

Strategi Pemasaran Kue Rumahan Relasional Berbasis Teknologi Informasi Android Pada Pedagang Kue Ningayu di Desa Jimbaran

I Gusti Ayu Sri Melati^{1*}, Komang Hari Shanti Dewi²

¹Sistem Informasi Ilmu Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

²Penelitian dan Evaluasi Pendidikan Guru, Universitas Pendidikan Ganesha

E-mail: melati@stikom-bali.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerk.in.v4i1.2074>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 09 July 2025

Revised: 18 July 2025

Accepted: 31 July 2025

Kata Kunci

Pemasaran, Teknologi Informasi, Android

Keywords

Marketing, Information Technology, Android.



ABSTRACT

Pedagang kue rumahan di wilayah Desa Adat Jimbaran, di masa perkembangan ekonomi saat ini, sangat sulit bersaing dengan toko-toko kue yang besar dan menjual secara online. Hal ini diakibatkan oleh kemampuan mereka dalam teknologi yang sangat minim. Secara langsung terlihat rata-rata pedagang kue tersebut memiliki handphone (Hp) Android, namun pemanfaatannya hanya sebatas mengirim pesan dan membagi hasil foto melalui facebook dan WhatsApp. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan teknologi produksi, khususnya dalam proses pemasaran yang berdampak pada kualitas dan daya saing produk. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian mengimplementasikan pendekatan terpadu meliputi edukasi, pelatihan, dan pendampingan intensif. Inti dari program adalah pemanfaatan teknologi semaksimal mungkin sehingga dapat membantu mengembangkan Kue Ningayu dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain. Selain itu dapat memanfaatkan Teknologi informasi sehingga dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas.

Home-based cake vendors in the Jimbaran Traditional Village area, in the current era of economic development, find it very difficult to compete with large cake shops that sell online. This is due to their very limited technological capabilities. It is directly visible that the average cake vendor owns an Android cellphone, but its use is limited to sending messages and sharing photos via Facebook and WhatsApp. The main problem faced is the limited production technology, especially in the marketing process, which impacts the quality and competitiveness of the product. To overcome this, the community service team implemented an integrated approach including education, training, and intensive mentoring. The core of the program is the maximum utilization of technology to help develop Kue Ningayu and be able to compete globally with other business actors. In addition, they can utilize information technology to reach the market and attract a wider consumer..



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

How to Cite: I Gusti Ayu Sri Melati, et al (2025). Strategi Pemasaran Kue Rumahan Relasional Berbasis Teknologi Informasi Android Pada Pedagang Kue Ningayu di Desa Jimbaran 4(1), 2943-2948 <https://doi.org/10.31004/jerk.in.v4i1.2074>

PENDAHULUAN

Kualitas sumber daya manusia memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi. Dalam pembangunan ekonomi ini diperlukannya sumber daya manusia untuk memperkuat kompetensi yang dimilikinya, salah satunya perkembangan teknologi. Desa Adat Jimbaran merupakan Kawasan industry pariwisata.

Dengan kondisi tersebut, maka terdapatnya banyak wisatan asing maupun dalam negeri untuk berkunjung ke Desa Jimbaran. Kondisi tersebut menyebabkan tumbuhnya usaha makanan dan minuman mengingat banyak penduduk yang bekerja menetap dengan system sewa toko, akibat kesibukan tidak

lagi memiliki waktu untuk mengolah bahan baku sendiri. Ramainya penjual makanan khususnya kue-kue terlihat di pagi hari sebelum masyarakat, baik dikantor ataupun dikampus untuk keperluan sarapan.

Banyak penjual kaki lima yang berjualan kue-kue menyebabkan tingkat pesaing menjadi tinggi. Meskipun kue-kue tersebut dijual dengan harga murah (Rp. 2.000,-/biji), namun jika sore hari banyak tersisa kue-kue yang akhirnya menjadi basi. Dengan demikian dapat terlihat bahwa terdapat kerugian pada pelaku usaha rumahan tersebut, jika ditelusuri, perilaku penjualan kue-kue tersebut masih mengikuti pola yang sudah ada, yakni berjualan di depan rumah, dipinggir jalan, atau menitipkan kue-kue di toko tanpa mengetahui bagaimanakondisi memasarkan produk yang harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan, serta apa yang menjadi kebutuhan konsumen pada saat kondisi seperti ini. Hal ini telah dinyatakan oleh katler & keller, (2012) serta Solomon et al., (2007).

