

PENERAPAN MANAJEMEN PENGEMASAN DAN PEMASARAN ONLINE PADA INDUSTRI MIKRO PENGOLAHAN BANDENG PRESTO 27 SEMARANG

**Siti Arbainah*, Arum Febriyanti Ciptaningtias,
Lardin Korawijayanti, Rudi Handoyono, Musyafa Al Farizi**

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang

*Email: siti.arbainah@polines.ac.id

Abstract

The Milkfish Presto (Banpres) 27 Semarang is a home industry that produces and markets milkfish presto with five flavors, namely original, fried crispy, pepes, fried eggs and otak-otak. The Banpres 27 has not yet implemented comprehensive business management. In the marketing aspect, it shows that the 4P (Product-Price-Place-Promotion) factor has not been used comprehensively and optimally. The results of consumer testimonials stated that Banpres 27 products taste good but the packaging is less attractive for souvenirs. The product is less durable because the packaging has not used a vacuum system. From the aspect of business development, the owner plans to expand his marketing reach and increase product variety. This condition is the background of an agreement between Banpres 27 Semarang and Polines to solve this problem through a community service program with the method of 1) assisting the application of product packaging management to make it attractive; 2) the use of a vacuum press packaging tool so that the product lasts longer; 3) expansion of product marketing using online/internet marketing media; 4) monitoring the program of activities on a regular basis to ensure that the transfer of knowledge and technology provided has been implemented. All of these problem solving methods have been applied with program outputs 1) new communicative and attractive design product packaging; 2) the product is more durable with a vacuum-packed model; 3) Online marketing media in the form of Web and flyers.

Keywords: *Presto Milkfish, Micro Industry, Processing, Packaging, Online Marketing.*

Abstrak

Bandeng Presto (Banpres) 27 Semarang merupakan industri rumah tangga yang memproduksi dan memasarkan bandeng presto dengan lima varian rasa yaitu original, goreng krispi, pepes, goreng telur dan otak-otak. Banpres 27 belum menerapkan manajemen usaha secara menyeluruh. Pada aspek pemasaran, menunjukkan faktor 4P (Produk-Price-Place-Promotion) belum dimanfaatkan secara komprehensif dan maksimal. Hasil testimoni konsumen menyatakan produk Banpres 27 rasa enak namun kemasan kurang menarik untuk oleh-oleh. Produk kurang tahan lama karena pengemasan belum menggunakan system vacuum. Dari aspek pengembangan usaha, pemilik berencana memperluas jangkauan pemasaran dan menambah variasi produk. Kondisi ini melatarbelakangi adanya kesepakatan Banpres 27 Semarang dengan Polines untuk memecahkan masalah tersebut melalui program pengabdian kepada masyarakat dengan metode 1) pendampingan penerapan manajemen pengemasan produk agar menarik; 2) pemanfaatan alat pengemasan press vacuum agar produk bertahan lebih lama; 3) perluasan pemasaran produk menggunakan media pemasaran online/internet; 4) monitoring program kegiatan secara berkala untuk memastikan transfer ilmu dan teknologi yang diberikan telah diterapkan. Seluruh metode pemecahan masalah tersebut telah diterapkan dengan output program 1) kemasan produk desain baru yang komunikatif dan menarik; 2) produk lebih tahan lama dengan model kemas vacuum.; 3) Media pemasaran online berupa Web dan flyer.

Kata Kunci: *Bandeng Presto, Industri Mikro, Pengolahan, Kemasan, Pemasaran Online.*

