
PPM USAHA SNACK KILOAN “MEKAR JAYA” DESA GRABAGAN TULANGAN KABUPATEN SIDOARJO

Suryo Atmojo^{1*}, Ruli Utami², Suzana Dewi³, Nurwahyudi Widhiyanta⁴, Laily Alfina Wulansari⁵

^{1,3,4,5} Teknik Informatika, Universitas Wijaya Putra

² Sistem Informasi, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

*Email: suryoatmojo@uwp.ac.id, ruli.utami@itats.ac.id, suzanadewi@uwp.ac.id,
nurwahyudiwidhiyanta@uwp.ac.id, lailyalfina41@gmail.com

Abstrak

Toko Mekar Jaya adalah usaha jajan kiloan yang dikelola oleh Eko Budi. Usaha ini berlokasi di Jl. Pandean RT 19 RW 03 Dusun Wersah, Desa Grabagan, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Toko Mekar Jaya tidak memproduksi jajanan sendiri, melainkan membeli produk dari berbagai supplier jajan kiloan di area Sidoarjo. Produk yang dijual sangat beragam, mulai dari keripik, kue kering, hingga permen dan cokelat. Dengan harga yang terjangkau dan pilihan yang beragam, Toko Mekar Jaya menjadi salah satu tempat favorit masyarakat sekitar untuk membeli jajanan kiloan, terutama saat ada event seperti hari raya atau liburan. Meskipun usaha ini cukup ramai saat event tertentu, Toko Mekar Jaya menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya, terutama untuk menjangkau pasar di luar Kecamatan Tulangan. Beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain, pengemasan ulang masih manual menggunakan plastik yang dipanaskan oleh lilin, lokasi usaha yang cukup jauh dari pusat keramaian seperti pasar sekitar 5 Km, Keterbatasan Akses Pasar, minimnya penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan promosi, kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan inventaris dan manajemen stok, ketergantungan pada Event Tertentu. Solusi yang diusulkan yaitu Pembuatan Website, penggunaan media sosial, pelatihan manajemen usaha, serta implementasi manajemen terpadu. Dengan langkah-langkah ini, Toko Mekar Jaya dapat mengatasi keterbatasan lokasi fisik dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan secara signifikan.

Kata Kunci : jajan, umkm, snack, promosi, web

PENDAHULUAN

Toko Mekar Jaya merupakan usaha jajan kiloan yang dikelola oleh Eko Budi dan berlokasi di Desa Grabagan, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Usaha ini tidak

memproduksi jajanan sendiri melainkan membeli dari berbagai supplier di sekitar Sidoarjo.



Produk yang dijual meliputi keripik, kue kering, permen, cokelat, dan berbagai jenis camilan lainnya. Salah satu keunggulan yang ditawarkan adalah harga yang ditawarkan sangat kompetitif dan variasi produk yang beragam menjadikan Toko Mekar Jaya populer di kalangan masyarakat sekitar, terutama saat event seperti hari raya dan liburan.



A.Produksi

Toko Mekar Jaya membeli produk dari supplier lokal di sekitar Sidoarjo. Produk yang dibeli kemudian dipilah dan dikemas ulang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Toko ini menjual produk dalam berbagai kemasan, mulai dari yang kecil hingga yang besar, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Dalam menjalankan usahanya, Eko Budi selalu memastikan bahwa kemasan produk yang dijual tetap dalam kondisi baik sehingga menjaga kualitas jajan yang dijual. Pada proses pengemasan ulang masing menggunakan plastik yang dipanaskan dengan lilin.

