



Optimalisasi Operasional dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM di Desa Bayuning

¹Raphael Imanuel Bongkriwan, ²Reiko Zavieri Marzuki, ³Matthew Maximillian Prasetyo, ⁴Joshua Matthew Johannes, ⁵Herera Floraya D.P.R, ⁶Bryan Chaprio, ⁷Prita Prasetya

Universitas Prasetya Mulya; Edutown 1 BSD Tangerang, (021) 30450500

e-mail: prita.prasetya@pmbms.ac.id

Abstrak

Abstrak harus diakhiri dengan komentar tentang pentingnya hasil atau kesimpulan singkat. Program pendampingan UMKM Rizky Snack bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi usaha keripik kecimpring berbasis singkong di Desa Bayuning, Kecamatan Kadugede, Kabupaten Kuningan. Meskipun Rizky Snack telah beroperasi sejak tahun 2014 dan sukses menjadi pemasok utama bagi toko-toko lokal, masih ada tantangan terkait dengan proses produksi yang kurang efisien serta kurang maksimalnya pemasaran digital. Program ini dilakukan dengan menggunakan berbagai metode seperti observasi, analisis queuing system, dan pendampingan dalam penerapan alat bantu produksi untuk meningkatkan produktivitas. Selain itu, pelatihan mengenai strategi pemasaran digital juga diberikan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Hasil dari analisis queuing system menunjukkan bahwa ada potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dengan mengoptimalkan alur produksi, yang akan mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan hasil produksi. Program ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang untuk Rizky Snack dalam meningkatkan kapasitas operasional serta memperluas jangkauan pasar. **Kata kunci**—UMKM, Rizky Snack, Efisiensi Produksi

Abstract

The community service program for Rizky Snack aims to improve the performance and efficiency of a cassava-based crispy snack business in Bayuning Village, Kadugede District, Kuningan Regency. Although Rizky Snack has been operating since 2014 and successfully supplies local stores, challenges remain in production efficiency and underutilization of digital marketing. This program was carried out using various methods such as observation, queuing system analysis, and guidance in implementing production aids to increase productivity. Additionally, training on digital marketing strategies was provided to expand the market and enhance business competitiveness. The results of the queuing system analysis indicated a significant potential for efficiency improvements by optimizing the production flow, reducing waiting time, and increasing output. This program is expected to provide long-term benefits for Rizky Snack in improving operational capacity and expanding market reach.

Keywords—MSMEs, Rizky Snack, Production Efficiency

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian Indonesia, khususnya dalam hal penyediaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Hingga tahun 2020, terdapat sekitar 64 juta pelaku UMKM di Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB sebesar 61%, sekaligus menyerap sebagian besar tenaga kerja di sektor informal. Namun, perkembangan UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang kurang optimal, dan minimnya keterampilan manajemen bisnis (BPS, 2020; Sudaryanto & Kusumastuti, 2021).

Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Salah satu contohnya adalah usaha Rizky Snack, produsen keripik kecimpring berbahan dasar singkong yang beroperasi di Desa Bayuning, Kecamatan Kadugede, Kabupaten Kuningan. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2014 dan menjadi pemasok utama bagi sejumlah toko lokal. Namun, kendala dalam efisiensi produksi dan pemasaran digital menjadi tantangan utama yang menghambat ekspansi bisnisnya.

Community Development II merupakan mata kuliah wajib bagi seluruh mahasiswa Universitas Prasetya Mulya yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Dalam program ini, kelompok KUM051 ditempatkan di Kabupaten Kuningan, Kecamatan Kadugede, dan Desa Bayuning untuk mendampingi usaha Rizky Snack. Program KKN ini dirancang untuk menjembatani pengetahuan akademik dengan kebutuhan UMKM, sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap kapasitas dan peningkatan bisnis yang didampingi.

