

# Peningkatan Ketersediaan dan Penjualan Produk Pada Usaha Rumahan Bakso Mamita

I Made Bhaskara Gautama<sup>1\*</sup>, I Made Mika Parwita<sup>1</sup>, Dewa Bagus Satya Mahottama<sup>1</sup>, I Putu Ananta Kusumadewa Mahaputra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

bhaskara@stikom-bali.ac.id, mika\_parwita@stikom-bali.ac.id, 220040145@stikom-bali.ac.id, 220040168@stikom-bali.ac.id

## Abstrak

Makanan beku adalah metode pengawetan makanan yang populer saat ini. Manfaat utama makanan beku termasuk memperpanjang masa simpan, mengurangi pemborosan, dan mempertahankan nilai gizi serta kualitas rasa dan tekstur. Bakso adalah contoh makanan beku yang populer. Keuntungan besar bakso beku adalah kenyamanan penyimpanan yang memungkinkan akses kapan saja tanpa khawatir tentang kerusakan kualitas. Salah satu usaha yang memproduksi bakso beku adalah Bakso Mamita, sebuah industri rumah tangga dengan kapasitas terbatas. Mereka mengandalkan sistem Pre Order (PO) karena keterbatasan stok dan perlengkapan. Beberapa pelanggan terkadang tidak mau menunggu untuk proses PO sehingga usaha ini sering kehilangan pelanggan potensial. Kemampuan usaha ini dalam menyediakan atau stok barang perlu ditingkatkan agar bisa berkembang. Selain itu, jika permasalahan stok barang sudah dapat ditangani, usaha ini juga perlu untuk meningkatkan penjualan atau marketing sehingga produk yang disimpan terjual dengan baik. Kegiatan dilakukan dengan memberikan bantuan berupa

DOI: <https://doi.org/10.47134/comdev.v5i3.259>

\*Correspondensi: I Made Bhaskara Gautama

Email: [bhaskara@stikom-bali.ac.id](mailto:bhaskara@stikom-bali.ac.id)

Received: 08-07-2024

Accepted: 28-09-2024

Published: 20-10-2024



Journal of Community Development is licensed under a [Creative Commons Attribution-4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright: © 2024 by the authors.

freezer untuk meningkatkan ketersediaan barang. Selain itu, pelatihan digital marketing dan konten digital diberikan untuk meningkatkan penjualan dari tingginya ketersediaan barang yang dimiliki. Berdasarkan hasil evaluasi, ketersediaan barang pada usaha ini meningkat sebesar 1233% dengan penjualan yang meningkat sebesar 111.84%. Kegiatan pelatihan digital marketing dan konten digital meningkatkan pemahaman dasar mitra rata-rata sebesar 76.5%.

**Kata Kunci:** bakso, frozen food, ketersediaan barang, digital marketing.

## Abstract

Frozen food is a popular preservation method nowadays. The main benefits of frozen food include extending shelf life, reducing waste, and maintaining nutritional value as well as the quality of taste and texture. Meatballs are an example of popular frozen food. A major advantage of frozen meatballs is the convenience of storage, allowing access at any time without worrying about quality deterioration. One business that produces frozen meatballs is Bakso Mamita, a small-scale home industry with limited capacity. They rely on a Pre Order (PO) system due to limited stock and equipment. Some customers are sometimes unwilling to wait for the PO process, causing this business to often lose potential customers. The ability of this business to provide or stock goods needs to be improved to grow. Moreover, if the stock issue can be resolved, this business also needs to enhance sales or marketing so that the stored products sell well. Activities were carried out by providing assistance in the form of a freezer to increase the availability of goods. In addition, digital marketing and content creation training were provided to boost sales from the increased availability of goods. Based on the evaluation results, the availability of goods in this business increased by 1233%, with sales increasing by 111.84%. Digital marketing and digital content training activities increased partners' basic understanding by an average of 76.5%.

