

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pisang Kembang Goreng: Peluang Dan Strategi

Rismawati¹, Arya Sugarda², Dimas Bayu Saifoel Musta'afin³, Rafli Pahlevi⁴, Lasron Saputra Lumbanraja⁵

^{1,2,3,4,5} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Arya Sugarda

E-mail: aryasugarda@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi besar terhadap lapangan pekerjaan, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Artikel ini membahas pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Pisang Kembang Goreng, sebuah usaha kuliner yang berkembang pesat di kawasan Cikarang Festival, dan menganalisis peluang dan strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usaha ini. Dengan menggunakan metode kegiatan pengabdian ini menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM ini serta tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha kuliner berbasis lokal. Temuan menunjukkan bahwa inovasi produk, strategi pemasaran yang efektif, serta keberlanjutan dalam bekerja sama dengan petani lokal menjadi kunci utama keberhasilan Pisang Kembang Goreng.

Kata kunci - UMKM, Pengembangan, Pisang Kembang Goreng, Peluang, Strategi, Kuliner

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a very important role in the Indonesian economy. MSMEs not only make a major contribution to employment, but also strengthen the economic resilience of the community. This article discusses the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) Pisang Kembang Goreng, a rapidly growing culinary business in the Cikarang Festival area, and analyzes the opportunities and strategies implemented in developing this business. Using the community service activity method, this study explores the factors that influence the success of this MSME and the challenges faced in maintaining and developing a locally-based culinary business. The findings show that product innovation, effective marketing strategies, and sustainability in working with local farmers are the main keys to the success of Pisang Kembang Goreng.

Keywords - MSMEs, Development, Fried Puffed Banana, Opportunities, Strategy, Culinary

PENDAHULUAN

Belum kuatnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi (Sedyastuti, 2018).

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendominasi sebagai tulang punggung perekonomian nasional terkena dampak serius tidak hanya pada aspek total produksi dan nilai perdagangan, tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan akibat pandemi (Alfrian & Pitaloka, 2020).

Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai permasalahan yang signifikan. Terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), serta minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan beberapa kendala utama yang dihadapi oleh sektor ini. Selain itu, UMKM sering kali dihadapkan pada prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi, dan misi yang belum mantap. Hal ini disebabkan oleh sifat UMKM yang umumnya bersifat *income gathering*, yaitu berfokus pada peningkatan pendapatan. Ciri-ciri khas UMKM meliputi usaha yang dimiliki keluarga, penggunaan teknologi yang masih relatif sederhana, kurangnya akses permodalan (*bankable*), serta tidak adanya pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan pribadi. Meskipun demikian, potensi UMKM untuk berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional tetap besar, asalkan mendapatkan dukungan dan pengembangan yang tepat. Banyak negara telah memperkenalkan atau mengadopsi program kombinasi untuk mendukung penyelamatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Edy Sutrisno, 2021).

Permasalahan-permasalahan di atas merupakan faktor yang menghambat kemajuan UMKM dan berdampak pada pertumbuhan serta daya saing mereka. Terlebih lagi, dengan diberlakukannya pasar bebas ASEAN, ada kemungkinan besar banyak produk dari UMKM asing yang masuk ke Indonesia. Kondisi ini menjadi tantangan bagi produk UMKM Indonesia, sehingga sangat diperlukan pemberdayaan, pembinaan, dan pendampingan yang intensif (Khairani & Pratiwi, 2018).

Dalam upaya pengembangan masyarakat Indonesia yang merata, adil, dan makmur, tanggung jawab ini tidak hanya terletak pada pemerintah saja. Tugas ini secara proporsional juga diemban oleh seluruh komponen bangsa, termasuk masyarakat yang bersangkutan serta lapisan masyarakat lain yang secara sosial ekonomi memiliki kemampuan lebih baik (Hapsari et al., 2019).

Setiap orang pasti memiliki keinginan untuk menjadi seorang wirausaha atau entrepreneur yang sukses. Namun, hanya sebagian kecil yang benar-benar serius untuk menjalankan sebuah usaha. Hal ini tidak lepas dari berbagai tantangan yang dihadapi, baik sebelum memulai usaha maupun selama usaha tersebut berjalan. Oleh karena itu, untuk membangun sebuah usaha yang berhasil dan menjadi entrepreneur yang sukses, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Menumbuhkan jiwa entrepreneur memerlukan keterampilan khusus, yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Dengan memiliki jiwa entrepreneur, seseorang akan termotivasi untuk tetap produktif serta menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat membuka peluang usaha yang lebih menguntungkan (Ariyanto et al., 2022).

