



PEMBINAAN USAHA ANEKA SNACK DI KAMPUNG SIMANGU, PAGAR AGUNG, WALANTAKA

Wahyu Nugroho¹, Fikri Habibi²,
Abdul Fatah³, Supriyadi⁴

- 1). Teknik Industri, Universitas Serang Raya
- 2). Teknik Industri, Universitas Serang Raya
- 3). Administrasi Negara, Universitas Serang Raya
- 4). Manajemen, Universitas Serang Raya

Email :
supriyadi@mti@gmail.com

Abstraksi

Usaha kecil menengah merupakan penyangga perekonomian Indonesia. Pada prakteknya keberadaan usaha kecil mampu meningkatkan perekonomian desa setempat. Usaha aneka snack di kampung Simangu Pagar Agung merupakan salah satu usaha kecil yang dikelola masyarakat. Pada perkembangannya usaha ini mengalami kendala dalam perluasan pemasaran dan peningkatan penjualan yang disebabkan kemampuan sumber daya yang terbatas dan masih dikelola secara tradisional. Kegiatan pembinaan usaha kecil ini bertujuan untuk meningkatkan promosi dan menciptakan merk dagang dengan pemanfaatan teknologi sehingga penjualan diharapkan meningkat. Hasil kegiatan ini antara lain mendesign logo produk untuk menciptakan brand merk produk, penggunaan media sosial facebook dan instagram sebagai sarana promosi dan pembuatan spanduk dan banner sebagai media promosi langsung ke masyarakat..

Kata Kunci: Media Sosial, Penjualan, Promosi, Usaha Kecil

Abstract

Small and medium enterprises are Indonesia's economic buffer. In practice, the existence of small businesses can improve the economy of the local village. Various snack businesses in the Simangu Pagar Agung village are one of the small businesses managed by the community. In its development, this business experienced problems in expanding marketing and increasing sales due to limited resource capabilities and still traditionally administered. This small business development activity aims to improve promotion and create a trademark with the use of technology so that sales are expected to increase. The results of this activity include designing product logos to build product brand brands, using Facebook and Instagram social media as a means of promotion and making banners and banners as a media for direct advertising to the public.

Keywords: Promotion, Sales, Small Business, Social Media

PENDAHULUAN

Kampung Simangu berada dalam wilayah Kelurahan Pager Agung, Kecamatan Walantaka, Kota Serang. Berjarak 12 KM dari Ibu Kota Serang, Banten. Mayoritas warganya berprofesi sebagai karyawan swasta, namun tidak sedikit UKM yang ada di Desa Simangu ini, seperti : UKM Kerupuk, Kelompok Tani, UKM Tempe, UKM Mebel Kayu, UKM Telur Puyuh. Jabatan Ketua RW di Kampung Simangu ini dipegang oleh Bapak Sugerli.

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang besar dalam pembangunan ekonomi desa yang menunjang pembangunan ekonomi nasional. UKM merupakan kelompok usaha yang penting karena sektor usaha ini memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan (Kristiyanti, 2012). Hal ini diperkuat dengan hasil yang dilakukan Resalawati (2012) bahwa ekspor UKM, jumlah unit UKM dan investasi UKM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2000 sampai 2009.

Pengembangan usaha kecil mengalami beberapa kendala dalam pengembangannya seperti tingkat ketrampilan, sumber daya manusia, pemasaran dan keuangan yang berdampak kepada pengelolaan manajemen usaha yang kurang baik. Secara detail, kendala usaha kecil adalah kelemahan mendapatkan peluang dan pengembangan pasar, keterbatasan struktur modal, manajemen sumber daya manusia, keterbatasan jaringan kerjasama antar pengelola usaha, iklim usaha yang saling mematikan dan kurangnya pembinaan, kepercayaan dan kepedulian terhadap usaha kecil (Kuncoro, 2000).

UKM Snack dan makanan ringan ini pertama kali di dirikan pada bulan Agustus 2015. Pada awal mula usahanya membutuhkan modal awal kurang lebih 10 juta. Hingga kini, karyawan tetapnya berjumlah 8 orang dan keuntungan yang di dapatkan mampu mencapai Rp. 500.000 perhari dengan total penjualan harian 250 renteng yang mana setiap 1 rentengnya terdapat 20 bungkus kemudian dipasarkan ke berbagai warung-warung di daerah kota serang dan sekitarnya.

