



PENGEMBANGAN UMKM KERIPIK PEDAS MORANG MORENG SNACK MENJADI CAMILAN KEKINIAN

**Lilla Puji Lestari^{1*}, Khairil Anam², Setiawan³, Renny Nirwana Sari⁴
Khoirul Ngibad⁵, Mei Ayu Setyo Ningrum⁶, Indah Nur Aini⁷, Lailatun Ni'mah⁸,
Fahmi Arti Alima⁹, Firda Inayah¹⁰, Ica Elvina¹¹, Mochammad Machrudi
Zakaria¹², Robbi'ul Hamzah¹³**

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

lilla_puji_lestari@dosen.umaha.ac.id

ABSTRAK

UMKM yang bersedia menjadi mitra dalam rangka pendampingan dan pengembangan untuk itu kelompok 47 memilih produk makanan cemilan keripik pedas yang diproduksi Morang Moreng snack yang telah berjalan selama kurang lebih 3 tahun, dalam pengembangan kripi pedas Morang moreng dari hasil wawancara dan observasi yang kami lakukan di temukan permasalahan yang perlu dilakukan pendampingan agar lebih berkembang dan mudah dipasarkan di outlet resmi yang tersebar di seluruh Indonesia. Artikel bertujuan mendeskripsikan kegiatan kelompok 47 selama 1 bulan di Mitra Morang Moreng Snack. Pada metode pelaksanaan KKN-Tematik Kewirausahaan, kami melakukan survey awal melalui wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi masalah dan menentukan solusi. Hasil yang diperoleh dari pendampingan yang dilakukan kelompok 47 adalah Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk pengajuan proses sertifikasi halal, Rebranding kemasan produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok), pembuatan banner mitra, Pembuatan sistem otomatisasi di sosial media, pembuatan iklan di sosial media, pembuatan video promosi di sosial media, edukasi reseller dan akun produk D'lombok dan Mbok Yu.

Kata Kunci : NIB, Pemasaran Sosial Media, Branding Kemasan, Edukasi

1. PENDAHULUAN

Universitas Maarif Hasyim Latif pada tahun 2021 mengadakan pengabdian masyarakat melalui kuliah kerja nyata (KKN) yang bertemakan kewirausahaan. Di tengah pandemi Covid 19 dengan perekonomian yang sempat terguncang menyebabkan banyak pengusaha yang harus memutar ide agar tetap bertahan dengan kreativitas dan inovasi. Dalam kesempatan KKN ini sesuai dengan tema kewirausahaan maka akan dilakukan pendampingan dan pengabdian sebagai upaya menyelaraskan ilmu yang dipelajari di kampus dan permasalahan yang muncul di masyarakat (Saharuddin et al., 2019).

Langkah pertama melakukan survey awal dengan memilih sasaran yaitu UMKM yang bersedia menjadi mitra dalam rangka pendampingan dan pengembangan untuk itu kelompok kami memilih produk makanan cemilan keripik pedas yang diproduksi Morang Moreng snack yang telah berjalan selama kurang lebih 3 tahun, pemilik usaha tersebut merupakan alumni Universitas Maarif Hasyim Latif yang pernah mendapat dana hibah serta mendapatkan pelatihan dari pemerintah sebagai usaha kreatif.

Dalam pengembangan kripik pedas Morang moreng dari hasil wawancara dan observasi yang kami lakukan di temukan permasalahan yang perlu dilakukan pendampingan agar lebih berkembang dan mudah dipasarkan di outlet resmi yang tersebar di seluruh Indonesia, yaitu pendampingan pengurusan NIB dan sertifikasi halal, selain itu ada varian baru yang ingin dikembangkan oleh pemilik usaha yaitu varian kripik yang telah di beri merk Mbok Yu, dan D' Lombok yang memiliki segmen pasar sendiri (Rosalina et al., 2016).

