

Implementasi Penggunaan Jaringan Mitra Untuk Memperluas Distribusi Kacang Sangrai Ewooww

Resya Dwi Marselina¹, Ikbal Saepul Ramdan², Naila Syafitri³, Nani Sumarni⁴, Surya Kurnia Alamsyah⁵, Widi Aulia Lestari⁶, Wilda Jamilah Suryaman⁷, Wanda Fitriana⁸,

¹⁻⁸ Universitas Teknologi Digital

Alamat Kampus: Jl.Cibogo No.Indah 3, Mekarjaya,Kec.Rancasari,Kota, Bandung,Jawa Barat

E-mail: Resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹, Ikbal10120778@digitechuniversity.ac.id²,
Naila10120786@digitechuniversity.ac.id³, Nani10120788@digitechuniversity.ac.id⁴,
Surya10120798@digitechuniversity.ac.id⁵, Widi10120802@digitechuniversity.ac.id⁶,
Wilda10120656@digitechuniversity.ac.id⁷, Wanda10120801@digitechuniversity.ac.id⁸

Abstract. *Micro, small and medium enterprises can have an impact on economic growth and can also contribute greatly to increasing employment opportunities. It's just that there are many challenges that UMKM have to overcome, such as lack of capital; Difficulty in marketing; Tight business competition; Raw material difficulties; Lack of technical production and expertise; Lack of managerial skills; Lack of knowledge in management issues, including in finance and accounting. To help deal with existing challenges, one solution is to build a partnership network as is done by ewooww roasted peanuts. Partnership is cooperation between two or more people who have a business to achieve their goals. The method used in this research is descriptive analysis which collects data by observing and interviewing the owner and CEO of ewooww roasted peanuts. The partnerships undertaken by ewooww roasted peanuts include traditional markets, wholesalers, resellers, bazaars and events, gift shops. All partnerships have benefits, namely helping the ewooww roasted peanut business to expand the market.*

Keywords: *business networks, partnerships, micro small and medium enterprises*

Abstrak. Usaha mikro kecil dan menengah dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi selain itu dapat berkontribusi yang besar bagi bertambahnya lapangan pekerjaan. Hanya saja banyak tantangan yang harus dilewati oleh para UMKM seperti Kurangnya Permodalan; Kesulitan dalam pemasaran; Persaingan usaha yang ketat; Kesulitan bahan baku; Kurang teknis produksi dan keahlian; Kurangnya ketrampilan manajerial; Kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen, termasuk dalam keuangan dan akuntansi. Untuk membantu menangani tantangan yang ada maka salah satu solusinya dengan membangun jaringan kemitraan seperti yang dilakukan oleh kacang sangrai ewooww. Kemitraan yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki usaha untuk mencapai tujuannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi yang mengumpulkan data dengan cara observasi dan wawancara kepada owner dan CEO dari kacang sangrai ewooww. Kemitraan yang dijalani oleh kacang sangrai ewooww yaitu pasar tradisional, grosir, reseller, bazar dan event, toko oleh oleh. Semua kemitraan memiliki manfaat yaitu membantu usaha kacang sangrai ewooww untuk perluasan pasar.

Kata kunci: *Jaringan Bisnis, kemitraan, Usaha mikro kecil dan Menengah*

LATAR BELAKANG

Salah satu motor penggerak yang krusial bagi pertumbuhan ekonomi berbagai negara di dunia adalah pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM secara signifikan menyumbang ekonomi suatu negara, baik dari sisi penyerapan tenaga kerjanya maupun dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonominya (Turney & Ledwith, 2019)

Di Indonesia, dilihat dari jumlah unit usahanya sudah sangat banyak terdapat di semua sektor ekonomi dan kontribusinya besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan. Selain itu umkm cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut

dan arah permintaan pasar. UMKM juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan.

Namun dalam perkembangannya, UMKM mengalami permasalahan. Berdasarkan data dari BPS dalam (Oskar, Ferdy, & Vincent, 2010) UMKM memiliki beberapa kelemahan dan permasalahan yaitu Kurangnya Permodalan; Kesulitan dalam pemasaran; Persaingan usaha yang ketat; Kesulitan bahan baku; Kurang teknis produksi dan keahlian; Kurangnya ketrampilan manajerial (SDM); Kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen, termasuk dalam keuangan dan akuntansi.

