

Pendampingan Dalam Pemasaran Produk Bento Cake QBakery Secara E-Commerce Menjadi Produk Yang Kompetitif Di Desa Rambung Merah Kab. Simalungun


¹⁾Khairun Annisa*, ²⁾Tri Mutiara Sakinah, ³⁾Dina Mawardani, ⁴⁾Nur Mila Sari Dewi, ⁵⁾Fakhruddin Arrazi Amrillah, ⁶⁾Yoan Hendrawan Junpridan Saragih

^{1,2,3,4,5,6)}Universitas Simalungun (USI) Pematangsiantar, Indonesia

Email Corresponding: khairunannisa1608@gmail.com*

Kata Kunci	ABSTRAK
Pendampingan pemasaran Produk Bento Cake QBakery E-commerce Desa Rambung Merah Kabupaten Simalungun	Pendampingan dalam pemasaran produk Bento Cake QBakery secara e-commerce telah menjadi strategi vital untuk meningkatkan daya saing produk di Desa Rambung Merah, Kabupaten Simalungun. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah pendampingan yang efektif untuk mengubah produk menjadi lebih kompetitif di pasar online. Pendekatan kualitatif digunakan dengan mewawancarai pemilik bisnis, konsumen potensial, dan mempelajari tren pasar e-commerce. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk melalui e-commerce termasuk pengoptimalan platform online, pengembangan konten yang menarik, dan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Selain itu, pendampingan yang efektif memperhitungkan karakteristik pasar lokal, preferensi konsumen, serta kebutuhan dan keterbatasan pemilik bisnis. Melalui pendekatan ini, QBakery mampu meningkatkan visibilitasnya di pasar online, meningkatkan kepuasan konsumen, dan mengoptimalkan proses penjualan. Dengan demikian, pendampingan dalam pemasaran produk secara e-commerce dapat menjadi kunci untuk mengubah produk menjadi lebih kompetitif di Desa Rambung Merah, Kabupaten Simalungun, serta meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis di era digital ini.
Keywords	ABSTRACT
Keting Assistance QBakery Bento Cake Products E-commerce Rambung Merah Village Simalungun Regency	Assistance in marketing QBakery Bento Cake products in e-commerce has become a vital strategy to increase product competitiveness in Rambung Merah Village, Simalungun Regency. This activity aims to identify effective mentoring measures to change products to be more competitive in the online market. A qualitative approach is used by interviewing business owners, potential consumers, and studying e-commerce market trends. The results of this dedication show that key factors in increasing product competitiveness through e-commerce include online platform optimization, developing engaging content, and targeted marketing strategies. In addition, effective mentoring takes into account local market characteristics, consumer preferences, and the needs and limitations of business owners. Through this approach, QBakery is able to increase its visibility in the online market, increase customer satisfaction, and optimize the sales process. Thus, assistance in e-commerce product marketing can be the key to changing products to be more competitive in Rambung Merah Village, Simalungun Regency, and increasing business growth potential in this digital era.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum semakin meluas (Ahmad and Yamin 2023). Hal ini dikarenakan media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu sangat cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja kita mau. Orang-orang mulai intensif menggunakan jaringan internet, karena sebagai media internet mampu memberikan informasi dalam skala besar dan dalam waktu yang sangat cepat (Adrianus, Djuang, and Manafe 2023). Internet memberikan efektivitas dan efisiensi dalam hal waktu, biaya dan tenaga. Melalui internet, waktu distribusi dapat dipersingkat hingga ke hitungan detik atau menit. Internet mempunyai sifat yang mempermudah pekerjaan manusia, sehingga wajar jika internet terus dieksplorasi. Jaringan internet memelopori terjadinya revolusi teknologi. Pengaruhnya telah membawa perubahan berarti dalam kehidupan manusia (Hariyana and Warmana 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan media internet sebagai sarana pemasaran online untuk memperoleh pangsa pasar yang memuaskan. Saat ini internet sudah sangat mudah diakses oleh siapapun diseluruh dunia, termasuk para pebisnis UMKM yang menggunakan internet sebagai sarana pemberi dan berbagi informasi tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen secara online (Putra 2023).