**Keywords :** meatball, frozen food, product availability, digital marketing.

## I. PENDAHULUAN

Makanan beku adalah metode pengawetan makanan yang telah mendapatkan popularitas dalam masyarakat modern (Yulviani, Junaedi and Lubis, 2022). Proses pembekuan melibatkan penurunan suhu makanan di bawah titik beku air, yang efektif dalam memperlambat degradasi enzimatis dan mikrobiologis yang merusak makanan segar (Rahmi, Wulandari and Advinda, 2021). Manfaat utama makanan beku termasuk masa simpan yang lebih lama, meminimalkan pemborosan, dan mempertahankan nilai gizi serta kualitas organoleptik seperti rasa dan tekstur. Selain itu, makanan beku memberikan kenyamanan kepada konsumen, memungkinkan akses mudah ke berbagai jenis makanan sepanjang tahun tanpa tergantung pada musim atau ketersediaan produk segar. Namun, penting untuk memperhatikan pemilihan dan penyimpanan makanan beku yang benar untuk menjaga kualitas dan keamanan. Kondisi penyimpanan yang tidak sesuai dapat mengakibatkan kerusakan makanan beku.

Bakso adalah salah satu contoh makanan beku yang telah meraih popularitas di dalam dan luar negeri. Bakso adalah bola daging yang biasanya terbuat dari campuran daging sapi atau ayam, tepung, dan bumbu-bumbu yang kaya rasa (Tangkemanda *et al.*, 2019; Sari, Nurmansyah and Supriati, 2020). Seiring perkembangan zaman, bakso juga tersedia dalam berbagai varian, seperti bakso ikan, bakso udang, atau bahkan bakso vegetarian (Faiz and Sarih, 2021). Salah satu keuntungan besar dari bakso beku adalah kenyamanannya. Bakso yang dibekukan memungkinkan konsumen untuk menyimpannya dalam waktu yang lama tanpa khawatir akan kerusakan kualitasnya. Ini mempermudah pengadaan bakso kapan saja tanpa harus memikirkan persediaan segar. Selain itu, bakso beku juga mempertahankan rasa autentiknya dan tekstur yang lezat ketika dipanaskan dan disajikan (Febriani, Larasati and Sampurno, 2020). Bakso juga menjadi pilihan makanan yang beragam dan cocok untuk berbagai kreasi kuliner. Baik sebagai hidangan utama dalam bakso kuah, mie bakso, atau bakso goreng, maupun sebagai tambahan dalam sup dan hidangan lainnya. Keanekaragaman ini membuat bakso menjadi favorit banyak orang.

Salah satu usaha yang memproduksi makanan beku berupa bakso adalah Bakso Mamita. Usaha ini dikelola oleh seorang ibu rumah tangga beserta suaminya. Usaha ini merupakan industri rumah tangga dengan kemampuan produksi yang terbatas. Bakso Mamita masih mengandalkan tempat penggilingan atau usaha lain untuk mengolah bahan baksonya. Selain itu, dalam konteks makanan beku, usaha ini hanya mengandalkan freezer dari kulkas 2 pintu biasa dengan kapasitas kurang lebih 40 liter. Oleh karena itu, usaha ini masih mengandalkan sistem Pre Order (PO) dan tidak memiliki stok bakso beku yang banyak untuk dapat dibeli sewaktu-waktu. Proses produksi dan produk mitra ditunjukkan pada Gambar 1.



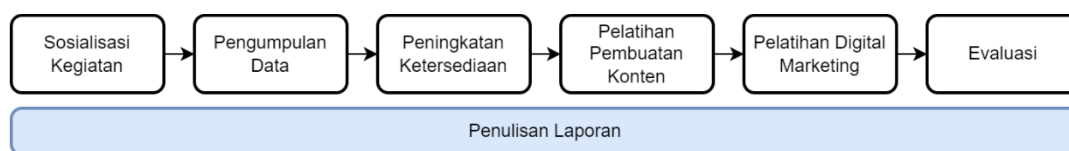
Gambar 1. Proses Produksi dan Produk Mitra

Berdasarkan situasi tersebut, Bakso Mamita masih belum melakukan strategi pemasaran dengan baik. Pelanggan masih terbatas di lingkungan kantor tempat pemilik usaha bekerja. Penyebarluasan informasi usaha ini masih dari mulut ke mulut. Pemilik usaha mengaku belum berani untuk memasarkan produknya secara luas karena mengalami keterbatasan ketersediaan produk. Padahal, pemilik usaha merupakan generasi millennial yang melek teknologi sehingga digital marketing sangat mungkin untuk dilakukan.

