

Peningkatan Pengelolaan Manajemen, Pemasaran dan Teknologi serta Produksi Usaha Ayam Goreng Jeng Sri Di Plasa, Kuta, Badung, Bali

¹Eko Sulistyo, ²I Wayan Ruspendi Junaedi, dan ³Putu Aristya Adi Wasita

^{1,2,1} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

³ Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

*Email: ekosulistyo@undhirabali.ac.id, ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id, dan aris@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Ayam Goreng Jeng Sri terletak Jl. Majapahit no. 37, Desa Plasa, Kecamatan Kuta, Provinsi Bali. Dari hasil pengamatan pada kelompok ini diketahui bahwa belum menerapkan manajemen pengelolaan dan pemasaran yang profesional. Pada pemasaran, pelaporan keuangan belum menggunakan teknologi secara maksimal serta produksinya. Akibatnya, kelompok mitra belum berkembang secara maksimal sehingga omzet penjualannya relatif masih kecil. Berdasarkan hasil sosialisasi tentang program PKM ini, maka kelompok mitra mengajak tim dari Universitas Dhyana Pura untuk membantu mereka dalam hal transfer Ipteks guna mengatasi masalah yang dihadapi diatas. Dalam menyelesaikan masalah di atas, maka solusinya adalah memberikan pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan tentang manajemen pengelolaan dan pemasaran, penggunaan teknologi, laporan keuangan serta produksi. Target program ini bersifat aktual untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan kelompok usaha Ayam Goreng Jeng Sri semakin lebih baik. Dalam rangka keberlanjutan program PKM ini, maka tim melakukan evaluasi serta monitoring secara berkala terhadap kelompok mitra tersebut. Sehingga omzet penjualan semakin meningkat, dan memberikan inspirasi kepada masyarakat untuk berwirausaha sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Kata kunci: ayam goreng jeng sri, diversifikasi, pemasaran, pendampingan, teknologi.

ABSTRACT

Jeng Sri Fried Chicken is located on Jl. Majapahit no. 37, Plasa Village, Kuta Subdistrict, Bali Province. From the results of observations in this group it is known that it has not implemented professional management and marketing management and only one product is fried chicken. In marketing and financial reporting has not used technology to the fullest. In the process of making and presenting Fried Chicken, Jeng Sri pays little attention to consumer ethics and behavior and there is no idea of product differentiation. As a result, the group of partners has not developed optimally so that the sales turnover is relatively small. Based on the results of socialization about this PKM program, the group wants the team from Dhyana Pura University to be willing to help them to transfer science and technology in order to overcome the problems faced so far and provide diversification of new products. In solving the above problems, the solution is to provide assistance, counseling, and training on management and marketing management, use of technology, financial statements and diversification of products such as making Meatballs, Chicken Noodles and Pork Baley. The target of this program is actual to increase the knowledge and insight of the Fried Chicken business group, Jeng Sri is getting better. In the framework of the sustainability of this PKM program, the team conducts periodic evaluation and monitoring of the partner group. So that sales turnover is increasing, and provides inspiration to the community to entrepreneurship so as to improve the welfare of the surrounding community.

Keywords: *fried chicken jeng sri, diversification, marketing, mentoring, and technology.*

PENDAHULUAN

Kendati ayam goreng sudah lama dikenal oleh masyarakat, namun ayam goreng Jeng Sri merupakan varian baru yang berbeda dengan ayam goreng pada umumnya. Keunikan ayam goreng Jeng Sri terletak pada rasa, bentuk, dan racikan bumbunya yang lezat sehingga menggugah selera konsumen. Ayam goreng Jeng Sri memiliki cita rasa yang tinggi sesuai level kepedasannya. Industri rumah tangga ayam goreng Jeng Sri ini terletak di Desa Plaza, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Provinsi Bali.

Usaha ayam goreng Jeng Sri diketuai oleh Ni Wayan Sri Wahyuningsih alias Sri. Kelompok usaha ayam goreng Jeng Sri sudah berdiri sekitar satu tahun lalu yang beranggotakan tiga orang. Usaha ini masih mengerjakan secara konvensional serta belum menerapkan manajemen pengelolaan dan pemasaran yang profesional selama ini. Proses pembuatan ayam goreng Jeng Sri diawali dengan pembelian daging ayam, kemudian *diungkep* (dimasak) untuk mendapatkan rasa gurihnya. Selain itu, untuk mengunkekan menggunakan cabai, bawang merah, saus, kecap, serta beberapa bumbu pelengkap lainnya. Bahan baku ayam goreng menggunakan ayam dan bumbu. Proses pembuatan ayam goreng Jeng Sri masih menggunakan alat sederhana serta kurang memperhatikan higienitas.

