

POTENSI PENGEMBANGAN UKM SUPIK COKLAT DI JAMBI

Mei Ie¹, Atalya Fransiska²

¹Jurusan Manajemen dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: meii@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: atalya.115180014@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Chocolate is a product that is loved by many people. Even chocolate is also a product that can be used in many events. Starting from birthday gifts, used as parcels for holiday events, or for ordinary snacks. Therefore, the potential of this chocolate-based product will be very good. Moreover, there is an increase in cocoa plants in Kumpeh, Jambi which further adds to the business potential. Due to the good potential, it is necessary to maximize the distribution of entrepreneurship knowledge as well. To develop a business related to chocolate, Supik Chocolate SMEs need to market their products using social media marketing tools. In addition, partners also need to pay attention to product packaging and labels so that they can attract consumers' attention and reach consumers more broadly. The purpose of implementing this Community Service (PKM) activity is to provide provisions related to entrepreneurship knowledge to partners so that they can take advantage of potential resources and also run a business to the fullest. In addition, this activity also aims to introduce product development and marketing strategies through social media and product packaging, so as to attract consumers' attention. The conclusion from this activity is that the business potential with chocolate as a base material is feasible and needs to be developed, especially in the Jambi area. This is because Jambi is a province that can produce local cocoa beans with no less good quality than non-local cocoa beans. In addition, partners' marketing strategies need to be maximized through social media and product packaging and labels.

Keywords: *Entrepreneurship, Product Marketing, Business Development, Business Potential, Chocolate*

ABSTRAK

Cokelat merupakan produk yang digemari oleh banyak kalangan. Bahkan cokelat juga merupakan produk yang dapat digunakan dalam banyak acara. Mulai dari hadiah ulang tahun, dijadikan parcel untuk acara hari raya, ataupun untuk cemilan biasa. Oleh karena itu, potensi dari produk dengan bahan dasar cokelat ini akan sangat baik. Terlebih adanya peningkatan tanaman kakao di Kumpeh, Jambi yang semakin menambah potensi usaha. Dikarenakan potensi yang baik, maka diperlukan pendistribusian ilmu kewirausahaan dengan maksimal pula. Untuk mengembangkan usaha yang terkait dengan cokelat ini, UKM Supik Coklat perlu untuk memasarkan produknya dengan menggunakan sarana pemasaran media sosial. Selain itu mitra juga perlu untuk memperhatikan pengemasan dan label produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan menjangkau konsumen lebih luas lagi. Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memberikan bekal terkait ilmu kewirausahaan kepada mitra sehingga dapat memanfaatkan potensi sumber daya dan juga menjalankan usaha dengan maksimal. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan agar dapat mengenalkan strategi pengembangan dan pemasaran produk melalui media sosial dan kemasan produk, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Kesimpulan yang didapat dari kegiatan ini adalah, potensi usaha dengan bahan dasar cokelat ini layak dan perlu untuk dikembangkan, terutama pada wilayah Jambi. Hal ini dikarenakan Jambi merupakan provinsi yang dapat menghasilkan biji kakao lokal dengan kualitas yang tidak kalah baik dibanding biji kakao non-lokal. Selain itu, strategi pemasaran mitra perlu dimaksimalkan melalui media sosial dan kemasan serta label produk.

Kata kunci: Kewirausahaan, Pemasaran Produk, Pengembangan Usaha, Potensi Usaha, Cokelat

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah atau UKM mempunyai peran dan fungsi yang cukup penting bagi Indonesia. Bahkan Sondakh, Kusrianti & Astri (2021) menyatakan bahwa UKM merupakan sektor yang termasuk dalam bagian yang berperan dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan UKM dapat menjadi salah satu penyangga terbesar bagi penyerapan tenaga kerja di Indonesia sewaktu krisis ekonomi terjadi (Maharani, Maupa, & Aswan, 2020). Pernyataan sebelumnya juga didukung penjelasan oleh Sukirman (2017) yang menjelaskan bahwa usaha kecil yang ada di Indonesia diharapkan dapat menjadi tumpuan dalam proses pengambilan strategi serta pengembangan diri bagi masyarakat dan bagi pertumbuhan ekonomi,

yang pada akhirnya dapat mendukung perluasan kesempatan kerja. Namun, selain sebagai penyerap tenaga kerja, UKM juga berperan sebagai penghasil barang maupun jasa dengan harga yang lebih terjangkau yang ditujukan bagi masyarakat ataupun konsumen dengan tingkat penghasilan yang rendah (Cahyono & Kunhadi, 2020). Oleh karena itu, UKM memiliki banyak peran dan juga fungsi yang krusial bukan hanya bagi negara, tetapi juga bagi masyarakat dan konsumen.

