

Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Makanan Ringan Berbasis Inovasi Produk dan Digital Marketing

Aqidah Asri Suwarsi*, Satria Utama,

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl Brawijaya Tamantiro Bantul 55183 (0274)387656
Email: aqidah.asri@fai.umy.ac.id
DOI: 10.18196/ppm.41.855

Abstrak

Kue Pelok, cemilan satu ini bisa dibilang sebagai sajian khas lebaran di Magelang dan biasanya diburu untuk oleh-oleh wisatawan dan pemudik Lebaran. Tidak hanya saat Lebaran, kue ini juga sangat cocok dikonsumsi sehari-hari mengingat terbuat dari bahan alami sehingga aman dikonsumsi anak-anak sampai dewasa. Warga Desa Magelang sebagai perajin Kue Pelok ini pada perjalanan usahanya mengalami beberapa kendala, seperti masih tradisionalnya alat produksi sehingga kapasitas produksi terbatas. Selain itu, packaging yang sederhana sehingga penjualan pun belum bisa keluar. Penjualan produksi kue dan camilan masih di sekitar setempat, dititipkan di warung, dan pesanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan pemasaran produk. Metode penelitian berupa field research dengan sample perajin makanan kecil menggunakan teknik pelatihan dan pendampingan inovasi produk baru, packaging dan digital marketing. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini diperoleh adanya varian baru produk makanan kecil Slondok Pedas, packaging yang menarik, dan pemasaran melalui marketplace Shopee.

Keyword : kualitas produk, packaging, pemasaran, digital marketing, makanan ringan

Pendahuluan

Secara geografis Kota Muntilan memiliki lahan subur, Usaha Kecil Mikro pun berkembang di sana mengingat bahan baku yang melimpah. Sentra industri rumahan yang memproduksi makanan ringan yang khas asli Magelang, seperti Ceriping Gethuk, Slondok, Pothil, Peyek Cempli, Kue Pelok, dan jajanan lain sangat berkembang di sana. Salah satu oleh-oleh yang khas dari Muntilan yang banyak dicari wisatawan domestik dan pemudik adalah Kue Pelok. Cemilan satu ini bisa dibilang sebagai sajian khas lebaran di Magelang. Salah satu pengusaha yang menjadi mitra adalah Ibu Zaumi Nur Zen. Usaha Produksi Kue pelok dan Camilan berlokasi di rumahnya yang beralamat di Dusun Patosan, Sedayu, Muntilan. Usaha tersebut menjadi salah satu sumber pendapatan rumah tangganya. Selain produksi Kue Pelok, Ibu Zen ini juga memproduksi Kue Kleci (ketapang) dan usaha *packaging* ulang makan kecil lainnya. Nama usahanya adalah “Mala Snack”. Produk yang di-*packaging* ulang adalah Slondok Bawang, Kacang Bawang, Slondok Original.

Masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah pemasaran mitra yang masih di titipkan di warung-warung sekitar, penjualan *direct selling* ke masyarakat sekitar, dan berbasis pesanan. Masalah selanjutnya yang dihadapi oleh mitra adalah peralatan produksi yang masih sederhana sehingga kapasitas produksi tidak banyak serta *packaging* yang masih sederhana.

Solusi yang akan diberikan terhadap masalah yang dihadapi oleh mitra adalah pendampingan dalam proses *marketing*. Mitra akan mendapatkan pelatihan tentang *Digital Marketing*. Selain itu, juga pelatihan dan pendampingan dalam membuat inovasi produk berupa produksi camilan dengan varian rasa baru seperti pedas manis. Selain pelatihan, solusi selanjutnya adalah pengadaan mesin giling perata adonan untuk produksi Kue Pelok dan Kleci. Terakhir, pelatihan dan pendampingan dalam aspek *Packaging Product*. Pemberian label dan merek hasil produk dalam hal ini sangat memengaruhi daya tarik pembelian masyarakat terhadap produk.

Selain itu, pengadaan mesin *sealer* untuk pengepres bungkus kemasan diperlukan untuk mengganti metode *packaging dislomoti*. Dengan produk yang layak jual dengan *packaging* yang menarik, bisa dijadikan sebagai oleh-oleh wisatawan.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan masalah prioritas mitra di atas, pendekatan pelaksanaan menggunakan metode Rational Unified Process (RUP) dari Pressman, yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah menggunakan pembuatan aplikasi Shopee (Presman dalam Rachman, 2016):