Strategi pemasaran yang paling cocok untuk di era saat ini dimana perkembangan teknologi perkembangannya sangat pesat adalah pemasaran berbasis online dengan teknologi informasi, seperti *marketplace* (prayoga & Nurdian, 2020). Marketplace merupakan sebuah platform yang memfasilitasi transaksi bisnis online seperti jual beli barang, jasa atau informasi secara online antara penjual dan pembeli dan penjual, dan lainnya (Yustiani & Yunanto, 2017). Penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran online memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena platform terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya untuk penjualan.

Dengan demikian, PKM ini bertujuan untuk memperluas distribusi penjualan melalui strategi pemasaran relasioanl berbasis Android. selain peningkatan kemampuan memanfaatkan teknologi, juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku industri rumah tangga. Manakala pemasaran kue makin mahir memanfaatkan Hp android dalam melakukan penjualan, diharapkan akan mampu memperkenalkan produknya kepada lingkungan yang lebih luas dan mampu bersaing dengan pemasaran online yang telah ada.

METODE PELAKSANAAN

1. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan observasi awal terkait kegiatan yang akan dilakukan. Setelah melakukan observasi melalui narasumber dan informasi-informasi dari media massa, maka Tim PKM membuat proposal terkait apa yang akan dilakukan beserta maksud dan tujuannya, serta luaran yang dihasilkan. Setelah pembuatan proposal selesai maka Tim PKM mencari mitra yang dapat menjadi pendukung dan pemberi informasi serta dapat membantu pelaksanaan kegiatan. Setelah mendapatkan mitra, maka tim melakukan sosialisasi terkait kegiatan yang akan dilaksanakan.

2. Tahap Penyusunan Metode Kegiatan

Pada tahap penyusunan metode kegiatan ini terlebih dahulu mencari tahu faktor yang dapat mendukung keberhasilan pembelajaran. Berdasarkan beberapa kajian, keinginan seseorang untuk belajar sangat ditentukan oleh tenaga pendidik dalam hal ini pemateri, yakni sebagai fasilitator, motivator, sumber

3. Tahap pelaksanaan

Agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar maka terlebih dahulu dilakukan kontrak dengan membuat kesepakatan waktu dan tempat kegiatan antara calon peserta dengan tim pelaksana. Program ini akan dilaksanakan selama tiga bulan dengan frekuensi tiga kali pertemuan tiap pekan. Mengingat yang akan dilatih adalah para pembuat dan pedagang kue, maka kegiatan ini akan dilakukan pada siang hari pada pukul 10.00-16.30 WITA (setelah mempersiapkan dagangannya)

4. Monitoring dan Evakuasi

Agar tujuan PKM berhasil, maka seluruh bentuk kegiatan yang dilaksanakan akan dipantau secara berlanjut untuk melihat kesesuaiannya dengan rencana yang telah disusun. Adapun spesifikasi kegiatan monitoring yang dilakukan adalah:

a. Peserta

- 1) Kehadiran peserta
- 2) Keaktifan selama pembelajaran
- 3) Kemampuan dalam menangkap materi

- b. Pelaksana program/Pendamping
 - 1) Meninjau dan melihat proses pembelajaran dan perkembangan yang terjadi.
 - 2) Melihat dan meninjau keaktifan peserta.
 - 3) Mendampingi peserta selama kelas pembelajaran berlangsung.
 - 4) Mengarahkan peserta apabila terjadi kekeliruan

Kegiatan evaluasi dilakukan dua kali, yaitu evaluasi dalam jangka waktu tertentu (tiap kegiatan selesai) dan evaluasi akhir program. Evaluasi dalam jangka waktu tertentu dilakukan untuk menilai arah dan kemajuan program, efisiensi dan efektifitas program, dan berbagai kendala yang ditemui saat program berlangsung. Sementara evaluasi akhir program dilakukan untuk menilai hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program untuk kemudian disusun menjadi laporan akhir kegiatan.