Permasalahan UMKM tersebut dapat diatasi melalui program kemitraan yang saling membantu. Kemitraan itu sendiri ialah proses hubungan antara dua pihak bahkan lebih yang membangun kerjasama untuk mencapai keuntungan. Dengan adanya kemitraan maka akan memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Sehingga dengan membangun kemitraan membuat UMKM mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya.

Seperti yang sudah disebutkan diatas jika suatu usaha memerlukan kemitraan untuk memperlancar bisnisnya, begitupun yang dilakukan oleh Kacang Sangrai Ewooww. Usaha yang bergerak memproduksi kacang tanah dengan cara di sangrai sejak tahun 2012 ini melakukan kemitraan dengan pengusaha lain agar memastikan bahan baku produknya selalu ada dan untuk memperluas distribusi produknya. Dari latar belakang penulis mengangkat judul mengenai “Implementasi Penggunaan Jaringan Mitra Dalam Membangun Jaringan Bisnis Dalam Usaha Kacang Sangrai Ewooww”

KAJIAN TEORITIS

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti kata jaringan adalah bagan yang menggambarkan tali-temali kegiatan di dalam suatu proyek dan sebagainya, sedangkan arti kata bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan. Sehingga kami simpulkan jika jaringan bisnis merupakan tali temali yang saling berkaitan dalam dunia perdangan antara satu usaha dengan usaha lainnya untuk mencapai keuntungan bersama.

Menurut (Buku Ajar Pengantar BIsnis, 2021) proses produksi adalah cara, metode, dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada. Proses produksi juga bisa diartikan sebagai proses perubahan bentuk faktor produksi.

Menurut (Kotler, Keller, & Chernev, 2021) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah cara mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sedangkan

pemasaran itu sendiri adalah suatu aktivitas yang bertujuan menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Dalam usaha, manajemen keuangan menurut (Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penerapannya, 2020) pada intinya adalah praktik pembuatan rencana bisnis untuk kemudian dipastikan pelaksanaannya untuk setiap departemen. Manajemen keuangan dalam sistemnya menggabungkan beberapa fungsi keuangan, termasuk akuntansi, manajemen aset tetap, pendapatan, dan proses pembayaran. Jika komponen-komponen ini berhasil diintegrasikan, perusahaan dapat mencapai visibilitas keuangan dalam memfasilitasi kegiatan sehari-hari.

Menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian distribusi adalah pembagian pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat.

Kemitraan distribusi adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam mengelola dan mengoperasikan bisnis bersama, khususnya dalam hal pendistribusian produk dari produsen ke konsumen. Jaringan kemitraan memiliki beberapa fungsi bagi usaha yaitu untuk meningkatkan jangkauan pasar, mengelola perpindahan produk, mengelola persediaan, meningkatkan efisiensi, meningkatkan kerjasama, dan memberikan informasi mengenai kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, menurut (S, Margono) yaitu analisis data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar atau perilaku), dan tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif.

Teknik untuk mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Dalam (Sugiyono, 2020) observasi adalah pengamatan secara langsung oleh peneliti diperoleh pandangan yang holistik (menyeluruh) sedangkan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan kepada CEO pada usaha kacang sangrai ewooww.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini di tujukan untuk menganalisis serta memberikan gambaran nyata pengembangan bisnis pada kacang sangrai ewoww. Usaha ini merupakan usaha keluarga yang dirintis pada tahun 2012 oleh Ibu Ani Siti Rohaeni memproduksi produknya di Jl Saar Mutiara, Karangtanjung, Kec. Cililin, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40562

Kacang sangrai ewooww merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang melakukan produksi dengan cara diversifikasi pada kacang tanah. Dengan wilayah pemasaran yang mencakup beberapa daerah seperti Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandung Timur, Kota Bandung. Dalam menjalankan usaha apapun tidak akan luput dari persaingan. Mengenai perizinan produk Kacang Sangrai Ewooww sudah memiliki legalisasi dari NIB atau Nomor Induk Berusaha yang merupakan identitas izin usaha yang diterbitkan lembaga OSS, HALAL dengan No ID32110004918730623 dan P-IRT 2153217011006-25.

