



PENDAMPINGAN PEMAHAMAN KEKUATAN, PELUANG DAN PENDAPATAN PADA USAHA KERUPUK MARTABAK DI KATULISAN KASEMEN KOTA SERANG

Siti Fatonah¹, Syifa Nabilah², Ahmad Ridwan³

^{1,2,3} Universitas Bina Bangsa

E-mail: nesifa70@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari Pengabdian ini adalah untuk mengetahui kekuatan dari produk kerupuk martabak, untuk mengetahui peluang yang dimiliki kerupuk martabak, dan yang terakhir adalah untuk mengetahui pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan perhari dan perbulan kerupuk martabak di wilayah Katulisan Kasemen Kota Serang.

Metode Pengabdian ini menggunakan metode Pengabdian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dalam merumuskan suatu strategi pada sebuah produk dimana dengan analisis tersebut dapat diketahui secara maksimal kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dengan menekan tingkat kelemahan dan ancaman yang kemungkinan ada dalam setiap menjalankan usaha.

Hasil Pengabdian menunjukkan kekuatan (*strength*) kerupuk martabak yaitu produk dibuat dengan bahan yang berkualitas, sehat dan layak untuk dikonsumsi, kerupuk martabak berbeda dengan kerupuk jenis lain yaitu memiliki warna lebih gelap menyerupai garis disetiap sisinya, rasa krupuk martabak gurih, tekstur yang renyah dan cocok untuk segala suasana, warna krupuk martabak sangat familiar karena memiliki warna yang umum yaitu kuning kecoklatan, harga kerupuk martabak sangat terjangkau oleh semua kalangan dan bersaing dengan produk yang sama. Peluang (*Opportunities*) kerupuk martabak yaitu belum ada produk kerupuk martabak di luar kota Serang sehingga masih besar peluangnya jika memperluas pangsa pasar ke wilayah kabupaten Serang dan kabupaten lain di wilayah propinsi Banten, masih terbuka luas untuk membuka *reseller* karena produk masih diperoleh langsung dari produsen, harga masih relatif murah bila dibandingkan dengan produk kerupuk sejenis, peningkatan kapasitas produksi karena krupuk selalu habis dalam sehari. Pendapatan bersih yang diperoleh setiap harinya yaitu sebesar Rp. 490.000,-, dan pendapatan perbulannya dipotong libur yaitu sebesar Rp. 12.740.000,-

Kata kunci : Kekuatan, Peluang, Pendapatan bersih

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the strength of the martabak cracker product, to determine the opportunities possessed by the martabak cracker, and the last is to determine the net income obtained from daily and monthly sales of martabak crackers in the Katulisan Kasemen area of Serang City.

This research method uses qualitative research methods with a descriptive approach. The data collection techniques used observation, interview and documentation techniques. The analysis used is a SWOT analysis in formulating a strategy for a product where with this analysis it can be seen to the maximum extent the strengths, opportunities, weaknesses and threats by suppressing the level of weaknesses and threats that may exist in every business run.

The results show the strength (strength) of martabak crackers, namely the product is made with quality, healthy and suitable ingredients for consumption, martabak crackers are different from other types of crackers in that they have a darker color resembling a line on each side, the taste of martabak crackers is savory, the texture is crunchy and suitable for all situations, the color of martabak crackers is very familiar because it has a common color, namely brownish yellow, the price of martabak crackers is very affordable by all people and competes with the same product. Opportunities (Opportunities) for martabak crackers, namely there are no martabak cracker products outside the city of Serang, so there is still a big opportunity if you expand your market share to the Serang district and other districts in the Banten province, it is still wide open to open resellers because the products are still obtained directly from producers, the price is still relatively cheap when compared to similar cracker products, increasing production capacity because the crackers always run out in a day. The net income earned every day is Rp. 490,000,-, and the monthly income is deducted from holidays, which is Rp. 12.740.000,-

