

Pengembangan Manajemen Produksi dan Pemasaran Usaha Keripik Singkong di Desa Dongos Kabupaten Jepara

Noor Azizah^{1*}, Ahmat Wakit², Mohammad Faizul Musa³, Annisah Immamul Latifah⁴, Tri Ariyanti⁵, Erix Alfiyan Hidayat⁶, Nor Khoirotun⁷, Adrian Dico Pratama⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jl. Taman Siswa Pekeng, Tahunan, Kabupaten Jepara 59427

*Corresponding author, e-mail: azizah@unisnu.ac.id

ABSTRAK

Article History:

Received:

July 14, 2023

Revised:

July 25, 2023

Accepted:

July 29, 2023

Published:

July 30, 2023

Dampak dari *Covid-19* dirasakan dari berbagai sektor termasuk UMKM. Salah satunya adalah UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri di Desa Dongos. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah masih monotonnya produksi dan *system management* penjualan barang yang dilakukan. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen), dan untuk meningkatkan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai sumber daya). Metode pelaksanaan pengabdian meliputi; (1) tahap persiapan, kegiatan yang dilakukan adalah identifikasi masalah dan pengumpulan data; (2) tahap pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan adalah proses pelatihan dan pendampingan; (3) tahap evaluasi; dan (4) tahap penyusunan laporan. Hasil dari pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa ada peningkatan pemahaman dan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen), serta ada peningkatan daya saing (peningkatan kualitas produk, kuantitas produk, serta nilai sumber daya).

ABSTRACT

Keywords: *training; production; management system*

The impact of Covid-19 was felt from various sectors including MSMEs. One of them is Kripik Singkong Lancar Mandiri MSMEs in Dongos Village. The problem faced by partners is the monotony of production and management systems for selling goods. The purpose of this community service is to increase understanding and application of science and technology in society (mechanization, IT, and management) and to increase competitiveness (increasing the quality, quantity, and value of resources). The method of implementing community service includes (1) the preparation stage, the activities carried out are problem identification and data collection; (2) the implementation stage, the activities carried out are the process of training and mentoring; (3) the evaluation stage; and (4) preparation of reports stage. The results of this community service show that there is an increase in understanding and application of science and technology in society (mechanization, IT, and management) and there is an increase in competitiveness (increasing the quality, quantity, and

value of resources).

PENDAHULUAN

Dampak *Covid-19* terjadi disegala sektor dan lini masyarakat. Dampak ini dirasakan di sektor pendidikan, ekonomi, keagamaan, pariwisata dan lain sebagainya. Dampak yang paling dirasakan adalah dampak pada masyarakat dikalangan bawah dan menengah terutama pada UMKM kecil dan menengah. Salah satu UMKM yang terkena dampak cukup besar adalah UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri. UMKM Singkong Kripik Singkong Lancar Mandiri adalah salah satu UMKM yang berada di Desa Dongos Kabupaten Jepara Jawa Tengah Indonesia. Sama hal nya dengan UMKM yang lain, UMKM ini juga terkena dampak dari *Covid-19* yang melanda diseluruh belahan dunia.

Dampak yang dirasakan oleh pemilik UMKM ini adalah menurunnya penjualan dan omset penjualan. Setelah tim pelaksana pengabdian melakukan observasi dan wawancara secara langsung, permasalahan penurunan omset tidak hanya karena dampak dari *Covid-19* saja, namun masih monotonnya produksi dan *system management* penjualan barang yang dilakukan.

Solusi yang ditawarkan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat adalah dengan memberikan pelatihan tentang pengembangan manajemen produksi dan strategi upaya pemasaran usaha kripik singkong. Tim pelaksana pengabdian ini merupakan kolaborasi dari dosen Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara dan mahasiswa tingkat akhir yang melakukan program KKN yang terdiri dari 2 dosen dan 5 mahasiswa. Menurut Sofia, et. al. (2022), bahwa kegiatan pengabdian masyarakat seperti ini dapat meningkatkan jumlah dan jenis produksi olahan yang berdampak pada penjualan. Hal ini senada dengan pendapat Putro & Viva (2021), dan Qomaruddin, et. al. (2017), bahwa kegiatan pelatihan yang difokuskan pada produk olahan dapat meningkatkan kapasitas produksi dan omset penjuluan sampai 12-15% tiap minggunya.