1. *Inception*. Fase ini telah dilakukan, yaitu merupakan analisis awal (observasi) pada mitra dan mencari solusi dari masalah tersebut. Target dari fase ini memperoleh masalah mitra dan menentukan solusinya.
2. *Elaboration*, yaitu menganalisis berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan *base line*. Fase ini adalah dengan *Focus Group Discussion* (FGD) kepada tiap mitra (secara parsial) untuk mengumpulkan informasi lebih lengkap guna menentukan rancangan aplikasi *e-commerce*, mulai bentuk, desain, dan cakupan dari aplikasi yang akan dibuat oleh pelaksana sehingga diharapkan aplikasi *e-commerce* yang dibuat sesuai dengan kebutuhan mitra. FGD dilakukan di tempat mitra masing-masing agar pelaksana lebih dapat memahami masalah. Durasi kegiatan dari fase ini adalah satu kali pertemuan. Target dari fase ini adalah terkumpulnya informasi lengkap sebagai acuan pembuatan aplikasi.
3. *Construction*, fase ini adalah pembuatan aplikasi *e-commerce* berdasarkan data dari fase 1 dan 2. Testing aplikasi hingga siap untuk digunakan oleh mitra. Durasi waktu pembuatan aplikasi ini adalah 1 hari pada bulan April 2021. Target dari fase ini adalah terbangunnya aplikasi *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan mitra.
4. *Transition*. Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *e-commerce*, transfer *knowledge* kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, *upload* data produk baru, dan perawatan aplikasi *e-commerce*. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 1 kali pertemuan per minggu selama 1 bulan. Target dari fase ini adalah mitra mampu menggunakan *e-commerce* tanpa pendampingan lagi.

Hasil dan Pembahasan

a. Survei Pengusaha Kue Pelok dan Aneka Camilan Khas Muntilan

Setelah mengadakan pertemuan dengan mitra dan menyampaikan bahwa hibah pengabdian telah disetujui oleh pihak kampus, kegiatan pertama yang dilakukan oleh pengabdian adalah survei pengusaha Kue Pelok dan aneka camilan di Muntilan. Survei dilakukan sebanyak satu kali untuk observasi produk, melihat proses pembuatan, dan *packaging* riset pasar platform *e-commerce* dengan mencari informasi banyaknya pengunjung, *user* aktif yang mengakses masing-masing *e-commerce* platform serta banyaknya unduhan masing-masing *e-commerce* platform di *appstore* dan *playstore*. Dengan mengkaji kelebihan dan kelemahan setiap platform, ketua tim kemudian menentukan platform *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbanyak serta rating tertinggi, yaitu platform digital Shopee Indonesia. Survei dilakukan oleh ketua tim (Aqidah Asri Suwarsi, M.El) pada tanggal 20 Maret 2021 di rumah Ibu Zaumi Nur Zen yang beralamat di Dusun Patosan, Sedayu, Muntilan.

b. Persiapan dan Menginformasikan Sarana Dan Kelengkapan Yang Harus Disiapkan

Tahapan ini dilaksanakan pada bulan April 2021. Pada tahap selanjutnya tim pengabdian menginformasikan sarana dan kelengkapan yang harus disiapkan. Pengusaha Kue Pelok dan Aneka Camilan Khas Muntilan akan menyiapkan sarana implementasi promosi melalui platform *e-commerce*, seperti *handphone* serta dokumentasi perlengkapan lainnya, seperti materi yang harus diupload berupa foto dan deskripsi singkat produk, KTP, foto, dan nomor rekening untuk menampung dana hasil penjualan dari *e-commerce* platform. Setelah semua siap, tim pengabdian masyarakat bersama pengusaha Kue Pelok dan Aneka Camilan Khas Muntilan melakukan pendaftaran sampai masing-masing *e-commerce* platform siap digunakan untuk transaksi. Tahapan ini dilaksanakan pada bulan April 2021.

c. Pelatihan Inovasi Produk untuk meningkatkan Value Added Hasil Produksi

Masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah pemasaran mitra yang masih di titipkan di warung warung sekitar, penjualan *direct selling* ke masyarakat sekitar, dan berbasis pesanan. Masalah selanjutnya yang dihadapi oleh mitra adalah peralatan produksi yang masih sederhana sehingga kapasitas produksi tidak banyak serta *packaging* yang masih sederhana. Sebagai produsen camilan, peralatan yang dipakai masih sederhana dengan memberdayakan peralatan rumah tangga. *Packaging*-nya pun sederhana. Label yang digunakan masih menggunakan kertas tulisan tanpa *design* dan pres bungkusnya masih menggunakan metode *dislomoti* atau menggunakan api. Dalam sebulan, omzet Ibu Zezen sekitar 1.000.000 rupiah dengan rata-rata penjualan sekitar 180–200 pcs kemasan 200 gram. Biaya bahan baku dan proses produksi sekitar 50% dari omzet. Keuntungan yang didapatkan sekitar 50 % dari omzet.