Melalui observasi dan penelitian, ditemukan bahwa Rizky Snack belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal dan memiliki proses produksi yang kurang efektif. Oleh karena itu, pendampingan yang dilakukan kelompok KUM051 berfokus pada perbaikan sistem operasional dan pemasaran. Pendampingan ini meliputi pengenalan alat produksi sederhana yang terjangkau, optimalisasi alur kerja untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas produk, serta penerapan strategi pemasaran digital. Luaran program ini mencakup alat bantu produksi, panduan SOP, strategi pemasaran digital, materi promosi, dan pelatihan manajemen yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas usaha Rizky Snack secara menyeluruh. Program ini diharapkan dapat mendorong UMKM seperti Rizky Snack untuk lebih kompetitif dan berkembang di tengah tantangan ekonomi yang ada.

METODE PENELITIAN

Program pendampingan ini dilaksanakan di Desa Bayuning, Kecamatan Kadugede, Kabupaten Kuningan, dengan lokasi utama di rumah produksi Rizky Snack. Program ini berlangsung selama 20 hari, yang mencakup seluruh tahapan mulai dari observasi awal hingga implementasi solusi yang dirancang untuk mendukung keberlanjutan usaha. Peserta dalam program ini terdiri dari berbagai pihak, yaitu pemilik usaha Rizky Snack yang telah menjalankan bisnisnya sejak tahun 2014, empat tenaga kerja utama yang terlibat dalam proses produksi, serta lima anggota Kelompok KKN KUM051. Peserta memiliki latar belakang yang beragam, mulai dari pengelola usaha berpengalaman hingga tenaga kerja dengan keterampilan manual dasar. Hal ini mencerminkan keragaman kebutuhan dan potensi yang menjadi fokus utama dalam perancangan program.

Metode yang digunakan dalam program ini merupakan gabungan antara pelatihan, pendampingan, dan penyadaran yang dirancang secara sistematis untuk menjawab kebutuhan peserta. Program ini dilaksanakan melalui beberapa tahap yang terstruktur, dimulai dengan observasi awal untuk mengidentifikasi masalah yang ada, dan diikuti dengan implementasi solusi yang akan meningkatkan kinerja dan kapasitas usaha Rizky Snack.

I. Observasi Awal dan Identifikasi Masalah

Pada tahap awal, dilakukan observasi mendalam terhadap kondisi operasional Rizky Snack. Pengamatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran. Selama observasi, tim pendamping mengamati secara langsung bagaimana proses produksi berlangsung, kendala yang dialami oleh tenaga kerja, serta potensi masalah yang ada dalam pemasaran dan distribusi produk. Hasil observasi ini memberikan gambaran umum tentang kondisi usaha yang akan menjadi dasar perencanaan intervensi. Hal ini sesuai dengan metodologi yang diungkapkan oleh Fisher dan Williams (2020), yang menjelaskan

pentingnya observasi langsung untuk mendapatkan wawasan real-time mengenai tantangan operasional di UMKM (Fisher & Williams, 2020).

II. Analisis SWOT

Setelah mengidentifikasi masalah utama, dilakukan analisis menggunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis Rizky Snack. Analisis ini dilakukan untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Hasil dari analisis SWOT ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai posisi Rizky Snack di pasar dan strategi yang dapat diambil untuk memaksimalkan potensi serta meminimalkan risiko yang dihadapi. Dalam hal ini, analisis SWOT mendukung perusahaan untuk memahami faktor-faktor kritis yang dapat mempengaruhi keputusan strategis. Johnson dan Scholes (2018) juga menekankan bahwa analisis SWOT penting untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat dan responsif terhadap kondisi pasar dan tantangan internal (Johnson & Scholes, 2018).