Menurut Musyawarah & Idayanti (2022), strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan adalah dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada. Memanfaatkan peluang usaha yang paling tepat di era *digital* seperti ini adalah dengan menggunakan sosial media yang ada. Ada empat unsur dalam strategi pemasaran yaitu barang atau produk, harga, promosi, dan tempat (Assauri, 2017). Jadi dalam mengatasi permasalahan mitra UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri, hal ditawarkan tim pelaksana pengabdian adalah dengan memberikan pelatihan yang difokuskan pada inovasi pengolahan produksi dan manajemen pemasaran dengan memanfaatkan media sosial.

Diharapkan dengan memberikan edukasi melalui pelatihan ini yaitu konsep *digital marketing* dan optimalisasinya agar dapat meningkatkan omset penjualan bagi UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri. Beberapa masalah yang terjadi pada UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri adalah masih monotonnya cara produksi, *system management* penjualan barang yang dilakukan serta kurangnya pemasaran melalui

media masa. Selanjutnya kurangnya pelatihan mitra UMKM pada penjualan produk. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen), dan untuk meningkatkan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai sumber daya).

TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan pengabdian masyarakat serupa berupa pelatihan dalam rangka peningkatan omset penjualan sudah banyak dilakukan seperti yang sudah dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian (Maknunah & Prasetyo, 2022). Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa respon peserta 80% dari respon peserta menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian sangat memberikan manfaat dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran usaha yang dimiliki UMKM. Rasam & Sari, (2018) menambahkan bahwa peran pemasaran atau promosi sangat penting terhadap kegiatan usaha. Pengabdian dari Adriansah, Purwaningsih, & Utami, (2023) dan Awaluddin, et. al. (2022), menunjukkan bahwa salah satu hasil pelaksanaan pengabdian dapat meningkatkan hasil penjualan produk olahan.

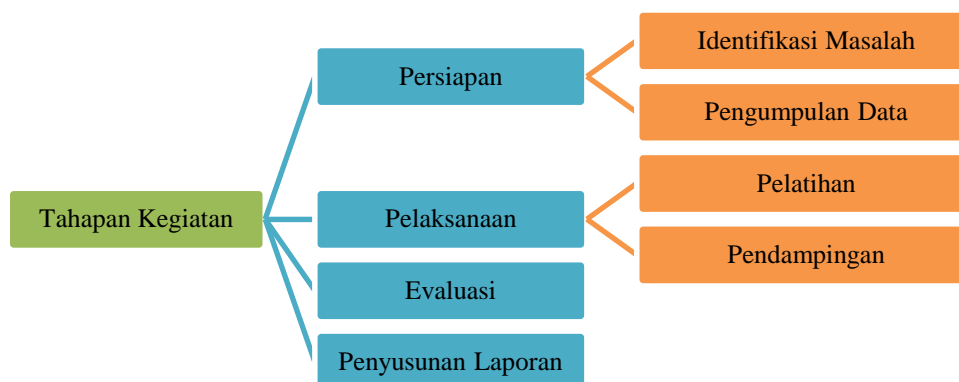
Pengabdian yang dilakukan oleh Hakim, Maulana, & Mardika (2023), dan Sukerti, Muryatini, & Putra (2019), memberikan solusi kepada mitra berupa manajemen produksi yang berkelanjutan dan memberikan pemahaman tentang manajemen produksi. Hasil dari beberapa pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan sebelumnya dapat mengatasi permasalahan mitra, sehingga tim pelaksana pengabdian Unisnu Jepara menjadikan pengabdian-pengabdian tersebut sebagai referensi dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam mengatasi permasalahan mitra UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu, persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan penyusunan laporan. Tahap persiapan meliputi survey awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah mitra, melakukan perijinan, menentukan tempat pelaksanaan pelatihan, penyusunan materi pelatihan dan pengumpulan data lain yang berkaitan dengan pelatihan ini. Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan yang akan diisi oleh 2 dosen Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yaitu Ibu Noor Azizah dan Bapak Ahmat Wakit, dan 5 mahasiswa KKN Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. 5 mahasiswa ini merupakan mahasiswa tingkat akhir yang melakukan program KKN pada Kelompok 33 yang berada di Desa Dongos Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, Indonesia. Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu pelatihan *digital marketing* bagi UMKM yang bertempat di Aula Balai Desa Dongos, Kec. Kedung, Kab. Jepara. Jumlah keseluruhan yang ikut serta yaitu kurang lebih 30 orang yang meliputi: mitra UMKM, IPNU, IPPNU, dan karang taruna. Metode pelatihan yang dilakukan dengan ceramah dan tanya jawab, dilanjutkan *sharing* pengalaman peserta pelatihan. Materi yang disampaikan

pada pelatihan ini yaitu konsep *digital marketing* dan optimalisasinya agar dapat meningkatkan omset penjualan bagi UMKM.