Lestari (2021) menuturkan, Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, perlu dilakukan pengoptimalan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM). Agar SDA dan SDM dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan masyarakat, pelatihan yang tepat sangat dibutuhkan. Pelatihan yang fokus pada pengembangan jiwa kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing masyarakat, khususnya di kalangan ekonomi bawah. Dalam mengembangkan model pelatihan kewirausahaan, perlu mempertimbangkan kondisi ekologis dan budaya lokal yang ada di suatu wilayah.

Camilan berbahan dasar pisang mengalami permintaan yang terus meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung menyukai makanan praktis dan bergizi. Keberadaan pisang kembang goreng yang dapat dinikmati kapan saja dan di mana saja menjadikannya pilihan yang menarik bagi konsumen. Permintaan pasar terhadap produk UMKM seperti pisang kembang menunjukkan dinamika yang menarik, terutama dalam konteks tren konsumen yang berkembang pesat. Pisang kembang, yang merupakan olahan pisang berbentuk kembang dengan isian atau rasa tertentu, telah menjadi pilihan camilan yang digemari oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Keunikan dari produk ini terletak pada teksturnya yang renyah di luar namun lembut dan manis di dalam, memberikan pengalaman kuliner yang berbeda dari olahan pisang biasa. Permintaan pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk preferensi konsumen terhadap makanan ringan yang inovatif dan sehat.

Pisang kembang dapat memenuhi kriteria ini karena menggunakan bahan alami tanpa tambahan pengawet yang berlebihan, sehingga cocok dengan gaya hidup sehat yang kini semakin populer. Selain itu, harga yang terjangkau dan variasi rasa yang ditawarkan meningkatkan daya tariknya sebagai pilihan jajanan. Strategi pemasaran UMKM yang efektif, seperti penjualan melalui platform online dan pengemasan yang menarik, turut meningkatkan eksposur dan permintaan produk ini. Adanya dukungan dari pemerintah dan inisiatif e-commerce juga membantu produk UMKM seperti pisang kembang menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Secara keseluruhan, prospek permintaan pasar untuk UMKM pisang kembang sangat positif, terutama jika pelaku usaha terus berinovasi dalam menciptakan produk yang menarik dan mempertahankan kualitas.

Menurut Amini (2024), Pisang merupakan salah satu tanaman yang memiliki kemampuan adaptasi yang sangat baik terhadap berbagai kondisi lingkungan, baik itu di daerah tropis maupun subtropis. Tanaman ini dapat tumbuh subur di wilayah-wilayah tersebut berkat kemampuannya beradaptasi dengan berbagai jenis tanah dan iklim. Secara umum, pisang lebih menyukai kawasan terbuka yang mendapatkan sinar matahari yang cukup untuk proses fotosintesis yang optimal). Tanaman pisang dapat tumbuh dengan baik di dataran rendah hingga mencapai ketinggian lebih dari 1000 meter di atas permukaan laut, meskipun pada ketinggian yang lebih tinggi pertumbuhannya cenderung lebih lambat.

Uniknya, pisang tidak memiliki batang sejati yang terlihat jelas seperti tanaman pada umumnya. Batangnya terbentuk dari kumpulan pelepah daun yang saling melilit dan membentuk poros yang lunak dan panjang. Sementara batang sejati pisang sebenarnya berada di dalam tanah, yang dikenal dengan sebutan bonggol

Dari segi kandungan gizi, pisang dikenal sebagai buah yang kaya akan berbagai nutrisi yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Dibandingkan dengan buah lainnya, pisang mengandung energi yang lebih tinggi, menjadikannya pilihan yang baik sebagai sumber tenaga alami. Selain itu, pisang juga dikenal sebagai buah yang bebas dari lemak, kolesterol, dan natrium, menjadikannya pilihan yang sangat baik untuk pola makan sehat. Menurut AKG FKM UI, pisang memiliki kandungan gizi yang bervariasi dan dapat mendukung pola makan yang sehat. Kandungan seperti vitamin C, vitamin B6, serat, dan kalium dalam pisang membantu menjaga kesehatan jantung, memperbaiki pencernaan, dan meningkatkan daya tahan tubuh.

