

Strategi Pengembangan UMKM Kue Kering Beradaptasi di Masa Pandemi Melalui Digital di Jepara Kecamatan Bubutan RT 06 RW 01 Surabaya

Anastasya Priskila Elisabeth Thenu

Universitas, 17 Agustus 1945 Surabaya,

tasyathenu2001@gmail.com

Wahyu Kuncoro

Universitas, 17 Agustus 1945 Surabaya,

wahyukuncoro@untag-sby.ac.id

Abstrak

Pandemi covid yang belum tuntas ini sangat berdampak pada perekonomian Indonesia. Daya beli masyarakat pun kian turun, sehingga membuat banyak usaha terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang pendapatannya merosot. Termasuk bisnis kue kering milik mitra Ibu Nunung "NURI'S KITCHEN". Tujuan dari program KKN ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan bisnis kue kering beradaptasi di masa pandemi melalui digital. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi media sosial. Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM mitra diantaranya: 1) Kurangnya pengetahuan dan inovasi pengembangan produk, kemasan dan label yang kurang menarik 2) kurang pemahannya dalam pemasaran lewat media digital. Adapun solusi atau program kerja yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yaitu: 1) memberikan ilmu mengenai strategi pengembangan usaha, pembuatan standar operasi prosedur (SOP). Mitra juga mendapatkan peralatan tambahan yang mendukung proses produksi. 2) membantu mitra dalam membuat pemasaran digital seperti marketplace. Hasil dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam melakukan inovasi pada produk, mitra diajari bagaimana memasarkan produk dengan memanfaatkan media digital. Luaran dari kegiatan ini adalah: 1) pelatihan dan pendampingan inovasi produk, 2) pemasaran melalui digital yaitu marketplace
Kata kunci: UMKM kue kering, inovasi produk, marketplace

Pendahuluan

Covid-19 yang melanda dunia tak bisa dipungkiri memberi dampak yang luar biasa pada kehidupan masyarakat khususnya di sektor ekonomi. Salah satunya UMKM harus ikut merasakan dampak pandemi. Sementara itu, di sektor UMKM yang paling besar dampaknya pada usaha makanan dan minuman (Thaha, 2020). Selama ini UMKM punya peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyerap tenaga kerja baru dan mampu menggerakkan perekonomian. UMKM juga berhasil membuktikan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang sulit karena sebagian besar belum terhubung langsung dengan sektor keuangan domestik atau global. Maka dari itu di tahun 1998, UMKM dapat bertahan di krisis keuangan global (Bahtiar & Saragih, 2020).

Sasaran yang dituju dalam kegiatan KKN ini adalah UMKM Kue Kering "NURIS' KITCHEN" yang beralamat di Jalan Jepara 6 No 19 Kecamatan Bubutan RT 06/RW01 Surabaya yang dimiliki oleh Ibu Nunung. Berdasarkan wawancara langsung yang dilakukan dengan Ibu Nunung, beliau menjelaskan bahwa usaha kue kering ini sudah berjalan selama kurang lebih 2 tahun. Menurutnya, usaha ini mengalami kondisi yang naik turun karena dilihat faktor ekonomi, tingkat minat customer. Namun NURIS' KITCHEN memiliki banyak macam varian kue yang dijual.

Kondisi usaha kue kering pada UMKM "NURIS' KITCHEN" adalah sebagai berikut: (1) wilayah pemasaran yang masih terbatas, memiliki sosial media namun kurang aktif, dan

belum mengelola melalui marketplace, (2) Kemasan belum menarik dan (3) Intensitas produksi hanya berdasarkan pesanan.

Tujuan dari kegiatan KKN ini adalah untuk membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh NURIS' KITCHEN meliputi permasalahan-pemasaran produksi. Permasalahan pemasaran yang akan diselesaikan yaitu belum terdaftarnya di aplikasi online seperti marketplace, belum memiliki kemasan yang menarik.

Metode

Dalam pengembangan bisnis, dilakukan berbagai tahapan agar bisnis dapat lebih berkembang dibandingkan dengan sebelumnya, termasuk dengan peningkatan penjualan ataupun pengembangan pemasaran. Dalam kegiatan ini berikut tahapan-tahapan yang dilakukan:

1. Pembuatan SOP produksi Pada proses produksi, dibutuhkan adanya pedoman agar proses produksi seragam dan produk memiliki kualitas yang sama. Sebelumnya, Ibu Nunung tidak memiliki panduan pembuatan produk. Karena sebagian besar masih dilakukan sendiri, maka Ibu Nunung sudah sangat mahir dalam proses penakaran dan pembuatan. Sebelumnya, takaran bahan mengikuti jumlah yang ada di kemasan. Begitu pula dengan proses pengemasan hanya mengandalkan perkiraan dari kemasan itu sendiri. Sehingga kami membuat SOP agar produk seragam dan dapat memandu jika nantinya akan ada tenaga kerja tambahan. Pembuatan SOP produksi meliputi dari tahapan-tahapan proses produksi, standar kualitas produk, dan standar ukuran produk. Hal ini agar proses produksi dapat lebih lancar dan produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik.
2. Penambahan alat-alat produksi Untuk menunjang proses produksi yang lebih lancar, diperlukan adanya penambahan alat-alat produksi. Ibu Nunung sebelumnya sudah memiliki alat-alat produksi, tetapi ada beberapa yang sudah lama dan tidak bisa berfungsi secara maksimal. Seperti oven yang sudah tidak maksimal sehingga terkadang kue yang dihasilkan yaitu hasil pangangan yang tidak merata. Ibu Nunung juga belum memiliki mixer untuk mengolah bahan kue dalam proses pengemasan. Maka dari itu kami menambah alat-alat produksi berupa oven, mixer. Alat-alat ini diperlukan agar kualitas produk dapat lebih baik, dan juga proses produksi dapat berlangsung lebih cepat dan meminimalisir adanya cacat produksi
3. Media Pemasaran
 - a. Media Online Sebelumnya, pemasaran produk hanya dilakukan melalui mulut ke mulut, sehingga pemasaran belum dilakukan secara luas. Media sosial yang digunakan oleh Ibu Nunung hanya Whatsapp dan aplikasi tersebut hanya sebagai media pemesanan. Melalui pengamatan dan wawancara dengan narasumber, whatsapp tersebut belum digunakan untuk media iklan atau promo. Pada masa ini, berbelanja semakin banyak dengan metode online. Dalam hal ini dipilih dengan dua metode. Pertama adalah dengan menggunakan media digital yaitu, marketplace, agar customer dapat lebih mudah menemukan produk dan juga pemasaran produk dapat merambah pasar yang lebih luas, karena tidak hanya masyarakat sekitar, tetapi juga dapat menarik customer dari luar daerah. Metode kedua adalah dengan

menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Hal ini agar pemasaran juga dapat lebih luas dan produk lebih dapat dikenal. Sosial media yang digunakan adalah Instagram sebagai media pemasaran, dan juga WhatsApp yang digunakan sebagai media pemesanan oleh customer. Sebelumnya Ibu Nunung juga sudah melakukan penjualan melalui WhatsApp yang dibantu oleh anaknya. Sebagian besar customer yang menghubungi melalui WhatsApp adalah rekan dan kenalan dari Ibu Nunung sendiri anaknya. Maka itu dengan adanya media pemasaran online lain, dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.

- b. Metode Offline Walaupun mulai beralih pada penggunaan media sosial, metode penjualan offline pun masih sangat dibutuhkan karena awal mula penghasilan mitra dari metode offline. Ibu Nunung sebelumnya hanya memakai metode offline dalam pemasarannya, seperti dengan menawarkan ke masyarakat sekitar. Kita tidak ingin memberhentikan metode offline tersebut. Metode offline tersebut yaitu pesanan di hari raya, pesanan tetangga untuk snack dirumah, dan titip jual di teman-teman Ibu Nunung istilah sekarang "reseller". Dengan metode tersebut, bisa tetap dilakukan untuk customer retention dimana loyal customer yang berlangganan produk Ibu Nunung dapat membeli produk dengan adanya inovasi rasa baru dan merek di kemasan. Customer untuk metode offline itu sendiri berasal dari kenalan atau kerabat dari keluarga mitra yang artinya promosinya masih bersifat word of mouth.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil kegiatan KKN yang telah terlaksana dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengadaan alat produksi yaitu oven dan mixer

Penambahan alat-alat produksi untuk menunjang proses produksi yang lebih lancar, dikarenakan oven dan mixer Ibu Nunung sudah lama dan tidak bisa berfungsi secara maksimal



2. Pembuatan SOP produksi

Dibutuhkan adanya pedoman agar proses produksi seragam dan produk memiliki kualitas yang sama. Sebelumnya, Ibu Nunung tidak memiliki panduan pembuatan produk. Karena sebagian besar masih dilakukan sendiri, maka Ibu Nunung sudah sangat mahir dalam proses penakaran dan pembuatan. Sebelumnya, takaran bahan mengikuti jumlah yang ada

di kemasan. Begitu pula dengan proses pengemasan hanya mengandalkan perkiraan dari kemasan itu sendiri. Sehingga kami membuat SOP agar produk seragam dan dapat memandu jika nantinya akan ada tenaga kerja tambahan. SOP tersebut adalah sebagai berikut:

* Pembelian bahan baku

- memilih bahan baku yang berkualitas, dalam hal ini untuk menunjang hasil produk yang berkualitas juga
- pembelian bahan baku sesuai dengan kebutuhan
- pembelian bahan baku secara langsung ke toko untuk memastikan kondisi bahan baku yang baik