E-commerce dapat menjadi peluang yang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. E-commerce memberikan kemudahan dalam pemasaran produk, sehingga pelaku usaha tidak memerlukan kantor dan toko fisik, produk bisa dipasarkan kapan dan dari mana saja dan pencarian informasi produk dan transaksi dapat dilakukan lebih cepat dan akurat. Pada umkm disini adalah bento cake. Bento cake atau sering juga disebut lunch box cake dan dosirak cake merupakan kue tart berukuran mini yang dilapisi oleh krim dengan desain nan cantik (Nurhamidah and Fahlevi 2023).

Alternatif masalah yang dihadapi UMKM bento cake Qbakery ini antara lain dengan melakukan pendampingan secara online dengan cara memposting beberapa foto/video kue yang estetis dan bagus untuk menarik perhatian para konsumen dan memasarkan produk tersebut ke beberapa media sosial untuk lebih banyak orang yang mengetahui penjualan bento cake tersebut. Dikarenakan banyak yang belum mengetahui apa itu bento cake, Kegiatan pendampingan terhadap masyarakat ini diharapkan memecahkan masalah yang dihadapi UMKM dalam memasarkan produknya serta meningkatkan pendapatan UMKM tersebut (Dhenggo 2023a).

Bento Cake merupakan kue brownies yang memiliki cita rasa lembut dan manis di setiap lapisannya. Tidak lupa juga menggunakan lapisan whipped cream di sela-sela brownies. Dibentuk sedemikian rupa dengan balutan cream bertemakan warna dan desain yang cantik membuat tampilan kue menjadi lebih berkonsep serta mengikuti inovasi yang beredar mengikuti zaman. Harga yang ditawarkan juga bervariasi sesuai ukuran dan desain yang diinginkan pembeli. Untuk satu ukuran kue kecil dibanderol dengan harga 40 ribu rupiah. Pemesanan produk Bento Cake dapat melalui platform akun Instagram yang dimiliki oleh pengguna atau calon pembeli, kemudian calon pembeli diminta untuk mengikuti instagram produk Bento Cake yakni, @qryputri_, lalu pembeli dapat melihat seluruh referensi kue yang telah diunggah oleh owner dan jika pembeli ingin melakukan pemesanan kue maka pembeli dapat menghubungi owner melalui link WhatsApp yang tertera pada kolom bio instagram tersebut serta dapat memesan kue dengan tema, desain sesuai selera dengan harga variatif pula (Dhenggo 2023b). Kemudian dilanjutkan dengan pengiriman kue sesuai dengan lokasi dan waktu yang telah ditentukan pembeli. Mengenai pembayaran, pembeli mendapat dua pilihan yakni, sistem pembayaran secara COD atau cash on delivery (bayar ditempat), kemudian bisa juga melakukan transfer melalui rekening atau bisa juga pembeli mengambil produk langsung ke lokasi pengantaran kue yang berada di Jl. Terong No. 6, Tomuan, Kecamatan Siantar Timur (Jhon 2023).

Produk Bento Cake dikemas dengan 2 jenis kemasan dengan beralaskan nampan berwarna emas dan silver didalamnya. Yang pertama untuk bento cake ukuran kecil diameter 15 cm dikemas dengan menggunakan sterofoam. Kedua, ukuran bento medium diameter 17 cm dikemas dengan menggunakan box ukuran 22x22cm. Kemudian untuk bento cake large diameter 20-30 cm

dikemas dengan menggunakan box ukuran 25x25cm dan 30x30cm(Karimah et al. 2023). Dan jika ada ukuran box yang berbeda dari ukuran biasa maka itu tergantung dengan besarnya ukuran kue yang dipesan. Tidak jarang owner mendapat pesanan dari luar kota yang memungkinkan perjalanan panjang serta waktu yang harus ditempuh melebihi dari ketahanan kue. Mengingat kue hanya diperuntukkan di daerah Kota Pematangsiantar dan sekitarnya saja dan hanya dapat menempuh waktu perjalanan 1-2 jam(Oliviera, Bare, and Ketmoen 2023). Selain karena ketahanan kue yang menjadi masalah utama, hal lain yang harus diantisipasi yakni kerusakan pada desain kue. Dan untuk ketahanan kue saat berada di lemari es hanya bisa bertahan 2-3 hari saja. Maka dari itu, owner memutuskan untuk tidak menerima pesanan dari luar kota(Sunaryo, Ayu, and Pratama 2023).