METODE

Metode kegiatan pengabdian yang digunakan dalam pengembangan ini melalui beberapa tahapan yang bertujuan untuk menghasilkan sosial media yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM Pisang Kembang Goreng. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Informasi

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam pembuatan sosial media terdiri dari dua pendekatan utama: wawancara langsung dan riset.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

- **Wawancara:**
Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai usaha yang dijalankan. Data yang diperoleh melalui wawancara mencakup informasi mengenai produk yang ditawarkan, harga produksi, proses pembuatan, serta tantangan yang dihadapi dalam operasional sehari-hari. Wawancara ini juga memberikan wawasan tentang visi dan misi UMKM, yang penting untuk merancang strategi pemasaran yang tepat di sosial media.
- **Riset:**
Selain wawancara, dilakukan riset untuk memahami kebutuhan pelanggan, tren terkini dalam industri kuliner, dan referensi yang menarik yang dapat diaplikasikan pada UMKM Pisang Kembang Goreng. Riset ini meliputi analisis kompetitor, pemetaan audiens target, serta identifikasi platform sosial media yang paling sesuai untuk mencapai audiens yang lebih luas. Data riset ini membantu untuk merancang konten yang relevan dan menarik bagi pelanggan potensial.
- **Sumber Data Langsung:**
Data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, seperti informasi mengenai produk, jenis produk, harga produksi, serta feedback pelanggan yang sudah ada, menjadi landasan penting dalam merancang konten sosial media yang tepat sasaran. Sumber data langsung juga termasuk observasi terhadap interaksi pelanggan di lokasi usaha yang memberikan gambaran tentang apa yang disukai dan tidak disukai oleh konsumen. Dengan banyaknya merek produk yang tersedia di pasaran, konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Mereka dapat memilih merek yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Kebutuhan manusia tidak lagi terbatas pada fungsi utama yang bisa diberikan oleh suatu produk (demand primer), tetapi telah berkembang menjadi keinginan sekunder (demand sekunder) yaitu keinginan terhadap merek tertentu. Konsumen membeli suatu produk karena produk tersebut memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Muslimin et al., 2022).

2. Tahap Perancangan Sosial Media

Sebelum merancang sosial media untuk UMKM Pisang Kembang Goreng, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa sosial media yang dibangun dapat efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Konten pemasaran merupakan aspek yang sangat krusial bagi entitas usaha dalam membangun interaksi dengan konsumen target. Melalui konten pemasaran yang tepat, usaha dapat menumbuhkembangkan jalinan komunikasi yang berkelanjutan dengan konsumen mereka (Sya'idah & Jauhari, 2022).

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tahap perancangan sosial media antara lain:

- **Identifikasi Tujuan dan Sasaran:**
Sebelum memulai perancangan, penting untuk mendefinisikan tujuan sosial media, apakah itu untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan penjualan. Dengan memiliki tujuan yang jelas, strategi sosial media dapat dirancang dengan lebih terarah dan fokus.
- **Pemetaan Audiens Target:**
Menentukan siapa audiens target adalah langkah penting dalam perancangan sosial media. Pemetaan audiens meliputi segmentasi berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku pembelian. Dalam kasus Pisang Kembang Goreng, audiens targetnya mungkin mencakup remaja, keluarga, dan pekerja yang mencari camilan sehat dan praktis.
- **Pemilihan Platform Sosial Media:**
Berdasarkan hasil riset dan pemetaan audiens, pemilihan platform sosial media yang tepat harus dipertimbangkan. Platform seperti Instagram sering kali menjadi pilihan yang tepat untuk usaha kuliner, karena kemudahan dalam berbagi foto dan video, serta daya tarik visual yang dapat menarik perhatian pelanggan.