5. Keberlanjutan program

Program ini dapat terus berlanjut, maka tim pelaksana akan melakukan kerja sama dengan pemerintah setempat untuk menjadikan kegiatan pelatihan ini berkelanjutan. Selain itu, dengan terbentuknya kelompok-kelompok usaha nantinya akan membuka kesempatan bagi konsumen untuk langsung membeli pada kelompok yang telah ada sesuai dengan produk yang diinginkan.

6. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM ini adalah mengumpulkan informasi-informasi awal terkait masalah yang dihadapi oleh mitra. Untuk selanjutnya mitra diminta kesediaannya untuk memberi sosialisasi kepada seluruh petani kopi, bawang dan garam terkait kegiatan PKM ini, dan memastikan bahwa masyarakat bersedia menerimadana mau mengikuti pembelajaran yang akan dilaksanakan. Pada saat kegiatan pembelajaran selama 3 bulan, mitra dapat membantu memberi motivasi pada peserta agar tidak jenuh, dan mempertemukan dengan pemerintah setempat yang akan diajak kerjasama terkait keberlanjutan kegiatan.

7. Ringkasan Materi

- a. Materi yang akan diberikan dalam bentuk ceramah, diskusi, dan pelatihan.
- b. Materi bacaan diberikan secara online dengan memberikan link kepada peserta.
- c. Ceramah yang dilakukan untuk memberi pemahaman mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran produk, bentuk-bentuk distribusi langsung dan tidak langsung,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada Ningayu cake dilaksanakan dalam dua kali pertemuan yaitu pada 20 Pebruari 2025 dan 10 April 2025. Kegiatan ini berhasil dihadiri peserta sebanyak 5 orang mulai dari owner dan karyawan. Pada pertemuan pertaman program pelatihan ini terbagi dua sesi yaitu edukasi kewirausahaan oleh narasumber Komang Hari Shanti, S.Pd., M.Pd yang merupakan dosen kampus STIKOM Bali di Denpasar dan sesi selanjutnya adalah tutorial sekaligus launching Instagram @Ningayu cake dan Gojek yang dipandu oleh I Gusti Ayu Sri Melati, S.Kom., M.T selaku Dosen Sistem Komputer di kampus STIKOM Bali.

Sedangkan pada pertemuan kedua pada Jumat, 10 April 2025 berisi agenda serah terima pelatihan membuat media dari media social maupun akun Gojek.

Pembahasan

Pada kegiatan pelaksanaan pelatihan ini dilakukan berdasarkan analisa hasil pelaksanaan pengabdian apabila mengacu pada perencanaan dimulai dari analisa hasil observasi agar tepat sasaran berdasarkan permasalahan kebutuhan di Ningayu cake Ketika pelaksanaan pelatihan harus disesuaikan dengan rundown proposal dan koordinasi dengan mitra sehingga dapat ditentukan waktu dan teknisnya. Dalam hal ini pelaksanaan pelatihan terbagi menjadi 2 kali yaitu pada 20 Pebruari 2025 dan 10 April 2025.

Ningayu cake biasanya dalam memasarkan produknya dengan cara dijual langsung di rumahan atau mempromosikan melalui media social *Facebook*. Akan tetapi hal ini kurang optimal, dikarenakan yang melihan promosi tersebut hanya orang-orang yang ada dalam kontak si pemilik, sehingga proses pemasaran tidak berjalan dengan optimal. Maka dari itu dilaksakannya kegiatan pelatihan mengenai

pemanfaatan *Aplikasi platform layanan on-demand* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha.

Kegiatan ini diawali dengan *sharing session* kepada owner Ningayu cake yang berguna untuk mengetahui kebutuhan dan target bisnis di masa sekarang ini . proses sharing Bersama Ningayu cake dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sharing Session

Setelah didapatkan hasil dari wawancara, maka kegiatan selanjutnya adalah kegiatan perencanaan. kegiatan perencanaan terdiri tiga tahapan yaitu menyusun materi sebagai bahan materi serta mempersiapkan akun penjualan yang akan digunakan sebagai media pembelajaran. Setelah dilakukan berbagai persiapan, kegiatan selanjutnya adalah kegiatan pelaksanaan, dimana pada kegiatan inilah semua yang telah disiapkan kami laksanakan.

Kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat. Selanjutnya dilakukan wawancara mengenai usaha , kelemahan, peluang, ancaman atau analisis SWOT. Setelah melakukan wawancara sebagai bagian dari analisa tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat langsung memaparkan materi yang telah disiapkan sebelumnya, pemaparan materi dilakukan dengan menjelaskan secara langsung yang berisi tentang materi dilihat pemanfaatan *Aplikasi platform layanan on-demand* pada Gambar 3.

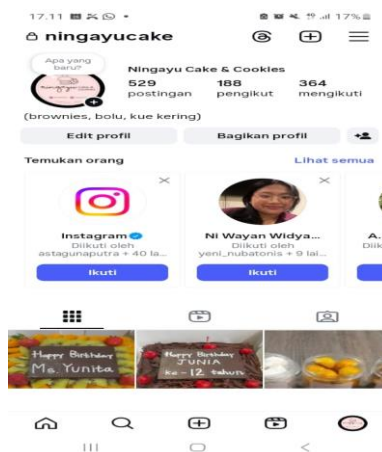


Gambar 3. Pemaparan Materi

Selanjutnya, kami menjelaskan mengenai cara pembuatan salah satu aplikasi Instagram yaitu pembuatan akun penjualan di instagram dengan tujuan agar peserta pelatihan dapat melakukan penjualan usaha cake menggunakan akun tersebut. Pada pembuatan akun , kami mengajak peserta untuk ikut serta dalam membuat akun dan mencoba berbagai fitur-fitur yang mendukung untuk meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah contoh akun dari salah satu peserta yang mengikuti pelatihan dapat dilihat pada gambar 4. Sedangkan tampilan akunnya dapat dilihat pada gambar 5



Gambar 4. Pembuatan Akun



Gambar 5. Akun Instagram

Pengenalan Aplikasi Platform layanan On - demand kepada Ningayu cake memiliki tantangan tersendiri. Akan tetapi dengan dilakukan diskusi mengenai strategi pemasaran berbasis android, maka dapat dipahami dengan mudah dan digunakan oleh pelaku usaha Ningayu cake.

Setelah mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini, diharapkan para pelaku usaha di Ningayu cake mampu:

1. Memanfaatkan aplikasi berbasis android semaksimal mungkin sehingga dapat membantu pengembangan usahanya dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain.
2. Secara aktif memanfaatkan aplikasi sehingga dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas.

KESIMPULAN

Kegiatan ini telah diselenggarakan selama dua hari di Ningayu Cake. Dilatar belakangi oleh keterbatasan pengetahuan teknologi dan ketergantungan media sosial. Harapannya melalui workshop kewirausahaan sebagai upaya edukasi pengetahuan teknologi media sosial di Ningayu Cake dapat berdampak pada tercapainya peningkatan omzet dan lebih bisa dikenal oleh jangkauan yang luas. Pelatihan ini akan terus dilanjutkan sebagai bentuk pendampingan setelah pelatihan guna memantau, mengevaluasi dan menindaklanjuti restock produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini terselenggara kolaborasi program pengabdian ini terjalin antara ITB STIKOM Bali dengan mitra Ningayu Cake

REFERENSI

- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127– 132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 117– 120. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17880>
- Prayogo, F., & Nurdian, Y. (2020). Resureksi Bawang Goreng Produk Unggulan Sumberdadap Tulungagung di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 145–149. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.8278>
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Pinandoyo, D. B., Masnar, A., & Supardianningsih, S. (2022). Food Packaging Rebranding Assistance for Vegetable Products of OkeFarm Neglasari Women Farmer Group. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 173–186.
- Pradani, R. F. E. (2020). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Berbasis Potensi Lokal Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. *Juornal of Economics and Policy Studies*, 1(1), 23– 33.
- Zulvikri, M. (2024). Sinergi UMKM Dan Ekonomi Indonesia: Sebuah Kajian Komprehensif Sebuah Perspektif Dan Implikasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(2), 255–265.