rabu tanggal 2 Oktober 2024 di toko kue tradisional “Wulan” Jelutung Jambi. Kegiatan pelatihan ini dimulai pada pukul 09.00 pagi, diawali dengan penjelasan lebih detail terkait permasalahan yang dihadapi terkait alokasi anggaran pemerintah desa, selama kurang lebih 2 jam sampai dengan jam 11.00. Kemudian diselingi dengan istirahat dan shalat Zuhur. Kegiatan pelatihan dimulai kembali pada pukul 13.00 setelah shalat Zuhur. Kegiatan pelatihan dimulai dengan pemberian materi terkait pemanfaatan media digital dalam pemasaran kue tradisional “Wulan” serta pembuatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi.

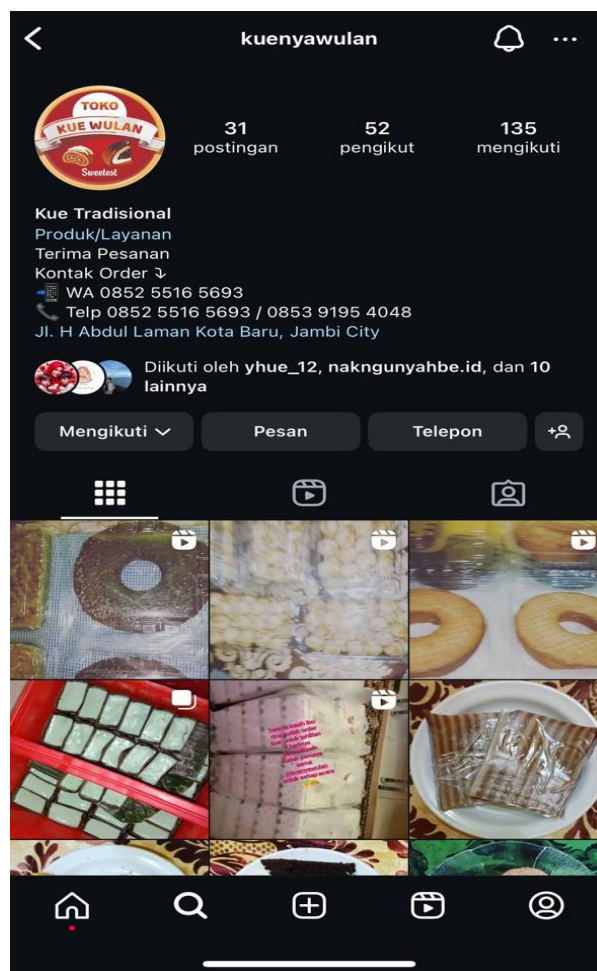
Sebagaimana hasil dari survei pendahuluan terkait masalah yang dihadapi oleh kue tradisional “Wulan” yaitu Aspek pemasaran yang belum menggunakan media digital dan aspek pelaporan keuangan. Pada aspek pemasaran digital mitra belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran produknya karena baru menjual secara offline sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas. Pada aspek laporan keuangan, mitra belum membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Laporan keuangan yang dibuat mitra masih sangat sederhana.

Maka diharapkan dari pelatihan ini mampu menjawab permasalahan tersebut di atas. Untuk permasalahan pertama pemasaran digital, mitra belum memiliki instagram untuk menjual kue secara online. Pelatihan dengan metode ceramah dan diskusi dan demonstrasi pembuatan instagram serta penggunaannya. Selain itu juga pelatihan kerjasama dengan gofood dan grabfood. Ternyata setelah diberikan pelatihan terkait masalah tersebut selama 2 jam, mitra langsung bisa membuat media digital.