Permasalahan yang sering terjadi yaitu ketika banyak pelanggan meminta bakso beku yang sudah jadi, usaha ini tidak mampu memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut. Beberapa pelanggan terkadang tidak mau menunggu untuk proses PO sehingga usaha ini sering kehilangan pelanggan potensial. Kemampuan usaha ini dalam menyediakan atau stok barang perlu ditingkatkan agar bisa berkembang. Selain itu, jika permasalahan stok barang sudah dapat ditangani, usaha ini juga perlu untuk meningkatkan penjualan atau marketing sehingga produk yang disimpan terjual dengan baik (Pertama *et al.*, 2023; Rahmanda, 2023).

## II. METODE

Gambar 2 menunjukkan rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk meningkatkan ketersediaan produk dan penjualan pada Bakso Mamita.



**Gambar 2.** Rencana Kegiatan

### A. Sosialisasi Kegiatan

Tim pengabdian masyarakat berkunjung ke tempat mitra untuk melakukan sosialisasi terkait maksud, tujuan, serta proses kegiatan yang akan dilakukan pada program pengabdian masyarakat ini.

### B. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan berupa profil mitra, alat produksi, proses produksi, omset, serta permasalahan mitra untuk menentukan solusi yang tepat sehingga usahanya dapat berkembang.

### C. Peningkatan Ketersediaan

Peningkatan ketersediaan produk yang siap untuk dipasarkan dilakukan dengan pengadaan barang berupa freezer (Mahmud *et al.*, 2021; Parwita, Astawa and Sadguna, 2022).

### D. Pelatihan Pembuatan Konten

Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan konsep serta tutorial untuk membuat konten digital menggunakan Canva.

### E. Pelatihan Digital Marketing

Tim mendampingi dan memberikan pengetahuan digital marketing untuk memasarkan produk.

### F. Evaluasi

Proses evaluasi untuk ketersediaan produk dilakukan setiap bulan mulai dari dua bulan setelah bantuan diberikan. Hal yang dievaluasi adalah jumlah barang yang disimpan, jumlah penjualan, serta omset usaha. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan data jumlah barang yang disimpan, jumlah penjualan, serta

omset usaha sebelum dan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan. Evaluasi pelatihan dilakukan dengan memberikan pre-test dan post-test, dengan indikator sebagai berikut.

**Tabel 1.** Indikator Pre-test dan Post-test

No	Indikator	
	Pre-Test	Post-Test
1	Saya memiliki pemahaman yang baik tentang konsep dasar digital marketing.	Saya sekarang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar digital marketing.
2	Saya merasa percaya diri dalam mengidentifikasi target pasar untuk bisnis saya.	Saya merasa lebih percaya diri dalam mengidentifikasi target pasar untuk bisnis saya.
3	Saya mengetahui berbagai platform media sosial yang relevan untuk digital marketing.	Saya lebih mengetahui berbagai platform media sosial yang relevan untuk digital marketing.
4	Saya sering menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa saya.	Saya lebih sering menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa saya.
5	Saya tahu cara mengoptimalkan penjualan di marketplace Go Food atau Grab Food.	Saya sekarang tahu cara mengoptimalkan penjualan di marketplace seperti Go Food atau Grab Food.
6	Saya paham pentingnya konten berkualitas dalam strategi digital marketing.	Saya lebih paham pentingnya konten berkualitas dalam strategi digital marketing.
7	Saya pernah menggunakan Canva untuk membuat konten multimedia.	Saya merasa lebih nyaman menggunakan Canva untuk membuat konten multimedia.
8	Saya merasa nyaman menggunakan Canva untuk mendesain konten visual.	Saya merasa lebih mahir menggunakan fitur-fitur dasar di Canva.
9	Saya tahu cara menggunakan fitur-fitur dasar di Canva.	Saya tahu cara membuat desain konten visual yang menarik menggunakan Canva.
10	Saya yakin pelatihan ini akan membantu meningkatkan keterampilan digital marketing saya.	Saya merasa pelatihan ini sangat membantu dalam meningkatkan keterampilan digital marketing saya.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 menunjukkan jadwal kegiatan yang telah dilakukan pada mitra pengabdian kepada masyarakat.

