

Penguatan Manajemen Operasional dan Strategi Pemasaran di Keripik Bu Sunar Desa Wonokarang

Agus Wahyu Santoso¹, Bramastha Bhayu Pratama², Muhammad Nizar Yazid Thoifur³,
Muhammad Erliananta⁴, Iin Widianingsih⁵, Dwi Yuliani⁶, Sri Utami⁷, Siska Kumala Sari⁸,
Suci Dwi Wulan Sari⁹, Robbi'ul Hamzah¹⁰, Asri Dwi Puspita^{11*}

^{1,2,11*} Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif

³ Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁴ Desain Komunikasi Visual, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{5,6,7} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{8,9} Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

¹⁰ Magister Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

*Email: asripuspita85@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this community service is to improve the operational management system and marketing of Bu Sunar's Chips business. This community service is carried out for one month, from September 8 to October 8, 2021. In Wonokoyo Hamlet RT 5 RW 3 Wonokarang Village, Balong Bendo District, Sidoarjo Regency, which is the partner's home address. The method carried out is to use primary data, namely data from interviews. This community service shows that marketing strategies through social media are one of the most profitable opportunities and the creation of product innovations can attract people to buy.

Keywords: *Community Service; Marketing; Operational Management; Social Media..*

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah membenahi sistem manajemen operasional dan pemasaran terhadap usaha Keripik Bu Sunar. Pengabdian masyarakat ini dilakukan selama satu bulan yaitu tanggal 8 September hingga 8 Oktober 2021. Di Dusun Wonokoyo RT 5 RW 3 Desa Wonokarang Kecamatan Balong bendo Kabupaten Sidoarjo yang merupakan alamat rumah mitra. Metode yang dilakukan yaitu menggunakan data primer yaitu data hasil wawancara. Pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial adalah salah satu peluang yang paling menguntungkan dan pembuatan inovasi produk dapat menarik minat masyarakat untuk membeli.

Kata Kunci: *Pengabdian Masyarakat; Pemasaran; Manajemen Operasional; Media Social.*

PENDAHULUAN

Keripik adalah makanan ringan berupa irisan tipis dengan cara pengolahan digoreng menggunakan minyak panas. Makanan ini sangat populer di kalangan masyarakat karena sifatnya yang renyah, gurih, dan tidak terlalu membuat perut kenyang. Keripik dapat disajikan dimana pun dan kapanpun karena keripik merupakan makanan yang praktis karena penyajiannya yang kering. Keripik adalah suatu peluang untuk Ibu Sunar. Suatu inspirasi telah tercetus yaitu pembuatan keripik pisang dan sukun. Inspirasi ini tercetus karena buah pisang dan sukun adalah salah satu buah yang disukai oleh Ibu Sunar.

Inspirasi pembuatan keripik pisang dan sukun ini dipicu karena kondisi ekonomi Ibu Sunar sedang menurun. Yang semula Ibu Sunar bekerja di pabrik saus hari senin sampai hari sabtu kini jadwal bekerjanya dirolling satu minggu bekerja setelah itu satu minggu libur dan waktu bekerjanya berkurang menjadi hari senin sampai jum'at. Hal ini terjadi karena cara tersebut sebagai upaya pencegahan penularan covid-19. Sehingga Ibu Sunar harus memutar otak untuk memperoleh penghasilan tambahan. Strategi pemasaran ialah rencana yang telah ditentukan dengan harapan perusahaan akan berdampak dari berbagai

kegiatan atau program pemasaran sehingga permintaan akan produk atau lini produk mereka di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran mencakup tindakan pemasaran yang dapat memengaruhi permintaan produk, termasuk perubahan harga, modifikasi kampanye periklanan, merencanakan promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dll (Yolanda & Dwiridhotjahjono, 2021; Widya & Pratama, 2022).

Pada mulanya pemasaran keripik Ibu Sunar ini hanya melalui mulut ke mulut. Dan bila sanak saudaranya bekerja, mereka dititipin untuk dijual ke teman-temannya. Sementara menggunakan modal kepercayaan dan lama kelamaan banyak yang menyukai keripik Bu Sunar sehingga mereka semua banyak yang pesan, dengan adanya tim pengabdian masyarakat memberikan inovasi terhadap desain produk dan kemasan (Sarasi, *et al.*, 2021). Manajemen operasi ialah aktivitas manajemen sumber daya untuk produksi, pengiriman produk dan bahkan layanan (Jannah, *et al.*, 2021). Jika diterapkan pada pendidikan saat ini, manajemen operasional memegang peranan sangat penting dalam menciptakan sistem pendidikan yang berkualitas dan berkelanjutan. Hal ini penting karena proses membangun sumber daya pendidikan perlu diatur secara profesional (Rosita, *et al.*, 2020; El muna, *et al.*, 2021). Oleh karena itu perlu adanya kegiatan sosialisasi dan pendampingan mengenai digital marketing (pemasaran online) termasuk branding dalam meningkatkan produktivitas produk yang dihasilkan.