PENDAHULUAN

Kota Semarang mempunyai beberapa makanan khas sebagai oleh-oleh antara lain bandeng presto. Serasa belum ke Semarang apabila belum membawa bandeng presto. Kondisi ini menyebabkan usaha bandeng presto terus berkembang. Salah satu usaha skala rumah tangga yang memproduksi dan memasarkan bandeng presto adalah industri mikro “Bandeng Presto 27 Semarang” yang berlokasi di kampung Dempel kelurahan Muktiharjo Kidul Pedurungan kota Semarang. (Arbainah dkk, 2020: 1032). Bandeng Presto 27 Semarang semula hanya memproduksi dan memasarkan Bandeng Presto original dan Bandeng Presto Goreng Krispi, namun sekarang telah menambah beberapa varian antara lain bandeng presto goreng telur, pepes dan otak-otak. Industri skala rumah tangga ini dirintis oleh Ibu Budi Handayani (Yani) dan mulai beroperasi pada tanggal 23 Nopember 2018. Ibu Yani sebagai pemilik sekaligus pelaku usaha bertekad meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi maupun pemasaran. Dari hasil survey awal diketahui, Bandeng Presto 27 Semarang (Banpres 27) ini memproduksi secara rutin untuk memenuhi penjualan di warung-warung dan memenuhi pesanan dari orang yang hajatan pada umumnya di hari Sabtu dan Ahad. Kondisi inilah yang melatarbelakangi salah satu Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Semarang (Polines) memilih Banpres 27 menjadi mitra, khususnya dalam bidang pengembangan UMKM.

Pengembangan UMKM merupakan program yang sejalan dengan program Pemerintah Kota (Pemkot) Semarang yang terus memacu perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Butuh sinergitas antara pemerintah, pengusaha dan stackholder untuk mengembangkan UMKM, karena pemerintah saja tidak akan bisa, demikian ungkap Wakil Wali Kota Semarang Hevearita Gunaryati Rahayu dalam pembukaan pameran Gelar Inovasi UMKM, Investasi dan Perdagangan Koperasi yang digelar di Java Mall Semarang, Jumat (5/4/2019).(<https://semarang.bisnis.com>). Banpres 27 memiliki potensi untuk berkembang, namun adanya beberapa keterbatasan maka perlu pendampingan terutama dalam penerapan manajemen usaha agar lebih efisien dan efektif. Bandeng Presto 27 Semarang termasuk industri baru, sehingga implementasi manajemen bisnis belum dilaksanakan secara maksimal, belum dilakukan secara professional. Kondisi ini menunjukkan manajemen usaha belum diterapkan dengan baik, belum ada penerapan fungsi-fungsi manajemen berupa POAC (Planning, Organizing, Actuating,

Controlling) yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian pada setiap aspek usaha secara maksimal. Termasuk dalam menghadapi peluang pasar yang meningkat. Tidak bisa dipungkiri bahwa organisasi termasuk UMKM sangat memerlukan manajemen karena tiga alasan (Hani Handoko, 2008) yaitu a) untuk mencapai tujuan, b) untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan yang saling bertentangan, c) untuk mencapai efisiensi dan efektifitas

Gambaran kondisi Banpres 27 saat ini yaitu proses produksi sudah dilaksanakan secara baik dan rapi sehingga menghasilkan produk yang enak dan mampu bersaing dalam cita rasa, namun tampilan produk sebagai produk oleh-oleh masih kurang menarik. Hal ini memerlukan inovasi dan redesain kemasan sebagai penentu tampilan suatu produk. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dilakukan redesain kemasan produk agar lebih menarik sekaligus harus diimbangi dengan memasarkan produk secara lebih luas untuk memperkuat posisi usaha. Oleh karena itu program yang disepakati menjadi tema dalam pengabdian masyarakat Polines terhadap Banpres 27 tahun 2021 ini adalah Penerapan Manajemen Pengemasan dan Pemasaran Online. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengenalkan pengetahuan tentang manajemen pengemasan dan manajemen pemasaran online pada mitra; memberikan bantuan pengadaan kemasan produk dari hasil redesain yang lebih menarik dan membuat media informasi perluasan pasar secara online berupa web dan flyer informasi produk.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan kesepakatan Tim Pengabdian dengan pelaku usaha Bandeng Presto 27 Semarang, maka permasalahan prioritas yang diselesaikan meliputi manajemen pengemasan produk dan manajemen pemasaran online. Penyelesaian permasalahan dilakukan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Pendamping manajemen pengemasan produk.
2. Pendampingan manajemen pemasaran online
3. Pemberian bantuan pengadaan kemasan produk dan peralatan pendukungnya.
4. Pembuatan media pemasaran online melalui Web/media lain.