II. MASALAH

Khusus pelanggan Bento Cake, didominasi kalangan pengguna media sosial yang menyukai jajanan kekinian, dengan alasan lebih praktis dan tidak menyulitkan pelanggan. Dengan adanya kreasi kue kekinian tersebut, juga membuat beberapa pelaku usaha UMKM yang sama semakin giat memproduksi produknya dengan berbagai strategi dan taktik pemasaran yang mereka punya. Terlebih UMKM Qbakery merupakan bisnis homemade yang masih memiliki kendala dalam hal produksi serta pemasarannya. Walaupun begitu, setiap membangun suatu bisnis pastinya memiliki tingkat kesulitan dan permasalahan yang melengkapi perjalanan bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dinyatakan bahwa masalah yang dihadapi pelaku usaha UMKM, sebagai berikut:

1. Kurangnya SDM, karena pemilik usaha berfikir bahwa tidak sanggup untuk membayar pekerja
2. Situasi persaingan yang cukup besar menuntut Qbakery untuk lebih kreatif dalam hal mempertahankan cita rasa, menciptakan inovasi dan desain baru
3. Produk tidak diketahui secara meluas oleh masyarakat dikarenakan kurangnya media promosi

III. METODE

Pendampingan dilakukan dengan menggunakan prinsip kemitraan dan telah berlangsung pada awal memilih produk tersebut menjadi sumber acuan dalam tugas mengenai produk UMKM (Elti 2023). Prinsip ini dilakukan dengan bekerja sama dalam mengatur strategi pemasaran dalam bentuk promosi yang berkonsep menarik secara daring atau online, menentukan target pasar, dan menentukan target penjualan. Serta bentuk pelaksanaan pengabdian lain seperti pelatihan pengelolaan produk secara langsung. Peserta dalam kegiatan ini adalah pihak pelaksana program pengabdian UMKM bento cake Q'Bakery yang memproduksi kue tar mini berlokasi di Rambung Merah Kabupaten Simalungun. Pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2022.

Dalam proses pendampingan produk UMKM, pihak pelaksana juga menggunakan suatu metode untuk mendasari program tersebut, antara lain :

1. Konsultasi
Metode ini dipilih sebagai upaya pembantuan yang diberikan pendamping terhadap pelaku usaha dengan cara memberikan jawaban, solusi dan pemecahan masalah yang dibutuhkan oleh pelaku usaha
2. Pembelajaran
Metode ini dipilih sebagai alih pengetahuan dan sistem nilai yang dimiliki oleh pendamping kepada pelaku usaha dalam proses yang disengaja
3. Konseling
Metode ini dipilih untuk membantu menggali masalah dan potensi yang dimiliki, membuka alternatif-alternatif solusi dan mendorong pelaku usaha mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang bertanggung jawab bagi kehidupan



Gambar 1. Mencampurkan gula dan telur



Gambar 2. Setelah adonan mengembang, siapkan tepung coklat



Gambar 3. Lelehkan coklat batang



Gambar 4. Campuran lelehan coklat ke adonan



Gambar 5. Tuang adonan ke loyang



Gambar 6. Adonan siap dikukus



Gambar 7. Setelah kue matang, kue dilapisi dengan cream dan selai strawberry



Gambar 8. Tutup kue dengan lapisan kue lain



Gambar 9. Seluruh bagian kue dilapisi dengan whipped cream



Gambar 10. Kue yang sudah selesai dihias

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan secara daring dan luring. Secara daring diawali dengan menghubungi pemilik usaha UMKM bentocake Qbakery dan mengajaknya untuk berdiskusi dan saling sharing lewat zoom mengenai produk bentocake yang sedang dijalankannya, mulai dari latar belakang terciptanya ide bisnis ini, modal pembuatan produk yang mencakup alat dan bahan, serta bagaimana pemilik UMKM bentocake Qbakery memasarkan produknya hingga sampai ke konsumen.