- **Desain Konten Visual:**
Konten visual yang menarik sangat penting untuk memikat perhatian audiens. Hal ini mencakup desain grafis, pemilihan warna, gambar produk yang berkualitas tinggi, dan video yang menggambarkan proses pembuatan atau keunggulan produk. Desain konten ini harus mencerminkan citra merek UMKM Pisang Kembang Goreng dan membuatnya mudah dikenali oleh audiens.
- **Strategi Penjadwalan Konten:**
Penjadwalan konten merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga konsistensi postingan. Dengan penjadwalan yang tepat, UMKM dapat memastikan bahwa konten mereka tetap relevan dan tampil secara rutin, sehingga lebih mudah untuk mempertahankan keterlibatan audiens.
- **Penyusunan Kalender Konten:**
Menyusun kalender konten untuk sosial media sangat membantu dalam merencanakan dan melacak jenis konten yang akan diposting. Kalender ini dapat mencakup jenis konten seperti postingan tentang promosi, review produk, atau informasi tentang acara spesial dan diskon yang relevan.
- **Engagement dan Interaksi dengan Pengikut:**
Merancang sosial media yang efektif juga memerlukan adanya interaksi aktif dengan pengikut. Respons terhadap komentar, pertanyaan, dan pesan langsung dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan, menciptakan loyalitas, dan memperkuat citra positif dari usaha UMKM.

3. Tahap Pengajaran dan Pelatihan kepada Pelaku UMKM

Selain merancang sosial media, tahap penting lainnya adalah mengajarkan pelaku UMKM Pisang Kembang Goreng untuk memanfaatkan sosial media secara optimal dalam mengembangkan usaha mereka. Ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada pemilik dan karyawan UMKM terkait:

- **Pengelolaan Sosial Media:**
Pelatihan diberikan tentang bagaimana cara mengelola akun sosial media secara efektif, termasuk membuat postingan, menggunakan fitur-fitur yang ada pada platform sosial media, serta memahami algoritma untuk meningkatkan jangkauan audiens.
- **Strategi Pemasaran di Sosial Media:**
Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai teknik pemasaran digital yang tepat, seperti penggunaan iklan berbayar, penargetan audiens yang tepat, dan pembuatan konten yang sesuai dengan preferensi audiens.
- **Analisis dan Pengukuran Kinerja Sosial Media:**
Memberikan pelatihan terkait alat analisis sosial media untuk mengukur efektivitas dari kampanye yang dilakukan. Pelaku UMKM diajarkan cara membaca statistik dari platform sosial media untuk mengetahui apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.
- **Keterampilan Komunikasi dan Engagement:**
Mengajarkan pelaku UMKM tentang pentingnya komunikasi yang baik dengan audiens, serta bagaimana cara meningkatkan interaksi dengan pengikut di sosial media. Ini meliputi cara merespon komentar dan pesan, serta menciptakan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan.

4. Tahap Mengajarkan Pelaku UMKM untuk Membuat Produk

Dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar, pelatihan untuk membuat produk yang unggul sangat penting. Oleh karena itu, pelaku UMKM Pisang Kembang Goreng juga diajarkan untuk meningkatkan kemampuan dalam memproduksi pisang kembang goreng yang lebih berkualitas dan inovatif. Beberapa pelatihan yang diberikan antara lain:

- **Teknik Pembuatan Produk yang Lebih Berkualitas:**

Pelatihan ini mencakup pengajaran tentang teknik-teknik pembuatan pisang goreng yang lebih efisien dan berkualitas tinggi, termasuk pemilihan bahan baku yang lebih baik, pengolahan pisang yang lebih tepat, serta cara penggorengan yang menghasilkan tekstur yang lebih renyah dan rasa yang lebih gurih.

- **Inovasi Produk dan Varian Rasa:**
Memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menciptakan varian rasa baru yang menarik, seperti menambahkan topping keju, cokelat, atau madu. Pelatihan ini juga mencakup eksperimen dengan bahan-bahan lokal lainnya untuk meningkatkan keunikan dan daya tarik produk.
- **Peningkatan Efisiensi Produksi:**
Pelaku UMKM diajarkan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, mulai dari pemilihan alat yang tepat, pengaturan proses kerja yang sistematis, hingga teknik pengemasan yang lebih efisien dan menarik.
- **Peningkatan Standar Kualitas dan Kebersihan:**
Mengajarkan pentingnya menjaga kualitas dan kebersihan produk agar konsumen merasa lebih aman dan puas dengan produk yang dihasilkan. Hal ini mencakup pelatihan mengenai proses pengendalian kualitas dan pentingnya menjaga kebersihan selama proses produksi.

