

Peningkatan Dan Pemberdayaan Usaha Keripik Pare “Ngemil Pare” Melalui Manajemen Pemasaran Digital

Nining Nurhasana Pujiarti¹, Hasmona Risna Agustina², Devi Klarisa³
Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Surakarta
Jl. Ki Mangun Sarkoro N0.20 Nusukan, Banjarsari, Surakarta, Kode Pos 57135
HP 083852611391
E-mail: niningnurhasanaaa@gmail.com

Abstrak

“Ngemil Pare” adalah usaha makanan ringan yang terletak di Kabupaten Klaten tepatnya di desa Samben, Gunting. Usaha “Ngemil Pare” dikelola oleh Ibu Endang yang bergerak dalam pengolahan Keripik Pare. Usaha makanan ringan ini dalam proses produksinya masih sederhana dengan kapasitas produksi yang rendah. Tujuan peningkatan pemberdayaan usaha keripik pare dengan melakukan manajemen pemasaran secara digital. Permasalahan utama yang dihadapi dalam menjalankan usaha ini adalah bagaimana cara meningkatkan kapasitas produksinya, sehingga usahanya mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi pesaing usahanya, serta menyerap tenaga kerja lebih banyak dari masyarakat sekitar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut tim kami sepakat untuk melakukan pembenahan layout ruang produksi, penerapan kualitas produk yang baik, dan inovasi kemasan produk yang menarik, sistem pembukuan usaha kecil yang baik dan pengurusan sertifikat P-IRT dan Pengurusan Cap HALAL MUI untuk produk. Kegiatan akan dilaksanakan dengan metode pendampingan dan pelatihan secara terstruktur terhadap berbagai permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha keripik pare ini. Selain itu juga dilakukan penyuluhan dan evaluasi terhadap tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut untuk menyempurnakan tindakan selanjutnya. Hasil yang akan didapat dalam kegiatan ini berupa: 1) Tercapainya proses produksi yang tertata dengan baik, Tercipta kualitas produk yang mampu bersaing dengan produk kompetitor, 2) Meningkatnya kualitas kemasan produk yang menarik, 3) Tersedianya sistem pembukuan yang baik sesuai dengan standar usaha makanan kecil untuk makanan olahan.

Kata Kunci: Ngemil Pare, Produksi, Usaha Makanan Ringan

Abstract

“Ngemil Pare” is a snack business located in Klaten Regency, precisely in Samben village, Gunting. The “Ngemil Pare” business is managed by Mrs. Endang who is engaged in processing Bitter Pare Chips. This snack business's production process is still simple with a low production capacity. The main problem faced in running this business is how to increase its production capacity, so that the business is able to survive and develop in the face of its business competitors, as well as absorbing more workers from the surrounding community. To overcome these problems, our team agreed to improve the layout of the production space, implement good product quality, and innovate attractive product packaging, a good small business bookkeeping system and arrange for P-IRT certificates and MUI HALAL Stamp for products. Activities will be carried out using structured mentoring and training methods to address various problems that are obstacles in developing the bitter melon chips business. Apart from that, counseling and evaluation are also carried out on the stages of implementing these activities to improve further actions. The results that will be obtained from this activity are : 1) Achieving a

well-organized production process, creating product quality that is able to compete with competitor products, 2) Increasing the quality of attractive product packaging, 3) Availability of a good bookkeeping system in accordance with food business standards small for processed foods.

Keywords: Bitter Gourd Snacking, Production, Snack Food Business

1. Pendahuluan

Pada umumnya masyarakat cenderung lebih suka dengan makanan ringan yang unik dan berbeda. Jenis makanan yang dikonsumsi beraneka ragam, mulai dari makanan ringan dan makanan berat. Makanan ringan yang ada pada saat ini seperti keripik pisang, singkong, dan lainnya mengandung zat yang kurang baik bagi kesehatan. Dilihat dari hal itu, Ibu Endang membuat suatu tindakan dengan adanya pemanfaatan pare sebagai cemilan yang memiliki kandungan gizi yang tinggi dan aman bagi kesehatan. Dalam satu buah pare mengandung 29 kalori, 1,1 gram protein, 0,3 gram lemak, 6,6 gram karbohidrat, 1,5 gram serat, 64 mg fosfor, 45 mg kalsium, 1,4 mg zat besi, vitamin A 180 IU, vitamin B1 0,08 mg, vitamin C 52 mg, dan air 91,2 gram.

