

Sosialisasi Peningkatan Usaha Dalam Upaya Menarik Minat Konsumen Pada UMKM Chocolate Changer

**Vivi Nila Sari¹, Dani Wilhar², Deny Kusuma³, Rifa Afifah⁴, Vinna Angraini⁵,
Yelsi Naspi⁶,**

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia
YPTK Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Vivi Nila Sari

E-mail : vivinilasari3@gmail.com

Abstrak

Salah satu industri yang mampu menopang perindustrian di Indonesia adalah industri makanan dan minuman. Pada saat ini, sudah banyak perusahaan yang terjun ke dalam bisnis makanan dan minuman kekinian dengan menawarkan produk yang bervariasi untuk dapat menarik konsumen pada segmen pasarnya. Salah satu bisnis makanan dan minuman kekinian saat ini adalah minuman cokelat. Chocolate Changer adalah salah satu bisnis minuman cokelat yang sudah beridri di Kota Padang sejak tahun 2014. Gerai Chocolate Changer saat ini sudah terdapat di beberapa kota seperti Bukittinggi, Pekanbaru, dan Bandung. Produk yang ditawarkan oleh Chocolate Changer hanya satu varian rasa cokelat dengan beberapa pilihan topping. Pada era globalisasi saat ini, permintaan dan keinginan konsumen berubah secara dinamis dengan perkembangan teknologi sehingga membuat pasar bisnis harus bisa menawarkan produk yang sesuai kepada konsumennya. Pesaing bisnis Chocolate Changer sudah banyak beredar dikalangan masyarakat yang mampu memberikan pilihan variasi menu dari produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga itu dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, bisnis Chocolate Changer harus mampu mengembangkan produk minuman cokelat yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya.

Kata Kunci : Atribut, industri makanan dan minuman

Abstract

One of the industries that is capable of supporting the industry in Indonesia is the food and beverage industry. Currently, many companies have jumped into the contemporary food and beverage business by offering a variety of products to attract consumers in their market segments. One of the trending food and beverage businesses is around chocolate drinks. Chocolate Changer is a chocolate drink business that has been established in Padang since 2014. Chocolate Changer outlets are currently available in several cities such as Bukittinggi, Pekanbaru and Bandung. The product offered by Chocolate Changer is only chocolate flavor variant drink with several choices of toppings. In the current era of globalization, the demands and desires of consumers change dynamically with technological developments so that the business market must be able to offer products that are suitable for consumers. Competitors in the Chocolate Changer business have been widely circulating among the public who are able to provide a choice of menu variations of the products offered to consumers so that they can attract consumers' attention. Therefore, the Chocolate Changer business must be able to develop chocolate beverage products that can be tailored to the wants and needs of its consumers.

Keywords : Attribute, food and beverage industry

PENDAHULUAN

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen terjadi berdasarkan beberapa pertimbangan (Indrasari, 2019). Untuk melakukan pembelian suatu produk maupun jasa, konsumen seringkali melakukan proses pemilihan dari produk satu ke produk yang lain. Pola konsumen semakin kritis dan lebih cerdas dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu, konsumen merupakan aset berharga bagi perusahaan karena merupakan faktor penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan (Jaya, Ferdiana, & Fauziati, 2017). Sehingga dapat dikatakan bahwa permintaan konsumen saat ini lebih beragam dan menjadikan tantangan bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan permintaan konsumen saat ini dipengaruhi oleh perubahan pola konsumen yang dinamis (Prasastono & Pradapa, 2012). Dalam menentukan pembelian konsumen seringkali dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal individu. Salah satu faktor eksternal individu adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran menjadi pertimbangan terhadap tindakan konsumen dalam membeli suatu produk (Sunarsi, 2020). Beberapa pertimbangan yang digunakan dalam melakukan analisis terhadap strategi bauran pemasaran tepat untuk dilakukan dikarenakan faktor produk, harga, promosi yang secara langsung dapat dirasakan atau diamati oleh konsumen akhir, dan saluran distribusi yang akan memberikan nilai positif terhadap produk dan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Irawan & Satrio, 2015). Oleh karena itu perusahaan harus dapat menyesuaikan antara bauran pemasaran dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Chocolate Changer adalah salah satu bisnis minuman cokelat yang sudah berdiri di Kota Padang sejak tahun 2014 dengan sistem pelayanan take away. Gerai Chocolate Changer saat ini juga sudah terdapat di beberapa kota seperti Bukittinggi, Pekanbaru dan Bandung. Indah sebagai pengelola Chocolate Changer wilayah Padang pada saat diwawancara Rabu (25/11/ 2020) mengatakan bahwa setiap tahunnya terjadi penambahan 1 sampai 2 gerai Changer. Di Kota Padang sendiri, sudah terdapat 10 gerai Chocolate Changer yang bisa dikatakan cukup banyak untuk saat ini.