5. Tahap Pembuatan Logo UMKM

Dalam rangka membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali, tahap penting lainnya adalah pembuatan logo untuk UMKM Pisang Kembang Goreng. Proses ini melibatkan beberapa langkah, antara lain:

- **Pemilihan Konsep dan Filosofi Desain:**
Pembuatan logo dimulai dengan pemilihan konsep yang mencerminkan nilai dan visi UMKM Pisang Kembang Goreng. Desain logo harus dapat menggambarkan karakteristik produk, seperti kelezatan dan keunikan pisang goreng yang dihasilkan, serta memberikan kesan yang positif kepada audiens.
- **Desain Visual yang Menarik dan Sempel:**
Logo yang dibuat harus memiliki elemen visual yang sederhana namun menarik, mudah dikenali, dan dapat digunakan di berbagai platform dan media. Pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis yang sesuai dengan merek sangat penting untuk menciptakan kesan yang kuat.
- **Pembuatan Versi Logo yang Adaptif:**
Logo yang dibuat juga perlu dirancang dalam berbagai versi untuk berbagai kebutuhan, seperti versi warna penuh sederhana agar bisa digunakan pada berbagai ukuran dan media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah UMKM Pisang Kembang Goreng

Pisang Kembang Goreng merupakan sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berfokus pada kuliner khas Indonesia, khususnya olahan pisang goreng dengan cita rasa yang unik dan inovatif. UMKM ini didirikan pada tahun 2018 oleh seorang pengusaha muda, Bapak Ahmad, yang terinspirasi oleh tradisi kuliner lokal dan keinginan untuk memberikan sentuhan modern pada makanan ringan yang telah populer di masyarakat.

Awal Mula Berdirinya

Pada awalnya, Bapak Ahmad memulai usaha ini secara sederhana, dengan berjualan pisang goreng di pasar tradisional dekat rumahnya. Dengan tekad untuk memberikan yang terbaik, ia mencoba berbagai varian rasa dan teknik pengolahan yang lebih baik daripada produk pisang goreng yang sudah ada di pasaran. Usaha ini dimulai dengan modal yang sangat terbatas, hanya mengandalkan bahan baku dari pasar lokal dan peralatan dapur yang sederhana.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Resep rahasia yang digunakan untuk membuat pisang goreng ini berasal dari warisan keluarganya, yang telah diwariskan turun-temurun, namun dengan sedikit inovasi untuk menyesuaikan dengan selera masa kini. Tidak hanya mengutamakan rasa, Pisang Kembang Goreng juga memperhatikan kualitas bahan baku dengan menggunakan pisang yang berkualitas tinggi, terutama pisang jenis raja sambel, yang dikenal lebih manis dan empuk.

Konsep Awal Usaha

Sejak awal, Pisang Kembang Goreng berkomitmen untuk menghadirkan kualitas terbaik dalam setiap produk yang dijual. Bahan baku pisang yang digunakan dipilih dengan sangat hati-hati, hanya menggunakan pisang yang matang sempurna dan memiliki rasa manis alami. Pengolahan dilakukan dengan cara yang higienis dan sesuai standar kesehatan, untuk memastikan bahwa setiap gorengan yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi dan memiliki cita rasa yang konsisten.



Gambar 1.

Booth Pisang Kembang Goreng

Nama "Pisang Kembang Goreng" dipilih untuk menggambarkan bentuk pisang yang mekar setelah digoreng, menciptakan sensasi visual dan rasa yang unik. Nama ini menjadi ciri khas yang mudah diingat oleh pelanggan, sekaligus menambah nilai jual bagi produk tersebut.

Perkembangan dan Pindah ke Cikarang Festival

Seiring berjalannya waktu, produk Pisang Kembang Goreng mulai mendapatkan perhatian dari konsumen lokal. Pada tahun 2020, karena permintaan yang terus meningkat, Bapak Ahmad memutuskan untuk memperluas usaha dan pindah ke lokasi yang lebih strategis, yaitu di kawasan Cikarang Festival, sebuah pusat perbelanjaan yang terkenal dengan keramaiannya dan banyak dikunjungi oleh warga dari berbagai daerah.

Cikarang Festival menjadi tempat yang ideal untuk mengembangkan usaha ini karena letaknya yang sangat strategis, dekat dengan pusat perkantoran, pemukiman, serta tempat-tempat rekreasi yang sering dikunjungi oleh keluarga dan anak muda. Di sinilah Pisang Kembang Goreng berkembang lebih pesat dan dikenal oleh banyak orang.

