

SOSIALISASI DAN PELATIHAN SISTEM PEMASARAN E-COMMERCE PRODUK KUE KERING DI METRO

Lathifa Indraningtyas^{1*}, Esa Ghanim Fadhallah¹, Teguh Setiawan¹, Silaturahmi Widaputri¹, Muhammad Nur¹, Samsu Udayana Nurdin¹, Puspita Yuliandari¹, Haidawati¹, Prasetyo Hadi Utomo¹

¹Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

*(Corresponding Author) E-mail: lathifa.indraningtyas@fp.unila.ac.id

Perkembangan Artikel:

Disubmit: 9 Februari 2026

Diperbaiki: 16 Maret 2026

Diterima: 30 Maret 2026

DOI:

10.23960/jpfp.v5i1.12674

Kata Kunci: kue kering, pemasaran, e-commerce, Pokmas

Abstrak: Kelurahan Ganjar Asri, Kecamatan Metro Barat merupakan salah satu wilayah yang mengkoordinir penyandang disabilitas. Pokmas "Amanah" bersama dengan ibu-ibu setempat diberikan kepercayaan oleh Dinas Sosial Kota Metro untuk menyiapkan makanan utama maupun camilan bagi penyandang disabilitas. Salah satu produk yang telah dikembangkan yaitu kue kering berbahan dasar tepung kacang hijau dan tepung mocaf. Produk kue kering ini diharapkan juga dapat dikomersialisasikan sehingga meningkatkan pendapatan bagi masyarakat setempat. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Pokmas Amanah mengenai sistem pemasaran e-commerce produk kue kering. Kegiatan dilaksanakan bersama 16 orang anggota melalui tahapan analisis situasi, persiapan, sosialisasi, praktik/demonstrasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pokmas Amanah memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait sistem pemasaran e-commerce melalui Tiktok Shop, Instagram, dan Shopee. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu Pokmas Amanah dalam memasarkan produk secara digital.

Pendahuluan

Kelompok masyarakat (Pokmas) Amanah merupakan salah satu kelompok masyarakat yang mengelola penyandang disabilitas di lokasi Jalan Bagan Siapi-api RT 25 RW 06, Kelurahan Ganjar Asri, Kecamatan Metro Barat. Kelurahan Ganjar Asri memiliki jarak sekitar 2 km dari pusat Pemerintahan Kota Metro. Luas wilayah kelurahan ini sekitar 2,42 km². Pemerintah Kota Metro berupaya memberikan dukungan agar Pokmas Amanah dapat menyediakan makanan secara rutin bagi penyandang disabilitas. Makanan yang disediakan tidak hanya makanan utama, tetapi juga dalam bentuk camilan sehat.

Tim Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Pertanian Universitas Lampung sejak tahun 2024 telah memberikan sosialisasi dan pelatihan dalam pembuatan camilan sehat, salah satunya yaitu kue kering berbahan dasar tepung mocaf dan kacang hijau (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Kegiatan pengabdian tahun 2024 (pembuatan kue kering berbahan dasar tepung mocaf dan tepung kacang hijau)

Kue kering didefinisikan sebagai produk berbahan dasar tepung terigu, gula mentega, dan telur, yang memiliki kadar air rendah dan bertekstur renyah (Rosida dkk., 2020). Namun kue kering yang dikembangkan pada kegiatan pengabdian ini adalah tanpa terigu sehingga dapat dikonsumsi oleh masyarakat yang intoleransi terhadap gluten. Produk tersebut diharapkan bisa menjadi salah satu yang menambah pendapatan masyarakat Ganjar Asri. Salah satu permasalahan yaitu pada pemasaran dikarenakan Pokmas Amanah dan Masyarakat sekitar belum memahami kegiatan pemasaran berbasis *e-commerce*. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Pokmas Amanah mengenai sistem pemasaran *e-commerce* pada produk kue kering. Pelatihan yang diberikan diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran produk melalui teknologi.