METODE

Kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini di usaha Keripik Bu Sunar di Dusun Wonokoyo RT 5 RW 3 Desa Wonokarang Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan pada tgl 8 September hingga 8 Oktober 2021. Metode yang digunakan dalam pembuatan pengabdian ini adalah kualitatif deskriptif dengan cara yaitu diskusi dan pendampingan pada pelaku usaha. Sebelum kegiatan pengabdian ini dimulai hal yang disiapkan yaitu persiapan sharing, perkenalan dengan mitra, perencanaan perubahan packaging produk dan perencanaan strategi pemasaran kepada mitra usaha. Kemudian mitra diberikan materi tentang wawasan produk dan digital marketing termasuk branding produk dan pemasaran produk.

Metode dalam pengabdian masyarakat adalah kualitatif deskriptif menggunakan data primer dengan pengumpulan data menggunakan wawancara. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh. sehingga volume penjualan semakin meningkat pesat dibandingkan saat penjualan dengan cara lama. Digital marketing ini adalah pemanfaatan semua sumber daya yang terdapat pada internet sebagai tempat penyampaian dan informasi sebagai referensi produk-produk yang dimiliki oleh UKM tersebut seperti halnya Facebook, Whatsapp, Instagram dll (Farell, *et al.*, 2019; Zulfikar, *et al.*, 2020). Dukungan dan pemantauan mitra bisnis akan dilakukan selama empat minggu untuk menilai hasil kegiatan mereka. Oleh karena itu, konsistensi yang baik diperlukan untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Output dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Keripik Bu Sunar yaitu penguatan manajemen operasional dan strategi pemasaran. Kemasan atau packaging merupakan bagian penting dalam suatu produk yakni wadah yang ditempati dan dibuat secara khusus pada suatu barang dengan cara agar menjadi lebih aman, menarik, dan mempunyai daya pikat atau memikat terhadap pelanggan yang akan membeli produk. Kemasan produk dapat juga menjadi sarana media komunikasi antara pelanggan dengan pelaku usaha yakni menggunakan desain kemasan yang tercantum suatu penjelasan produk sehingga pelanggan mengetahui dan merasa tidak asing dengan produk yang di kemas, semakin lengkap informasi yang terdapat dalam kemasan semakin berkompeten dan meyakinkan pemahaman calon pembeli terhadap produk penjualan yang akan dibeli.

Pengemasan hanya sebatas melindungi barang dan memudahkan agar tidak rusak sampai ke tempat tujuan. Dengan bantuan kemasan, konsumen mendapatkan layanan untuk menyimpan barang yang dibelinya dan jaminan bahwa mereka akan puas dengan produk yang dimilikinya. Awal usaha Keripik Bu Sunar belum memiliki label atau logo produk dan saat adanya pengabdian masyarakat ini tim telah membuat label produk yang menarik sesuai dengan produk yang telah dijual. Label produk ini menunjukkan identitas produk yang dijual seperti nama produk, komposisi, dan varian rasa dari jenis produk yang tersedia.



Gambar 1. Label Produk Keripik Bu Sunar dan Kemasan Terbaru Menggunakan Standing Pouch

Pemakaian packaging baru. Berawal dari kemasan menggunakan plastik cap wayangan berukuran per kg, kini kemasan berubah menggunakan standing pouch yang membuat tampilan semakin menarik. Selain pembuatan label kemasan tim pengabdian juga membantu untuk membuat surat keterangan usaha dari desa. Usaha Ibu Sunar adalah usaha yang tergolong masih baru yang berusia satu tahun berjalan sehingga belum mempunyai surat - surat apapun mengenai usaha yang dimilikinya. Tim pengabdian telah mengupayakan untuk membuat surat keterangan dari desa yang menerangkan usaha Kripik Bu Sunar benar- benar berada di tempat tinggal nya yaitu di Dusun Wonokoyo RT 5 RW 3 Desa Wonokarang Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo.



Gambar 2. Surat Keterangan Usaha Dari Desa

Tim pengabdian masyarakat juga memberikan strategi pemasaran yakni melalui sosial media. Sebelumnya pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Pada dasarnya, sumbernya bermula dari kepercayaan. Orang- orang mempercayai apa yang orang lain katakan, yang berarti ketika mereka mendengar tentang sesuatu dari teman atau konsumen sebelumnya, mereka cenderung akan membeli. Namun untuk menghasilkan pemasaran yang banyak upaya promosi dilakukan melalui media sosial seperti seperti pembuatan konten-konten menarik dan di share melalui facebook, Whatsa pp, Tiktok, dan Instagram.