Ibu Endang menciptakan olahan pare berbahan dasar pare yang akan membuat masyarakat tertarik. Masyarakat biasanya beranggapan pare adalah sayuran yang rasanya pahit kurang disukai kalangan muda dan anak-anak. Ibu Endang mengubah sayur pare menjadi sebuah keripik pare menjadi keripik yang tidak pahit dan disukai banyak yang suka dengan cemilan pare ini. Mengingat pare adalah sayur yang kaya akan gizi dan vitamin. Pengolahan keripik pare, Ibu Endang menggunakan bahan alami tanpa bahan tambahan pangan (btp) yang dapat membahayakan kesehatan pembeli. Usaha keripik pare ini dirintis sejak 2022. Dengan beranggotakan 4 orang yaitu keluarga Ibu Endang, Nining, Hasmona dan Devi. Usaha ini akan menjadi peluang usaha yang menjanjikan, karena keripik ini terbilang sangat unik, praktis dan hemat.

Proses penggorengan keripik dengan berbekal modal secukupnya dengan peralatan sederhana dapat menghasilkan 50 bungkus keripik pare sekali produksi. Bahan baku yang dibutuhkan adalah sebanyak 20 kg sayur pare. Dengan volume produksi sebanyak itu, perbungkusnya keripik pare dapat terjual seharga Rp. 10.000. sehingga penerimaan yang dapat dikantongi dalam satu kali produksi sebanyak Rp. 500.000 (belum dikurangi biaya). Proses peracikan bumbu dan penggorengan dilakukan di dapur yang sekaligus digunakan untuk memasak kebutuhan rumah tangga. Layout ruang produksi yang belum tertata sesuai dengan alur kerja yang baik tentunya berakibat pada tidak maksimalnya kinerja produksi. Sebagai contoh ruang proses perebusan yang berbeda dengan ruang untuk proses penggorengan tentu membutuhkan waktu perpindahan dalam proses produksi. Tapi jika dilakukan dalam satu ruang akan berimbas pada efisiensi waktu dan tenaga, apalagi jika volume produksi terus meningkat. Berdasarkan diskusi yang dibangun bersama mitra tersebut, keinginan untuk meningkatkan produksi tidak terlepas dari beberapa faktor yang telah dipaparkan sebelumnya. Kapasitas produksi kedua home industry sangat rendah sehingga peningkatan produksi mutlak dilakukan yang diiringi dengan pelunasan target pemasaran, hal ini hanya bisa dilakukan dengan terlebih dahulu mengeliminasi beberapa kendala yang ada, antara lain dengan melakukan standarisasi produk olahan makanan terkait bahan baku, proses produksi hingga kemasan. Pembenahan ruang produksi untuk menjamin higienitas produk yang dihasilkan serta penataan alur kerja yang baik untuk kelancaran aktivitas produksi. Pendampingan dan pelatihan manajemen usaha agar lebih sensitif terhadap persaingan usaha sejenis. Oleh karena itu pemberian pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan sumberdaya manusia wajib dilakukan agar kinerja manajemen dan produksi secara kontinyu berkembang ke arah yang lebih baik terkait kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Usaha ini sangat bermanfaat bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Metodologi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra usaha, maka yang menjadi permasalahan utama mitra adalah bagaimana cara meningkatkan kapasitas produksinya, bagaimana menciptakan kualitas produk yang baik, dan bagaimana cara memasarkan produk agar dapat bersaing dengan produk kompetitor, sehingga usahanya mampu menyerap tenaga kerja yang banyak dari masyarakat sekitar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim dan mitra sepakat untuk melakukan pembenahan proses produksi, peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan produk yang menarik, serta melakukan pembenahan pada cara pemasaran produk yang baik dan benar sehingga mampu bersaing dalam penjualan pasar. Sedangkan bentuk partisipasi mitra berupa penyediaan tempat produksi dan tempat observasi, pelatihan sumber daya manusia dalam melakukan proses produksi, sarana dan prasarana pendukung kegiatan pendampingan dan pelatihan terkait produksi dan manajemen pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

Perbaikan yang telah dilakukan oleh tim guna mengatasi permasalahan yang dihadapi, antara lain :

1. Meningkatkan Kapasitas Produksi

Kapasitas produk menjadi bagian yang penting dalam standarisasi produksi, baik pembenahan proses produksi yang lebih efektif dan efisien yang mampu menghasilkan output produksi yang sesuai dengan permintaan konsumen di pasaran.

