

Volume 4 Nomor 2, September 2022, Halaman 247 - 258.

Pendampingan IKM Kerupuk Terasi L3 : Pemasaran Online, Desain Kemasan, dan Inovasi Produk

**Nunung Nurhayati¹⁾, Ninda Putri Nuradhiani²⁾, Puput Inayah³⁾, Sri Sulastri⁴⁾,
Rachell Novergio Sadiva⁵⁾, Puji Alfian⁶⁾, Khofifah Istiqomah⁷⁾**

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Manajemen, Universitas Wiralodra

Email: nunungnurhayatife@unwir.ac.id

Abstrak

Pada bidang perikanan, Indramayu merupakan salah satu penghasil ikan terbesar di Indonesia. Krupuk di Indramayu pada umumnya berbahan ikan atau udang. Salah satu olahan udang adalah terasi. Dalam dunia usaha, saat ini pemasaran online sangat diperlukan untuk mengembangkan perusahaan, tidak terkecuali usaha krupuk. Salah satu Industri Kecil Menengah (IKM) yang bergerak di bidang produksi krupuk adalah IKM Kerupuk Terasi L3. Permasalahan yang dihadapi IKM ini adalah permasalahan pemasaran. Tujuan pengabdian ini adalah mengenalkan pemasaran secara online melalui aplikasi Online sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi. Hasil pengabdian adalah perbaikan desain atau logo, perbaikan kemasan, dan pemasaran melalui instagram.

Kata Kunci : IKM, Kerupuk, Online

Abstract

In the field of fisheries, Indramayu is one of the largest fish producers in Indonesia. Chips in Indramayu is generally made from fish or shrimp. One of the processed shrimp is shrimp paste. In the business world, nowadays online marketing is very necessary to develop companies, including Chips businesses. One of the Small and Medium Industries (IKM) engaged in the production of Chips is IKM Terasi L3 Crackers. The problem faced by this IKM is a marketing problem. The purpose of this devotion is to introduce online marketing through online applications so that it can increase the amount of production. The result of devotion is design or logo improvement, packaging improvement, and marketing through Instagram.

Keywords: IKM, Chips, Online

DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v4i2.83>

A. Pendahuluan

EL3 Kerupuk Terasi merupakan sebuah industri rumah tangga yang beroperasi pada bidang makanan. IKM ini didirikan pada tahun 2017, dengan pendirinya ibu Lisa Elisa dan bapak Sumantri yang merupakan suami dari ibu Lisa Elisa. IKM ini memiliki izin berdiri pada tahun 2019 dan memiliki sertifikat halal dari MUI. IKM ini bertempat di Jalan Tongkol 9, RSS Pabean Udik, Indramayu Jawa Barat. Pada awalnya ibu Elisa ini memulai usaha karena ingin membantu perekonomian keluarganya, tapi oleh suaminya tidak diperbolehkan untuk bekerja dikarenakan diharuskan mengurus keluarganya. Akhirnya ibu Elisa dan suaminya mencari ide agar bisa membantu perekonomian keluarganya dengan tidak meninggalkan kewajibannya sebagai ibu rumah tangga, akan tetapi adanya keterbatasan modal dan tempat membuat ibu Elisa dan suaminya memutar otaknya agar tetap membuka usaha tanpa memikirkan modal yang besar, alat dan tempat yang memadai. Ibu Elisa melihat peluang usaha pada makanan berupa kerupuk yang jarang sekali melakukan inovasi. Ibu Elisa melihat peluang di daerah Indramayu terdapat banyak pabrik kerupuk, sehingga ibu Elisa menciptakan inovasi pada kerupuk terasi dengan berbagai macam varian rasa, diantaranya : Pedas, Original dan Balado.