Peserta kegiatan pengabdian juga mempelajari “apa itu produk Bentocake?” sehingga peserta kegiatan pengabdian ini tau latar belakang dari produk bentocake dan target pemasarannya, sehingga produk bentocake ini mampu bersaing di era digital. Kegiatan pendampingan secara luring dilakukan pada tanggal 23 oktober 2022 pada pukul 10.00 – 15.00 WIB. Adapun kegiatan yang dilakukan saat pendampingan meliputi:

1. Mengetahui alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat produk bentocake, serta apa kegunaannya
2. Mengikuti langkah langkah atau proses pembuatan bentocake
3. Mengikuti proses desain bentocake, serta teknik yang dilakukan hingga menciptakan ide baru dalam mendesain bentocake
4. Mengikuti proses kemasan
5. Mengetahui bagaimana sistem pemesanan produk hingga produk sampai di tangan konsumen

Program pendampingan produk UMKM berupa kegiatan pengembangan media pembelajaran bagi pebisnis yang sudah dilaksanakan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, keterampilan dan lebih percaya diri dalam menjual produk UMKM. Mitra (owner Qbakery) akan lebih semangat dan termotivasi untuk mengembangkan bisnisnya. Hasil pendampingan ini akan bermanfaat bagi mitra dan tim pelaksana dalam memasarkan produk dengan strategi yang telah memumpuni jalannya bisnis produk UMKM.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pendampingan Produk UMKM

No.	Kegiatan Pendampingan	Waktu	Pelaksana
1.	Melakukan wawancara dan diskusi dengan narasumber	Tgl : 6 Okt 2022	Pendamping & Pemilik
2.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 10 Okt 2022	Pendamping
3.	Melakukan pendampingan pembuatan kue	Tgl : 23 Okt 2022	Pendamping & Pemilik
4.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 28 Okt 2022	Pendamping
5.	Melakukan observasi terhadap kegiatan promosi	Tgl : 15 Nov 2022	Pendamping & Pemilik

6.	Melakukan promosi lewat media sosial	Tgl : 17 Nov 2022	Pendamping
7.	Melakukan evaluasi terhadap hasil pendampingan	Tgl : 21 Nov 2022	Pendamping

Pencapaian tujuan pendampingan dan pengembangan sebuah produk berbasis digital telah terlaksana dengan baik, namun memiliki beberapa kendala pada waktu yang terbatas dengan rancangan perencanaan kegiatan. Walaupun begitu, baik tim pelaksana maupun owner tetap konsisten melakukan kegiatan dengan bekerja sama mengatur strategi yang baik dalam sistem pemasaran produk, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai.

Pencapaian target materi pada kegiatan pendampingan produk cukup baik, karena materi pendampingan telah dapat disampaikan secara keseluruhan kepada mitra (owner Qbakery). Materi pendampingan yang telah disampaikan adalah :

1. Pengetahuan tentang cara pembuatan Bento Cake
2. Pengetahuan tentang pemasaran online atau e-commerce

Kemampuan serta pengetahuan tim pelaksana dalam pembuatan kue masih kurang dikarenakan tidak memiliki latar belakang keahlian dalam pembuatan kue serta masing-masing tim pelaksana juga memiliki keahlian dan kemampuan yang berbeda-beda. Pendampingan pembuatan kue tergolong mudah untuk dipahami namun sedikit sulit untuk mempraktekannya. Mitra(owner) juga ikut serta membantu penyiapan tahap-tahap kue hingga akhir, sehingga memudahkan tim pelaksana dalam proses pembuatan kue.