III. Analisis Queuing System

Setelah tahap analisis SWOT, dilakukan analisis menggunakan Queuing System untuk menganalisis efisiensi alur produksi di Rizky Snack. Proses produksi keripik kecipring yang dilakukan secara manual seringkali menyebabkan antrian dan keterlambatan, terutama saat permintaan produk meningkat. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana antrian dalam sistem produksi dapat mempengaruhi kecepatan dan efektivitas produksi. Dalam sistem antrian, setiap tahap produksi—mulai dari pengolahan singkong, pencetakan, hingga penggorengan—memiliki waktu tunggu yang tidak terprediksi dengan baik. Dengan menggunakan model antrian, tim pendamping dapat mengidentifikasi titik-titik kritis di mana waktu tunggu atau antrian dapat dikurangi, serta merancang solusi untuk mempercepat proses tanpa mengurangi kualitas produk. Beberapa langkah perbaikan yang disarankan termasuk perbaikan alur kerja dan penyesuaian kapasitas produksi pada tiap tahap. Penelitian yang dilakukan oleh Wong dan Lin (2019) membahas bagaimana teori antrian dapat diterapkan pada UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi bottleneck yang sering terjadi dalam alur produksi (Wong & Lin, 2019).

IV. Analisis Fishbone

Setelah melakukan analisis antrian, tahap berikutnya adalah Fishbone Analysis (Diagram Tulang Ikan) untuk menggali lebih dalam akar penyebab masalah dalam operasional. Fishbone Analysis membantu untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi kualitas dan efisiensi produksi. Pada tahap ini, tim pendamping bersama dengan peserta program mengidentifikasi kategori-kategori masalah yang mungkin timbul, seperti: Manusia, yang mencakup keterampilan tenaga kerja yang terbatas dalam penggunaan alat bantu produksi; Mesin, yang merujuk pada penggunaan alat produksi yang sederhana dan terbatas dalam kemampuannya untuk meningkatkan volume produksi secara efisien; Metode, yang berhubungan dengan proses produksi yang belum distandarisasi, mengakibatkan ketidakefisienan dalam alur kerja dan waktu yang terbuang; dan Material, yang mencakup kualitas bahan baku singkong yang tidak selalu konsisten, yang dapat mempengaruhi hasil akhir produk. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, tim dapat memberikan rekomendasi yang lebih terarah dan spesifik dalam memperbaiki proses produksi dan meningkatkan kualitas output. Ishikawa (2019) menjelaskan bahwa Fishbone Analysis adalah alat yang sangat berguna untuk mengidentifikasi akar masalah dalam proses bisnis dan manufaktur, terutama dalam usaha kecil dan menengah, sehingga dapat menghasilkan solusi yang lebih efektif dan tepat sasaran (Ishikawa, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan menganalisis usaha mikro yang berada di Kabupaten Kuningan, yaitu Rizky Snack, yang bergerak di bidang produksi dan penjualan keripik kicimpring berbahan dasar singkong. Berdiri sejak tahun 2014, Rizky Snack telah menjadi pemasok utama bagi beberapa toko lokal. Meskipun demikian, usaha ini belum memaksimalkan pemasaran digital dan menghadapi kendala dalam hal efisiensi produksi. Omzet yang diperoleh cukup stabil, tetapi adanya tantangan dalam operasional dan pemasaran digital membatasi potensi ekspansi, yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kapasitas dan memperluas pasar.

I. Identifikasi Masalah

Rizky Snack menghadapi beberapa masalah yang menghambat pengembangan usahanya. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan dalam pemasaran digital, yang membuat usaha ini kurang dikenal di pasar yang lebih luas, mengingat pemasaran mereka masih bergantung pada metode lokal. Selain itu, proses produksi keripik kicimpring di Rizky Snack masih dilakukan secara manual, dengan alat produksi yang terbatas, yang menyebabkan ketidakefisienan dan kurangnya konsistensi dalam kualitas produk. Kurangnya standar operasional prosedur (SOP) juga mempengaruhi kualitas dan efisiensi produksi. Di sisi lain, keterbatasan keterampilan teknis di kalangan tenaga kerja menambah tantangan dalam pengelolaan operasional. Terakhir, sebagai usaha mikro, Rizky Snack menghadapi kesulitan dalam mengakses modal untuk memperbaiki alat produksi atau mengembangkan usaha lebih lanjut, yang membatasi kemampuannya untuk tumbuh dan berkompetisi.