2. Menciptakan Kualitas Produk Yang Baik

Kualitas produk juga merupakan bagian yang penting dalam suatu usaha, produk dengan kualitas baik sangat berpengaruh bagi pemasaran suatu produk kepada konsumen di pasar luas. Kualitas produk juga dapat menjadi alasan untuk suatu konsumen menjadi peanggan tetap dan dapat menarik minat calon konsumen baru agar membeli produk yang kita jual.

3. Inovasi Kemasan Yang Menarik

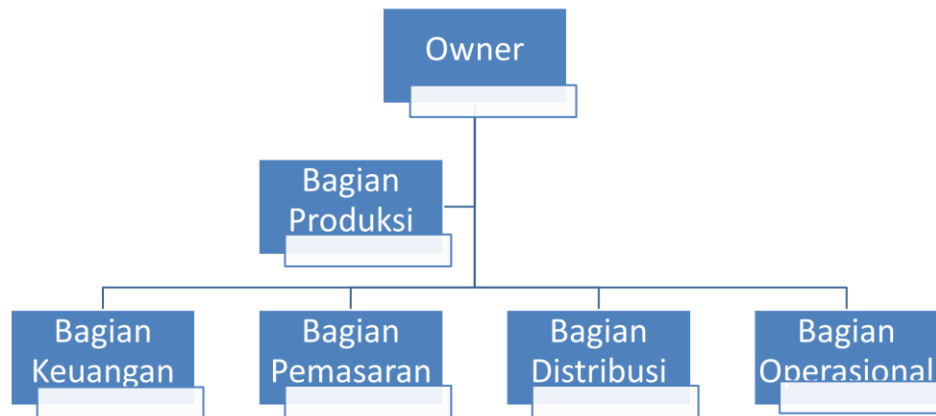
Inovasi produk yang menarik mempunyai pengaruh besar bagi suatu usaha untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada konsumen di pasar luas. Kemasan merupakan bagian yang pertama kali yang dilihat oleh calon konsumen, dikarenakan konsumen pada awalnya akan melihat kemasan terlebih dahulu sebelum membeli dan merasakan produk olahannya. Maka dari itu kemasan dengan desain yang kreatif, inovatif dan menarik akan memiliki nilai tambah bagi calon konsumen untuk membeli produk yang kita jual.

4. Pemasaran Produk

Pemasaran produk dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini mendorong agar suatu usaha menjadi lebih peka terhadap trend saat ini yang sedang viral di suatu masa. Dengan majunya teknologi saat ini maka suatu usaha harus memanfaatkannya dengan baik, seperti halnya join di marketplace untuk menjualkan produk yang kita produksi, dan juga harus tetap mempertahankan media promosi offline dengan berjualan secara langsung, join event untuk berjualan. Selain itu untuk memasarkan produk kita juga perlu memberikan diskon dan promo menarik tiap bulannya agar tetap bisa menjaga hubungan antara

konsumen dengan penjual.

Hasil selanjutnya yang didapatkan dari penelitian adalah struktur usaha Keripik Pare “Ngemil Pare” dimana dalam struktur ini terdapat pembagian tugas dalam melakukan kegiatan.



Gambar 1. Struktur usaha Keripik Pare “ Ngemil Pare”

Terdapat juga logo produk Keripik Pare, tujuan dibuat logo ini adalah agar dalam kegiatan pemasaran konsumen dapat mengenali logo yang tercantum bahwa logo tersebut merupakan logo dari Keripik Pare “ Ngemil Pare”



Gambar 2. Logo Keripik Pare “ Ngemil Pare”

Arti dari Logo “ Ngemil Pare” :

1. Gambar perempuan yang berada di tengah melambangkan kami sebagai perempuan dibalik berdirinya Ngemil Pare.

2. Gambar pare menggambarkan bahan dasar produk kami.
3. Warna Hijau diambil dari warna pare itu sendiri.

Dari hasil penelitian ini didapatkan juga hasil pencatatan dana yang merupakan modal awal, dana tersebut dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran di awal produksi. Berikut ini rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