Proses pembuatan ayam goreng Jeng Sri membutuhkan waktu sekitar 10-15 menit/porsinya. Waktu yang cukup lama ini sangat mengganggu kenyamanan konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama karena semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, maka semakin banyak konsumen yang loyal (Primayani & Reonningrat, 2015: 157). Dengan memberikan kepuasan dan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, maka semakin meningkatkan omzet penjualan.

Kendala yang dihadapi oleh kelompok usaha ayam goreng Jeng Sri selama ini adalah belum menggunakan teknologi tepat guna secara maksimal, manajemen pengelolaan dan pemasaran yang kurang profesional, serta penyajiannya masih bersifat rumahan. Sumber daya manusia yang profesional merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja

dalam industri rumah tangga seperti usaha ayam goreng Jeng Sri ini (Leovani, 2016). Omzet penjualan yang relatif kecil disebabkan tidak ada transfer teknologi yang optimal (Hapsari dan Prakoso, 2016). Akibatnya, setiap porsi ayam goreng Jeng Sri membutuhkan waktu yang cukup lama.

Potensi pengembangan usaha ayam goreng Jeng Sri di daerah ini sangat besar. Letak lokasi kelompok mitra ini sangat strategis karena kawasan padat penduduk, terdapat SD-SMP, serta jalur menuju pantai Kuta. Menurut Gunawan dan Suprpti (2015: 75) bahwa faktor demografi dapat mempengaruhi tingkah laku konsumen pada suatu produk, begitu pula pada sikap dan kesediaan konsumen untuk membayar. Hal ini sejalan dengan pendapat J. Barsky and L. Nash (Andimarjoko dan Wiharto, 2014: 38) menyatakan bahwa *understanding customers emotional responses to a product or service in crucial for service businesses these responses affect customers' purchase decisions*.

Lokasi yang sangat strategis ini menunjukkan adanya potensi pasar yang terbuka lebar jika dikelola secara maksimal. Ada tiga faktor yang mempengaruhi sikap terhadap lingkungan, yaitu faktor kepribadian, demografis, dan sistem nilai (Djumaty, 2015). Ketiga faktor sangat mempengaruhi pengembangan ayam goreng Jeng Sri pada daerah ini. Akan tetapi, kelompok usaha ini hanya mampu melayani pesanan masyarakat dengan jumlah terbatas selama ini. Apabila ada acara ulang tahun atau event yang sifatnya mendadak maka terpaksa ditolak karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), modal, dan alat yang masih sederhana tersebut.

Apabila kelompok UKM ini menggunakan teknologi tepat guna secara maksimal dan menerapkan manajemen pengelolaan serta pemasaran secara profesional maka dapat meningkatkan omzet penjualan ayam goreng Jeng Sri sekitar 2-3 kali lipat. Berdasarkan analisis ini maka dapat diprediksi bahwa omzet penjualan kelompok Ni Wayan Sri Wahyuningsih bisa mencapai Rp. 20.000.000/bulan atau Rp. 240.000.000/tahun. Apabila tidak ada solusi penyelesaiannya, maka kelompok usaha ayam goreng Jeng Sri ini memiliki potensi

kehilangan pendapatan sekitar Rp 12.000.000-15.000.000/bulan. Oleh sebab itu, solusi untuk mengatasi masalah kelompok usaha ini yaitu memberikan pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan tentang manajemen, pemasaran, dan penggunaan teknologi tepat guna, serta menyajikan ayam goreng Jeng Sri secara modern, sehingga memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumen.

Dengan adanya industri rumah tangga ayam goreng Jeng Sri di Desa Plaza maka masyarakat dapat mengurangi mengkonsumsi Daging Sapi atau daging Babi. Peralihan pola konsumsi ke jenis lain dapat menambahkan keberlanjutan kehidupan manusia di dunia ini (Atmoko dan Among, 2016). Apalagi akhir-akhir ini anggota masyarakat sangat sulit mendapatkan daging serta harganya semakin tinggi. Selain itu, usaha ayam goreng Jeng Sri berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi kelompok usaha ini serta masyarakat di sekitarnya. Oleh sebab itu, kelompok usaha ini menginginkan agar mendapatkan pendampingan dan pelatihan secara khusus agar mereka mampu menggunakan teknologi tepat guna secara maksimal, menerapkan manajemen usaha yang profesional, memberikan kepuasan kepada konsumen, serta mampu menjaga kuantitas dan kualitas produk ayam goreng Jeng Sri tersebut..

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Solusi permasalahan mitra disepakati untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan antara lain:

1. Memberi pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan kepada wirausaha baru ini agar mampu menggunakan teknologi tepat guna dalam penggilingan cabai, dan pengirisan bawang.
2. Memberikan pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan manajemen yang profesional.
3. Memberikan pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan dalam pemasaran produk ayam goreng, Jeng Sri secara benar dengan menggunakan internet dan media cetak dan media sosial (FB, IG dan Line) serta memasukan ke sistem aplikasi Go

Food (atau *Grab food*) serta membelikan fasilitas wifi untuk warung.