Gambar 3. Promosi Keripik Bu SunurMelalui Facebook

Tabel 1. Omset Per Hari Usaha Keripik Bu Sunar

Hari Ke-	OMSET
1	Rp 132,000
2	Rp 315,000
3	Rp 490,000
4	Rp 245,000
5	Rp 525,000
6	Rp 315,000
7	Rp 294,000
8	Rp 294,000
9	Rp 196,000
10	Rp 154,000
11	Rp 175,000
12	Rp 189,000
13	Rp 168,000
14	Rp 189,000
15	Rp 245,000
16	Rp 175,000
17	Rp 210,000
18	Rp 119,000
19	Rp 126,000
20	Rp 119,000
21	Rp 154,000

Dengan upaya manajemen operasional dan strategi pemasaran yang dilakukan, omset mengalami kenaikan di setiap harinya (Ningrum, *et al.*, 2022). Sehingga pemasaran melalui media sosial. Dengan adanya penyusunan laporan keuangan berfungsi sebagai alat analisis kinerja keuangan yang dapat memberikan gambaran tentang kondisi yang akan berpengaruh kepada kinerja keuangan perusahaan dan usaha kecil untuk digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan ini ditujukan kepada UKM yang belum memiliki laporan keuangan. Pada Usaha Kripik Bu Sunar masih belum melakukan pembukuan secara baik dan terperinci. Tidak adanya pembukuan membuat perhitungan usaha menjadi tidak akurat dan terpercaya sehingga mengakibatkan pemilik usaha bingung ketika menghitung dan cara mengetahui besarnya keuntungan yang dihasilkan oleh bisnisnya secara tepat. Untuk itu dengan Program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan wawasan dan solusi sehingga kedepannya UMKM ini memiliki Laporan Keuangan yang terstruktur. Berikut Laporan Omset per hari selama kegiatan tim pengabdian masyarakat.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada usaha Keripik Bu Sunar telah berjalan yang beralamat di Dusun Wonokoyo RT 5 RW 3 Desa Wonokarang Kecamatan Balong bendo Kabupaten Sidoarjo yang dapat diselenggarakan dan berjalan dengan lancar. Kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan serta bertambahnya omset pada usaha Keripik Bu Sunar. Dengan hal ini keripik bu sunar memiliki logo baru dalam kemasan, paham cara promosi melalui media sosial dan dapat mengetahui stuktural laporan keuangan. Sehingga kripik bu sunar memiliki manajemen operasional yang baik dan strategi pemasaran yang baik dan benar.

DAFTAR RUJUKAN

- El muna, N., Roziqin, M. K., & Kholid, A. (2021). Kepengurusan Manajemen Keuangan di Pondok Pesantren Bahrul Ulum (Pondok Induk) Bahrul 'Ulum Tambakberas Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–15.
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1).

- Jannah, L. A., Rahmatika, A. N., Ismail, A. N., & Fadhli, K. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Halal Tourism di Jombang (Studi Pada Makam KH. Abdul Wahab Hasbullah). *REVENUE : Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 14-23.
- Ningrum, S., Hariono, T., & Sufaidah, S. (2022). Sistem Evaluasi Pembelajaran dan Manajemen Perguruan Tinggi Berbasis E-Questionare. *EPiC: Exact Papers in Compilation*, 4(1), 487-490.
- Rosita, R., Nelvita, R., & Mawaddah, N. H. (2020). Manajemen Operasional Dalam Proses Pembelajaran Metode Sentra. *JECIES: Journal of Early Childhood Islamic Education Study*, 1(1), 49–61. doi: 10.33853/jecies.v1i1.54.
- Sarasi, V., Hilmiana, H., & Revinzky, M. A. (2021). Peningkatan Ide Kreatif Dan Inovatif Pada Desain Produk Hasil Olahan Desa Pamulihan, Kab. Sumedang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3). doi: 10.24198/kumawula.v3i3.28953.
- Yolanda, F. & Dwiridhotjahjono, J. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Antena HDF Surabaya. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(1), 231–239. doi: 10.32534/jv.v16i1.1841.
- Widyaa, M. A. A., & Pratama, D. W. (2022). Sistem Informasi Manajemen Badan Usaha Milik Desa Terintegrasi. *COMPUTECH: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(2), 1-4.
- Zulfikar, Z., Mahmudi, A., & Fannani, M. A. (2020). Marketing Digital bagi Pelaku UMKM Desa Gondangmanis. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–19.