

## Pemberdayaan Kelompok Usaha Rumah Tangga Produk Olahan Berbahan Makaroni Melalui Inovasi Dan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Pasaran

Debby Anggelina Sulistiowati, Anita Felisia Irwanto, Feionita

Ekonomi, UWIKA, Surabaya, Jawa Timur

Manajemen, UWIKA, Surabaya, Jawa Timur

E-mail: debbyangelina999@gmail.com

---

### Article History:

Received: 22 Oktober 2022

Revised: 25 Oktober 2022

Accepted: 29 Oktober 2022

**Keywords:** *Kreativitas, Inovasi, Produk Olahan*

**Abstract:** *Kreativitas dan inovasi mempunyai peranan yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Seringnya banyak kesuksesan yang didapat oleh pebisnis diawali dengan kreativitasnya menemukan inovasi pengembangan produk bisnisnya. Jika pebisnis mampu memaksimalkan kreativitas untuk melahirkan sebuah inovasi, maka bisnis yang dikelola akan mampu pula tampil berbeda dibandingkan dengan bisnis serupa lainnya. Pada masa saat ini kreativitas dan inovasi sebuah produk sangat diutamakan, utamanya kelompok usaha rumah tangga mengalami penurunan pendapatan. Metode yang digunakan adalah analisis secara naratif dengan cara memahami dan menginterpretasikan penilaian para partisipan. Untuk mengatasi masalah itu diperlukan manajemen strategi dalam menjalankan usaha.*

---

### Pendahuluan

Strategi pemasaran adalah rencana suatu pemilik usaha dalam memperkenalkan produk nya seluas mungkin guna mencapai target pelanggan dan penjualan. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam merencanakan strategi pemasaran. Mulai dari nilai yang dimiliki pemilik usaha, pesan yang ingin disampaikan, sampai cara melakukannya dengan efektif (Bakhri, 2018).

Pada masa saat ini Indonesia ikut terkena dampak Pandemi COVID-19 hal ini memiliki dampak besar pada perekonomian masyarakat, banyak berbagai usaha mengalami penurunan pendapatan (Rosita, 2020) salah satunya yaitu Usaha Rumah Tangga Makaroni Bu Sulis. Strategi dalam mengenalkan produk ke konsumen sangat di perlukan karena semakin banyak teknologi berkembang membuat berbagai usaha yang ada pada saat ini semakin maju

(Imandiar, 2021). Oleh karena itu Makaroni Sulis perlu meningkatkan kreativitas inovasi produk agar dapat bersaing di pasaran. Dengan adanya inovasi produk akan membantu usaha Makaroni Sulis semakin di minati dan di kenal pada masyarakat (Rizeki, 2020). Tujuan dari riset ini adalah membantu mengatur redesain manajemen strategi untuk membantu pemilik usaha dalam meningkatkan penjualan usahanya. Manfaat yang diharapkan dengan adanya riset ini, pemilik usaha dapat mempertimbangkan redesain yang kami buat agar produk yang di jual dapat bersaing di pasaran.

## **Metode**

### **1. Desain dan Pelaksanaan Kegiatan**

#### **1.1. Tahapan Diagnosis**

Hambatan dan kendala yang dihadapi oleh Bu Sulis selaku mitra kami dapat ditemukan pada tahapan ini, baik aspek fisik, sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Upaya yang dilakukan diantaranya adalah menginvestigasi 9 (sembilan) elemen model bisnis Mitra sebagai berikut:

1. Posisi Segmen Pelanggan saat ini: Bu Sulis membuat makaroni sendiri lalu di titipkan di warung membuat pelanggan yang ia miliki sangat terbatas, dan pelanggan juga belum mengenal produk Bu Sulis dengan baik, karena tidak adanya brand / merk
2. Proposisi Nilai yang ditawarkan: produk yang ditawarkan adalah makaroni yang di buat sendiri lalu di bungkus dengan plastik dan di titipkan di warung. Kemasan yang digunakan bisa di bilang kurang menarik karena hanya plastik biasa dan tidak bermerk
3. Pendistribusian produk hanya melalui warung yang ada di sekitar lokasi tempat tinggal Bu Sulis
4. Bu Sulis tidak berhubungan langsung dengan pembeli sehingga ia tidak mengetahui dengan jelas kebutuhan pelanggan
5. Pendapatan yang di terima tidaklah banyak, tergantung seberapa laku produknya di warung. Jika pembeli sedikit maka uang yang ia dapatkan juga sedikit
6. Sumber daya utama Bu Sulis adalah dirinya sendiri sebagai pembuat makaroni, ia membuat makaroni itu sendiri secara manual
7. Aktivitas utama mitra adalah membuat makaroni untuk di jual sebagai pendapatan tambahan. Kami akan membantu mitra mengelola bisnisnya agar lebih baik lagi dengan memberinya pemahaman tentang branding dan marketing
8. Usaha Bu Sulis ini masih perlu banyak pengoptimalan dalam beberapa aspek
9. Struktur Biaya yang digunakan Bu Sulis masih belum teratur, karena penataan yang belum sempurna