Keywords : *Strength, Opportunity, net income*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara berkembang yang mengalami perubahan dari negara agraris menjadi negara industri sehingga persaingan dalam memperebutkan pasar semakin ketat. Sektor industri merupakan salah satu sektor ekonomi yang sedang dikembangkan di Indonesia sebagai sektor penggerak kemajuan sektor ekonomi lainnya. Peran sektor industri dalam perekonomian dinilai sangat penting terutama dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Dalam praktiknya home industry memiliki peranan penting dalam membangun pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Perkembangan home industry atau usaha kecil di Indonesia meningkat pesat karena kegiatan ini merupakan salah satu wadah bagi masyarakat yang mampu tumbuh, berdiri, dan berkembang dengan menuangkan idenya dalam membangun sebuah usaha industry rumahan dimana dengan hadirnya kegiatan tersebut diharapkan dapat memperluas lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya. Selain itu, usaha rumahan juga merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang dapat mengurangi masalah kesenjangan antara golongan pendapatan dan antar pelaku usaha. Pada dasarnya ketentuan mengenai hukum persaingan usaha merupakan suatu jalan untuk memperkuat dan memperbaiki perekonomian di Indonesia persaingan yang cukup ketat salah satunya di bidang pangan diantaranya makanan ringan.

Pangsa pasar makanan ringan sangat terbuka luas karena dibutuhkan oleh semua kalangan. Berbagai macam jenis makanan ringan yang diproduksi dengan aneka rasa, kemasan, toping bahkan bentuk makanan ringan itu sendiri dibuat inovasi sedemikian rupa agar menarik perhatian pelanggan sekaligus memenangkan persaingan. Salah satu makanan ringan yang digemari oleh semua kalangan dan hampir setiap hari dan setiap keluarga pernah mengkonsumsinya dengan rasa gurih pas dibuat sebagai pelengkap makan nasi, baso atau hanya sekedar camilan biasa adalah kerupuk. Walaupun kerupuk sudah banyak sekali jenis dan ragamnya ternyata para

pelaku usaha masih terus mencari produk inovasi agar disukai pelanggan. Produk kerupuk adalah produk yang tidak pernah usang oleh jaman karena makanan ini cocok dinikmati disegala suasana.

Mengamati fenomena di atas, dicermati oleh seseorang yang pandai membaca peluang, sehingga hal tersebut dijadikan sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Adalah kerupuk martabak, sebuah produk makanan kecil hasil pemikiran dari seorang yang cerdas dalam membaca situasi sehingga jadi sebuah usaha rumahan yang memproduksi kerupuk yang dinamakan dengan kerupuk martabak. Usaha ini berdiri sejak tahun 2012. Awal mula ide kerupuk martabak ini datang dari sang pemilik yaitu Bapak Mihdar yang saat itu ikut kakak yang merupakan seorang penjual martabak. Jika madonan tidak habis dibuang, dan begitu seterusnya. Pada suatu saat ketika adonan martabak tidak habis pa Mihdar iseng memanfaatkan sisa adonan martabak yang tidak terjual, diberi bumbu kemudian diiris tipis dan dijemur setelah kering digoreng dan jadilah kerupuk. Kerupuk tersebut ternyata disukai tidak hanya oleh keluarganya tetapi juga oleh para tetangga akhirnya terfikir untuk membuat usaha kerupuk dengan nama “kerupuk martabak”. Pemilik usaha memanfaatkan modal dari tabungan pribadi untuk membuka usaha pembuatan kerupuk martabak yang diproduksi di rumah pribadi. Memiliki beberapa karyawan untuk memproduksi dan memasarkan produk kerupuk martabak tersebut karena saat itu proses produksi masih manual sehingga membutuhkan beberapa karyawan untuk proses produksinya.