Target Luaran

Program kemitraan kepada masyarakat industri rumah tangga Ayam Goreng Jeng Sri terhadap kelompok Ni Wayan Sri Wahyuningsih di Desa Plaza, Kabupaten Badung; memiliki target luaran sebagaimana tertuang di bawah ini:

1. Mempercepat produksi serta meningkatkan kualitas Ayam Goreng yang digunakan untuk campuran Bumbu. Dengan memberikan bantuan 1 set *mixer*.
2. Meningkatkan pelayanan yang maksimal kepada konsumen sesuai etika dan budaya serta yang maksimal kepada konsumen sesuai etika dan budaya serta meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Mampu meningkatkan pemasaran melalui internet dan media cetak dan media sosial, Go Jek serta Grab dapat meningkatkan jumlah konsumen dan omzet penjualan Ayam Goreng Jeng Sri.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Program Kemitraan Masyarakat ini dilaksanakan pada industri rumah tangga Ayam Goreng Jeng Sri kelompok Ni Wayan Sri Wahyuningsih di Desa Plaza, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Program pengabdian kepada masyarakat terhadap kelompok usaha ini merupakan sebuah program yang bersifat aktual dalam rangka peningkatan pengetahuan serta wawasan kelompok usaha Ayam Goreng Jeng Sri tersebut. Oleh sebab itu, beberapa langkah untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini, yaitu:

1. Permasalahan dalam bidang produksi. Memberikan pendampingan dan pelatihan penggunaan teknologi tepat guna (*Mixer*) yaitu Penggilingan cabe, sehingga kuantitas dan kualitas produk meningkat.
2. Permasalahan dalam bidang manajemen. Memberikan pendampingan dan pelatihan dalam pengembangan usaha Ayam Goreng Jeng Sri serta pemahaman tentang etika dan budaya konsumen. Dengan manajemen yang profesional dan pemahaman etika serta budaya, maka dapat meningkatkan minat konsumsi

konsumen terhadap Ayam Goreng Jeng Sri tersebut. Membuat laporan keuangan sederhana, sehingga biaya produksi, hasil penjualan, dan keuntungan dapat diaudit secara cepat dan transparan.

3. Permasalahan dalam bidang pemasaran. Memberikan pendampingan dan pelatihan dalam memasarkan Ayam Goreng Jeng Sri secara benar dengan menggunakan internet, media cetak, Media social (FB, IG, Line) dan sistem aplikasi Go Jek dan Grab. Disamping itu juga membelikan fasilitas *wifi* di warung bagi para konsumen yang berbelanja sehingga bisa betah di sana dan memperbarui menu melalui aplikasi. Dengan penggunaan metode pemasaran seperti ini dapat mempercepat anggota masyarakat mengetahui lokasi dan keistimewaan dari produk yang dipasarkan, sehingga jumlah konsumen semakin banyak dan omzet penjualan pun pasti meningkat.

Dalam mencapai tujuan program ini, maka rancangan yang sesuai untuk digunakan adalah *Rural Rapid Appraisal* dan *Participant Rapid Appraisal* (RRA dan PRA). Pelaksanaan program ini tetap mengacu pada pola sinergisitas antara kelompok mitra, tenaga pakar dan praktisi dari Universitas Dhyana Pura. Oleh sebab itu, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan terciptanya iklim kerja sama yang kolaboratif serta demokratis dalam dimensi mutualis antara dunia perguruan tinggi dengan kelompok usaha Ayam Goreng Jeng Sri maupun masyarakat di sekitarnya.

Kehadiran Ayam Goreng Jeng Sri dapat dijadikan sebagai salah satu sumber bahan daging. Kelompok usaha Ayam Goreng Jeng Sri ini dapat memberikan kontribusi positif bagi generasi muda untuk menjadi wirausaha baru dalam berbagai bidang kegiatan usaha, sehingga tercipta wirausaha muda yang semakin banyak di Desa Plaza. Berdasarkan uraian di atas, maka program ini merupakan sebuah langkah inovatif dan produktif yang sejalan dengan Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, PKM ini bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Kecamatan Kuta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan Kegiatan program kemitraan kepada masyarakat kelompok usaha Ayam Goreng, Jeng Sri dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu:

1. Kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari Undhira. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara klasikal dengan menghadirkan peserta dalam suasana "*kelas belajar*". Target awal sosialisasi ini adalah setiap kelompok mendapatkan pemahaman tentang program ini, sehingga mereka berkeinginan menerima program ini.