**Tabel 2.** Jadwal Kegiatan

No	Tanggal Kegiatan	Kegiatan
1	4 Februari 2024	Sosialisasi kegiatan
2	3 Maret 2024	Pemberian hibah barang
3	13 Maret 2024	Pembuatan sosial media
4	10 April 2024	Pelatihan Digital Marketing & Konten Digital
5	31 Mei 2024	Evaluasi I
6	30 Mei 2024	Evaluasi II

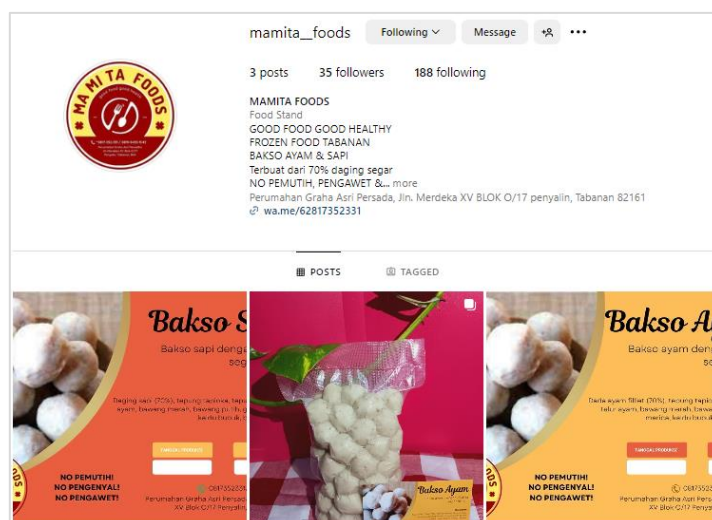
Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan maksud dan tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, pelaksana dan juga mitra melakukan diskusi berkaitan dengan detail pelaksanaan program yang akan dijalankan.

Barang yang diberikan kepada mitra berupa freezer dan vacuum sealer. Freezer digunakan oleh mitra untuk menyimpan produk sehingga dapat meningkatkan ketersediaan. Vacuum sealer digunakan untuk mengemas produk untuk meningkatkan ketahanan produk karena bakteri pada udara tidak dapat masuk ke dalam kemasan.



Gambar 3. Pemberian Hibah Barang

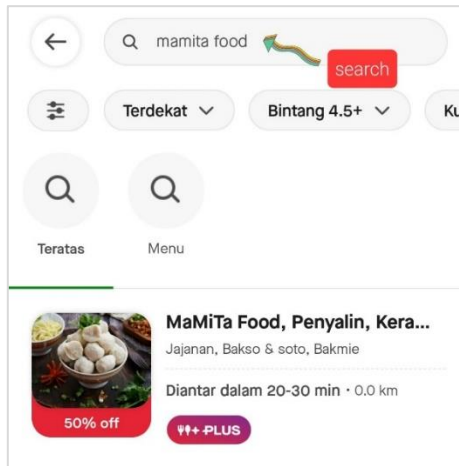
Akun media sosial Instagram yang resmi untuk mitra dibuat untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Langkah ini diambil sebagai bagian dari strategi pemasaran digital untuk membantu memperluas jangkauan bisnis dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Dalam proses pembuatan akun ini, pelaksana kegiatan memastikan untuk menggambarkan identitas merek mitra secara akurat dan menarik. Informasi profil juga telah diatur dengan lengkap, termasuk deskripsi singkat tentang bisnis, lokasi, dan informasi kontak yang relevan. Selain itu, konten awal telah diunggah untuk memperkenalkan bisnis kepada pengikut potensial, seperti gambar-gambar produk yang menarik dan informasi tentang menu. Gambar 4 adalah akun Instagram dari mitra pengabdian.