Dalam kegiatan usaha kerupuk martabak di awal mengalami beberapa masalah yang menjadikan usaha ini berada pada posisi yang cukup sulit diantaranya adalah produk yang kurang dikenal dipasaran, selain itu sudah banyak jenis kerupuk beredar dan sudah terkenal di pasaran. Di sisi lain itu, belum terukur seberapa besar peluang pemasaran kerupuk martabak di kota Serang dan bagaimana cara memasarkannya. Ditambah lagi dengan kurang stabilnya harga bahan dasar

untuk membuat kerupuk martabak. Jika bahan dasar yang digunakan kurang berkualitas, maka hasil produksi kerupuk martabakpun kurang bagus dan rasanya kurang enak karena tidak sesuai standar bahannya. Belum lagi kendala dalam hal cuaca. Cuaca yang redup atau kurang sinar matahari sangat berpengaruh terhadap kualitas kerupuk martabak. Kerupuk yang kurang kering saat penjemuran berpengaruh terhadap hasil pengorengan yaitu kurang mekar secara maksimal.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif, Pengabdian kualitatif adalah Pengabdian yang berdasarkan pada filsafat positivisme untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiono, 2016). Metode pengumpulan data dalam Pengabdian ini menggunakan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Selain itu juga menggunakan triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data ini (Moleong, 2009). Proses pemeriksaan data dalam Pengabdian ini dilakukan dengan mengecek dan membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi dan data pelengkap lainnya. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2009), bahwa analisis SWOT adalah analisis yang berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk martabak turut hadir dalam rangka meramaikan persaingan usaha makanan ringan, walaupun sudah banyak di pasaran produk yang sejenis tetapi pemilik tidak gentar menghadapi produk-produk yang lebih dulu ada di pasaran. Hal ini karena produk kerupuk martabak memiliki beberapa kelebihan atau kekuatan jika dilihat berdasarkan analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

Kekuatan (*strength*) kerupuk martabak

1. Produk dibuat dengan bahan yang berkualitas, sehat dan layak untuk dikonsumsi.
2. Produk krupuk martabak berbeda dengan kerupuk jenis lain yaitu memiliki

warna lebih gelap menyerupai garis disetiap sisinya.

3. Rasa krupuk martabak gurih, tekstur yang renyah dan cocok untuk segala suasana.
4. Warna dari krupuk martabak sangat familiar karena memiliki warna yang umum yaitu kuning kecoklatan.
5. Harga kerupuk martabak sangat terjangkau oleh semua kalangan dan bersaing dengan produk yang sama.
6. Promosi masih untuk wilayah kota Serang. Pedagang eceran di beberapa rumah makan dan pedagang baso di jalan-jalan kota dan dan protokol yang tersebar di kota Serang.
7. Tempat hanya baru di Kp.Katulisan kec.Kasemen Kota Serang

Peluang (*Opportunities*) kerupuk martabak

Selain memiliki kekuatan, kerupuk martabak juga memiliki banyak peluang yang bisa dipergunakan dengan baik yaitu sebagai berikut:

1. Belum ada produk kerupuk martabak di luar kota Serang sehingga masih besar peluangnya jika memperluas pangsa pasar ke wilayah kabupaten Serang dan kabupaten lain di wilayah propinsi Banten.
2. Masih terbuka luas untuk membuka *reseller* karena produk masih diperoleh langsung dari produsen.
3. Harga masih relatif murah bila dibandingkan dengan produk kerupuk sejenis.
4. Peningkatan kapasitas produksi karena krupuk selalu habis dalam sehari. Jika ada pesanan diluar yang biasa produsen siap membuatkan pesanan.

Pendapatan

Proses pembuatan kerupuk martabak setiap harinya memerlukan beberapa bahan yang beragam yaitu mulai dari tepung tapioka, garam, penyedap rasa, bawang dan bumbu pelengkap lainnya. Adapun biaya untuk membeli semua bahan dasar tersebut adalah sebesar Rp. 700.000,- (tujuh ratus ribu rupiah). Biaya tenaga kerja 1 orang Rp. 70.000,- (tujuh puluh ribu rupiah) karena

sekarang alat pemotong sudah menggunakan mesin sehingga meringankan biaya produksi. Dari hasil pengolahan kerupuk martabak bahan dasar hingga jadi kerupuk martabak siap konsumsi sebanyak 12 bal. Harga jual 1 bal yaitu sebesar Rp. 100.000,- . jadi bila dalam satu hari menghasilkan 12 bal artinya dalam satu hari menghasilkan Rp.1.200.000,- (satu juta dua ratus ribu rupiah). Berarti keuntungan perharinya sebesar Rp.430.000,- (empat ratus tiga puluh ribu rupiah).