II. SWOT Rizky Snack

Analisis SWOT Rizky Snack (Tabel 1) mengidentifikasi *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threats* yang dihadapi usaha ini dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif. Kekuatan utama Rizky Snack terletak pada kualitas produk yang sudah dikenal luas di pasar lokal, yaitu keripik kicimpring berbahan dasar singkong dengan cita rasa khas yang membedakannya dari produk sejenis. Produk ini telah diterima dengan baik oleh konsumen di wilayah sekitar, berkat rasanya yang unik dan bahan baku berkualitas. Selain itu, Rizky Snack memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun sejak didirikan pada tahun 2014, yang memberikan pemahaman mendalam tentang karakteristik pasar lokal serta proses produksi yang efisien, meskipun ada tantangan dalam beberapa aspek. Pengalaman tersebut memberi mereka stabilitas yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi permintaan dan kondisi pasar. Terdapat beberapa kelemahan signifikan yang harus segera diatasi. Salah satunya adalah ketergantungan yang tinggi pada pasar lokal, yang membatasi potensi ekspansi ke pasar yang lebih luas. Pemasaran yang terbatas hanya pada wilayah tertentu menjadikan Rizky Snack sulit untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar, baik di level nasional maupun internasional. Selain itu, proses produksi yang masih dilakukan secara manual menyebabkan rendahnya efisiensi dan seringkali mengganggu konsistensi kualitas produk.

Proses manual juga mempengaruhi kapasitas produksi yang terbatas, menghambat usaha dalam memenuhi permintaan yang meningkat. Ketergantungan pada cara-cara tradisional dalam operasional ini dapat menurunkan daya saing usaha jika dibandingkan dengan pesaing yang sudah mengadopsi teknologi modern. Di samping itu, Rizky Snack menghadapi kendala dalam pemahaman dan penerapan pemasaran digital, serta keterbatasan modal yang menghambat perbaikan dan pemeliharaan alat produksi yang lebih efisien. Di sisi peluang, perkembangan teknologi digital dan e-commerce membuka jalan bagi Rizky Snack untuk memperluas pasar dengan lebih efektif. Dengan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, Rizky Snack dapat menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform-platform online, meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jaringan distribusi. Selain itu, penerapan alat bantu produksi yang lebih sederhana namun efisien dapat meningkatkan kapasitas produksi dan konsistensi produk. Program pendampingan yang memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital serta

perbaiki alat produksi menjadi solusi yang sangat relevan dan dapat mendukung pertumbuhan usaha. Keberadaan platform e-commerce yang semakin berkembang juga memberi kesempatan bagi Rizky Snack untuk memperkenalkan produknya ke pasar yang lebih besar tanpa harus memiliki toko fisik.

Namun, Rizky Snack juga harus menghadapi beberapa ancaman yang datang dari pesaing lokal maupun global. Pesaing yang lebih besar dan lebih modern, yang telah mengadopsi teknologi dalam proses produksi dan pemasaran, menjadi ancaman nyata bagi Rizky Snack dalam menjaga posisi pasarnya. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku, khususnya singkong, dapat berdampak langsung pada biaya produksi dan profitabilitas usaha. Jika harga bahan baku naik tajam, Rizky Snack mungkin harus menaikkan harga produk, yang bisa membuat konsumen beralih ke produk pesaing yang lebih terjangkau. Oleh karena itu, Rizky Snack perlu memperkuat strategi bisnis untuk tetap bersaing.