* Penyiapan bahan baku

- menyiapkan bahan-bahan sebelum pembuatan proses produksi sesuai dengan resep yang ada (takaran / ukuran) tepung, mentega, telur, gula, dll
- mempersiapkan alat-alat yang terkait dengan proses produksi

* Proses pembuatan produk

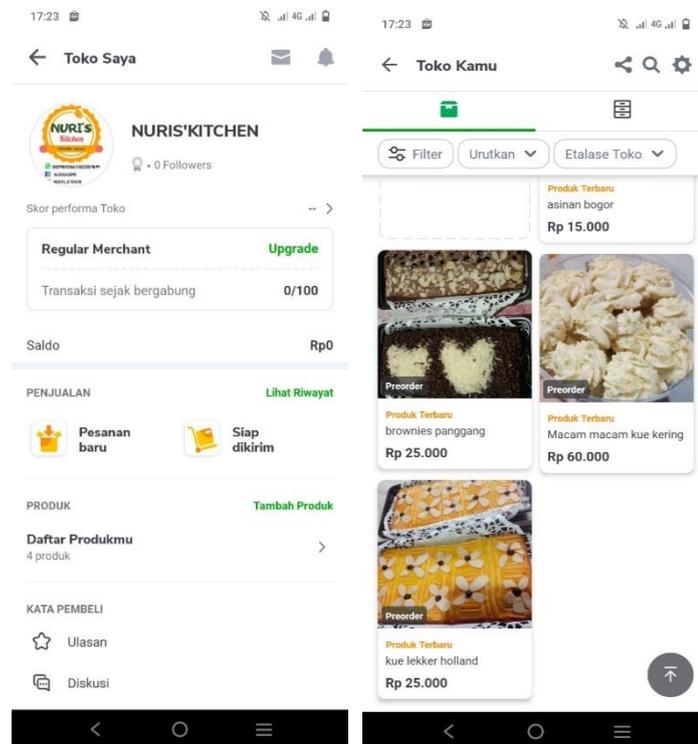
- Memelihara kebersihan dalam pembuatan produk (mengadon / mencampur bahan-bahan)
- Menjaga keamanan disekitar dalam proses pemanggangan produk produk kue kering
- Mengemas hasil produk yang akan dikirim kepada konsumen

* Pemasaran produk

- Hasil produksi kue kering dipasarkan melalui online, WA, Instagram
- Melalui teman-teman

3. Pendaftaran ke Aplikasi Tokopedia

Kondisi sekarang ini, menuntut UMKM Kue Kering NURIS'KITCHEN untuk beradaptasi dalam berbagai hal. Termasuk digitalisasi pemasaran melalui berbagai media. Agar tetap eksis dalam persaingan, penggunaan aplikasi seperti Tokopedia merupakan hal yang penting. Banyaknya konsumen yang mengurangi mobilitas, termasuk berbelanja. Melalui pendaftaran serta penggunaan aplikasi ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk kue kering milik Ibu Nunung



4. Pembuatan Banner

Dengan memasang banner menjadi salah satu cara mudah untuk melakukan promosi usaha karena banyak dilewati banyak orang. Cara ini akan membuat masyarakat atau calon pelanggan melihat toko ketika mereka melewatinya



Kesimpulan

Dengan kegiatan KKN ini, penulis menyimpulkan bahwa seluruh kegiatan telah berjalan lancar, kegiatan yang telah terlaksana, meliputi: (1) pengadaan alat produksi seperti oven dan mixer, (2) pembuatan SOP produksi, (3) pendaftaran ke aplikasi Tokopedia, (4) Pembuatan Banner. Pemilik usaha merasa terbantu dengan adanya berbagai program kegiatan dan telah merasakan dampak pada meningkatnya penjualan yang lebih baik daripada sebelumnya.

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah segala puji bagi Tuhan YME yang selalu melindungi, melimpahkan berkah dan rahmat-nya, sehingga atas izin-nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan artikel ilmiah KKN ini. Saya menyadari artikel ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Wahyu Kuncoro, S.T., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing, disela sela rutinitasnya namun tetap meluangkan waktunya untuk memberikan petunjuk, dorongan, saran dan arahan sejak rencana hingga selesainya artikel ilmiah ini. Terimakasih kepada mitra saya yaitu Ibu Nunung selaku pemilik UMKM Kue Kering NURIS'KITCHEN atas kerjasamanya selama kegiatan KKN berlangsung dan berkenan menerima saya dan memberikan tempat untuk melakukan kegiatan KKN.

Daftar Pustaka

- Audinovic, V. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129-140.
- Audinovic, V. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129-140.
- Hastuti, S. (2021). Penerapan Cost Reduction Strategies Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kota Bogor (Studi pada Anggota UMKM di Komunitas Kefir Bogor). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10(1), 78-102.
- Michael, T., & Narulita, L. F. (2022, August). PEMBUATAN VIDEO UNTUK PROMOSI PARIWISATA PULAU MANDANGIN. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 258-261).