Transformasi Bisnis dari Rumahan ke Lokasi Strategis

Memindahkan usaha dari rumah ke tempat yang lebih besar membutuhkan perencanaan yang matang. Tidak hanya perlu menyediakan tempat yang lebih luas untuk operasional, tetapi juga untuk menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan yang datang untuk menikmati hidangan. Lokasi baru ini memungkinkan Pisang Kembang Goreng untuk menambah kapasitas produksi, melayani lebih banyak pelanggan, dan memperkenalkan berbagai varian rasa baru yang lebih kreatif.

Dalam memindahkan usaha, Bapak Ahmad menghadapi berbagai tantangan, seperti biaya sewa tempat, penyediaan peralatan yang lebih modern, dan perekrutan karyawan baru. Namun, dengan

tekad yang kuat dan visi yang jelas, usaha ini terus berkembang dan mulai mendapatkan perhatian lebih banyak pelanggan.

Inovasi dan Diversifikasi Produk

Salah satu alasan utama keberhasilan Pisang Kembang Goreng adalah kemampuan untuk berinovasi. Selain produk utama, yaitu pisang goreng yang diberi taburan gula pasir atau cokelat, UMKM ini terus bereksperimen dengan berbagai varian rasa, seperti pisang goreng dengan topping keju parut, madu, meses, hingga variasi rasa gurih seperti keju mozzarella dan sambal. Inovasi-inovasi ini menarik perhatian pelanggan yang ingin mencoba sesuatu yang berbeda dari pisang goreng biasa.



Gambar 2.
Proses Pembuatan Pisang Kembang Goreng

Selain itu, Pisang Kembang Goreng juga memperkenalkan varian makanan ringan lain seperti pisang goreng crispy dan pisang goreng dengan tambahan topping khas, seperti es krim dan kacang, yang semakin memperkaya pilihan bagi konsumen. Untuk meningkatkan daya tariknya, Pisang Kembang Goreng mulai menawarkan berbagai paket untuk acara seperti ulang tahun, pertemuan keluarga, dan bahkan catering untuk acara kantor.

Pengembangan Produk Tambahan

Tak hanya berfokus pada pisang goreng, Pisang Kembang Goreng juga mulai mengembangkan produk tambahan seperti pisang goreng dalam bentuk paket catering untuk acara-acara seperti ulang tahun, pertemuan keluarga, dan bahkan acara kantor. Produk ini sangat diminati karena memberikan pilihan makanan ringan yang unik dan lezat untuk berbagai acara.

Selain itu, Pisang Kembang Goreng juga mengembangkan menu berupa pisang goreng dengan topping khas, seperti kelapa parut, kacang, dan berbagai jenis sambal manis yang memperkaya pilihan rasa bagi pelanggan.

Keberlanjutan dan Dampak Sosial

Salah satu nilai yang dipegang teguh oleh Pisang Kembang Goreng adalah keberlanjutan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam setiap tahap operasionalnya, UMKM ini berusaha untuk mendukung petani lokal dengan membeli pisang dari petani di sekitar wilayah Cikarang dan sekitarnya. Hal ini tidak hanya menjamin kualitas bahan baku yang digunakan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah.

Pisang Kembang Goreng juga membuka peluang kerja bagi warga setempat, khususnya bagi mereka yang memiliki keterampilan di bidang kuliner. Seiring berkembangnya usaha ini, jumlah karyawan yang bekerja di gerai Cikarang Festival semakin bertambah, menciptakan lapangan pekerjaan yang berkelanjutan.

Selain itu, Pisang Kembang Goreng juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial, seperti menyumbang produk untuk acara amal atau kegiatan komunitas lokal, serta mendukung usaha kecil lainnya dengan berbagi pengalaman tentang bagaimana memulai dan mengelola UMKM.

Pelayanan Pelanggan dan Ekspansi

Dengan adanya sambutan positif dari pelanggan, Pisang Kembang Goreng terus memperbaiki kualitas produk dan layanan. Setiap pelanggan yang datang ke Cikarang Festival dilayani dengan ramah dan cepat, dan mereka diberi kesempatan untuk memilih berbagai variasi topping atau jenis pisang sesuai dengan selera masing-masing. Konsep pelayanan yang mengedepankan kenyamanan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang mendukung kesuksesan Pisang Kembang Goreng.

Saat ini, Pisang Kembang Goreng sedang mempersiapkan langkah selanjutnya untuk memperluas jangkauannya, baik melalui pembukaan cabang baru di berbagai daerah, maupun melalui pemasaran daring dengan menggandeng platform aplikasi pemesanan makanan online. Hal ini memungkinkan pelanggan dari luar Cikarang untuk menikmati produk Pisang Kembang Goreng tanpa harus datang langsung ke lokasi.