Tahap ketiga adalah tahap evaluasi, pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan dari pelatihan yang diberikan kepada UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri. Tahap terakhir adalah tahap penyusunan laporan. Gambar 1, menunjukkan diagram pelaksanaan pengabdian yang dilakukan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dimulai dari tahap persiapan, yaitu dengan melakukan survey awal untuk mengidentifikasi masalah mitra, melakukan perijinan, menentukan tempat pelaksanaan pelatihan, penyusunan materi pelatihan dan pengumpulan data lain yang berkaitan dengan pelatihan ini. Kegiatan pelatihan ini terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi Pelatihan

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan memberikan pelatihan tentang “konsep *digital marketing* dan optimalisasinya agar dapat meningkatkan omset penjualan bagi UMKM”. Pada saat pelatihan, meliputi pembukaan, sambutan, pengisian materi dan proses tanya jawab. Penyampaian materi oleh narasumber dan tanya jawab

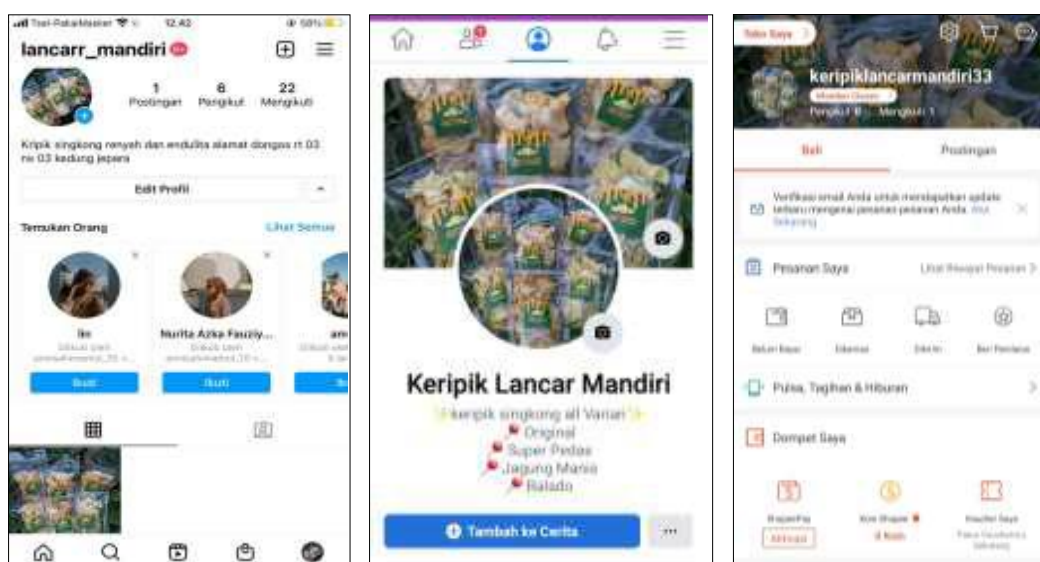
terkait cara pemakaian aplikasi yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini, dan hampir seluruh peserta *sharing* tentang pengalaman yang pernah dialami.

Pada tahap pendampingan dilakukan dengan 2 cara yaitu pendampingan dalam promosi secara manual dan promosi dengan media sosial. Promosi secara manual maksudnya adalah mempromosikan dari toko-toko ditempat wisata di daerah Kab. Jepara seperti di Caffe Cemara Bumdes Dongos dan Pantai Semat, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Promosi secara Manual

Promosi dengan media sosial dilakukan dengan membantu UMKM dalam mempromosikan melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Shopee*. Pendampingan dengan media sosial dilakukan dengan membuat akun untuk UMKM dan dilanjutkan dengan pemberian informasi dalam menggunakan media sosial untuk promosi yang tepat. Gambar 4 menunjukkan beberapa akun pada media sosial yang sudah dibuat.