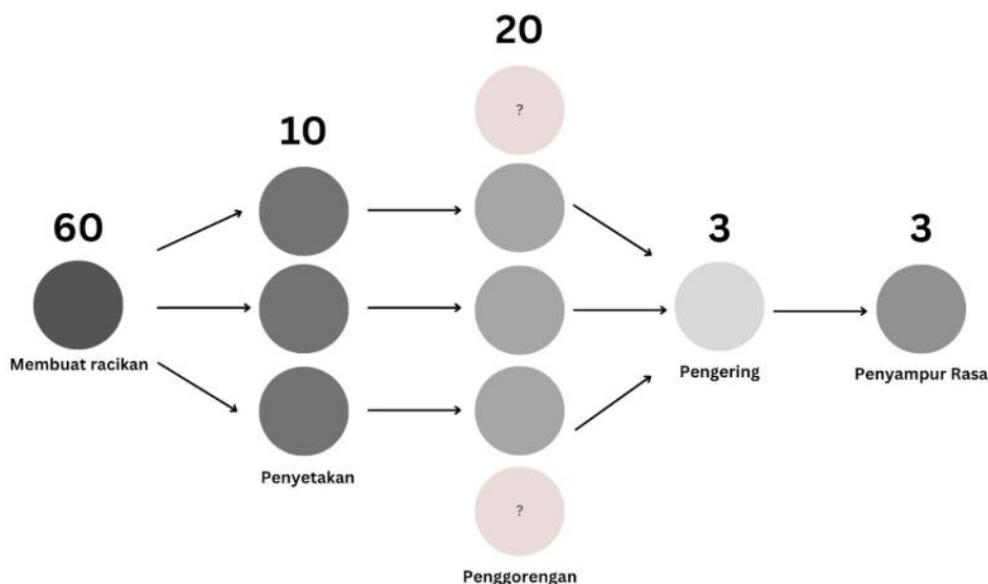
Tabel 1. SWOT Rizky Snack

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)	Opportunity (Peluang)	Threat (Ancaman)
Rizky Snack sudah dikenal di pasar lokal dengan citarasa unik dan bahan dasar singkong.	Rizky Snack masih bergantung pada pemasaran lokal, sehingga jangkauannya terbatas di wilayah tertentu.	Kemajuan teknologi digital membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, website, dan platform e-commerce.	Persaingan dari produsen keripik lain yang mungkin memiliki teknologi, pemasaran, atau harga yang lebih baik.
Usaha ini telah beroperasi lebih dari 10 tahun sejak tahun 2014, memberikan pemahaman mendalam tentang pasar dan tren industri.	Proses produksi masih dilakukan secara manual, yang mengurangi efisiensi dan skalabilitas usaha.	Platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee dapat membantu Rizky Snack memperluas distribusi.	Ketergantungan pada bahan baku singkong yang harganya dapat berfluktuasi, mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas.
Sebagai merek yang sudah lama ada di pasar lokal, Rizky Snack memiliki basis pelanggan yang setia dan reputasi yang solid.	Usaha ini belum memanfaatkan sepenuhnya pemasaran digital atau platform e-commerce.	Pelatihan pemasaran digital dapat membantu Rizky Snack meningkatkan basis pelanggan dan penjualannya dengan memanfaatkan platform online.	Tren konsumen yang cepat berubah, terutama di kalangan generasi muda, dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk.
Menggunakan singkong sebagai bahan utama menjadikan produk ini lebih sehat dan terjangkau, menarik konsumen yang mencari camilan lokal.	Akses terbatas terhadap modal untuk investasi dalam peralatan produksi yang modern dapat menghambat pertumbuhan usaha.	Rizky Snack dapat berinovasi dengan menambah variasi produk baru berbahan dasar singkong untuk menarik minat konsumen yang lebih luas.	Kondisi ekonomi yang tidak stabil dan perubahan regulasi dapat mempengaruhi biaya operasional dan permintaan pasar.
		Investasi dalam alat produksi yang lebih modern dapat meningkatkan efisiensi, kapasitas produksi, dan menjaga kualitas produk.	