Awalnya ibu Elisa ini menjual produknya hanya kepada masyarakat sekitarnya, namun tidak disangka, produk tersebut diterima dengan baik dikalangan masyarakat luas. Dengan diterimanya produk tersebut, banyak tetangga sekitarnya yang ingin menjadi reseller. Seiring berjalannya waktu, reseller dari ibu Elisa ini bertambah banyak, sehingga menurut ibu Elisa dengan banyaknya reseller, beliau berpikir masih

belum membutuhkan berjualan di sosial media dikarenakan menurutnya penjualan produk dari reseller saja sudah membuat beliau kewalahan dikarenakan kurangnya Sumber Daya Manusia. Namun apabila ada event-event tertentu, ibu Elisa ini siap menambah produksinya dengan kemasan yang lebih menarik lagi agar dapat meningkatkan penjualannya lebih lagi dari biasanya.

Selama usahanya berjalan 2 tahun, dunia di hadapkan dengan pandemi Covid-19 dan ibu Elisa ini salah satu yang terkena dampaknya, sehingga menyebabkan penurunan produksi yang cukup signifikan dan kemudian beliau memutuskan

penjualan secara online agar dapat mengembalikan keadaan perekonomian keluarganya, akan tetapi belum terlalu aktif dalam mempromosikan produknya di sosial media.

Perumusan Masalah

Selama pelaksanaan PKM kami menemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra yang ada di EL3 diantaranya ialah:

1. Untuk masalah promosi di EL3 masih ada media sosial yang belum digunakan.
2. Sumber daya manusia yang kurang untuk membantu produksi.
3. EL3 menginginkan inovasi baru pada varian rasa untuk menarik pembeli.
4. Untuk varian ukuran kemasan yang kurang banyak sehingga tidak memenuhi target dalam pasar menengah.

Tujuan dan Manfaat

Dengan adanya permasalahan pada mitra kami selaku mahasiswa yang sedang melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan beberapa solusi kepada IKM EL3. Solusi yang kami sarankan diantaranya ialah:

1. Memberi saran untuk menambahkan peralatan untuk proses produksi.
2. Membantu membuatkan social media seperti Instagram untuk penjualan produk
3. Memberi masukan untuk merekrut karyawan baru untuk Administrasi agar lebih terkelola.
4. Mengusulkan varian rasa yang baru seperti : Pedas daun jeruk dan Asin daun jeruk.
5. Mencoba menggunakan alat pemanas seperti Rice Cooker pada saat cuaca kurang mendukung.

B. Metode

Selama kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, Produksi, Keuangan, dan Pemasaran.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Mutiara S. Panggabean (2004), manajemen SDM adalah suatu proses manajemen yang terdiri dari pengorganisasian, perencanaan, kepemimpinan dan pengendalian kegiatan yang berhubungan dengan analisis pekerjaan, pengadaan, evaluasi pekerjaan, pengembangan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Unsur terpenting pada manajemen SDM adalah manusia karena manusia sebagai pelaku dalam menjalankan sebuah visi misi harus dapat menjalankan sebuah sistem yang telah dibuat. Ketepatan memilih orang akan menjadi salah satu cara untuk menempatkan orang sesuai dengan kemampuan ataupun keahliannya. Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia dibutuhkan dalam mengelola sebuah kegiatan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan. Selama kegiatan dalam manajemen sumber daya manusia kami menemukan beberapa masalah yaitu EL3 tidak memiliki satu pekerja.

Manajemen Produksi

Menurut Sofyan Assauri (2008), pengertian manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan berbagai sumber daya; sumber daya manusia, sumber daya alat, sumber daya dana, dan bahan, secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan sebuah barang atau jasa. Dalam proses produksi kami menemukan beberapa kendala pada alat-alat yang kurang memadai sehingga memperlambat proses produksi.

Manajemen Keuangan

Menurut Sonny, S. (2003). Manajemen keuangan adalah aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengelola asset sesuai dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh. Dalam keuangan Ibu Elisa sudah memiliki laporannya, tetapi beliau menggabungkannya dengan dagangan lainnya.