B.Pemasaran

Pemasaran produk Toko Mekar Jaya dilakukan melalui beberapa cara. Selain menjual

langsung dari toko, Eko Budi juga menjual produk jajan kiloan nya ke karyawan pabrik di sekitar Sidoarjo. Produk-produk jajan ini juga dipasarkan melalui informasi dari mulut ke mulut untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Kemasan produk yang digunakan dari plastik dengan berbagai ukuran kemasan. Kemasan produk yang digunakan oleh Toko Mekar Jaya saat ini masih sederhana dan kurang menarik, sehingga kurang dapat bersaing dengan produk sejenis yang memiliki kemasan lebih baik. Toko Mekar Jaya mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena penjualan masih terbatas pada toko fisik dan beberapa reseller lokal. Selain itu, metode pemasaran yang digunakan masih konvensional dan belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Untuk menggunakan media sosial, Eko Budi dan timnya masih kurang memahami strategi pemasaran dan penjualan digital yang efektif.

C.Kuangan

Manajemen keuangan di Toko Mekar Jaya dilakukan dengan cukup baik. Eko Budi telah mampu menghitung harga pokok pembelian dengan baik, termasuk biaya transportasi dan kemasan. Meski demikian, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan sederhana, menggunakan buku tulis. Eko Budi merasa perlu untuk mulai menggunakan aplikasi atau perangkat lunak keuangan untuk membantu mengelola keuangan usaha dengan lebih efisien dan akurat.

D.Manajemen SDM

Manajemen tenaga kerja di Toko Mekar Jaya masih sederhana. Eko Budi menjalankan toko ini bersama beberapa anggota keluarganya. Pada saat-saat tertentu ketika permintaan tinggi, seperti menjelang hari raya, Eko Budi merekrut tenaga tambahan dari lingkungan sekitar untuk membantu dalam pengemasan dan penjualan produk. Hingga saat ini, toko belum memiliki karyawan tetap, dan semua pekerjaan dilakukan secara manual.

METODE

Adapun langkah-langkah pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan mitra terkait jadwal dan tempat pelaksanaan pelatihan. Sasaran program pelatihan adalah Toko Mekar Jaya. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi intens untuk menentukan jadwal pelatihan yang tidak mengganggu aktivitas. Adapun tempat pelaksanaan akan disediakan oleh pengusul yaitu laboratorium komputer untuk tempat pelatihan.
2. Persiapan pelatihan. Persiapan mencakup persiapan bahan materi pelatihan pemanfaatan IG, Web Profile, Market Place dan Pelatihan manajemen usaha toko.
3. Pelaksanaan pelatihan. Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dimana tim pengusul akan mengajar / sharing langsung pada mitra selama beberapa pertemuan. Setiap pertemuan menargetkan capaian bagi mitra hingga pada pertemuan terakhir mitra telah dapat mengisi konten media promosi secara mandiri. Para mahasiswa informatika diperbantukan selama proses pelatihan untuk mendampingi mitra yang bertanya ataupun kesulitan.
4. Evaluasi Proses Pelatihan. Hasil kuisioner diolah dan dianalisa untuk diketahui hasil akhir dari pelatihan apakah sesuai dengan yang diharapkan. Evaluasi ini berguna untuk pelatihan-pelatihan selanjtnya di program pengabdian yang lain, dan berguna juga untuk memberi tambahan informasi yang mungkin belum tersampaikan selama pelatihan kepada mitra.
5. Pemberian modul belajar pemanfaatan media digital. Tim pengusul akan memberikan modul belajar pemanfaatan media digital untuk meningkatkan promosi usaha.
6. Pembuatan jurnal ilmiah dan laporan akhir.

Sebagai luasan wajib program pengabdian ini maka kami akan membuat jurnal ilmiah dan laporan akhir ketika semua program telah selesai dilaksanakan.