Terdapat 2 jenis kegiatan usaha di lokasi tersebut, packing & penggorengan. Kurang lebih 30 jenis makanan ringan yang dipacking, diantaranya : Kacang telur, Kerupuk udang, Pilus, Kacang Atom, Kripik Pedas, Biskuit, dll. Makanan ringan tersebut dipesan dari kota Tangerang berupa karung plastik (ball) dan jenisnya pun beragam (150) dan UKM snack ini menarik serta mengemas makanan tersebut yang kemudian dipasarkan ke konsumen.



Gambar 1 Aneka Snack

Sedangkan untuk Snack yang diproduksi sendiri yaitu : Kripik Singkong (Asin, Pedas Manis), dan Kripik Pisang. Bahan baku singkong dan pisang didapatkan dari supplier asal Lampung & pertanian sekitar yang mana setiap kali angkutnya menggunakan mobil pickup dengan volume 3 Ton. Dari variasi makanan yang beragam tersebut membuat para konsumen pun tak merasa bosan dengan jajanan yang enak dan murah meriah ini.

Dalam menjalankan usaha aneka snack masih ala kadarnya, belum ada merk dan sebatas pemasarannya pada warung-warung warga. Pemilik usaha ingin mengembangkan usahanya dengan meminimalkan biaya tambahan. Selain itu pemilik usaha ingin mengembangkan pemasaran dengan menjual produknya melalui penjualan langsung di tempat keramaian



Gambar 2. Kripik Singkong dan Kripik Pisang

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, diperoleh masukan untuk menambahkan sentuhan teknologi untuk mengembangkan usaha dan pemasarannya. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan usaha kecil menengah. Aplikasi teknologi informasi mampu memberikan keunggulan kompetitif dalam melakukan komunikasi dan mendapatkan pelanggan baru. Teknologi informasi juga mampu menciptakan citra merek dan menciptakan loyalitas pelanggan (Siswanto, 2013). Pemanfaatan teknologi informasi dapat digunakan sebagai sarana promosi dan pemasaran yang akan berdampak pada peningkatan penjualan (Jauhari, 2010). Selain itu,

keaktivitas dan inovasi mempunyai faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran produk. Nilai intelektual, minat akan kompleksitas, ketekunan, pemikiran pribadi dan kepercayaan diri merupakan nilai berupa indikator yang berkontribusi kreativitas (Sya'roni & Sudirham, 2012).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi pemilik usaha, kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan merk usaha yang menjadi identitas usaha aneka snack. Selain itu diharapkan mampu membantu pemilik usaha dalam mengembangkan pemasaran.

METODE

Kegiatan ini menggunakan metode substitusi ipteks yaitu pemanfaatan ipteks untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran mitra. Analisis awal dilakukan dengan mendata usaha-usaha yang dilakukan di daerah Simangu untuk mendapatkan potensi usaha yang layak dikembangkan. Pemilihan salah satu usaha merupakan pilot project untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini dan keterbatasan waktu dan biaya sehingga masih fokus kepada salah satu usaha yang ada di daerah Simangu. Dalam pelaksanaan kegiatan ini terbagi beberapa tahapan antara lain:

1. Observasi, yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung pada UKM-UKM di Desa Simangu untuk dapat lebih memahami kondisi usaha serta untuk mengetahui peran pengendalian kualitas dalam meningkatkan kualitas pelayanan
2. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab langsung terhadap pihak-pihak yang dianggap penting dan mengerti terhadap ini.
3. Mempersiapkan program pembinaan usaha kecil melalui design label untuk menciptakan merk dagang usaha, pembuatan akun media sosial, pelatihan penggunaan media sosial dan design banner dan spanduk sebagai media promosi dan pemasaran.
4. Serah terima hasil program pembinaan usaha kecil di daerah Simangu.
5. Evaluasi program pembinaan usaha kecil di daerah Simangu.

PEMBAHASAN

Kegiatan pembinaan usaha kecil dilakukan di daerah Simangu, Pagar Agung, Walantaka melalui program Kuliah Kerja Mahasiswa selama 4 bulan. Untuk Aneka Snack prosesnya hanyalah packing dalam kemasan ukuran kecil seribu-an dan ukuran kemasan plastik ¼ kg. Proses pengemasan dilakukan

karyawan yang berjumlah 8 orang.