Manajemen pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Armstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dalam memasarkan produknya EL3

hanya menggunakan medial sosial berupa Whatsapp dengan mempromosikannya melalui kontak pribadi dan juga grup Whatsapp serta Facebook.

Pihak-pihak Yang Terlibat

Supplier kerupuk

Dalam memilih kerupuk pemilik usaha berkerja sama dengan cv. Sinar mas, Re-seller, Konsumen. Setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam hal ini bisa dikatakan pembeli langsung dari produsen. Konsumen Pengecer atau re-seller adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya dari pemilik ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

Metode Yang Digunakan

Metode pelaksanaan yang kami gunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan metode partisipatif yang dimana kami mahasiswa ikut dalam berpartisipasi bekerja di Usaha Mikro Kecil Menengah (IKM) milik Ibu Elisa yakni EL3. Dalam pengambilan data kami lakukan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik. Data yang diperoleh berupa data primer yang mana data tersebut kami peroleh secara langsung dari observasi yang kami lakukan saat melakukan Kuliah Kerja Usaha.

Metode secara wawancara kami lakukan dengan cara bertanya langsung dengan Ibu Elisa selaku pemilik dari EL3. Sedangkan dalam menggunakan metode observasi kami lakukan dengan cara mengamati secara langsung bagaimana proses pembuatan Kerupuk Terasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Pada 03 Januari 2022, kami sebagai mahasiswa Universitas Wirtualodra yang melaksanakan Kuliah Kerja Usaha mendatangi IKM Ibu Lisa Elisa “Kerupuk Terasi” yang beralamat di Jalan Tongkol 9, RSS Pabean Udik, Indramayu Jawa Barat.

Pada awalnya kami melakukan observasi ke tempat IKM milik Ibu Lisa Elisa yang dimana tempatnya sudah ditentukan oleh pihak kampus beserta

membawa surat izin dari pihak fakultas apakah kami diterima untuk melakukan kegiatan Kuliah Kerja Usaha di IKM Ibu Lisa Elisa, setelah itu Ibu Elisa menerima dan mengizinkan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Usaha di tempatnya. Kemudian setelah kami mendapat izin melakukan Kuliah Kerja Usaha di tempat Ibu Elisa, kami berdiskusi untuk menentukan kapan memulai kegiatan Kuliah Kerja Usaha, lalu menurut Ibu Elisa proses produksinya tidak setiap hari karena pada saat kami melakukan kegiatan Kuliah Kerja Usaha ini mengalami kendala cuaca yang kurang mendukung. Akhirnya Ibu Elisa menentukan jadwal kegiatan Kuliah Kerja Usahanya 1 minggu sekali.

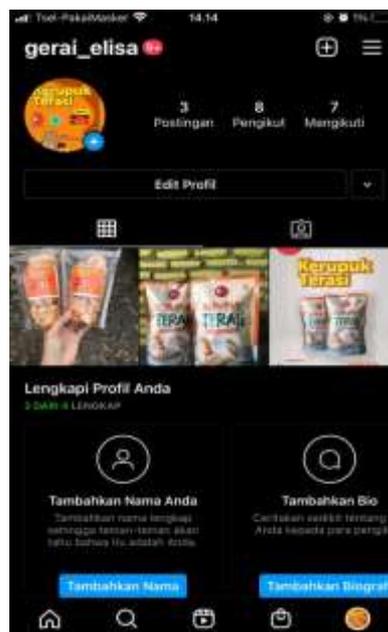
Setelah menentukan jadwal kegiatan, kami menghubungi DPL untuk melakukan bimbingan, Ibu Hj.Nunung Nurhayati, SE,MM mengarahkan kami untuk datang ke kampus untuk memberikan pengarahan lebih lanjut. Kemudian kami memberi tahu bahwa kami di izinkan oleh Ibu Elisa untuk melaksanakan Kuliah Kerja Usah di IKMnya. Pada tanggal 16 Januari 2022, kami dan DPL mendatangi IKM Ibu Elisa untuk menanyakan beberapa hal mengenai produksi, MSDM, pemasaran dan keuangan, kemudian kami membicarakan proker kegiatan kuliah kerja usaha yang akan dilaksanakan minggu depan, setelah itu di hari yang sama kita melakukan proses produksi yang diawali dengan penjemuran, penggorengan, pemberian bumbu kemudian pengemasan dan pemasaran. Kami melaksanakan program Kuliah Kerja Usaha “kerupuk terasi“ dengan membuat inovasi baru pada kemasan, membuat varian rasa baru, dan membuat media promosi serta penjualan online berupa instagram.