Gambar 4. Akun Instagram Mitra

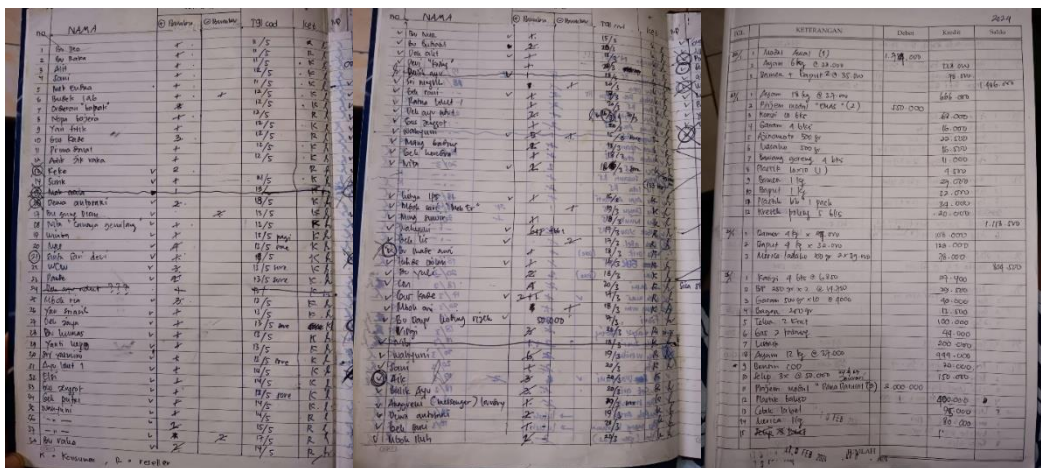


Selain media sosial Instagram, mitra juga telah terdaftar sebagai mitra usaha Go Food sehingga pelanggan memiliki opsi lain untuk bertransaksi atau membeli produk mitra. Gambar 5 merupakan hasil pencarian produk mitra di Go Food.



Gambar 5. Produk Mitra di Platform Go Food

Evaluasi kegiatan dilakukan sesuai dengan rencana yaitu memonitor penjualan setiap bulan, dalam kurun waktu dua bulan setelah bantuan diberikan. Bantuan peningkatan ketersediaan barang berupa freezer diberikan pada tanggal 3 Maret 2024. Oleh karena itu, evaluasi dilakukan pada bulan Mei dan Juni 2024.



Gambar 6. Catatan Keuangan Mitra

Setelah dua bulan bantuan diberikan dan dengan peningkatan aktivitas mitra di media sosial, penjualan pada bulan Mei sebanyak 225 bungkus dan bulan Juni sebanyak 258 bungkus. Gambar 6 adalah catatan penjualan beserta cashflow yang dibuat oleh mitra.

Bantuan barang yang diberikan kepada mitra pengabdian untuk saat ini telah berdampak ke tingkat ketersediaan dan jumlah penjualan produk. Selain itu, pembuatan media sosial sebagai platform untuk melakukan pemasaran digital mendukung peningkatan dalam jumlah penjualan. Pelatihan yang diberikan terutama untuk pembuatan konten digital juga dapat meningkatkan kualitas konten digital dari mitra. Berikut adalah hasil evaluasi yang dilakukan sesuai dengan target.