Metode

Lokasi dan partisipan kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan terlebih dahulu melakukan persiapan pada bulan Agustus, dilanjutkan dengan sosialisasi dan pendampingan pada Kamis 25 September 2025. Kegiatan ini melibatkan 16 orang anggota mitra Pokmas “Amanah” di Kelurahan Ganjar Asri, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro. Tim pengabdian terdiri dari 7 orang dosen dan 2 orang mahasiswa dari Program Studi Teknologi Hasil

Pertanian serta Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.

Bahan dan alat

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi leaflet yang berisikan prosedur pembuatan akun dan penjualan *e-commerce*. Alat yang digunakan terdiri dari LCD, layar, kuesioner, dan alat tulis.

Metode dan pelaksanaan kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah, diskusi, serta praktik atau demonstrasi. Tahapan kegiatan terdiri atas persiapan, sosialisasi, praktik/demonstrasi, dan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan dilakukan dengan cara melakukan diskusi pendahuluan bersama dengan Pokmas Amanah untuk membuat desain *leaflet* yang akan digunakan sebagai panduan. Leaflet berisikan langkah-langkah pembuatan akun dan uji coba penjualan melalui sistem *e-commerce*. Aplikasi penjualan yang dipilih adalah yang paling umum digunakan oleh masyarakat yaitu Instagram, Tiktok Shop, dan Shopee (lihat Gambar 2a; 2b; dan 2c).



Gambar 2a. Leaflet prosedur penjualan di aplikasi Instagram



Gambar 2b. Leaflet prosedur penjualan di aplikasi Tiktok Shop



Gambar 2c. Leaflet prosedur penjualan di aplikasi Shopee

Menurut Sheth (2020), aplikasi *e-commerce* banyak digunakan dalam penjualan sejak Pandemi Covid 2019. Sistem pemasaran secara digital memberikan banyak keuntungan dalam peningkatan pemasaran produk (Nas dkk., 2024). Hal ini sejalan dengan Hardilawati (2020) bahwa pemasaran *e-commerce* memberikan kemudahan dan kenyamanan berbelanja bagi konsumen, serta konsumen tetap dapat memperoleh detail informasi produk tanpa melihat secara langsung. Sagita dan Wijaya (2022) menambahkan mengenai keunggulan pemasaran produk digital khususnya pada perluasan jejaring tanpa adanya batasan wilayah sehingga memudahkan produk dikenal secara luas. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian ini, Pokmas Amanah diberikan

sosialisasi dan praktik pemasaran menggunakan beberapa akun platform *e-commerce* agar memudahkan dalam mengenalkan produk ke berbagai wilayah.

Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilaksanakan melalui pemaparan materi mengenai manajemen pemasaran, bagaimana pemasaran menggunakan *e-commerce*, serta langkah-langkah pemasaran menggunakan aplikasi Instagram, Tiktok Shop, dan Shopee (lihat Gambar 3). Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan, diharapkan Pokmas Amanah tidak hanya bisa menerapkan strategi pemasaran melalui berbagai platform pada produk kue kering saja, tetapi juga mengembangkan pada usaha lainnya. Menurut Tanujaya dan Ali (2025), strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce* mampu meningkatkan penjualan produk serta ekspansi pasar. Cennamo (2021) menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 3. Sosialisasi sistem pemasaran menggunakan *e-commerce*

Praktik atau Demonstrasi

Pada tahap ini, peserta melakukan praktik langsung pembuatan akun dan mencoba tahapan penjualan produk melalui platform Instagram, Tiktok Shop, dan Shopee (lihat Gambar 4).