Berpijak pada permasalahan yang diprioritaskan untuk dipecahkan maka solusi penyelesaian masalah yang ditawarkan dan target luaran dari solusi tersebut dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Permasalahan , Solusi Dan Target Luaran Yang Disepakati Antara Mitra Dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

PERMASALAHAN	SOLUSI	TARGET LUARAN DARI SOLLUSI YANG DILAKUKAN
Aspek Manajemen Pengemasan produk :		
a. Pelaku usaha memerlukan pengetahuan tentang manajemen pengemasan, khususnya produk oleh-oleh khas.	a. Pelatihan dan pendamping manajemen pengemasan produk b. Redesain kemasan agar lebih komunikatif, menarik dan produk tahan lama dengan pemanfaatan alat vacum press plastik. c. Pemberian bantuan alat dukung pengemasan berupa timbangan digitas	a. Mitra memiliki tambahan pengetahuan tentang manajemen pengemasan produk . b. Kemasan produk dengan desain baru c. Mitra memiliki timbangan digital untuk memperlancar pengemasan dengan baik.
Aspek Manajemen Pemasaran:		
Terbatasnya jangkauan pemasaran produk, perlu diperluas menyesuaikan dan menyesuaikan kondisi pandemi	Memberikan bantuan pembuatan Web/media lain yang dapat mengenalkan industri mitra secara luas.	Mitra memiliki web/media lain yang mampu memperkenalkan usaha secara meluas tanpa batas

Sumber: Analisis Situasi Lapangan

Prosedur kerja yang diterapkan dalam kegiatan ini mencakup persiapan, pelaksanaan dan evaluasi yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan meliputi:
 - a. Mempersiapkan materi dan pembicara untuk pelatihan dan pendampingan tentang manajemen pengemasan produk dan pemasaran online
 - b. Mengkomunikasikan rencana kegiatan kepada mitra sasaran untuk mempersiapkan tempat, peserta dan peralatan pendukung yang diperlukan.
 - c. Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk mendesaian web pemasaran online.
 - d. Mempersiapkan sarana dan prasarana pendukung kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan:
 - a. Pelatihan dan pendampingan manajemen pengemasan dan pemasaran online.
 - b. Penyerahan bantuan timbangan digital, pengadaan kemasan produk dengan desain baru, flyer dan web industri mikro Bandeng Presto 27 Semarang sekaligus

penandatanganan berita acara serah terima barang tersebut dari Tim pengabdian ke pemilik usaha Bandeng Presto 27 Semarang.

c. Diskusi mengenai permasalahan yang sering dihadapi oleh mitra untuk dicarikan solusi dan direncanakan diusulkan sebagai kegiatan penelitian dan atau pengabdian pada kesempatan mendatang.

3. Tahap Evaluasi Kegiatan:

a. Evaluasi akhir dengan meminta peserta untuk memberi masukan atau komentar tentang kegiatan yang telah berlangsung serta kemanfaatannya.

b. Pemantauan dilakukan secara berkala oleh Tim Pelaksana selama kegiatan berlangsung agar teknologi yang disampaikan dapat diimplementasikan dan dimanfaatkan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan berbasis pada pemenuhan kebutuhan mitra. Dari kegiatan ini diperoleh hasil :

1. Peserta kegiatan memiliki peningkatan/penambahan kompetensi pengetahuan di bidang Manajemen Pengemasan dan Pemasaran Online.

2. Terdapat peningkatan kualitas manajemen usaha pada Banpres 27 Semarang.

a. Desain Kemasan produk menjadi lebih baik, menarik dan layak sebagai kemasan produk oleh-oleh khas Semarang.

b. Pengemasan menggunakan sistem vacum dengan memanfaatkan vacum sealer hasil bantuan program pengabdian, sehingga produk menjadi lebih tahan lama.

c. Informasi berat produk yang tercantum di kemasan lebih akurat, karena adanya timbangan digital yang gunakan dari bantuan Tim Pengabdian.

d. Bandeng Presto 27 dapat memanfaatkan media pemasaran online berupa Web serta dapat memanfaatkan flyer produk untuk dipublikasikan melalui media-media online misal FB, IG, WA ataupun dibagikan saat pameran.