Untuk Kripik Singkong melalui beberapa tahapan agar siap dipasarkan. Kripik Singkong yang diproduksi terdiri dari 2 jenis rasa yaitu: Rasa Asin, dan Pedas Manis. Proses pertama memilah singkong yang berkualitas, untuk selanjutnya dicuci hingga 2x pencucian, setelah itu di potong dan digoreng, lalu diberi bumbu asin, maupun pedas manis, dan terakhir dikemas untuk kemudian dipasarkan.

Bahan baku didatangkan langsung dari Lampung, selain harga yang lebih ekonomis namun kualitas tetap terjaga, dan juga karena bahan baku pisang sulit didapatkan di Kota Serang. Pisang dipotong kecil-kecil secara manual, lalu di rendam kedalam bumbu. Pemilik memberdayakan masyarakat sekitar dalam proses produksinya. Penggorengan memakai minyak yang jernih agar kualitas tetap terjaga. Kripik Pisang yang telah selesai digoreng kemudian didinginkan sebelum dikemas.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, ada beberapa hal yang ditawarkan untuk meningkatkan omset penjualan dan pemasaran aneka snack. Alternatif tersebut antara lain:

1. Label Snack

Sebelumnya tidak terdapat label pada snack yang dijual. Hal ini tentu akan sangat berpengaruh pada pengenalan konsumen terhadap produk yang mereka konsumsi. Dengan ditambahkan label pada kemasan diharapkan konsumen akan lebih mengenal produk kesukaan mereka, serta dapat dengan mudah memesan karena kontak tertera pada label kemasan. Penambahan label snack akan berdampak pada penambahan waktu proses dengan adanya pemotongan dan pemasukan label dalam kemasan, namun hal ini akan sangat berdampak pada *Brand Value* produk tersebut.