Pelatihan dan pendampingan dalam membuat inovasi produk berupa produksi camilan dengan varian rasa baru, seperti pedas manis. Selain pelatihan, solusi selanjutnya adalah pengadaan mesin giling perata adonan untuk produksi Kue Pelok dan Kleci. Terakhir, pelatihan dan pendampingan dalam aspek *Packaging Product*. Pemberian label dan merek hasil produk dalam hal ini sangat memengaruhi daya tarik pembelian masyarakat terhadap produk. Selain itu pengadaan *Mesin Sealer* untuk pengepres bungkus kemasan diperlukan untuk mengganti metode *packaging dislomoti*. Dengan produk yang layak jual dengan *packaging* yang menarik, bisa dijadikan sebagai oleh-oleh wisatawan.





Gambar 1. Foto Produk Usaha Ibu Zen Sebelum Inovasi



Gambar 2. Hasil Inovasi Produk, Re-Packing dan Labelling

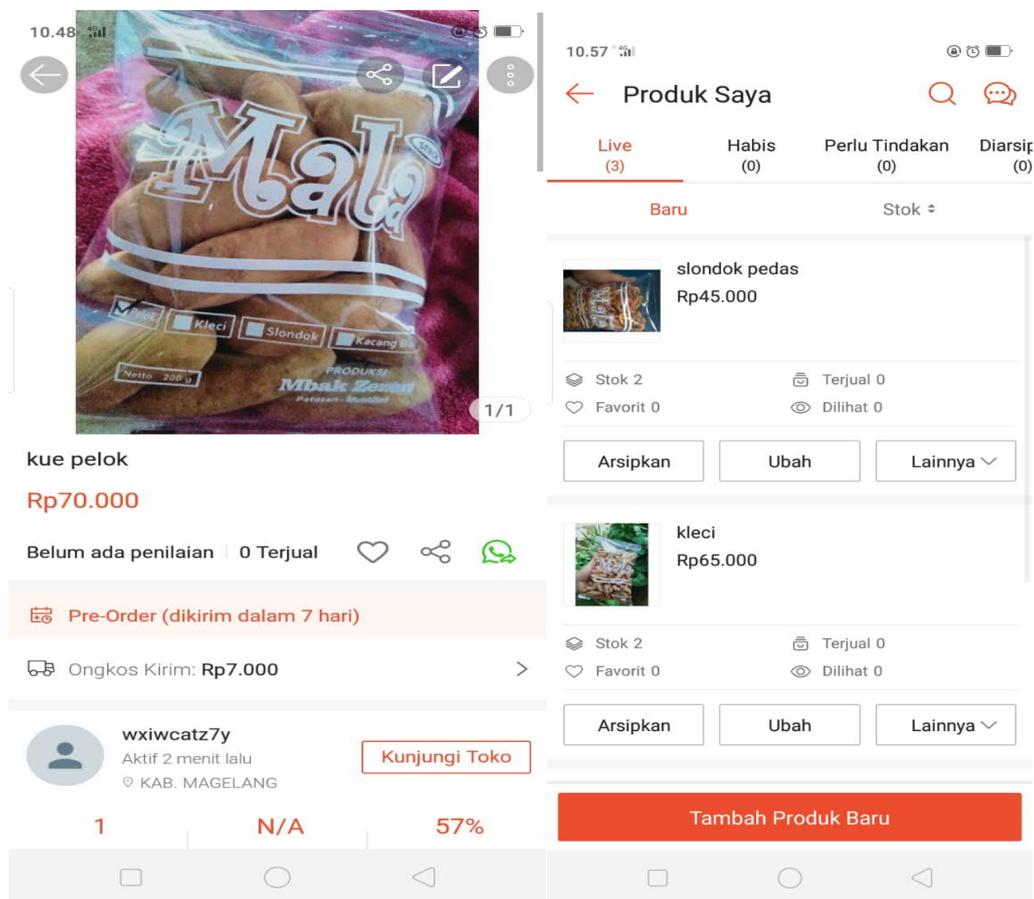
d. Pendampingan dan Pelatihan *Digital Marketing*

Saat proses pelatihan *digital marketing*, tim pengabdian masyarakat memberikan edukasi sekaligus membantu pengusaha Kue Pelok dan aneka camilan khas Muntilan untuk melaksanakan pendaftaran di *e-commerce* platform Shopee yang meliputi proses *download* aplikasi, registrasi, mengisi deskripsi toko, *upload* foto-foto produk beserta isian deksripsi produk, serta memasukkan harga jual sehingga proses pendaftaran berhasil dan toko siap menerima pembeli. Selama bulan April dan Maei 2021, tim pengabdian masyarakat melaksanakan pendampingan penggunaan *e-commerce* platform Shopee sehingga pengusaha Kue Pelok dan aneka camilan khas Muntilan yang menangani penjualan di *e-commerce* platform Shopee benar-benar menguasai proses penerimaan

pesanan, *packing* dan pelabelan sesuai aturan dari masing-masing *e-commerce* platform. Pengiriman produk ke ekspedisi, membalas chat dari pelanggan, menangani komplain, memantau penjualan, dan menarik data penjualan dari masing-masing platform, serta membantu pemilik dalam menetapkan strategi promosi di masing-masing platform. Pada gambar 5 dan 6, tampak proses pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada pengusaha Kue Pelok dan aneka camilan khas Muntilan.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing melalui aplikasi Shopee