Untuk menjalankan suatu UKM, diperlukan adanya kesanggupan untuk dapat mengembangkan dan meningkatkan kemandirian usaha sehingga dapat menjalankan usaha dengan baik dan lancar serta meminimalisir permasalahan yang dapat terjadi dikemudian hari. Kesanggupan inilah yang dapat disebut dengan potensi, yang merupakan suatu kemampuan yang memungkinkan untuk dikembangkan. Salah satu potensi besar untuk dijadikan usaha yang ada di Jambi adalah cokelat. Seperti yang sudah diketahui, bahwa provinsi Jambi merupakan salah satu daerah yang menghasilkan tanaman kakao lokal yang baik dan tidak kalah dengan tanaman kakao non-lokal. Terlebih lagi, umur dari tanaman kakao yang berada pada kecamatan Kumpeh, Jambi sedang berada pada fase produksi yang maksimal (Suhayon & Busra, 2020). Maka semakin bertambahlah potensi usaha cokelat yang berbahan dasar dari tanaman kakao ini.

Dilain sisi, untuk mencapai target penjualan produk, tentunya diperlukan proses pemasaran yang lebih baik. Mulai dari kemasan dan juga label produk sampai pada sarana yang digunakan untuk memasarkan produk. Terlebih sekarang ini, terdapat kebebasan dalam menyebarkan informasi dan semakin meningkatnya kompetisi membuat kesadaran konsumen juga lebih bertambah untuk proses pemilihan produk (Purwidiatoro, Kristianto & Hadi, 2016), sehingga mau tak mau para pelaku UKM perlu meningkatkan bahkan merombah strategi pemasaran yang digunakan. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu peningkatan dalam strategi pemasaran produk UKM adalah melalui media sosial yang berupa *platform* Instagram. Elvina (2015) mendefinisikan media sosial sebagai media yang dapat berpengaruh dengan memberikan kemudahan dalam proses komunikasi antar pengusaha dengan konsumen dan begitu juga sebaliknya. Dengan banyaknya manfaat yang dapat diberikan oleh media sosial dalam mengembangkan usaha, para pelaku UKM perlu mempertimbangkan untuk menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Selain sarana yang digunakan untuk memasarkan produk, kemasan yang digunakan untuk mengemas produk juga dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen. Suhardi (2019) mendefinisikan kemasan sebagai suatu wadah yang tujuannya adalah untuk melindungi produk agar aman, namun disamping itu juga dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk agar memikat konsumen. Sehingga dapat diartikan bahwa kemasan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan promosi antara penjual dan pembeli

Terkait dengan Supik Coklat, UKM ini merupakan usaha yang bergerak dibidang *food and beverage* (FnB). Pada awalnya Supik Coklat didirikan oleh pemiliknya yang mana pada saat itu masih bekerja dengan pihak lain, sehingga masih banyak hal yang perlu dikejar dan dipelajari dalam menjalankan usaha ini karna masih terdapat beberapa bagian dimaksimalisasi. Salah satu keterbatasan yang cukup dirasakan adalah keterbatasan waktu dan juga sumber daya manusia. Namun disamping situasi yang dialami, Supik Coklat tetap berhasil untuk dapat menarik perhatian pelanggan disekitarnya. Ciri khas yang juga menjadi kekuatan dari produk-produk yang dihasilkan adalah, bahan baku utama yang berasal dari biji cokelat para petani di Kumpeh, Jambi. Selain itu, yang cukup membedakan Supik Coklat dengan para pesaingnya adalah varian rasa yang ditawarkan berbagai macam dan masih cukup jarang ditemui dipasaran. Namun bukan berarti rasa yang ditawarkan belum tentu disukai oleh konsumen, varian rasa tersebut bahkan menjadi rasa *best sellernya* Supik Coklat. Bukan hanya dijadikan sebagai cemilan, produk dari Supik Coklat juga dapat digunakan sebagai *gift* atau hadiah serta *hampers* pada hari raya. Sehingga kegunaannya bukan hanya untuk konsumsi pribadi konsumen saja.

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memberikan bekal terkait ilmu kewirausahaan kepada UKM sehingga dapat memanfaatkan potensi sumber daya dan juga menjalankan usaha dengan maksimal. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan agar dapat mengenalkan strategi pengembangan dan pemasaran produk melalui media sosial dan kemasan produk, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Agar dapat menjalankan kegiatan PKM dengan maksimal dan memberikan saran serta solusi yang baik, maka perlu dijalankan beberapa metodologi. Beberapa diantaranya adalah melakukan proses studi literatur dan *in-depth interview* secara *online* melalui aplikasi Zoom Meeting yang terlaksana pada bulan April, Juli dan November 2021. Studi literatur dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tema atau permasalahan yang sering kali dihadapi dengan UKM sejenis. Sedangkan *in-depth interview* dilakukan guna mengumpulkan informasi yang terkait dengan UKM. *In-depth interview* ini dilakukan dengan pewawancara (tim PKM UNTAR) dengan pihak mitra yaitu pemilik UKM Supik Coklat.

