

Strengthening the Production and Marketing of UMKM Pastry Kacang Cookies

Penguatan Produksi dan Pemasaran UMKM Kue Kering Pastry Kacang

Herdiana Dyah Susanti*¹, Moh. Fahrurrozi², Oktavima Wisdaningrum³, Dian Arief Pradana⁴, Mahfud⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
E-mail: herdianadyahs@gmail.com

Abstract

The purpose of this program is to increase the productivity and quality of products produced by CV BJP by reducing defective products produced, increasing knowledge and skills in implementing production quality control, improving packaging, improving marketing strategies, branding products and marketing products online. The methods used in this program are 1) training and coaching, 2) transfer of appropriate technology innovations, 3) training in quality control, marketing and branding management, and digital marketing. The results obtained from this PKM activity are the facilitation of a pastry dough thinning machine, an increase in production capacity from 28 kg per day to 78 kg per day, defective products produced are reduced to 2% of total production.

Keywords: Production Quality; Marketing; Micro; SME's

Abstrak

Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan oleh CV. BJP dengan mengurangi produk cacat yang dihasilkan, meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam mengimplementasikan pengendalian kualitas produksi, perbaikan kemasan, perbaikan strategi pemasaran, membranding produk dan pemasaran produk secara online. Metode yang digunakan dalam program ini adalah 1) pelatihan dan pembinaan, 2) transfer inovasi teknologi tepat guna, 3) pelatihan pengendalian kualitas, manajemen pemasaran dan branding, serta digital marketing. Hasil yang didapatkan dari kegiatan PKM ini adalah fasilitasi mesin penipis adonan pastry, peningkatan kapasitas produksi dari 28 kg per hari menjadi 78 kg per hari, produk cacat yang dihasilkan berkurang hingga 2% dari total produksi.

Kata kunci: Kualitas Produksi; Pemasaran; UMKM

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi alam yang lengkap mulai dari wisata pantai sampai wisata pegunungan. Potensi wisata Kabupaten Banyuwangi mulai dipromosikan tahun 2012 melalui festival-festival yang menarik peserta baik dari nasional maupun internasional misalnya tour de ijen yang mempromosikan potensi pegunungan dalam festival balap sepeda internasional. Untuk mempromosikan potensi wisata laut juga diselenggarakan festival surfing di Pulau merah dengan peserta dari berbagai negara.

Keberhasilan penyelenggaraan festival dalam menarik wisatawan membuat Pemerintah Kabupaten Banyuwangi terus menambah jumlah festival sampai 77 festival pada tahun 2018. "The Best Festival City" dianugerahkan kepada Kabupaten Banyuwangi karena tidak dijumpai di daerah lain. Pertambahan jumlah festival berpengaruh signifikan dengan peningkatan jumlah wisatawan di Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara 4.931.969 orang di tahun 2017 dan target wisatawan 6.411.557 orang di tahun 2018.

Festival yang diselenggarakan di Kabupaten Banyuwangi selalu melibatkan Dinas Koperasi dan Usaha Menengah, dimana dalam festival tersebut pemerintah mensupport tenda supaya UMKM dapat mempromosikan produk yang dihasilkan. Melalui promosi tersebut,

produk UMKM dikenal baik dalam tingkat lokal maupun internasional. Penambahan jumlah wisatawan juga berdampak positif pada jumlah penjualan produk UMKM. Sejumlah toko oleh-oleh khas Banyuwangi banyak menjadi tujuan wisatawan sebagai media promosi dan penjualan.

Salah satu usaha makanan khas Banyuwangi yang merasakan dampak positif dengan pertambahan jumlah wisatawan di Kabupaten Banyuwangi adalah CV. BJP yang memproduksi kue kering stik keju dan pastrri kacang. Namun seiring peningkatan jumlah permintaan terdapat hambatan dalam penyediaan barang yaitu penggunaan alat penipis adonan yang masih manual yang menyebabkan tidak maksimal dikarenakan bentuk hasil cetakan yang tidak seragam ada yang tipis, tebal, lebar tidak merata. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan mesin penipis adonan skala industri supaya dapat mengurangi harga pokok produksi pastrri kacang, penyusunan strategi branding untuk meningkatkan minat konsumen. Persepsi konsumen terhadap merek dari sebuah produk berkaitan dengan pemikiran konsumen yang tercipta setelah menerima manfaat dari produk dan tersimpan dalam memori konsumen (Rangkuti, 2008). Merek yang kuat dapat menciptakan asosiasi yang baik dibenak konsumen dan dapat memunculkan brand image di benak konsumen (Kotler, 2002). Soim, dkk (2016) menyatakan bahwa *brand image* akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Upaya ini merupakan bentuk kolaborasi universitas dan industri dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi (Susanti & Pradana, 2021), dan menjaga kualitas adalah kegiatan wajib yang harus dilakukan oleh konsumen untuk memuaskan pelanggan (Susanti, 2023).