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Optimasi Pemasaran produk turunan morang moreng snack didesa krembangan dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober 2021. Mitra yang digunakan sebagai target pengabdian ini adalah Wirausaha yang termasuk kedalam UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah), mitra tersebut memiliki kendala pada strategi pemasaran. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini antara lain metode diskusi pendampingan, pemasaran. Sebelum kegiatan dimulai tim KKN kelompok 47 melakukan persiapan yang meliputi koordinasi dengan mitra usaha.

Tim KKN kelompok 47 melakukan pendampingan tentang pemasaran online melalui media sosial. Kemudian tim memberikan kesempatan pada mitra usaha untuk bertanya apabila masih ada hal yang belum dipahami tentang strategi pemasaran sehingga terjadi diskusi dengan tim kelompok 47. Pendampingan dan pemantauan mitra usahadilakukan selama satu minggu untuk mengevaluasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat (Kurnia et al., 2020).

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

KKN Kelompok 47 dilaksanakan pada tanggal 6 September 2021 di mitra Snack Morang Moreng tepatnya Kav. Gg Surya, Jenek Kulon Rt.7 Rw.2 Desa Krembangan Kec. Taman.

A. Persiapan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kegiatannya di mulai dengan melakukan survei tempat usaha untuk melakukan tahap penyusunan rencana program kerja. Kegiatan survei ini dilakukan guna untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di tempat usaha mitra, selanjutnya dapat dicarikan solusinya dengan kegiatan program kerja pengabdian masyarakat.

B. Pelaksanaan

Pelaksanaan untuk program kerja KKNT-KK sasaran pengabdian masyarakat yakni kepada seorang wirausahawan Keripik morang moreng yang tempat usaha tersebut di Desa Krembangan Taman Sidoarjo. Kelompok kami memilih itu di karenakan salah satu anggota kelompok kami melaksanakan praktek kerja lapangan dan pemilik usaha keripik morang moreng tersebut merupakan alumni universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo. Program kerja tersebut termasuk dalam tema yang di susun oleh kampus kami. Usaha ekonomi mandiri tersebut terdampak pandemi covid-19. Pelaksanaan pengabdian ini tentu saja melibatkan beberapa pihak. Program kerja ini melibatkan pemilik usaha sebagai wadah diskusi.

C. Monitoring

Tabel 1. Jadwal dan Tempat Kegiatan

No	Waktu	Tempat	Kegiatan
1	Minggu Ke-1	Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo	- Menentukan Mitra KKN-Tematik Kewirausahaan
2.	Minggu Ke-2	- Kav.Gg Surya, Jenek Kulon Rt.7Rw.2 Desa Krembangan Kec. Taman. (UMKM Morang Moreng Snack) - Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo	- Wawancara dengan mitra mengenai kendala yang dialami sebelum pendampingan KKN-T Kewirausahaan - Menentukan Program kerja yang menjadi solusi dari kendala yang dialami mitra dari aspek produksi, pemasaran dan ketenagakerjaan.
3.	Minggu ke-3	- Kav.Gg Surya, Jenek Kulon Rt.7 Rw.2 Desa Krembangan Kec. Taman. (UMKM Morang Moreng Snack)	- Melaksanakan Program Kerja KKN-T Kewirausahaan yang meliputi aspek produksi, pemasaran, dan ketenagakerjaan.
4.	Minggu ke-4	- Universitas Maarif Hasyim Latif	- Penulisan Laporan Akhir dan Artikel sebagai luaran dari kegiatan KKN-T Kewirausahaan.