Gambar 4. Demonstrasi dan praktik pembuatan akun penjualan melalui *e-commerce*

Evaluasi

Tahap ini dilakukan dengan memberikan soal pre-test sebelum sosialisasi dan demonstrasi, serta post-test setelah keduanya dilaksanakan. Soal yang digunakan pada pre-test dan post-test adalah sama, dengan tujuan mengukur tingkat pemahaman ibu-ibu Pokmas Amanah terhadap materi yang disampaikan. Berdasarkan Tabel 1 di bawah ini, *pre-test* menunjukkan bahwa 16 orang anggota Pokmas Amanah masih belum memahami apa saja aspek penting pemasaran. Pemasaran menggunakan *e-commerce* juga masih asing dan belum pernah dilakukan dikarenakan umumnya penjualan hanya dilakukan secara langsung dari rumah (sistem *offline*). Hal ini menjadikan kelemahan karena pemasaran hanya terbatas dari rekomendasi orang per orang yang merupakan warga sekitar.

Berdasarkan hasil *post-test* pada Tabel 1, menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kepada seluruh ibu-ibu Pokmas Amanah mengenai pemasaran menggunakan *e-commerce*. Kegiatan yang tidak hanya sosialisasi, tetapi juga praktik pembuatan akun penjualan melalui aplikasi Instagram, Tiktok Shop, dan Shopee diharapkan akan memperluas jangkauan pasar yang semula sangat terbatas. Diskusi bersama mengenai pemasaran produk lainnya secara digital semakin meningkatkan keinginan ibu-ibu setempat dalam mengembangkan pemasaran produknya. Kegiatan pengabdian ini diharapkan akan memudahkan ibu-ibu Pokmas Amanah dalam memasarkan produk secara digital dan kedepannya dapat meningkatkan keterampilan dalam berwirausaha.

Perbandingan hasil pre-test dan post-test disajikan pada Tabel 1. berikut ini. Dokumentasi tim pengabdian bersama mitra dapat dilihat pada Gambar 5.

Tabel 1. Perbandingan hasil *pre test* dan *post test*

Pertanyaan	Pre Test		Post Test	
	Tahu	Tidak Tahu	Tahu	Tidak Tahu
Apakah Anda mengetahui apa saja aspek penting dalam sistem pemasaran?	0	16	16	0
Apakah Anda mengetahui apa yang dimaksud dengan <i>e-commerce</i> ?	1	15	16	0
Apakah Anda mengetahui mekanisme penjualan produk melalui <i>e-commerce</i> ?	1	15	16	0
Apakah Anda mengetahui contoh-contoh <i>e-commerce</i> ?	1	15	16	0
Apakah Anda mengetahui cara menjual produk melalui Instagram, Shopee, dan Tiktokshop?	0	16	16	0



Gambar 5. Dokumentasi tim pengabdian dan mitra

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan bersama Pokmas Amanah menghasilkan kesimpulan bahwa Pokmas Amanah memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan khususnya dalam pemasaran produk kue kering melalui sistem *e-commerce*.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah memberikan pendanaan untuk kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Cennamo C. 2021. Competing in Digital Markets: A Platform-Based Perspective. *Academy of Management Perspectives Journal*, 35(2), 465-472.
- Hardilawati, W. L. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89- 98.
- Nas, C., Norhan, L., dan Dewi, W. N. 2024. Penerapan *E-Commerce* dan Pengemasan Safety Food sebagai Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kue Kering Khas Cirebon. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PaKMas)*, 4 (2), 467-476.
- Rosida, D.F., Putri, N.A., dan Oktafiani, M. 2020. Karakteristik Cookies Tepung Kimpul Termodifikasi (*Xantosoma sagittifolium*) dengan Penambahan Tapioka. *Agrointek*, 14 (1), 45-56.
- Sagita, G., dan Wijaya, Z. R. 2022. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24- 31.
- Sheth, J. 2020. Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?. *Journal of Business Research*, 117(1), 280- 283.
- Tanujaya, N. G., dan Ali, D. G. 2025. Perencanaan Model Bisnis Dan Strategi Pemasaran Kue Kering "Delima Made By Marlina" Sebagai Market Leader Di Kota Banjarmasin. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 2 (1), 53-68.