Gambar 1. Sosialisasi tim pengabdian ke mitra

2. Kegiatan pelatihan penggunaan teknologi. Setiap kelompok mitra mendapatkan bantuan alat Blender dan Penggilingan Daging, kemudian dilatih oleh tim dan pakar dari Undhira tentang cara penyajian makanan tersebut. Setiap kelompok dilatih sampai bisa serta dievaluasi. Disamping itu juga di ajarkan membuat Mie ayam dan bakso sebagai diversifikasi produk.





Gambar 2. Pelatihan membuat bakso dan mie ayam (diversifikasi produk)

3. Kegiatan pelatihan manajemen. Kegiatan pelatihan dilakukan oleh tim dan tenaga pakar dari Undhira. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk menerapkan manajemen yang profesional serta memperhatikan etika dan perilaku konsumen pada saat menyajikan produk Ayam Goreng Jeng Sri ini. Setiap kelompok dilatih untuk menggunakan Blender dan Penggilingan daging sehingga lebih cepat dalam penggilingan bumbu yang akhirnya cepat menyajikan makanan ayam goreng Jeng Sri, disamping itu juga dalam membuat laporan keuangan juga dibantu, sehingga datanya valid dan transparan.



Gambar 3. Serah terima alat

4. Kegiatan pelatihan pemasaran. Dalam meningkatkan omzet penjualan, maka diperlukan pelatihan tentang pemasaran melalui internet, media cetak, media social (FB, IG, Line) dan memasukan ayam goreng ke sistem aplikasi Go Jek dan Grab. Disamping itu juga menyediakan fasilitas wifi di warung tersebut. Semakin banyak promosi, maka masyarakat banyak yang mengkonsumsi ayam goreng Jeng Sri tersebut.



Gambar 4. Pelatihan pemasaran

Setiap kelompok usaha Ayam Goreng Jeng Sri berpartisipasi dalam menyiapkan tempat untuk kegiatan sosialisasi maupun pelatihan program ini. Selain itu, selama sosialisasi dan pelatihan berlangsung konsumsi disediakan oleh kelompok mitra sebagai bentuk kontribusi nyata bahwa program ini sangat mereka butuhkan untuk meningkatkan produktivitas dan omzet penjualan.

Dalam rangka keberlanjutan program ini maka setiap kelompok usaha mitra ini terus meningkatkan produktivitasnya serta mengajar kelompok usaha yang sejenis atau pun berbeda agar mendapatkan pengetahuan dalam mengelola usahanya secara profesional. Dengan demikian, program ini dapat

menciptakan lebih banyak wirausaha baru di desa ini secara khusus dan wilayah Bali secara keseluruhan.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan tentang manajemen pengelolaan dan pemasaran, penggunaan teknologi, laporan keuangan serta diversifikasi produk seperti membuat pentol bakso, mie ayam dan *pork belly*. Target program ini bersifat aktual untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan kelompok usaha ayam goreng, Jeng Sri semakin lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPPM Universitas Dhyana Pura yang telah mendanai pengabdian kami tahun 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Andimarjoko, P. dan Wiharto, B. 2014. The effects and importance of authenticity: A studi on Indonesian and Thai restaurant in Prague. Dalam *Jurnal of Business and Entrepreneurship*. 2 (3): 36-52.
- Atmanto, A.M. 2014. Efektifitas iklan pada situs jejaring sosial (sebuah studi pada situs facebook.com). Dalam *Jurnal of Business and Entrepreneurship*. 2 (3): 17-35.
- Atmoko, W.B. dan Among, N. 2016. Sustainability consumption: Perubahan perilaku mengkonsumsi daging. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. XIX (2): hlm. 249-267.
- Djumaty, B.L. 2015. Dari “ya” menjadi “tidak” studi tentang persepsi dan sikap masyarakat Desa Idamdehe terhadap rencana pembangunan PLTP di Idamdehe dan Idamdehe Gamsungi. Dalam *Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin “Kritis”*. XXIV (1): hlm. 21-39.
- Gunawan, K.Y.I. dan Suprapti, N.W.S. 2015. Peran pendapatan dalam memoderasi pengaruh sikap pada kesediaan membayar produk ramah lingkungan. Dalam *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. 9 (1): hlm. 74-82.
- Hapsari, R.D. dan Prakoso, I. 2016. Penanaman modal dan pertumbuhan ekonomi tingkat provinsi di Indonesia. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. XIX (2): 210-227.
- Leovani, E. 2016. Implementasi modal pemberdayaan karyawan (Employee empowerment di PT FIFGROUP Tbk cabang Palembang). Dalam *Jurnal Manajemen*. XX (1): hlm. 241-259.
- Primayani, P.M. dan Reonningrat, N.L.P.A. 2015. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Buleleng cabang Kubutambahan. Dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi STIE Triatma Mulya*. 21 (2): hlm. 157-168.
- Wijayanti, A.W. dan Insani, S.F. 2016. Analisis anteseden kewirausahaan di perusahaan keluarga. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. XIX (2): hlm. 290-306.