III. Queuing System Analisis Rizky Snack

Proses produksi di Rizky Snack terdiri dari beberapa tahapan yang dilakukan secara berurutan untuk menghasilkan produk keripik kecimpring yang berkualitas (Gambar 1). Tahap pertama adalah pembuatan racikan, yang dilakukan di satu stasiun khusus dan memakan waktu tertentu untuk mempersiapkan bahan dasar singkong yang dicampur dengan bumbu. Berikutnya, tahap kedua adalah pencetakan, yang dilakukan di tiga stasiun untuk membentuk adonan keripik sesuai ukuran dan bentuk yang diinginkan. Tahap ketiga adalah penggorengan, yang dilakukan di tiga stasiun penggorengan. Selanjutnya, tahap keempat adalah pengeringan yang dilakukan di satu stasiun untuk mengurangi kadar minyak pada produk, dan terakhir tahap pencampuran rasa dilakukan di satu stasiun untuk memberikan cita rasa khas pada keripik.

Namun, dalam analisis, ditemukan adanya *bottleneck* di stasiun penggorengan, yang disebabkan oleh perbedaan kecepatan antara tahap pencetakan dan penggorengan. Proses pencetakan yang lebih cepat dibandingkan dengan penggorengan mengakibatkan penumpukan adonan yang siap digoreng, sementara penggorengan belum mampu menampung volume produksi yang tinggi. Hal ini menyebabkan terjadinya antrian panjang di stasiun penggorengan, yang pada gilirannya memperlambat proses produksi secara keseluruhan. Untuk mengatasi permasalahan ini, kelompok menyarankan untuk menambah stasiun penggorengan dengan membeli kompor tambahan. Dengan penambahan dua kompor, jumlah stasiun penggorengan dapat meningkat menjadi lima. Penambahan stasiun ini diharapkan dapat mempercepat proses penggorengan dan mengurangi waktu tunggu di stasiun tersebut. Dengan demikian, proses produksi akan berjalan lebih lancar, efisien, dan tidak ada lagi penumpukan yang menyebabkan keterlambatan dalam tahap selanjutnya. Solusi ini akan meningkatkan kapasitas produksi Rizky Snack, yang pada akhirnya berdampak positif pada kelancaran distribusi dan pengembangan usaha kedepannya.



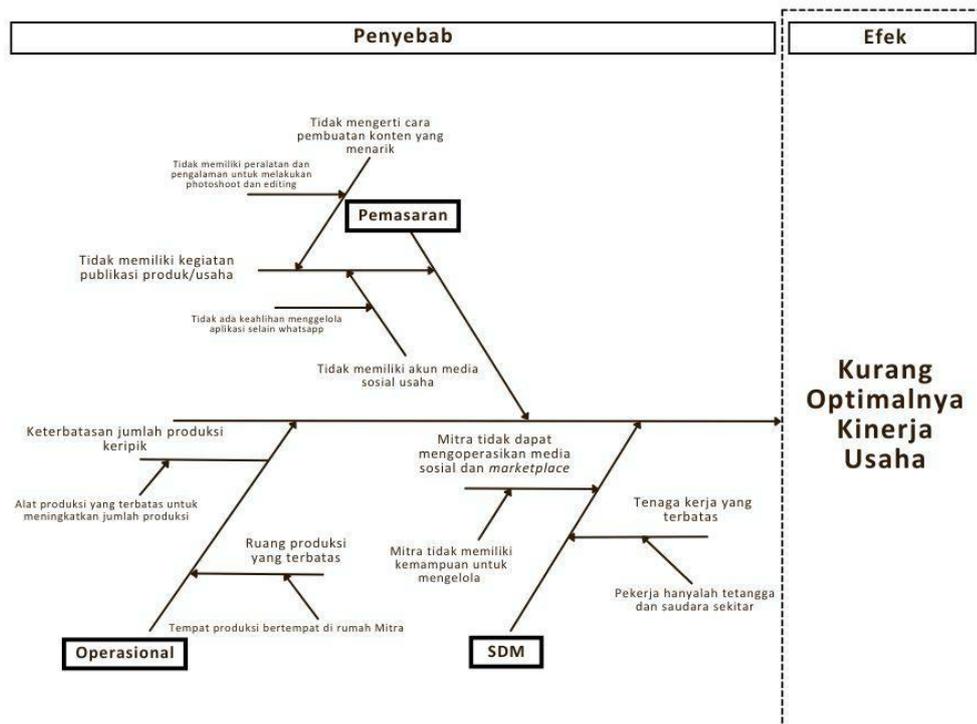
Gambar 1. Queuing System Analisis Rizky Snack