Pengabdian kepada Masyarakat memberikan manfaat kepada mitra sekaligus juga bermanfaat bagi Politeknik Negeri Semarang (Polines). Polines dapat berpartisipasi mempercepat penguatan industri mikro sekaligus dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Industri Mikro Bandeng Presto 27 Semarang saat ini telah memiliki varian produk yaitu bandeng presto original; bandeng presto goreng krispi; bandeng presto goreng telur; bandeng presto pepes serta otak-otak bandeng. Khusus bandeng presto original dapat

dikemas dengan metode vacum sehingga produk bertahan lebih lama. Semua Produk diproduksi dengan kualitas rasa yang baik.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini maka produk yang telah diproduksi dengan kualitas rasa yang baik (enak) tersebut sekarang berpenampilan semakin baik dan semakin layak untuk menjadi produk oleh-oleh khas Semarang. Hal ini karena adanya bantuan pengadaan kemasan dengan desain baru yang lebih komunikatif, menarik dan mampu memenuhi fungsi kemasan. Fungsi paling mendasar dari kemasan adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan, sehingga lebih mudah disimpan, didistribusikan dan dipasarkan. (<https://www.kemasansinergy.com/artikel/fungsi-kemasan--pengemasan>, unduh 20 Nopember 2021). Berikut ini perbandingan kemasan edisi awal dengan kemasan desain baru yang lebih menarik dan komunikatif.



Gambar 1. Kemasan awal



Gambar 2. Kemasan Disain Baru

Pada aspek pemasaran Tim Pengabdian berupaya membantu memperkenalkan industri mikro Bandeng Presto 27 secara lebih luas. Hal ini terbukti dengan diberikannya bekal kepada mitra dengan memperkenalkan jenis-jenis pemasaran online sekaligus juga membantu dalam pembuatan Web dan flyer sebagai media pendukung pemasaran. Tampilan Flyer dan Web Bandeng Presto hasil pengabdian adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Flyer dan Tampilan Web Bandeng Presto 27 Semarang

Dari kegiatan monitoring diketahui bahwa hasil bantuan peralatan dan kemasan telah dimanfaatkan secara baik oleh mitra. Saat ini Bandeng Presto 27 Semarang telah mampu menyediakan produk untuk oleh-oleh dengan tampilan kemasan yang menarik dan produk dapat bertahan lebih lama, sehingga tahan untuk dibawa ke luar kota. Demikian pula proses penimbangan produk lebih cepat dan akurat karena sudah memanfaatkan timbangan digital serba guna untuk menimbang produk yang akan dikemas. Semua sudah berjalan lebih baik. Berdasarkan kondisi ini menunjukkan bahwa Bandeng Presto 27 Semarang merupakan industri mikro yang berpotensi maju dan siap berkembang, semakin percaya diri dengan produk-produk yang dihasilkan. Hal ini dibuktikan dengan semakin aktifnya ibu Budi Handayani (Ibu Yani) mengikutkan industri Bandeng Presto 27 Semarang dalam event –event pameran. Melalui pameran dan ditunjang dengan pemanfaatan web secara optimal diharapkan akan memperluas jaringan dan memperluas pengenalan produk ke masyarakat. Namun demikian dari hasil monitoring menunjukkan bahwa Bandeng Presto 27 Semarang belum mampu memanfaatkan web yang telah dibuatkan oleh Tim Pengabdian tersebut secara maksimal, sehingga perlu pendampingan lebih lanjut.