Pada IKM kerupuk terasi varian rasa yang tersedia hanya pedas dan original saja. Oleh karena itu kami menyarankan ibu elisa untuk menambah varian rasa baru yaitu pedas daun jeruk, dan dalam pengemasannya kami juga memberikan saran agar menggunakan standing pouch yang terdapat zipper lock dengan tujuan agar bisa di konsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Mengenai permasalahan promosi dan penjualan, kami membuatkan instagram serta akun shopee untuk memperluas penjualan kerupuk terasi.

Pemasaran online

Pemasaran online atau sering disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran secara online untuk mendapatkan perhatian konsumen dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, dimana tujuannya tentu tidak lain tidak bukan yaitu untuk membuat proses pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen yang kami lakukan berupa Instagram yang bertujuan untuk melakukan promosi pada produk EL3, supaya produk IKM tersebut dapat diketahui lebih luas lagi oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk.

Pemasaran *online* atau sering disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran secara online untuk mendapatkan perhatian konsumen dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, dimana *tujuannya tentu tidak lain tidak bukan yaitu untuk membuat proses pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien*. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen yang kami lakukan berupa Instagram yang bertujuan untuk melakukan promosi pada produk EL3, supaya produk IKM tersebut dapat diketahui lebih luas lagi oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk.



Gambar 1. Instagram Gerai Elisa (Kerupuk Terasi L3)

Pada gambar 1 di atas, tim PKM membuat instagram untuk Kerupuk Terasi L3 dan memberikan cara memenejemen akun instagram tersebut. Pendampingan tim kepada mitra adalah memberikan cara upload produk, menjawab review, mengikuti akun lain, dan memasarkan instagram supaya diikuti oleh follower yang lain.

Mengganti Kemasan dengan Inovasi Baru

Fungsi terpenting dalam kemasan ialah untuk melindungi produk supaya tidak mudah rusak dan melindungi dari perubahan iklim yang berubah-ubah. Selain itu kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran atau marketing karena mampu menarik minat konsumen. IKM ingin merubah kemasan yang lama karena biaya yang dikeluarkan kemasan lama lebih mahal, dan kami menawarkan untuk menggunakan kemasan yang lebih efisien dan harga penjualan produk kerupuk terasi pun dapat dijangkau oleh konsumen, sehingga menarik daya tarik pembeli karena harga yang lebih variatif



Gambar 2. Kemasan Kerupuk Terasi L3

Pada awalnya kemasan hanya plastic biasa, pada gambar 2, kemasan produk kerupuk terasi akan diganti dengan kemasan yang dilengkapi dengan flip. Tujuan penggantian kemasan adalah untuk menarik pelanggan dan terlihat estetik serta menjaga kebersihan produk.

Menambahkan Varian dengan Rasa Baru

Kami mengusulkan untuk menambah varian rasa pada kerupuk terasi supaya IKM dapat berkembang dan dapat menciptakan pasar baru di tengah masyarakat pada produk kerupuk. Produk yang diberi inovasi memberikan manfaat dan perkembangan terbaru yang akan menarik minat masyarakat, sehingga masyarakat akan membeli produk terbaru tersebut. Penggunaan bahan yang digunakan masih menggunakan bahan yang sama seperti produk asli kerupuk yang kemudian dicampur dengan daun jeruk.