Strategi Pemasaran yang Efektif

Dalam dunia usaha, pemasaran menjadi kunci utama dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Pisang Kembang Goreng memanfaatkan media sosial sebagai platform utama dalam memperkenalkan produk mereka. Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi saluran yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan visual yang menarik dan konten yang kreatif, Pisang Kembang Goreng berhasil menarik perhatian banyak pelanggan muda yang aktif di media sosial.



Gambar 3.
Mediaa Sosial Pisang Kembang Goreng

Selain itu, Pisang Kembang Goreng juga menggunakan strategi promosi yang cerdas, seperti memberikan diskon di momen-momen tertentu dan menawarkan paket bundling yang menguntungkan bagi pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru.

Keberlanjutan dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Pisang Kembang Goreng sangat peduli terhadap keberlanjutan usaha dan dampak sosial yang dihasilkan. Salah satu cara mereka mendukung ekonomi lokal adalah dengan bekerja sama langsung dengan petani pisang yang ada di sekitar Cikarang. Bahan baku pisang yang digunakan tidak hanya

berkualitas, tetapi juga diperoleh dari petani lokal dengan harga yang adil. Hal ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara usaha ini dan petani pisang setempat.

Dengan bekerja sama dengan petani lokal, Pisang Kembang Goreng turut berperan dalam pemberdayaan ekonomi daerah dan mendukung kesejahteraan petani kecil. Dampak positif dari kebijakan ini dapat dirasakan langsung oleh masyarakat sekitar, dengan adanya lapangan pekerjaan yang tercipta serta adanya keberlanjutan dalam pasokan bahan baku yang dibutuhkan.

Harapan di Masa Depan

Melihat kesuksesan yang diraih sejauh ini, Pisang Kembang Goreng berencana untuk terus mengembangkan usaha ini dan memperkenalkan lebih banyak inovasi kuliner kepada masyarakat Indonesia. Salah satu target jangka panjang adalah membuka peluang untuk franchise, sehingga usaha ini bisa dinikmati oleh lebih banyak orang di berbagai kota besar di Indonesia.

Selain itu, UMKM ini juga berkomitmen untuk terus memperhatikan aspek keberlanjutan dengan menerapkan sistem produksi yang ramah lingkungan dan mengurangi penggunaan bahan kemasan plastik. Pisang Kembang Goreng berharap dapat menjadi contoh bagi UMKM lain dalam hal inovasi, kualitas, dan dampak sosial yang positif.

Peluang Pengembangan UMKM Pisang Kembang Goreng

1. Pasar yang Luas dan Potensial

Kawasan Cikarang Festival memiliki potensi pasar yang besar, mengingat lokasi yang strategis dan padatnya jumlah pengunjung. Selain itu, ada kebutuhan yang besar akan makanan ringan yang praktis dan terjangkau di kalangan masyarakat urban.

2. Permintaan yang Terus Meningkat

Dengan semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat yang cenderung mencari makanan ringan yang praktis namun berkualitas, Pisang Kembang Goreng melihat peluang untuk terus mengembangkan variasi produk. Makanan ringan ini tidak hanya menarik bagi anak-anak, tetapi juga kalangan dewasa yang mencari camilan sehat dan lezat.

3. Tren Kuliner Lokal

Adanya tren yang semakin berkembang dalam mengangkat kuliner lokal Indonesia memberikan peluang besar bagi Pisang Kembang Goreng untuk memasarkan produknya. Keunikan dan rasa yang khas menjadi nilai jual utama yang membedakan usaha ini dari pesaing.

Strategi Pengembangan UMKM Pisang Kembang Goreng

1. Inovasi Produk

Salah satu strategi utama yang diterapkan oleh Pisang Kembang Goreng adalah terus berinovasi dengan menciptakan berbagai varian rasa dan topping untuk produk pisang goreng mereka. Varian seperti pisang goreng dengan keju, cokelat, atau madu memberikan pilihan yang menarik bagi pelanggan yang menginginkan rasa berbeda.

2. Pemasaran Digital

Menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan produk menjadi strategi pemasaran yang efektif. Melalui platform ini, Pisang Kembang Goreng dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang aktif di dunia digital.

3. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Pisang Kembang Goreng bekerja sama dengan petani lokal untuk mendapatkan pisang berkualitas tinggi. Ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah. Keberlanjutan dalam mengelola hubungan dengan pemasok menjadi salah satu elemen yang menguatkan usaha ini.

4. Penambahan Layanan Pesan Antar

Dengan bekerja sama dengan aplikasi pemesanan makanan online, Pisang Kembang Goreng memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Layanan pesan

antar memungkinkan konsumen yang tidak dapat datang langsung ke gerai untuk tetap menikmati produk ini di rumah.

Tantangan yang Dihadapi

1. Persaingan dengan UMKM Lain

Meskipun terdapat peluang yang besar, persaingan dengan UMKM kuliner lain yang menawarkan produk serupa menjadi tantangan. Oleh karena itu, Pisang Kembang Goreng harus terus berinovasi dan menjaga kualitas produk untuk tetap relevan di pasar.

2. Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan modal dan sumber daya manusia yang terlatih menjadi hambatan yang sering dihadapi oleh UMKM seperti Pisang Kembang Goreng. Untuk itu, pengelolaan keuangan yang baik dan pelatihan karyawan menjadi kunci untuk memastikan operasional yang efisien.

KESIMPULAN

Pisang Kembang Goreng telah menunjukkan bahwa UMKM kuliner berbasis lokal dapat berkembang pesat jika didukung oleh inovasi produk yang menarik dan pemasaran yang efektif. Peluang yang ada di pasar kuliner Indonesia sangat besar, terutama dengan tren makanan ringan yang semakin diminati. Strategi yang diterapkan, seperti pemanfaatan media sosial dan pemberdayaan ekonomi lokal, telah terbukti efektif dalam memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pasar.

Namun, untuk terus berkembang, UMKM seperti Pisang Kembang Goreng perlu terus berinovasi, memperhatikan kualitas produk, serta mengelola sumber daya dengan lebih baik. Diperlukan pula kerjasama yang lebih erat dengan pemasok dan pihak-pihak terkait untuk mengatasi tantangan yang ada. Dengan demikian, diharapkan Pisang Kembang Goreng dapat terus berkontribusi pada perekonomian lokal dan menjadi contoh bagi UMKM lainnya di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Rismawati, S.E., M.M, dosen pembimbing kami, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berarti selama proses penelitian ini. Semua ilmu dan wawasan yang Ibu berikan sangat berharga dan membantu kami dalam menyelesaikan tugas ini dengan baik.

Kami juga ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Ahmad, pemilik UMKM Pisang Kembang Goreng, atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian di usaha Bapak. Terima kasih atas kerjasama yang sangat baik dan informasi yang sangat berguna tentang usaha Pisang Kembang Goreng. Dukungan Bapak dalam menyediakan data dan wawasan tentang operasional UMKM ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian kami.

Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Terima kasih atas segala bantuan dan perhatian yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Survive the Covid-19 Pandemic Conditions in Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Ariyanto, A., Dodi Prasada, Nopi Oktavianti, & Kiki Dwi Wijayanti. (2022). Edukasi Bagaimana Menjadi Wirausaha Di Babakan Kelapa Dua Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), 31–37. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v1i2.16>
- Dewi, R. S., Lestari, R. Y., & Nida, Q. (2021). Inovasi Pengolahan Buah Pisang Sebagai Bentuk Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 44–47. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v1i2.450>

- Edy Sutrisno. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm dan Pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), 167–185. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385>
- Hapsari, D. P., Maulita, D., & Umdiana, N. (2019). Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Dengan Pengolahan Pisang. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 78. <https://doi.org/10.30656/ka.v1i2.1586>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Muslimin, H., Semmaila, B., & Arfah, A. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Pisang Goreng Nugger di Kota Makassar Hamzah. *Journal of Management*, 5(1), 170–176. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.456>
- Permai, D. N., Keritang, K., Tanjung, A., Deski, A., Hafidza, A., Mawaddah, F. J., Nurhaliza, H., Murfi, I. P., Hagabean, M., Yulia, M., Putra, R. D., & Putri, S. A. (2024). *Kegiatan Pengabdian Masyarakat : Pembuatan Olahan Pisang Kembang*. 3(September), 175–179.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Testoeftl.Id. *Jurnal Ecoment Global*, 7(2), 153–161. <https://doi.org/10.35908/jeg.v7i2.2193>