IV. Fishbone Analysis

Faktor pertama yang mempengaruhi adalah operasional (Gambar 2). Penyebab utama dalam aspek ini adalah keterbatasan jumlah produksi keripik, yang disebabkan oleh alat produksi yang terbatas. Alat yang ada saat ini tidak cukup untuk memenuhi permintaan yang lebih tinggi, sehingga produksi tidak dapat ditingkatkan. Selain itu, ruang produksi yang terbatas juga menjadi masalah karena usaha ini dijalankan di rumah mitra. Ruang yang sempit menghambat efisiensi

dalam proses produksi, mengakibatkan kesulitan dalam mengelola alur kerja dan mempengaruhi output produk.

Faktor kedua adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Mitra Rizky Snack tidak memiliki keterampilan dalam mengelola media sosial dan marketplace, yang menjadi penghalang besar dalam memperluas pasar secara digital. Tanpa kemampuan ini, usaha kesulitan untuk memanfaatkan platform online yang dapat meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, Rizky Snack bergantung pada tenaga kerja terbatas, yakni tetangga dan saudara di sekitar. Keterbatasan jumlah tenaga kerja ini berpengaruh pada produktivitas dan efisiensi kerja, karena tidak ada cukup orang untuk menangani seluruh proses produksi dan pemasaran. Faktor ketiga adalah pemasaran. Salah satu masalah utama adalah tidak adanya kegiatan untuk mempublikasikan produk atau usaha, yang menyebabkan produk tidak dikenal lebih luas. Tanpa kegiatan pemasaran yang efektif, Rizky Snack kesulitan untuk menarik perhatian pasar, baik lokal maupun lebih luas. Selain itu, mitra usaha tidak memiliki kemampuan untuk membuat konten pemasaran yang menarik, seperti foto produk yang berkualitas, yang membuat promosi melalui media sosial menjadi kurang efektif. Belum lagi, Rizky Snack belum memiliki akun media sosial yang terkelola dengan baik, yang membatasi peluang untuk memperkenalkan produk secara online. Minimnya keterampilan dalam mengelola platform media sosial selain WhatsApp juga menghambat potensi usaha untuk menjangkau audiens yang lebih besar.



Gambar 2. Fishbone Analysis Rizky Snack

Secara keseluruhan, masalah utama yang ditemukan dalam Fishbone diagram adalah keterbatasan dalam kapasitas produksi, kekurangan keterampilan digital dalam pemasaran, dan tenaga kerja yang terbatas. Untuk mengatasi masalah ini, Rizky Snack perlu melakukan perbaikan dalam hal alat produksi, pelatihan keterampilan pemasaran digital, serta memperluas tenaga kerja agar usaha dapat berjalan lebih efisien dan mencapai pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pendampingan pada Rizky Snack, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan yang cukup signifikan, khususnya pada produk keripik