Tabel Biaya Tetap

No	Nama(Perlalatan dan Perlengkapan)	Jumlah/Ket	Harga Satuan	Harga Total
1.	Kompor	2	Rp 250.000	Rp 500.000
2.	Panci	2	Rp 15.000	Rp 30.000
3.	Baskom Besar	2	Rp 10.000	Rp 20.000
4.	Penggorengan Lengkap	2	Rp. 70.000	Rp 140.000
TOTAL BIAYA FIXED COST				Rp. 690.000

No	Nama Barang	Jumlah/Ket	Harga (Per Produksi)	Tabel Variabel	Biaya
1.	Gas 3Kg	1 Tabung	Rp 22.000		
2.	Pare	2 Kg	Rp 9.000/kg		
3.	Tepung Beras	1 Kg	Rp 15.000		
4.	Tepung Tapioka	1 Kg	Rp 15.000		
5.	Telur	1/4 Kg	Rp 7.000		
6.	Minyak Goreng	2 liter	Rp 30.000		
7.	Bawang Putih	¼ Kg	Rp 9.000		
8.	Kemiri	½ ons	Rp 3.000		
9.	Ketumbar	1 sendok	Rp 1.000		
10.	Royko	2 Bungkus	Rp 500/bungkus		
11.	Kencur	½ ons	Rp 2.000		
12.	Bumbu Balado	1 Bungkus	Rp. 5.000		
	TOTAL VARIABLE COST		Rp 128.000		

Kesimpulan dan Saran

Setelah melakukan observasi pada usaha tersebut, pada bagian ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran yang mampu memberikan manfaat bagi usaha ini kedepannya.

Strategi pemasaran yang digunakan pada usaha ini yaitu :

1. Segmenting, yang digunakan untuk memasarkan produk ini adalah dengan cara pemasaran yang dilakukan di beberapa wilayah sekitar tempat usaha itu berdiri. Strategi pemasaran ini menargetkan semua jenis kalangan sebagai target pasar mereka.
2. Targeting, semua kalangan yang menyukai keripik berbahan utama pare menjadi target utama bagi pemilik usaha, sedangkan target lain yang menjadi pertimbangan ialah masyarakat yang menyukai berbagai jenis makanan ringan salah satu diantaranya ialah keripik, dan masyarakat dengan golongan konsumtif dalam membelanjakan pendapatannya untuk kebutuhan dan kepuasannya.

Kendala yang dihadapi oleh usaha ini ialah keraguan calon konsumen untuk membeli produk olahan pare menjadi keripik dikarenakan banyak dari mereka yang beranggapan bahwa rasa asli dari pare yang pahit. Kemudian solusi dari kendala yang dihadapi dalam melakukan proses pemasaran dengan cara memberikan inovasi varian rasa yang bervariasi, sehingga mampu menarik calon konsumen untuk membeli produk keripik pare ini. Selanjutnya untuk mengoptimalkan pemasaran produk keripik pare ini ialah dengan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba tester produk terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian dan meyakinkan kepada konsumen bahwa produk tersebut enak.

Setelah melakukan observasi maka diperoleh saran sebagai berikut :

1. Untuk kedepannya bagi pengusaha yang ingin menjalankan bisnis khususnya bagian produksi dan pemasaran harus mempelajari lebih dalam lagi tentang bagaimana cara produksi dan strategi pemasaran produk/ jasa sehingga dapat mengoptimalkan usaha tersebut agar dikenal masyarakat luas.
2. Terus berusaha mempertahankan dan meningkatkan penjualan, dan menjaga kepuasan pelanggan pada produk keripik pare “ Ngemil Pare” . Agar pelanggan tidak berpindah ke produk yang lain.
3. Sebelum memasarkan produk, hal yang harus diperhatikan adalah mengecek stok persediaan barang seperti kemasan.

Daftar Pustaka

Edwin Permana, Intas Iestari, Lenny Marlinda, Indra Laksmana Tarigan, Yoga Andika, Oel Taradepa, Adhitya Eko Bagus, (2019), Peningkatan dan Pemberdayaan Industri Keripik Pare Di Jambi. URL :

https://www.researchgate.net/publication/340167771_Peninkatan_Dan_Pemberdayaan_in_dustri_Keripik_Pare_Di_Jambi

Indah Dewantri, (2021). URL :

<http://eprints.polbeng.ac.id/1297/2/TUGAS%20AKHIR.pdf>