Gambar 4. Tampilan Promosi melalui Media Sosial

Media masa yang diterapkan dalam pemasaran UMKM Kripik Singkong Lancar Mandiri dengan menggunakan akun *seller Shopee, Marketplace di Facebook*, promosi di *Instagram* dan *Whatsapp* dijadikan sebagai solusi sebagai tempat promosi bagi UMKM yang didampingi. Adapula hasil dari penjemuran pada saat musim hujan dengan membantu mengembangkan oven yang telah ada. Selanjutnya *packaging* yang dibuatkan sebagai kemasan terbaru untuk mitra UMKM Lancar Mandiri serta varian rasa baru. Hal ini dilakukan agar kualitas dari produk kripik singkong menjadi lebih baik dan lebih terlihat mewah seperti hakikat manusia yang melihat dari penampilan luar. Apabila tampilan luarnya menarik si pembeli akan tertarik produk kripik singkong. Di zaman yang *digital* ini tentu saja para UMKM yang kecil ini membutuhkan edukasi agar bisa berjualan online mengikuti zaman yang telah berkembang sangat cepat, maka dari itu juga diselenggarakan pelatihan *digital marketing* untuk UMKM agar para UMKM ini bisa mengikuti zaman yang serba *digital* ini.

Pada tahap evaluasi dilakukan mengamati proses, pelaksanaan, penggunaan serta manfaat dari pelatihan yang diberikan. Proses evaluasi dilakukan secara berkala dengan cara wawancara dan observasi langsung yang dilakukan oleh tim mahasiswa KKN Kelompok 33. Pada tahap akhir yaitu penyusunan laporan pelaksanaan pengabdian.

Dari pelatihan ini, masyarakat bisa memahami bagaimana cara memasarkan produk usaha mereka melalui media sosial. Para peserta pelatihan *digital marketing* antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Hal ini ditunjukkan dengan aktifnya para peserta dalam bertanya terkait cara memasarkan UMKM pada media masa.

Luaran yang telah tercapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat di mitra UMKM kripik singkong adalah (1) peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen), dan (2) Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai sumber daya. Luaran ini dapat dicapai karena tepatnya pelatihan dan pendampingan dalam media promosi yang digunakan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta dalam penggunaan iptek dalam produksi dan manajemen pemasaran. Pendampingan dalam menggunakan media promosi dapat omset penjualan dan daya saing dengan UMKM lain.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan kolaborasi kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa ada peningkatan pemahaman dan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen), serta ada peningkatan daya saing (peningkatan kualitas produk, kuantitas produk, serta nilai sumber daya) dari mitra UMKM.

Saran yang bisa tim pelaksana pengabdian berikan adalah mitra UMKM kripik singkong Desa Dongos diharapkan untuk lebih inovatif dalam melakukan pemasaran. Serta mampu memanfaatkan berbagai teknologi media masa. Harapan lanjutan adalah

dengan memanfaatkan teknologi media masa dengan kontinu maka dapat meningkatkan omset penjualan bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansah, A., Purwaningsih, E., & Utami, E. (2023). Pendampingan Pelatihan Strategi Pemasaran dan Produksi Usaha Pabrik Tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya. *SIVITAS*, 3(1), 27-35. DOI: <https://doi.org/10.52593/svs.03.1.03>.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Awaluddin, S., Abdullah, A., Azis, I., Nurani, N., & Muntasir, M. (2022). Pelatihan Produksi dan Pemasaran Produk Nugget Nabati untuk Membentuk Wirausaha Baru di Bonto Langkasa Kabupaten Pangkep. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(2), 221-232. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5503>.
- Hakim, A. R., Maulana, A., & Mardika, N. H. (2023). Pelatihan Manajemen Produksi dan Pemasaran pada Pengrajin Kursi Rotan. *J-PIS*, 2 (1), 39-47.
- Maknunah, J., & Prasetyo, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran untuk Menunjang Promosi UMKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Masyarakat Merdeka*, 5 (II), 95-104. DOI: 10.51213/jmm.v5i2.110.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Putro, B. E., & Viva, N. (2021). Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Keripik Singkong Pedas di Kelurahan Waringinsari. *Unri Conference Series: Community Engagement 3*: 27-33. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.27-33>.
- Qomaruddin, M., Saputro, Y. A., Wibowo, P. A., & Marisan, I. (2017). IbM Pengusaha Keripik Pisang di Desa Batealit Kabupaten Jepara. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNHPKM)-VII*, 48-55.
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2018). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru Cikampek. *Journal of Applied Business and Economics*, 5(2), 82-96.
- Sofia, S., Wijastuti, R. D., Lestari, B. W., Waly, N. A., Andjar, F. J., Histiari, A. R., & Rawi, R. D. P. (2022). Pelatihan Produksi dan Bauran Pemasaran Olahan Ubi Ungu di Kelurahan Malagusa Kabupaten Sorong. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2 (1), 1-5.
- Sukerti, N. K., Muryatini, N., & Putra, D. P. A. A. P. (2019). Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Produksi pada Usaha Kerupuk Beras di Banjar Bodong Nusa Penida. *Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 21-27.