**Tabel 3.** Hasil Evaluasi Ketersediaan Produk dan Penjualan

No	Permasalahan	Solusi	Sebelum	Sesudah	Target	Capaian
1	Ketersediaan produk rendah	Mengadakan freezer untuk meyimpan produk	15	200	+100%	+1233.33%
2	Kurangnya promosi	Sosial media dan marketplace	0	3	+100%	+300%
3	Jumlah penjualan rendah	Digital marketing melalui media sosial dan marketplace	114/bulan	241.5/bulan	+50%	+111.84%

**Tabel 4.** Hasil Evaluasi Pelatihan Digital Marketing dan Konten Digital

Peserta	Total Nilai		Peningkatan
	Pre Test	Post Test	
Peserta 1	23	42	83%
Peserta 2	27	46	70%

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah berjalan sesuai dengan jadwal yang direncanakan oleh tim. Pemberian bantuan untuk meningkatkan daya tahan dan ketersediaan produk berupa freezer dan vacuum sealer telah berjalan. Tingkat ketersediaan produk mitra meningkat sebesar 1233%. Tingkat penjualan produk mitra meningkat sebesar 111.84%. Kegiatan pelatihan digital marketing dan konten digital meningkatkan pemahaman dasar mitra rata-rata sebesar 76.5%. Mitra telah memiliki sosial media Instagram yang dapat digunakan untuk mempromosikan produknya. Mitra telah bekerja sama dengan ojek online (Go Food dan Grab Food) untuk menambah opsi pembelian produk.

Selain melakukan digital marketing, mitra dapat meningkatkan penjualan dengan menerapkan skema business-to-business (B2B) yaitu menjalin kerja sama dengan usaha lain yang berkaitan dengan penjualan makanan seperti catering, warung, atau tempat makan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali karena telah mendanai kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Faiz, A. and Sarih, L. (2021) 'Olahan Bakso Ikan Sebagai Pemanfaatan Hasil Laut Kelurahan Paoman', *BAKTIMU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), pp. 95–104.

- Febriani, C.D., Larasati, D. and Sampurno, A. (2020) 'Pengaruh Lama Waktu Pencelupan Dalam Nitrogen Cair Terhadap Sifat Fisik Dan Kimiawi Bakso Daging Sapi Selama Penyimpanan Beku', *Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 15(2), pp. 15–22.
- Mahmud, M. *et al.* (2021) 'Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Syariah UKM Ajjulukana di Desa Tamalate Kabupaten Takalar', *Jurnal IPMAS*, 1(3), pp. 138–145.
- Parwita, I.G.L.M., Astawa, I.P.M. and Sadguna, I.G.A.J. (2022) 'Pemberdayaan Usaha Kuliner Rumahan Ikan Bakar Khas Jimbaran', *Madaniya*, 3(4), pp. 815–823.
- Pertama, P.P.G.P. *et al.* (2023) 'Pendampingan Pengelolaan Stok Barang dan Web Profile Pada PT. Dwi Singatama Putra', *Journal of Community Development*, 3(3), pp. 285–293.
- Rahmanda, V.N. (2023) 'Strategi Pemasaran Produk Tempe Melalui Digital Marketing', *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, 1(1), pp. 5–10.
- Rahmi, N., Wulandari, P. and Advinda, L. (2021) 'Pengendalian Cemaran Mikroorganisme pada Ikan— Mini Review', in *Prosiding Seminar Nasional Biologi*, pp. 611–623.
- Sari, M.M., Nurmansyah, J. and Supriati, R. (2020) 'Uji Kandungan Boraks pada Bakso di Kecamatan Muara Bangkahulu Kota Bengkulu', *Konservasi Hayati*, 16(1), pp. 39–45.
- Tangkemanda, A. *et al.* (2019) 'Rancang bangun mesin pencetak bakso berskala industri rumah tangga', *Jurnal Teknik Mesin Sinergi*, 15(2), pp. 166–172.
- Yulviani, T.S., Junaedi, E.C. and Lubis, N. (2022) 'Potensi Nitrogen Cair dalam Mempertahankan Kualitas Vitamin C dan Kadar Air pada Buah Beku: Review: Potential of Liquid Nitrogen in Maintaining Vitamin C Quality and Water Content of Frozen Fruit', *Jurnal Sains dan Kesehatan*, 4(5), pp. 534–539.