kecimping berbahan dasar singkong yang sudah dikenal di pasar lokal. Dengan pengalaman lebih dari 10 tahun dalam industri makanan, Rizky Snack telah mampu mempertahankan eksistensinya meskipun menghadapi berbagai tantangan. Namun, kelemahan utama yang ditemukan dalam analisis adalah ketergantungan yang tinggi pada pemasaran lokal yang terbatas, serta proses produksi yang masih dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan efisiensi produksi rendah dan kualitas produk yang tidak selalu konsisten. Selain itu, keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran digital dan keterbatasan modal untuk pembaruan peralatan produksi juga menjadi hambatan yang harus diatasi. Meskipun demikian, peluang yang terbuka cukup besar, terutama dengan adanya perkembangan teknologi digital dan e-commerce yang dapat membantu Rizky Snack untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan yang diberikan tentang pemasaran digital dan perbaikan alat produksi sederhana menjadi langkah strategis untuk membantu usaha ini mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan langkah-langkah tersebut, Rizky Snack memiliki potensi besar untuk berkembang lebih pesat dan memperluas jangkauan pasar. Namun, ancaman dari pesaing lokal yang semakin kuat dan fluktuasi harga bahan baku harus diwaspadai. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang matang dan keberlanjutan dalam pengembangan usaha ini.

SARAN

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat membantu Rizky Snack dalam mengatasi tantangan yang ada dan meningkatkan kualitas serta keberlanjutan usaha. Pertama, Rizky Snack harus mempercepat adopsi pemasaran digital untuk memperluas pasar. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan website, usaha ini dapat memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas dan lebih mudah diakses. Pemasaran digital tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memungkinkan Rizky Snack untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Kedua, untuk meningkatkan efisiensi produksi, Rizky Snack perlu melakukan investasi pada pembaruan alat produksi yang lebih modern. Dengan menggunakan alat yang lebih efisien, proses produksi dapat dipercepat dan kualitas produk akan lebih konsisten, mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual yang dapat menyebabkan ketidaksempurnaan. Ketiga, Rizky Snack sebaiknya melakukan riset pasar secara rutin untuk mengetahui preferensi konsumen yang terus berkembang. Melalui riset pasar ini, Rizky Snack dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasarannya dengan kebutuhan pasar, sekaligus berinovasi untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan permintaan konsumen. Keempat, untuk menghadapi ancaman dari pesaing lokal yang lebih kuat, Rizky Snack perlu mengembangkan strategi diferensiasi yang lebih menonjol, seperti mengedepankan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang lebih baik, serta penawaran produk dengan varian baru yang menarik. Terakhir, untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi kestabilan harga jual, Rizky Snack perlu melakukan perencanaan pengelolaan stok bahan baku yang lebih baik, serta menggali alternatif bahan baku yang lebih terjangkau dan berkualitas. Semua langkah ini diharapkan dapat membantu Rizky Snack tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran pelaksanaan program pendampingan ini. Terima kasih khusus kepada pemilik dan tim Rizky Snack yang telah memberikan kepercayaan untuk memberikan pelatihan serta solusi dalam pengembangan usaha mereka. Terima kasih juga kepada Pusat Pengembangan Usaha Kecil (PPUK) Universitas Prasetiya Mulya atas dukungan dan kerjasamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fisher, R., & Williams, D. (2020). Observational methodology for business improvement: Leveraging real-time insights in SMEs. *Journal of Business Research*, 53(2), 111-125.
- Ishikawa, K. (2019). *Guide to quality control*. Asian Productivity Organization.
- Johnson, M., & Scholes, K. (2018). *Exploring corporate strategy: Analysis, text and cases*. Prentice Hall.
- Mackness, M. I., Mackness, B., Durrington, P. N., Fogelman, A. M., Berliner, J., & Lusic, A. J. (2017). Paraoxonase and coronary heart disease. *Current Opinion in Lipidology*, 9, 319-324.
- Sudaryanto, T., & Kusumastuti, Y. D. (2021). The challenges of small and medium enterprises (SMEs) in the era of the COVID-19 pandemic. *Journal of Economic Development*, 9(3), 217-230.
- Wong, K., & Lin, C. (2019). Application of queuing theory in small and medium enterprises (SMEs) for improving operational efficiency. *International Journal of Operations and Production Management*, 39(7), 877-896.