Minuman cokelat yang dijual oleh Chocolate Changer dibuat dari bahan kakao asli yang dicampur dengan bahan lainnya. Minuman cokelat ini awalnya ditujukan kepada para pelajar dengan harga yang terjangkau. Akan tetapi, banyak dari masyarakat yang bukan pelajar juga membeli minuman Chocolate Changer ini. Hal itu dikarenakan rasa cokelat dari Chocolate Changer ini sangat berasa dan nikmat dan juga harga yang ditawarkan sangat terjangkau di segala kalangan masyarakat. Menu dari Chocolate Changer ini hanya menawarkan satu varian rasa cokelat dengan satu ukuran cup dan beberapa topping yang dapat dipilih seperti milk pudding, jelly melon, jelly strawberry dan bubble. Hal itu membuat pelanggan yang ingin membeli minuman cokelat dengan varian lain dan memesan minuman dengan ukuran yang diinginkan tidak bisa dilakukan karena Chocolate Changer tidak menyediakan pilihan tersebut. Padahal, bisnis Chocolate Changer sudah dikenal oleh masyarakat di Kota Padang.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap UMKM dilaksanakan dengan melakukan sosialisasi kepada karyawan UMKM Chocolate Changer untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan dapat dirincikan sebagai dibawah ini :

a. Persiapan/planning

Dalam mempersiapkan untuk melakukan kegiatan PKM kami melakukan beberapa langkah, sebagai berikut :

- Melakukan survey lokasi
- Membuat proposal
- Meminta surat izin pbl dari pihak kampus
- Menunggu persetujuan dari karyawan Chocolate Changer

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

b. Screening/ pemilihan

Jika persiapan sudah terpenuhi, selanjutnya yang dilakukan yaitu screening atau pemilihan. Berikut yang dapat dilakukan :

- Memilih moderator dan ketua pelaksana
- Menyiapkan ucapan terima kasih dan mengkonfirmasi kendaraan.

c. Implementasi Pelaksanaan.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini telah dilakukan dengan jadwal tertentu. Pelaksanaannya sebagai berikut :

- Memperkenalkan anggota kelompok
- Melakukan sosialisasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen
- Penutup (Dokumentasi)

d. Evaluasi/penilaian

Pelaksanaan PKM merupakan bagian terpenting dalam melakukan perbaikan maupun penilaian dimasa yang akan datang maupun dimasa depan, berdasarkan kesulitan yang ada pada saat pelaksanaan PKM dilapangan. Hasil dari pelaksanaan PKM ini yaitu membuat artikel dan laporan oleh team pelaksana dilapangan dengan disertakan bukti dokumentasi Bersama karyawan UMKM Chocolate Changer yang nantinya akan diserahkan ke dosen pengampu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan (PKM) yang dilaksanakan di usaha UMKM Chocolate Changer berjalan dengan lancar. Kegiatan ini merupakan untuk memenuhi tugas Project Based Learning (PBL) yang wajib dilakukan oleh mahasiswa dengan cara berkelompok. Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci keberhasilan utama. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen (Rohaeni & Marwa, 2018). Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan penilaian konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan nyata yang mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan factor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya.

Chocolate Changer adalah minuman cokelat yang memiliki target pasar mahasiswa sehingga gerainya berada diwilayah kampus agar mudah dijangkau oleh target pasarnya. Gerai Chocolate Changer bermula didirikan dipadang pada 1 Februari 2014. Pengembangan Chocolate Changer di padang terus dilakukan hingga tahun 2023 memiliki 7 gerai. Pemasaran minuman Chocolate Changer di Padang dilakukan dengan mengadakan promosi "BUY 1 GET 1 FREE".

Pada saat ini Chocolate Changer telah mengeluarkan produk baru yaitu Silky Pudding yang mempunyai beberapa varian adalah taro, banana, strawberry, matcha, bubble gum, dan melted caramel. Dengan harga Rp. 10.000 / cup nya. Kelebihan dari Chocolate Changer ini adalah harga yang murah dan terjangkau, tersedia di lokasi strategis dekat dengan berbagai universitas, minuman berbahan dasar premium cokelat 100% dari cocoa, kemasan yang sederhana namun menarik.



Gambar 1.
Kegiatan Pelaksanaan di UMKM Chocolate Changer

KESIMPULAN

Bisnis di bidang industry makanan dan minuman saat ini mampu menawarkan produk dengan berbagai variasi secara langsung kepada konsumen. Banyak perusahaan besar atau kecil yang terjun ke dalam bisnis minuman dan makanan kekinian saat ini. Hal itu dapat dilihat dengan banyaknya café atau gerai yang ada dikota-kota besar di Indonesia. Café atau gerai tersebut menawarkan produk makanan dan minuman yang berbeda beda kepada konsumen. Salah satu bisnis makanan dan minuman kekinian saat ini adalah minuman cokelat. Cokelat dibuat dari biji kakao dimana Indonesia merupakan salah satu negara terbesar dalam memproduksi kakao di dunia.

Dalam waktu singkat pendiriannya, Chocolate Changer telah mengukir Namanya sebagai salah satu gerai minuman kekinian yang sukses dikota padang. Melalui harga yang terjangkau, rasa yang enak, dan keberadaan di lokasi strategis, bisnis minuman kekinian ini mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat. Dalam upaya menjaga popularitas dan pertumbuhan bisnisnya, pemilik usaha terus melakukan inovasi dan memahami kebutuhan konsumen. Konsumen selalu menginginkan kemudahan dalam membeli produk maupun jasa yang diinginkan. Semakin mudah konsumen mendapatkan produk semakin cepat konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan menjadikan konsumen rela mengeluarkan biaya lebih. Selain itu, promosi yang baik melalui media – media dan brosur akan meyakinkan konsumen terhadap kualitas suatu produk. Ditambah dengan tempat yang mudah untuk dijangkau.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dosen Program Studi Perilaku Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia yang telah membantu untuk penulisan artikel ini. Serta pihak Chocolate Changer yang telah membantu serta mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

- Irawan, D. T. B., & Satrio, B. (2015). Pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil avanza. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(9).
- Jaya, M. A., Ferdiana, R., & Fauziati, S. (2017). Analisis faktor keberhasilan startup digital di Yogyakarta. *Prosiding Snatif*, 167–173.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataaan*, 11(2).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.