D. Evaluasi

Dalam pelaksanaan kegiatan KKN secara garis besar dapat berjalan dengan baik. Dalam program kerja tersebut kami melakukan proses evaluasi program KKN- Tematik Kewirausahaan diantaranya model kemasan produk yang telah dipasarkan, rebranding kemasan produk, dan daya tarik konsumen terhadap produk yang telah mitra jual.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

1. Dalam pelaksanaan KKN-Tematik Kewirausahaan, kami melakukan survey awal melalui wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi masalah dan menentukan solusi.
2. Survey dilakukan oleh tim kelompok 47 pada tanggal 09 September 2021 pukul 17.00 sampai dengan 18.30 di Kav. Gg Surya, Jenek Kulon Rt.7 Rw.2 Desa Krembangan Kec. Taman. Narasumber yang pertama kali kami temui yaitu owner dari produk morang moreng, dengan persetujuannya menjadi mitra kami dan melakukan wawancara untuk mendapatkan permasalahan yang akan kami lakukan analisis melalui SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat).
3. KKN yang kami laksanakan selama 1 bulan ini berlatar belakang mahasiswa Fikes, Manajemen, DKV dan Akuntansi sehingga hasil dari KKN ini dapat berupa Video yang akan ditayangkan di youtube, artikel yang terbit di jurnal pengabdian masyarakat tentang bagaimana proses pendampingan sertifikasi halal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dengan salah satu pemilik usaha ekonomi mandiri keripik morang moreng di desa krembangan, kecamatan taman, kabupaten sidoarjo. Wawancara ini diselenggarakan sesuai waktu yang sudah ditentukan oleh kelompok kkn 47, yang melibatkan pemilik usaha keripik morang - moreng , dosen pembimbing lapangan dan anggota kelompok kkn 47.

1. Program-program KKNT-Kewirausahaan yang telah dilaksanakan yang disertai dengan foto-foto kegiatan.

a) Aspek Produksi.

- Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk pengajuan prosesertifikasi halal.



Gambar 1. Serah terima NIB ke Mitra

- Rebranding kemasan produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok).
Kemasan produk memiliki fungsi sebagai wadah produk, selain itu kemasan juga memiliki fungsi sebagai identitas suatu produk. Titik Wijayanti mengatakan pengemasan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada didalamnya. Kemasan yang menarik daya beli konsumen menjadi nilai tambah produk itu sendiri. Hal ini yang menjadi salah satu sasaran program kerja kelompok 47 untuk membantu mitra meningkatkan nilai minat penjualan produk.



Gambar 2. Desain kemasan sebelum rebranding



Gambar 3. Desain kemasan setelah rebranding

- Pembuatan banner mitra.



Gambar 4. Pemasangan banner mitra.

b) Aspek Pemasaran.

- Pembuatan sistem otomatisasi di sosial media.



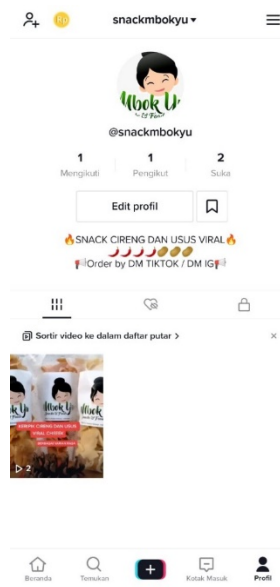
Gambar 5. Sistem otomatisasi di media social

- Pembuatan iklan di sosial media.



Gambar 6. Pengambilan gambar untuk iklan di Media Sosia

- Pembuatan video promosi di sosial media.



Gambar 7. Pembuatan akun Tik Tok

c) Aspek Ketenagakerjaan.

- Edukasi pengembangan akun produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok).



Gambar 8. Wawancara dengan karyawan mitra

- Edukasi terhadap reseller.



Gambar 9. Edukasi dengan Reseller

2. Dampak hasil program KKNT-Kewirausahaan.

- Pengetahuan meningkat.
- Dengan adanya program KKNT-Kewirausahaan dari kelompok 47 mitra mendapatkan pengetahuan tambahan berupa edukasi mengenai pengembangan akun, edukasi terhadap reseller dan lain sebagainya.
- Keterampilannya meningkat.
- Dengan adanya edukasi dari kelompok 47 mengenai time management sehingga membuat keterampilan dari pegawai mitra khususnya admin mengalami peningkatan dan di terapkan dalam kegiatan sehari-hari.
- Kualitas produknya meningkat.
- Kelompok 47 melakukan rebranding pada produk turunan yakni Mbok Yu dan D'Lombok menjadikan produk lebih menarik dari sebelumnya sehingga

meningkatkan kualitas dari segi kemasan produk turunan tersebut.