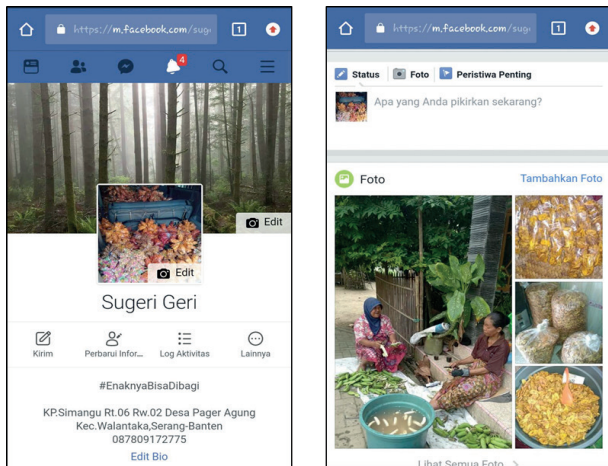
Gambar 3. Design Label Aneka Snack



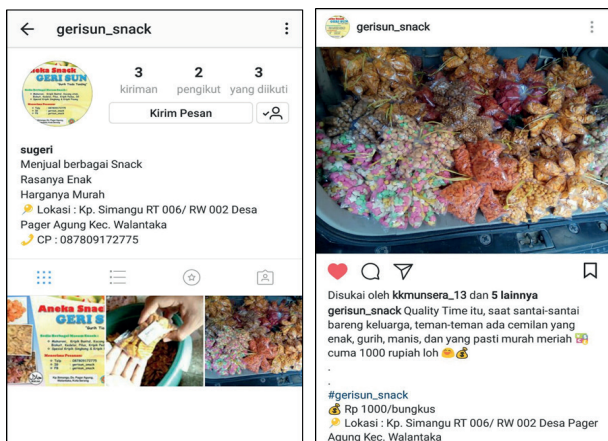
Gambar 4. Sebelum dan Sesudah Label

2. Akun Sosial Media IG dan FB

Proses pemasaran sebelumnya dengan cara door to door ditawarkan ke warung-warung, dengan adanya akun *social media* Instagram dan Facebook diharapkan pemasaran akan lebih luas. Produk akan jauh lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta proses pemesanan akan lebih mudah dan konsumen akan bisa memesan langsung sesuai kebutuhan dengan harga yang lebih murah. Konten berisi tentang foto-foto produk, informasi produk, kontak, cara pemesanan, harga produk. Akun juga dapat berafiliasi dengan akun promosi lainnya sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran. Dalam aspek pemasaran diperlukan juga keahlian dapat mengelola sumber daya pemasaran, untuk itu diadakan training pengelolaan akun *social media*. Untuk peserta training adalah anak dari pemilik usaha maupun karyawan. Nantinya akan mengelola pesanan masuk, serta update informasi yang ada dalam konten Instagram maupun Fb. Dan juga mengkoordinir pengiriman barang pesanan



Gambar 5. Konten facebook gerisun_snack



Gambar 6. Konten Instagram gerisun_snack

3. Spanduk dan Banner Roll

Dalam rangka mengakomodir keinginan pemilik usaha untuk dapat berjualan berkeliling menggunakan mobil setiap akhir pekan, maka

dibuatkan banner roll dan spanduk yang mudah dibawa kemana-mana. Selain itu juga dilakukan pemasangan spanduk di depan tempat usaha agar orang-orang mudah dalam mencari lokasi tempat usaha. Banner Roll dibuat semenarik mungkin dan fleksibel agar mudah dibawa kemana-mana. Untuk Spanduk dibuat ukuran 2x1 meter.



Gambar 7. Spanduk



Gambar 7. Banner



Gambar 7. Penyerahan Roll Banner dan Banner Gerisun

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, terjadi sedikit penambahan jumlah pesanan di warung-warung yang biasa di pasok. Roll Banner mempunyai pengaruh ke alternatif pemasaran ke event pasar malam di sekitar wilayah Pageragung dan di Stadion Kota Serang. Kendala-kendala yang masih dihadapi pemilik usaha adalah proses penambahan label memerlukan waktu. Pekerja mengeluhkan jumlah hasil bungkus perhari, dimana mereka harus menambah jumlah jam kerja selama 15 menit. Rumah pemilik usaha ada di gang, bukan di jalan utama yang mana tidak semua masyarakat

melewati sehingga pemakaian spanduk di rumah pemilik usaha maksimal. Banyaknya kegiatan rutinitas sehari-hari yang dilakukan pemilik usaha membuat pemilik belum menemukan celah dan waktu yang tepat untuk mempromosikan dan menjual produknya pada event-event tertentu seperti berjualan di pasar malam.

media pemasaran usaha kecil menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80–86.

Sya'roni, D. A. W., & Sudirham, J. J. 2012. Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11(01), 1–17.

KESIMPULAN

Dari uraian kegiatan yang telah dilakukan telah terciptanya logo aneka snack dengan nama geri sun sesuai dengan nama pemiliknya. Pembuatan logo diharapkan menjadi ciri khas aneka snack geri sun sehingga masyarakat atau pelanggan akan mudah mengenali produk tersebut. Untuk meningkatkan penjualan produk dilakukan dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi secara online untuk menjaring pelanggan baru. Spanduk dan Banner dibuat sebagai promosi secara langsung ke masyarakat. Kegiatan ini masih tahap awal dalam rangkaian pembinaan usaha kecil di masyarakat. Kegiatan selanjutnya dapat diarahkan pada manajemen sistem dan kualitas produk sehingga waktu yang dikeluhkan pekerja bisa dikurangi dan kualitas rasa dapat ditingkatkan. Selain itu dilakukan pendampingan dalam pemasaran sehingga lebih efektif dalam meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Universitas Serang Raya melalui Program Kuliah kerja Mahasiswa tahun 2018. Terima kasih disampaikan pula kepada Mahasiswa anggota KKM kelompok 13 Masyarakat dan Aparat Desa, Pemilik Usaha yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan ini.

PUSTAKA

Jauhari, J. 2010. Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.

Kristiyanti, M. 2012. Peran strategis usaha kecil menengah (UKM) dalam pembangunan nasional. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(1), 63–89.

Kuncoro, M. 2000. Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Sumber*, 7, 6–8.

Resalawati, A. 2012. *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di Indonesia*. Fak. Ekonomi dan Bisnis UIN Syrif Hidayatullah Jakarta.

Siswanto, T. 2013. Optimalisasi sosial media sebagai