Setelah melakukan *in-depth interview*, tahap selanjutnya adalah dilakukan penyusunan proposal bisnis. Yang mana tujuan dari proposal bisnis ini adalah untuk membantu UKM agar dapat mengetahui secara detail terkait dengan kondisi usahanya melalui gambaran objektif dari proposal, memberikan petunjuk dan saran sebelum mengambil keputusan yang terkait dengan usaha, bahkan dapat membantu untuk mendapatkan dukungan dari mitra bisnis luar ataupun pihak lain.

Untuk dapat mengetahui apakah kegiatan PKM berjalan dengan baik serta memberikan dampak yang positif terhadap Supik Coklat, dilakukanlah pengevaluasian yang dilakukan dengan cara mewawancarai pihak Supik Coklat. Tahap terakhir adalah pembuatan laporan yang berisikan rincian keseluruhan kegiatan guna memberikan informasi terhadap mitra-mitra yang memiliki permasalahan yang sama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cokelat merupakan produk yang digemari oleh banyak kalangan. Bahkan cokelat juga merupakan produk yang dapat digunakan dalam banyak acara. Mulai dari hadiah ulang tahun, dijadikan parcel untuk acara hari raya, ataupun untuk cemilan biasa. Oleh karena itu, potensi dari produk dengan bahan dasar cokelat ini akan sangat baik. Terlebih adanya peningkatan tanaman kakao di Kumpeh, Jambi yang semakin menambah potensi usaha. Dikarenakan potensi yang baik, maka diperlukan pendistribusian ilmu kewirausahaan dengan maksimal pula. Pada akhirnya kegiatan PKM ini membantu untuk lebih mengenalkan kewirausahaan terutama dalam pemasaran produk, seperti pendesainan label produk dan poster media sosial. Dari kegiatan PKM ini juga Supik Coklat mampu untuk lebih mengimplementasikan ide-ide produk dengan baik dan terstruktur.

Dengan adanya pengenalan akan kewirausahaan, Supik Coklat dapat lebih memasarkan produknya dengan maksimal. Baik itu melalui sarana pemasarannya yaitu media sosial, maupun melalui kemasan dan juga label produk yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga pada akhirnya, ilmu kewirausahaan yang didalamnya termasuk strategi pengembangan usaha dan strategi pemasaran dapat diimplementasikan dengan baik oleh Supik Coklat. Selain itu, dengan dilakukannya pengenalan ilmu kewirausahaan, menandakan bahwa adanya kepekaan Supik Coklat akan pentingnya ilmu kewirausahaan untuk dipelajari dan juga untuk diimplementasikan secara langsung.

Target luaran yang akan dihasilkan dari kegiatan PKM ini dapat berupa transfer pengetahuan mengenai kewirausahaan dan juga pemasaran produk yang dihasilkan. Sehingga nantinya dapat diimplementasikan oleh pihak Supik Coklat terhadap konsumen.

4. KESIMPULAN

Dari keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Bahwa potensi akan usaha coklat terutama di wilayah provinsi Jambi adalah sangat baik dan besar. Hal ini dikarenakan Jambi merupakan salah satu provinsi yang menghasilkan biji kakao dengan baik. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak Supik Coklat perlu dikembangkan lagi, terutama melalui sarana pemasaran media sosial dan melalui kemasan, serta label produk. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan target penjualan UKM. Namun, untuk kedepannya Supik Coklat telah mampu untuk menggunakan strategi pemasaran baru melalui bukan hanya satu platform media sosial, melainkan beberapa media sosial dan juga *e-commerce* karna telah tersedianya desain label produk dan penyampaian ilmu kewirausahaan terutama terkait pemasaran produk.

Namun, karna kepekaan Supik Coklat terhadap keterbatasan dan juga permasalahan yang sedang dihadapi, terciptalah kegiatan PKM. Dari kegiatan ini, Supik Coklat telah berhasil untuk mengenal kewirausahaan yang termasuk didalamnya pengenalan ilmu kewirausahaan, pengembangan ide bisnis dan simulasi bisnis untuk memasarkan produk.

REFERENSI

- Cahyono, W. E., & Kunhadi, D. (2020). Strategi Pengembangan UKM Gethuk Pisang Guna Melestarikan Makanan Tradisional. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 4(1), 10-17.
- Elvina, E. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 2(1), 106-118.
- Maharani, M., Maupa, H., & Aswan, A. (2020). Knowledge Management dan Aspek Kewirausahaan terhadap Kinerja melalui Keunggulan Bersaing UKM di Kota Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 3(1), 27-35.
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1).
- Sondakh, R. C., Kusrianti, N., & Astri, F. (2021). Pendampingan Pembuatan Kreasi Cokelat untuk Pengembangan Industri Rumahan Desa Ginunggung, Kabupaten Tolitoli. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 132-138.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02).
- Suharyon, S., & Busra, B. (2020). Potensi, Peluang Dan Kendala Pengembangan Kakao Di Provinsi Jambi: Sebuah Kajian Pustaka. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 10-17.
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 113-131.