Secara keseluruhan kegiatan pendampingan pelatihan usaha UMKM Bento Cake berbasis e-commerce ini dapat dikatakan berhasil. Selain diukur dari kedua komponen diatas, keberhasilan juga dapat dilihat dari kepuasan tim pelaksana setelah mengikuti kegiatan pendampingan tersebut.

V. KESIMPULAN

Strategi pelaku umkm untuk menghadapi persaingan demi melanjutkan usahanya adalah dengan meningkatkan volume penjualan pada UMKM Bento Cake ini, dengan menerapkan pemasaran online dengan menggunakan media sosial sebagai saluran utama pemasarannya. Serta bijak dalam menghadapi persaingan antar pebisnis produk yang sama dengan mengedepankan inovasi serta meningkatkan keahlian dan kemampuan dalam mendesain kue. Mampu melayani pelanggan dengan baik serta memperhatikan dan mendengarkan permintaan para pelanggan demi mencapai legalitas dan loyalitas di mata pelanggan. Walaupun produk Bento Cake masih terbilang jarang di Kota ini, tetapi tidak membuat perbedaan yang jauh mengenai kue tar biasa dengan kue bento. Pasalnya masyarakat hanya mengetahui jenis kue yang sama tanpa memperhatikan desain dan bentuk yang lebih kekinian. Dengan memanfaatkan inovasi dan tren kue di masa sekarang, menjadikan usaha produk ini lebih menjanjikan dan bermanfaat bagi masyarakat yang menyukai jajanan kekinian yang praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianus, Jou Sewa, Gaudensius Djuang, and Henny A. Manafe. 2023. "Pelatihan Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran pada Kopdit Harapan Sejahtera Lasiana Kupang."
- Ahmad, Mardiana, and M. Yamin. 2023. "Edukasi Tentang Stunting Pada Balita Dalam Rangka Peningkatan Pengetahuan Pada Ibu di Desa Tetewatu."
- Dhenggo, Klaris Fransiska. 2023a. "Pengaruh Bahasa Daerah Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Peserta Didik 3b Sdn Gembira."
- Dhenggo, Klaris Fransiska. 2023b. "Pengaruh Bahasa Daerah Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Peserta Didik 3B SDN Gembira."
- Elti, Bernadina Petra. 2023. "Pengaruh Keterbatasan Saran Prasarana Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Kelas VI Di SDN Gembira Nangahale."
- Hariyana, Nanik, and G. Oka Warmana. 2023. "Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Di Tanggulangin Sidoarjo."

-
- Jhon, Yoseph. 2023. "Upaya Guru Dalam Mengatasi Rendahnya Minat Baca Siswa Di Perpustakaan Mts Muhammadiyah Al-Fatah Nangahale."
- Karimah, Rahadian Roro Siti, Bella Angelica Kauno, Syerina Silvi Fitriyah, and Muslikha Nourma. 2023. "Sosialisasi Siaga Bencana dan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan di SDN Simpang Sidoarjo." 4 4(1):106–11.
- Nurhamidah, Rahel, and Renza Fahlevi. 2023. "Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Murni Laundry Pasca Pandemi."
- Oliviera, Francisco Pinto, Evafigia M. Gratya Bare, and Adrianus Ketmoen. 2023. "Sosialisasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Fersita Batako di Desa Baumata, Kabupaten Kupang-NTT."
- Furqan, F., & Putra, Y. (2023). Pelatihan Sertifikasi Kompetensi SDM Pariwisata Di Hotel Saka Medan Tahun 2022. ARembeN: Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 1(1), 5–12. Retrieved from <https://ejournal.cvrobema.com/index.php/aremben/article/view/31>
- Sunaryo, M., Ayu, F., A Yunin A, A. Q., Ratriwardhani, R. A., & Pratama, M. R. W. (2023). Sosialisasi Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Pada Santriwati Pondok Pesantren Assalafi Al-Fithrah. ARembeN: Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 1(1), 23–30. Retrieved from <https://ejournal.cvrobema.com/index.php/aremben/article/view/33>