Berdasarkan pengamatan Tim, Industri Mikro Bandeng Presto 27 Semarang merupakan mitra yang dapat dipercaya dan memiliki potensi untuk terus maju dan berkembang. Oleh karena itu dalam jangka panjang sangat relevan untuk dilanjutkan dengan rencana strategis pengabdian ataupun penelitian tahapan berikutnya dengan tujuan untuk pengembangan usaha. Proses penyusunan perencanaan strategis dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan (Rangkuti, 2005:21). Penyusunan perencanaan strategis ini sangat beralasan karena industri mikro Bandeng Presto 27 Semarang termasuk UMKM yang potensial perlu pendampingan untuk kemajuan usahanya. Banyak penelitian yang menyebutkan bahwa UMKM atau juga dapat disebut dengan Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Ulfi, Hidayat & Budiarmo, 2012:1). Pernyataan ini diperkuat dengan ”UKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah memerangi kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja” (Murtiasri, 2012). Pemberdayaan UMKM saat ini mendapat perhatian khusus oleh

pemerintah, termasuk pemerintah Kota Semarang. Peningkatan industri mikro ditempuh dengan peningkatan program pemberdayaan ekonomi keluarga melalui peningkatan industri rumah tangga dari kelurahan (Arbainah, 2020: 143). Dari kondisi ini maka semakin menguatkan bahwa Bandeng Presto 27 Semarang masih layak menjadi mitra pengabdian maupun tempat penelitian di masa-masa yang akan datang, sekaligus dapat menjadi media pengkayaan pembelajaran penerapan manajemen strategik. Manajemen strategik sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya (Fred dan Forest, 2016:3) ini membutuhkan organisasi termasuk UMKM yang sedang berkembang sebagai media praktiknya.

SIMPULAN

Bandeng Presto 27 Semarang merupakan usaha berskala rumah tangga yang memproduksi bandeng presto dengan varian produk rasa original, goreng krisipi, goreng telur, presto pepes dan otak-otak bandeng. Seluruh produk diproduksi dengan kualitas rasa yang baik. Melalui program pengabdian kepada masyarakat tahun 2021, Bandeng Presto 27 Semarang telah memperoleh peningkatan kompetensi pada bidang manajemen pengemasan dan pemasaran online.

Pengemasan telah dilakukan sesuai manajemen pengemasan yang baik sehingga memenuhi fungsi dasar kemasan. Kemasan dengan desain terbaru sehingga tampilan produk menjadi lebih menarik dan layak menjadi produk oleh-oleh khas Semarang Hal ini ditunjang dengan memanfaatkan bantuan alat vacum siler, timbangan digital serta pengadaan kemasan produk.

Pemasaran Bandeng Presto 27 Semarang dilaksanakan juga secara online dengan berbekal pelatihan tentang pengenalan media-media pemasaran online serta pembuatan web dan flyer sebagai media promosi. Dengan memanfaatkan flyer yang didesain secara sederhana, pihak Bandeng Presto 27 Semarang lebih mudah mengenalkan produk dengan mengirimkan flyer kepada para relasi di media sosial yang digunakan. Web yang telah dibangun dimaksudkan untuk memperluas jaringan, namun dari hasil monitoring diketahui bahwa pemanfaatannya belum maksimal sehingga diperlukan pendampingan lebih lanjut. Pemilik Banpres 27 memiliki rencana pengembangan produk dengan menambah varian produk baru berupa bakso ikan bandeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, alfi, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang, **Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang**. Vol. 1 No.1.
- Arbainah, Siti, dkk. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Industri Mikro Pengolahan Bandeng Presto 27 Semarang, *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Polines*. Vol. 3. Hal. 143-152.
- Arbainah, Siti, dkk. 2020. Pendampingan Manajemen Biaya Produksi Pada Industri Mikro Pengolahan Bandeng Presto 27 Semarang. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Polines*. Vol. 3. Hal. 1032-1040.
- David, Fred R dan David, Forest R. 2016. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Penerbit Salemba 4.
- <https://semarang.bisnis.com/read/20190405/536/908390/kota-semarang-berkomitmen-beri-panggung-ukm> (unduh, 20 Maret 2020)
- <https://www.kemasansinergy.com/artikel/fungsi-kemasan--pengemasan>, unduh 20 Nopember 2021.
- Murtiasri, Eka. 2012. Kontribusi Usaha Kecil dan Menengah Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Berdasar Perhitungan Concentration Index di Kabupaten Semarang. *TEKNIS*. Vol. 7. No.1. Hal 50-57.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.