Gambar 4. Pemasaran Melalui E-commerce Shopee

Simpulan

Sentra industri rumahan khas asli Magelang diantaranya Ceriping Gethuk, Slondok, Pothil, Peyek Cempli, Kue Pelok. Salah satu oleh-oleh yang khas dari Muntilan adalah Kue Pelok. Pengusaha yang menjadi mitra adalah Ibu Zaumi Nur Zen yang beralamat di Dusun Patosan, Sedayu, Muntilan dengan merk dagang Mala Snack. Masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah pemasaran mitra yang masih dititipkan di warung sekitar, penjualan *direct selling* ke masyarakat sekitar, dan pesanan hingga peralatan produksi dan *packaging* yang masih sederhana sehingga membatasi kapasitas produksi.

Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process* (RUP) dari Pressman, dengan fase 1) *Inception*, yaitu analisis awal (observasi) pada mitra dan mencari solusi dari masalah tersebut, 2) *Elaboration*, yaitu menganalisa berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan base line, 3) *Construction*, fase ini adalah pembuatan aplikasi *e-commerce* berdasarkan data dari fase 1 dan 2. *Testing* aplikasi hingga siap untuk digunakan oleh mitra, 4) *Transition*, fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *e-commerce*, transfer *knowledge* kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, *upload* data produk baru, dan perawatan aplikasi *e-commerce*.

Solusi yang diberikan terhadap masalah yang dihadapi oleh mitra antara lain pendampingan dan pelatihan *digital marketing* serta inovasi produk dengan penambahan varian rasa. Selain pelatihan, solusi yang diberikan adalah pengadaan mesin giling merata adonan untuk produksi Kue Pelok dan Kleci serta pelatihan dalam aspek *packaging product* dengan pengadaan mesin *sealer* dan pemberian label merek. Luaran yang diharapkan adalah publikasi di Jurnal Nasional ber ISBN atau Proseding ber-ISBN serta Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat. Hasil dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah adanya penambahan kuantitas jumlah produksi dan meningkatnya permintaan camilan karena telah dipasarkan secara *online*. Selain itu, ada peningkatan nilai (*value added*) dari hasil Slondok diproduksi menjadi Slondok aneka rasa. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, ada produk baru, yaitu varian camilan Slondok Pedas dan ada *packaging* dan *labelling* baru di semua produk. Secara omzet ada tambahan omzet menjadi Kue Kleci terjual 38 bungkus, Kue Pelok 60 bungkus, Slondok pedas 80 bungkus, Kacang Bawang 30 bungkus Slondok Bawang 50 bungkus dari rata-rata pendapatan Rp1.000.000,00 dengan perkiraan keuntungan 500.000 per bulan sebelum kegiatan dan setelah kegiatan keuntungan menjadi sekitar 800.000 bulan dengan pendapatannya sekitar Rp1500.000,00 – Rp1.600.000,00.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada LP3M UMY sebagai pemberi dana dan kepada berbagai pihak dengan selesainya penyusunan paper “Peningkatan Kualitas Produk Berbasis Inovasi Produk dan *Packaging* Industri Rumahan Mala Snack di Dusun Patosan, Sedayu, Muntilan, Magelang. Semoga kontribusi yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan limpahan pahala yang sepadan dari Allah SWT.

Daftar Pustaka

- Bayu Bagus H, dkk, Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang, (2019) Jurnal Abdimas Vol Vol.3 No 22.
- Julianti, Sri. 2014. The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik dan Strategi Pengemasan Produk untuk Branding dengan Hasil Maksimal. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (2007) Manajemen Pemasaran Indonesia. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Notoatmodjo, S. (2002). Metodologi Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- M. Suyanto, (2003), Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Andi, Bandung.
- Rachman, A. N., & Ramdani, C. M. S. (2016). Ibm Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM kelom geulis Tamansari Tasikmalaya). *Jurnal Pengabdian Siliwangi*, 2(1).
- <https://jogja.tribunnews.com/2012/08/24/saat-lebaran-kue-pelok-banyak-dicari-pemudik>.
- <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/article/view/17880/8902>
- <http://kecamatanmuntilan.magelangkab.go.id/>