Selain kekuatan, dan peluang di atas usaha kerupuk martabak juga memiliki kelemahan sebagaimana usaha-usaha lain pada dasarnya tidak ada yang sempurna. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh usaha kerupuk martabak tersebut yaitu kemasan yang digunakan masih sangat sederhana hanya menggunakan plastik biasa yang rentan sobek dan menyebabkan kerupuk tidak renyah. Disisi lain promosi juga kurang maksimal karena hanya dari mulut ke mulut saja belum menggunakan media sosial. Jika dari sisi ancaman sejauh ini masih hanya dari produk kerupuk jenis lain yang sampai saat ini masih bisa ditanggulangi dengan tetap menjaga kualitas kerupuk martabak tersebut agar rasa dan kebersihannya tetap terjaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian dan pembahasan penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*strength*) kerupuk martabak yaitu produk dibuat dengan bahan yang berkualitas, sehat dan layak untuk dikonsumsi, krupuk martabak berbeda dengan kerupuk jenis lain yaitu memiliki warna lebih gelap menyerupai garis disetiap sisinya, rasa krupuk martabak gurih, tekstur yang renyah dan cocok untuk segala suasana, warna krupuk martabak sangat familiar karena memiliki warna yang umum yaitu kuning kecoklatan, harga kerupuk martabak sangat terjangkau oleh semua kalangan dan bersaing dengan produk yang sama.

2. Peluang (*Opportunities*) kerupuk martabak yaitu belum ada produk kerupuk martabak di luar kota Serang sehingga masih besar peluangnya jika memperluas pangsa pasar ke wilayah kabupaten Serang dan kabupaten lain di wilayah propinsi Banten, masih terbuka luas untuk membuka *reseller* karena produk masih diperoleh langsung dari produsen, harga masih relatif murah bila dibandingkan dengan produk kerupuk sejenis, peningkatan kapasitas produksi karena krupuk selalu habis dalam sehari

3. Pendapatan bersih yang diperoleh setiap harinya yaitu sebesar Rp. 490.000,-, dan pendapatan perbulannya dipotong libur yaitu sebesar Rp. 12.740.000,-

UCAPAN TERIMAKASIH

pada Pengabdian ini kami ucapkan terimakasih kepada Bapak Mihdar yang telah mendukung dan memberikan informasi-informasi yang bermanfaat, serta dosen pembimbing kami yang telah memberikan ilmu dan nasehatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asman, M.M, Drs. H. Nasir,. (2021). *Study Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Indramayu, Jawa Barat: Adab.
- Firli, Tengku Musfar, S.E;M.M;. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN: BAURAN PEMASARAN SEBAGAI MATERI POKOK DALAM MANAJEMEN PEMASARAN*. Bandung-Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.
- Jogiyanto (2005), *Analisis dan Desain informasi*, Yogyakarta, Andi.
- Kotler. Gary Armstrong, (2008). *principles of Marketing*, New jersey : Prentice Hall
- Kotler dan Armstrong, 2013, *Dasr-dasar Pemasaran*, Jakarta, Prenhalindo.
- Moleong 2009, *Metode Pengabdian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti Freddy 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis kasus- Integrated*

Siti Fatonah, Syifa Nabilah, Ahmad Ridwan

Pendampingan Pemahaman Kekuatan, Peluang dan Pendapatan pada Usaha Kerupuk Martabak di Katulisan Kasemen Kota Serang

DOI Artikel: doi.org/10.55883/jipam.v2i1.35

Marketing Communication, Jakarta, PT
Gramedia Utama

Sugiono, 2016, Metode Pengabdian Kuantitatif,

Kualitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta

Zeithaml dan Bitner, 2008: 48