Mengganti Kemasan dengan Inovasi Baru

Fungsi terpenting dalam kemasan ialah untuk melindungi produk supaya tidak mudah rusak dan melindungi dari perubahan iklim yang berubah-ubah. Selain itu kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran atau marketing karena mampu menarik minat konsumen. Hal ini terlihat pada gambar 3. IKM ingin merubah kemasan yang lama karena biaya yang dikeluarkan kemasan lama lebih mahal, dan kami menawarkan untuk menggunakan kemasan yang lebih efisien dan harga penjualan produk kerupuk terasi pun dapat dijangkau oleh konsumen, sehingga menarik daya tarik pembeli karena harga yang lebih variatif



Gambar 3. Tampilan Baru Kerupuk Terasi L3

Selanjutnya ditampilkan laporan laba rugi IKM Kerupuk Terasi L3

IKM Kerupuk Terasi

Laporan Laba/Rugi

Penjualan Dalam 1 Hari	Rp. 920.000
Harga Pokok penjualan	Rp. 876.000
Laba kotor	Rp. 242.000

Biaya Operasional

Listrik	Rp. 35.000
Air	Rp. 15.000
Transport	Rp. 20.000
Jumlah	Rp. 70.000
Laba Bersih	Rp. 172.000

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Setelah kami menjalankan Kuliah Kerja Usaha, kami mendapatkan beberapa pelajaran terutama di dunia bisnis, yang dimana kami tidak mendapatkannya di perkuliahan. Jika di perkuliahan kami hanya mendapatkan teori di Kuliah Kerja Usaha ini kami belajar secara langsung tentang bagaimana menjalankan suatu bisnis. Banyak hal dan pengalaman yang kami terima diantaranya menjalin komunikasi yang baik, kedisiplinan, tanggung jawab serta kerjasama antar anggota.

Saran

Saran kami untuk mitra ialah menyarankan untuk menambah jumlah karyawan agar dapat membantu pekerjaan. Seharusnya mitra lebih Menyediakan alat-alat yang memadai dan tempat yang lebih bersih lagi.

Serta kami menyarankan untuk menjadikan laporan kami sebagai salah satu referensi, meskipun kami tahu bahwa laporan yang kami susun masih jauh dari kata sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.google.com/amp/s/lambeturah.id/pengertian-manajemen-sumber-daya-manusia-menurut-para-ahli/>

<https://www.ekrut.com/media/manajemen-produksi>

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/09/18-pengertian-manajemen-keuangan-menurut-para-ahli.html>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-manajemen-pemasaran-mari-ketahui-lebih-jauh-dan-lengkap/>

Solihin, Dede, et al. "Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga Di Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug." *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.3 (2020): 351-355.

Nugrahani, Dewi Shanti. "E-commerce untuk pemasaran produk usaha kecil dan menengah." *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis* 7.1 (2011).

Ramadhani, Fadhilah, and Yaenal Arifin. "Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi komunikasi berbasis e-commerce sebagai media pemasaran usaha kecil menengah guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean 2015." *Economics Development Analysis Journal* 2.2 (2013).

Suryana, A., Zein, D., Sumartias, S. and Gemiharto, I., 2019. Pengaruh strategi komunikasi pemasaran, budaya organisasi, karakteristik individu inovatif dan komitmen organisasional terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), pp.185-201.

Safitri, Pony, and Zakia Fajrin. "Strategi bisnis dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah kopiah resam mentari kota pangkalpinang." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 20.1 (2019): 61-74.

Suryana, Asep, et al. "Pengaruh strategi komunikasi pemasaran, budaya organisasi, karakteristik individu inovatif dan komitmen organisasional terhadap kinerja usaha kecil dan menengah." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 3.2 (2019): 185-201.