Kesembilan elemen ini hakekatnya memetakan kondisi fisik, aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan secara lebih terperinci

#### **1.2 Tahapan Analisis dan Sintesis**

1. Teknik analisis data yang dipilih adalah teknik analisis secara naratif dengan cara memahami dan menginterpretasikan penilaian para partisipan. Hal ini dilakukan

dengan memeriksa dan menyoroti “pernyataan penting”, kalimat, atau kutipan yang memberikan pemahaman tentang fenomena yang terjadi (Hayati, 2021).

2. Selanjutnya menganalisis semua pendapat dan respon atau tanggapan mitra sehingga menjadi terkategori sesuai kepentingannya. Hal ini dilakukan dengan pemeringkatan, khususnya untuk elemen proposisi nilai mitra saat ini.
3. Melalui profil mitra yang merupakan ibu rumah tangga, kami akan melakukan pembenahan dengan memberikan pemahaman tentang strategi marketing yang ampuh dan memberikan branding untuk produk.

### **1.3. Tahapan Re-desain Manajemen Strategis**

Beberapa pola tahapan re-desain yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengajak mitra untuk membuat brand atau merk untuk produknya.
2. Membantu mitra untuk mempelajari aplikasi berjualan online seperti Instagram untuk membantu pemasaran.
3. Membantu mitra mengemas produknya agar terlihat lebih menarik.

### **1.4. Tahapan Uji Coba Model Bisnis dan Proposisi Nilai**

Tahapan yang dilaky tim pelaksana dalam proses uji coba model profil pelanggan dan Proposisi Nilai sebagai berikut:

1. Memberikan penyuluhan awal kepada Bu Sulis tentang pentingnya Branding agar produknya bisa lebih dikenal
2. Mengajarkan cara memasarkan produk melalui aplikasi online yang saat ini booming
3. Memberikan arahan tentang pembuatan laporan keuangan

## **2. Teknik Analisis Keberhasilan Kegiatan**

Tahapan analisis yang kami lakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat atau PKM-PM ini terhadap mitra, yaitu:

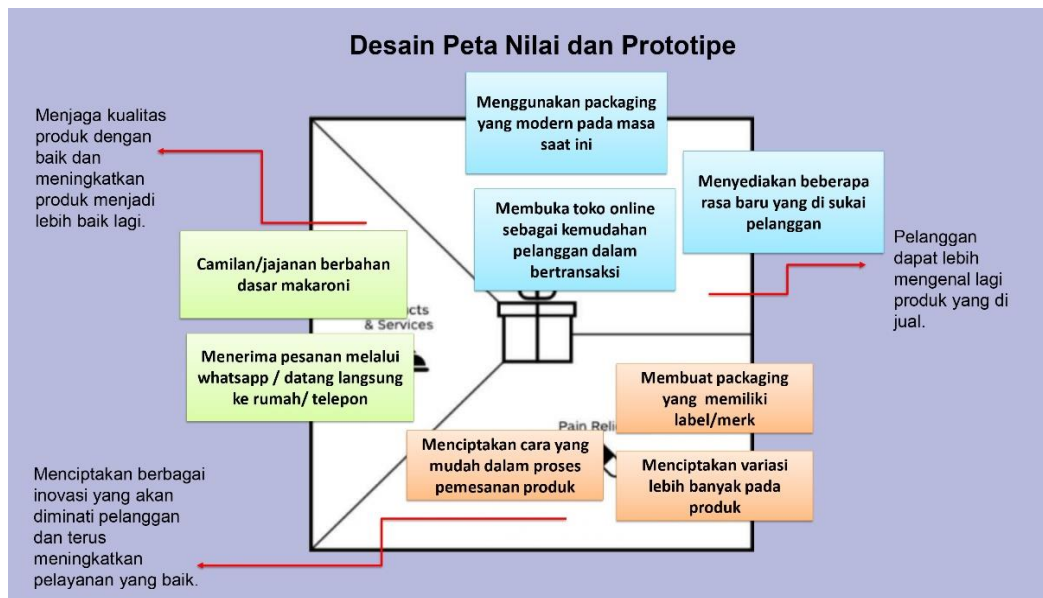
1. Adanya pembenahan dalam brand produk, dimana sebelumnya produknya tidak memiliki brand
2. Memberikan masukan dan saran kepada mitra untuk mengembangkan inovasi produknya.
3. Membantu memasarkan produk atau mengenalkan produk mitra ke ruang lingkup yang lebih luas
4. Menjelaskan tata cara mengelola pemasaran yang baik.