- Jumlah produknya meningkat (Peningkatan Produk).
 - Dengan adanya KKNT-Kewirausahaan dari kelompok 47, penjualan pada khususnya produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok) mengalami peningkatan yang signifikan dari sebelumnya sehingga mempengaruhi jumlah produksi dari mitra khususnya produk turunan.
 - Kapasitas produksi meningkat.
 - Dengan di bantu kelompok 47 melalui KKNT-Kewirausahaan melalui promosi media sosia dan promosi lainnya menjadikan penjualan mengalami peningkatan
 - yang tentunya mempengaruhi dari kapasitas produksi yang mengalami peningkatan.
 - Jumlah omsetnya meningkat.
 - Dengan dibantu dibidang pemasarannya oleh kelompok 47 penjualan mitra mengalami peningkatan yang tentunya berpengaruh pada naiknya omset yang diterima oleh mitra.
3. Program KKNT-Kewirausahaan yang tidak terlaksana atau kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program.
Kendala yang dihadapi selama kurang lebih 1 bulan bersama mitra yakni dari segi kepengurusan sertifikasi halal yaitu terkendala dalam hal penyelia sertifikasi halal sehingga pembuatan sertifikat halal menjadi terhambat.
4. Solusi dari program yang tidak terlaksana atau adanya kendala-kendala dalam program KKNT-Kewirausahaan.
Solusi dari kendala yang dihadapi mitra yakni dengan mengikuti program pelatihan penyelia sertifikasi halal yang akan diadakan oleh LPPOM MUI JATIM pada tanggal 25 s/d 27 Oktober 2021 untuk selanjutnya agar dapat memenuhi persyaratan-persyaratan dalam memperoleh sertifikasi halal nantinya.
5. Keberlanjutan atau rekomendasi program kegiatan.
- a) Aspek Produksi.
- Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk pengajuan proses sertifikasi halal.
Keberlanjutan dari program sertifikasi halal masih terus berjalan, setelah kepengurusan NIB (Nomor Induk Berusaha) yang telah dikantongi oleh mitra yang merupakan salah satu persyaratan dalam kepengurusan sertifikasi halal langkah selanjutnya yakni mitra mengikuti program pelatihan penyelia sertifikasi halal yang akan diadakan pada tanggal 25 s/d 27 Oktober 2021.
 - Branding kemasan produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok).
Dalam hal branding kemasan, program kegiatan yang dilakukan kelompok 47 untuk mitra yakni melakukan rebranding khususnya produk turunan, dengan menciptakan kemasan-kemasan yang baru dan menarik untuk

membuat konsumen tertarik terhadap produk yang terbilang baru ini. Setelah rebranding kelompok 47 melakukan pencetakan terhadap kemasan produk turunan ini untuk selanjutnya diberikan kepada mitra.

- Pembuatan banner mitra.
Keberlanjutan dari pembuatan banner mitra yakni pemasangan banner baru yang merupakan desain dari kelompok 47. Selain desainnya yang dibuat lebih menarik banner juga dibuat lebih besar dari sebelumnya dan peletakannya diubah agar lebih strategis dan memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi dari mitra.

b) Aspek Pemasaran.