Kemudian untuk permasalahan kedua terkait laporan keuangan, maka pelatihan dengan metode ceramah dan diskusi dan diberikan contoh kasus pembuatan laporan keuangan sesuai

standar akuntansi. Setelah shalat Zuhur, kemudian dilakukan praktik langsung memasukkan foto-foto kue tradisional “Wulan” ke instagram serta memasukkan nomor yang bisa dihubungkan jika *customer* ingin membeli kue tersebut. Kemudian mitra mulai mencari data-data dan syarat-syarat untuk bergabung dengan gofood dengan grabfood. Untuk gofood dan grabfood memang memerlukan waktu dikarenakan dari pihak aplikasi yang nanti akan menindaklanjuti permohonan mitra untuk bergabung dengan aplikasi tersebut. Namun secara umum, mitra sudah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan.

Terkait laporan keuangan, mitra sudah membuat laporan keuangan namun masih sederhana. Dalam pelatihan ini langsung diberikan contoh kasus sehingga mitra bisa membuat laporan keuangan sesuai standar akuntansi yang diterima umum. Setelah semua materi terkait permasalahan yang dihadapi mitra sudah diberikan, maka kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab selama 45 menit sampai dengan jam 16.45. Kemudian diakhiri dengan sesi foto bersama di lokasi toko tersebut. Berikut foto-foto saat dilaksanakan pengabdian.



Gambar 1. Akun Instagram Kue Tradisional “Wulan” Kota Jambi



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 3. Lokasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 4. Pemilik Usaha Kue Tradisional "Wulan" Kota Jambi

IV. KESIMPULAN

Untuk permasalahan pertama, yaitu pemasaran digital. Solusinya adalah dengan membantu membuatkan akun instagram dan cara demonstrasi cara penggunaannya untuk menjual kue secara online. Selain itu juga dibantu supaya bergabung dengan mitra gofood dan grabfood. Kemudian untuk permasalahan kedua, yaitu terkait laporan keuangan. Solusinya diberikan pelatihan dengan metode ceramah dan diskusi dan diberikan contoh kasus pembuatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini, terutama kepada pemilik usaha kue tradisional “Wulan” Kota Jambi yang sudah memfasilitasi tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi untuk dapat melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekasari, N., Hasanah, N., Siregar, A. P., Sari, N., & Nifita, A. T. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi, dan Dharma Bagi Masyarakat (JITDM)*, 1(1), 37-42. doi:<https://doi.org/10.22437/jitdm.v1i1.8675>
- Friyani, R., Arum, E. P., Herawaty, N., Yuliana, & Hernando, R. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Desa Menggunakan Aplikasi Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES) Di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jaluko Kabupaten Muaro Jambi. *DAYA -MAS : Media Komunikasi Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 51-57. doi:<https://doi.org/10.33319/dymas.v7i1.78>
- Ginting, A. L., Sulistyowati, L., & Hafa, F. (2023). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree Dan Media Sos. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(2), 193-200. doi:<https://doi.org/10.33366/japi.v8i2.5041>
- Hariani, E., Widyawati, R. F., & Dewanti, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 2(3), 101-8. doi:<https://doi.org/10.31004/abdira.v2i3.170>
- Haryadi, Nurhayani, & Rosmeli. (2023). Pendampingan Dan Penguatan Bumdes Desa Sungai Duren Di Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi. *Abdimas Ekodiksosiora: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora*, 3(2), 59-64. doi:<https://doi.org/10.37859/abdimasekodiksosiora.v3i2.6066>
- Mustika, C., Tan, S., Nurjanah, R., Friyani, R., & Nurhayani. (2023). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Galeriku Printing Dan Kue Cincin Kalimantan. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora)*, 3(2), 74-79. doi:<https://doi.org/10.37859/abdimasekodiksosiora.v3i2.6266>
- Rosmeli, Emilia, Umiyati, E., Nurhayani, & Mustika, C. (2022). Peningkatan Value Added Berbasis Komoditas Lokal Di Desa Renah Alai Kecamatan Jangkat Provinsi Jambi. *DAYA-MAS : Media Komunikasi Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 1-6. doi:<https://doi.org/10.33319/dymas.v7i1.79>