Berdasarkan permasalahan yang ada penulis melakukan redesain manajemen dengan memanfaatkan Desain Tes dan Canvas Proposisi Nilai pada usaha Makaroni Bu Sulis.



Gambar 1. Desain Profil Pelanggan Bu Sulis

Pada gambar di atas menjelaskan segmen pasar dan permintaan yang di inginkan oleh konsumen terhadap produk Bu Sulis dan permasalahan yang dihadapi.



Gambar 2. Desain Peta Nilai dan Prototipe Bu Sulis

Pada gambar ini menjelaskan produk yang di jual dan proses yang kami sarankan dalam memperbaiki redesign manajemen strategi pada produk yang akan Bu Sulis jual.

### Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dan Hasil yang dicapai:

1. Membuat Brand untuk Mitra

Mitra kami belum mempunyai brand untuk produk yang dijual sehingga kami membantu

untuk membuat brand untuk produk mitra kami. Brand yang kami buat tidak terlalu rumit sesuai dengan permintaan mitra kami



Gambar 1. Brand Sulis Makaroni

## 2. Membuatkan Packing

Karena sebelumnya Bu Sulis hanya memakai packing yang sederhana, hanya plastik biasa. Kami pun mencari Bu Sulis packing yang lebih baik, yaitu plastik zip. Dengan packing yang lebih baik dan modern pastinya makaroni Bu Sulis lebih menarik minat pembeli, banyak konsumen bertambah saat Bu Sulis memperbarui packing nya dan memberikan merk ke produknya



Gambar 2. Packing Modern

## 3. Membantu menjual secara Online

Kami membantu Bu Sulis untuk menjual Produknya melalui online, kami membuat Bu Sulis akun Instagram untuk berjualan makaroninya. Instagram yang kami buat mendapatkan banyak pengikut dan penjualan Bu Sulis meningkatkan, karena yang mengenal produk nya bukan hanya warga sekitar. Kami membantu memasarkan lewat akun Instagram tersebut, dan mengajari Bu Sulis sistem yang di gunakan agar nanti Bu Sulis bisa melakukan kegiatan operasional nya sendiri .

Sulis Makaroni ▾

8  
Posts350  
Followers47  
FollowingSulis Makaroni  
Makaroni Homemade

Edit Profile



New



Gambar 3. Toko Online Instagram

#### 4. Menciptakan Varian Rasa yang Berbeda dari Sebelumnya

Kami membantu Bu Sulis menciptakan varian rasa baru yang diminati banyak konsumen. Dengan varian rasa yang baru ini akan membantu dalam meningkatkan penjualan. Contoh rasanya ada asin, pedas, jagung bakar, dan keju.



Gambar 4. Varian Rasa Baru

## Kesimpulan

Dari data–data di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi terhadap suatu produk usaha sangat di perlukan. Konsumen akan lebih tertarik dengan produk–produk yang di anggap mengikuti perkembangan teknologi yang ada, perkembangan yang di maksud

kan adalah cara memproduksi, pengemasan dan cara memperkenalkan produk. Branding pada produk sangat diperlukan hal ini berguna agar calon konsumen memiliki kepercayaan terhadap produk yang akan dibeli. Dan di era kemajuan teknologi kita tidak boleh kalah dan harus mengikuti perkembangan zaman. Menjual produk secara online lebih memiliki banyak peminat karena lebih praktis.

### **Pengakuan/Acknowledgements**

Terima kasih kepada Rektor Universitas Widya Kartika dan juga Dosen pengampu mata kuliah Manajemen Strategik yang memberi arahan dari awal hingga akhir dan mendukung riset ini sehingga berjalan dengan baik.

### **Daftar Referensi**

- Bakhri, Leliya .. .. Latip Purnama; Syaeful. (2018). TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI TAHU SARI RASA. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, (Vol 3, No 2 (2018)), 284–299. Retrieved from <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/3686/1999>
- Hayati, Rina. (2021). Pengertian Penelitian Naratif, Ciri, Cara Menulis, dan Contohnya. Retrieved from <https://penelitianilmiah.com/penelitian-naratif/>.
- Imandiar, Yudistira. (2021). Catat! Ini Lho Strategi Jitu Supaya Sukses Jualan Online di Shopee. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5518666/catat-ini-lho-strategi-jitu-supaya-sukses-jualan-online-di-shopee>.
- Rizeki, Dini. (2020). Kreativitas dan Inovasi dalam Memenuhi Kebutuhan Pasar. Retrieved from <https://majoo.id/blog/detail/pentingnya-kreativitas-dan-inovasi-dalam-memenuhi-kebutuhan-pasar>.
- Rosita, Rahmi. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, (Vol 9, No 2 (2020): JURNAL LENTERA BISNIS), 109–120. Retrieved from <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/380/316>