- Pembuatan sistem otomatisasi di sosial media
Rekomendasi program kegiatan dari kelompok 47 adalah melakukan pendampingan dan edukasi dengan melakukan rekomendasi sistem otomatisasi tanya jawab terhadap pelanggan. Dalam hal keberlanjutan dari program kegiatan ini diterapkan ketika diluar jam operasional kerja, agar pelanggan tidak merasa diabaikan ketika atau akan melakukan pemesanan meskipun diluar jam operasional kerja.
- Pembuatan iklan di sosial media.
Untuk pembuatan iklan di sosial media program kegiatann yang dilakukan kelompok 47 yakni membuat iklan-iklan produk di media sosial seperti whatsapp, instagram dan tiktok. Keberlanjutan dari program kegiatan ini adalah dengan terciptanya akun-akun baru khususnya produk turunan, diharapkan program pengiklanan di sosial media dapat terus berlanjut.
- Pembuatan video di sosial media.
Dalam hal ini, program kegiatan yang dilakukan oleh kelompok 47 yakni pembuatan video di akun media tiktok. Dimulai dengan membuat video promosi turunan yakni Mbok Yu dan D'Lombok, keberlanjutan program kegiatan ini yakni dengan melanjutkan memposting video-video yang dapat menarik perhatian dari customer.

c) Aspek Ketenagakerjaan.

- Edukasi pengembangan akun produk turunan (Mbok Yu dan D'Lombok)
Keberlanjutan dari pengembangan akun produk turunan yakni adminselaku yang mengoperasikan akun-akun terkait dapat melakukan promosi atau penguploadan konten-konten pada jam-jam tertentu untuk menarik minat dari customer, seperti yang di edukasikan oleh kelompok 47 untuk pengaturan time management yang baik.
- Edukasi terhadap reseller.
Keberlanjutan dari edukasi terhadap reseller yakni pembuatan grup chat dimana anggotanya yakni para reseller, agar mitra dengan mudah menyebar luaskan informasi, baik itu mengenai produknya maupun info- info baru terkait produk.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan :

- a) Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKNT-Kewirausahaan menggunakan teori, pelatihan dan praktek lapangan.
- b) Dampak dari kegiatan yang dilaksanakan yakni mitra memperoleh NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai salah satu persyaratan dari pengajuan Sertifikasi Halal.
- c) Dari pendampingan yang dilakukan oleh KKN kelompok 47 mitra dapat memasarkan produknya dengan baik di sosial media serta memperoleh inovasi-inovasi baru dalam hal branding kemasan produk.
- d) Dari edukasi yang telah dilaksanakan, mitra memperoleh ilmu dalam pengembangan akun sosial media dan juga memperoleh solusi terhadap permasalahan reseller.

Saran :

Dengan adanya pendampingan dari kelompok KKNT-Kewirausahaan diharapkan program-program yang telah diaplikasikan selama kegiatan KKN dapat terus dijalankan oleh mitra dan mendapatkan respon positif dari konsumen.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kelompok 47 KKN-T Kewirausahaan Universitas Maarif Hasyim Latif mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat, direktur penelitian Universitas Hasyim Latif yang telah memberikan pembekalan selama KKN-T Kewirausahaan berlangsung, dosen Pendamping Lapangan yang telah mendampingi kegiatan KKN-T Kewirausahaan, serta pemilik UMKM Morang – Moreng Snack yang bersedia menjadi mitra untuk kelompok 47 KKN-T Kewirausahaan Universitas Maarif Hasyim Latif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurnia, M., Jaya, I., Jalil, A. R., Arya, N., & Amin, S. (2020). KKN Tematik Pemberdayaan Masyarakat melalui Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat Di Kecamatan Pulau Sembilan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin*, 1(1), 1–9. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jpmh/article/view/9579>
- Rosalina, E., Agustina, D., & Vehtasvili, V. (2016). PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT DESA BETUMPANG KECAMATAN PULAU BESAR KABUPATEN BANGKA SELATAN PROVINSI KEP. BANGKA BELITUNG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 3(1).
- Saharuddin, A., Wijaya, T., Elihami, E., & Ibrahim, I. (2019). Literation of Education and Innovation Business Engineering Technology. *Ummapul.E-Journal.Id*, 1, 1–8. <https://ummapul.e-journal.id/JENFOL/article/view/186>