Adapun produk pastrri dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Produk pastrri kacang

2. METODE

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi CV. BJP di Banyuwangi, tahapan yang akan dilakukan meliputi :

Pelatihan dan Pembinaan

a. Penyuluhan (Sosialisasi) dan Diskusi

Sosialisasi dilaksanakan dengan mengumpulkan pemilik CV. BJP beserta karyawannya. Sebelum penyuluhan dilaksanakan terlebih dahulu diseminasi Teknologi Tepat Guna, penerapan teknologi produksi makanan olahan yang berdaya saing melalui peningkatan kualitas, pengembangan strategi pemasaran dan branding.

Materi pelatihan secara lengkap terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi Pelatihan dan Pembinaan CV. BJP

No	Materi	Sub-Materi
1.	Diseminasi Teknologi Tepat Guna	<ul style="list-style-type: none">• Dampak strategis penerapan TTG untuk memberikan nilai tambah peningkatan pendapatan• Standarisasi produksi yang baik meliputi : lingkungan produksi, bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, sanitasi dan hygiene, pengendalian proses, label pangan, penyimpanan, pengawasan mutu, pencatatan dokumen serta pengembangan staf/pelatihan
2.	Pengendalian kualitas produksi dengan menggunakan seven tools	<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki metode kerja• Pengimplementasian peta kontrol proses pada <i>home Industry</i>• Manajemen kontrol menggunakan seven tools
3.	Manajemen pemasaran dan branding	<ul style="list-style-type: none">• Strategi pemasaran• Strategi branding• Strategi pendistribusian produk yang komersial (memperluas jaringan dengan pengelola hotel, toko oleh-oleh dan jaringan usaha se-Kabupaten Banyuwangi)
4.	e-Commerce	<ul style="list-style-type: none">• Cara berjualan online• Memahami marketplace• Cara mengelola content produk secara online

b. Demonstrasi dan Praktek

Kegiatan demonstrasi dan praktek dilakukan di CV. BJP. Demonstrasi dan praktek dengan materi untuk perbaikan proses produksi makanan dengan menggunakan Mesin penipis adonan pastrri skala industri untuk CV. BJP sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan kompetitif tanpa tergantung pada tenaga kerja. Simulasi tentang pengendalian kualitas produksi dengan menggunakan seven tools. Setelah demonstrasi, peserta akan didampingi dan dibina secara intensif oleh Tim pelaksana kegiatan yang berkoordinasi dengan Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk kue kering pastrri kacang yang diproduksi oleh CV. BJP kualitas produknya kurang bagus karena proses penipisannya masih manual. Adonan pastrri kacang harus terlebih dahulu didinginkan di dalam lemari pendingin dan harus segera ditipiskan dan dioven. Apabila terlalu lama keluar dari lemari pendingin maka adonan pastrri tidak bisa mengembang dan hancur, selain itu dengan penipisan manual tenaga yang dikeluarkan karyawan besar dan pada saat kelelahan maka ketebalan adonan pastrri yang dihasilkan berbeda-beda.

Untuk mengatasi permasalahan dalam produksi pastrri kacang di CV. BJP, maka melalui Program kemitraan masyarakat difasilitasi mesin penipis adonan kue kering pastrri kacang. Sebelum menggunakan mesin penipis adonan pastrri satu orang karyawan hanya mampu menipiskan 8 kg adonan pastrri kacang, sehingga dengan 3 orang karyawan yang bertugas untuk menipiskan adonan dalam sehari hanya bisa memproduksi 24 kg kue kering pastrri. Setelah menggunakan mesin penipis adonan pastrri, kapasitas produksi bisa meningkat 3 kali lipat menjadi 76 kg dan karyawan yang sebelumnya bertugas menipiskan adonan beralih tugas untuk mengoven kue kering pastrri.



Gambar 2. (a) Penjelasan Pentingnya *Branding*, (b) Pelatihan Digital Marketing, (c) Pendampingan pengendalian Kualitas Produksi dan Manajemen Pemasaran

4. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di CV. BJP, melalui Program kemitraan masyarakat menunjukkan 1) peningkatan kualitas produk yang dihasilkan, jumlah produk cacat yang dihasilkan dapat berkurang hingga 2%, 2) terdapat peningkatan kapasitas produk yang dihasilkan sebesar 76 kg per hari, 3) peningkatan pengetahuan dan wawasan pengusaha UMKM meningkat dengan adanya pelatihan pengendalian kualitas produksi dan manajemen pengelolaan usaha sehingga dapat memberi nilai tambah pada UMKM untuk terus berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dyah Susanti, H. (2023). Risk prevention of plywood product defects using Failure Mode Effect Analysis (FMEA) in the Indonesian plywood processing industry. *Wood Material Science & Engineering*, 18(6), 2049-2059.
- Gaspersz V. 2002. Pedoman Implementasi Program Six Sigma Terintegrasi Dengan ISO 9001:2000, MBNQA, Dan HACCP, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Budi. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4 (2): 9-17
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi Kesebelas, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Montgomery, D.C. 1990. *Pengantar Pengendalian Kualitas Statistik*. Gajah Mada. Yogyakarta.
- Susanti, H. D., Pradana, D. A., & Mahfud, M. (2023). Post-Pandemi Covid-19 Bread Msme Marketing Strategy. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.1).
- Susanti, H. D., & Pradana, D. A. (2021). Implementation of quintuple helix in the development and improvement of SMEs competitiveness in Banyuwangi regency. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 3(1), 232-241.