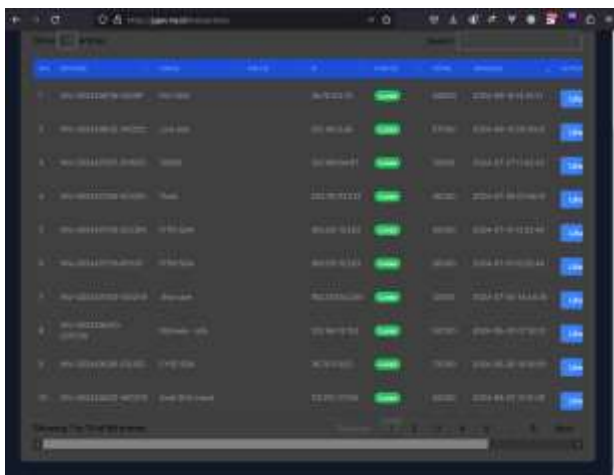
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai alternative solusi yang telah disepakati dengan mitra, maka telah dilaksanakan pelatihan pembuatan media digital pemasaran produk. Dari rencana lima materi utama pelatihan yang sudah dirumuskan, hingga saat ini telah terlaksana secara keseluruhan. Adapun daftar pelatihan yang telah terlaksana, dapat di lihat pada tabel 1 berikut.

No	Tanggal	Detail
1	03/08/24	Pembukaan
2	04/08/24	Diskusi dan pelatihan cara pengemasan jajan yang baik menggunakan alat press plastik
3	10/08/24	Diskusi IT, pengenalan penggunaan e-commerce
4	11/08/24	Pelatihan lanjutan penggunaan market place
5	24/08/24	Pelatihan lanjutan penggunaan market place
6	25/08/24	Pelatihan penggunaan Google Profile
7	07/09/24	Diskusi peningkatan pemasaran jajan kiloan menggunakan medsos
8	08/09/24	Penutupan

Selama pelatihan didapati hasil

1. Mitra memiliki web penjualan dengan alamat <https://jajan.my.id>
2. Mitra memiliki 98 produk yang diinputkan dalam website penjualan
3. Selama website telah online, telah ada 86 transaksi
4. PRata Rata Kunjungan terhadap link produk yang dipasarkan melalui website antara 50 sampai 80 kunjungan per hari



Peningkatan layanan service dalam bentuk profile dan media sosial sehingga memudahkan mitra berkomunikasi dengan customer

KESIMPULAN

Penerapan market place serta media sosial pada mitra masih perlu diasah dan dilatih kembali, mengingat pemanfaatan market place oleh mitra baru saja diterapkan. Pelatihan penggunaan website terhadap mitra mampu meningkatkan penjualan kurang lebih 20%. Pemanfaatan media social sebagai sarana promosi mitra juga berjalan dengan baik. Dengan menerapkan promosi melalui status dengan pengisian konten minimal seminggu dua kali dirasa cukup membantu mitra dalam hal mempromosikan usaha penjualan kue kering.

UCAPAN TERIMAKASIH (Bila ada)

Terima Kasih Kepada LPPM Universitas Wijaya Putra yang telah memberikan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan dengan nomor kegiatan 059.32/ST/LPPM-UWP/K-I/VII/2024.

REFERENSI

S. S. Maesaroh, A. Nuryadin, Y. Prasetyo and A. Swardana, "Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kota Tasikmalaya," *Jurnal Abmas Negeri*, vol. 2, no. 2, 2021.

A. Dwijayanti and P. Pramesti, "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19," *IKRA-ITH Abdimas*, vol. 4, no. 2, 2021.

A. P. Marpaung, M. S. Hafiz, M. Koto and W. Dari, "Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing," *PUSKIIBI*, vol. 2, no. 1, 2021.

V. Puspita, S. Safrianti and J. Waliamin, "Edukasi Pengolahan Kue TAT Remunggai dan Edukasi Pengaplikasian Digital Marketing," *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 13 - 20, 2022.

M. Muzaifa, C. Nilda and I. Irfan, "Pendampingan Usaha Mikro Pengolahan Kue Di Desa Lamgampang Kecamatan Krueng Barona Jaya Aceh Besar," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, 2022.

M. H. Ashari, T. N. Realita, A. Dwiastanti, P. Lestari, Y. Anggoro and G. Mustapa, "Pendampingan Usaha Mikro Pengolahan Kue untuk Peningkatan Taraf Hidup Keluarga," *Jurnal Ahmad Dahlan Mengabdi*, vol. 1, no. 2, 2022.