Ibu Anin Rosdiana merupakan pemilik Kacang sangrai ewooww, dalam menjalankan usahanya ibu anin mempercayakan kepada Ramdan. Tugas CEO disini yaitu mengelola agar terus berkembang dan berjalan baik untuk mencapai tujuan. Siti menjabat sebagai bagian pemasaran bertugas mempromosikan produk kacang sangrai ewooww dan mencari peluang dalam pemasaran produk. Untuk bagian produksi yang dilakukan oleh Cecep adalah memastikan proses produksi dari awal hingga akhir berjalan dengan baik.

Pembahasan

1. Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis yang akan dibentuk dalam usaha serba serbi pisang ini dari mulai produksi hingga pemasaran adalah sebagai berikut:

a) Jaringan Produksi

Dalam menjalankan usahanya kacang sangrai ewooww bekerja sama dengan bandar kacang di daerah jawa timur dan sukabumi dalam 5 ton sebulan. Selain memiliki supplier kacang tanah, usaha kacang sangrai ewooww pun menjalin jaringan bisnis dengan penjual plastic.

Jalanan tersebut dilakukan agar saling membantu antar pengusaha, selain itu dengan membangun jaringan bisnis membuat kacang sangrai ewooww kebutuhan bahan bakunya dapat terpenuhi dan yang diberikanpun memiliki kualitas bagus karena sudah terpercaya.

b) Jaringan Pemasaran

Kacang sangrai ewooww melakukan kegiatan pemasaran secara langsung dengan mengirim ke pasar pasar tradisional, kacang sangrai ewooww pun membuka kesempatan bagi

resseler yang ingin menjual kembali produk ini seperti grosir dan toko oleh, dan mengandalkan event untuk membangun jaringan bisnis, agar usahanya dapat lebih dikenal oleh khalayak umum maka kacang sangrai ewooww pun sudah menjual produknya melalui media e-commerce seperti shoppee.

c) Jaringan Pelayanan

Kacang sangrai ewooww memberikan gratis pengiriman jika pemesanan masih di daerah Bandung. Dengan memberikan gratis pengiriman maka para konsumen akan tertarik karena mereka berfikir akan mengurangi biaya operasionalnya dengan adanya pelayanan seperti itu akan memunculkan reseller yang tertarik dan akhirnya menjalin jaringan bisnis. .

2. Jaringan Mitra untuk Memperluas Distribusi

Adapun jaringan mitra yang dibangun oleh kacang sangrai ewooww adalah:

a) Pasar Tradisional

Dalam menjalin kerjasama dengan pasar tradisional, kacang sangrai ewooww memberikan harga Rp 16.500/pack dengan pembelian minimum sebanyak 10 pack. Saat ini produk kacang sangrai ewooww sudah memasuki pasar tradisional di beberapa daerah seperti Batujajar, Cililin, Patrol, Cihampelas, Margaaasih, Bandung, Soreang.

Pasar tradisional merupakan jaringan mitra paling dianalkan karena sangat efektif untuk memperluas jangkauan distribusi kacang sangrai ewooww, karena dengan adanya pasar tradisional memudahkan produk kacang sangrai dapat masuk ke beberapa warung dengan sangat cepat tanpa perlu turun langsung satu satu ke warung kecil.

b) Grosir

Kacang sangrai ewooww untuk memperluas jaringan distribusinya mengandalkan pula grosir. Grosir dapat menjadi perantara produsen kepada konsumen kepada pengecer atau ke end costumer. Kacang sangrai ewooww memberikan harga sebesar Rp. 15.250 /pack. Jaringan kemitraan yang dilakukan oleh kacang sangrai ewooww dengan grosir belum banyak, hanya beberapa grosir di daerah Cililin

c) Toko Oleh Oleh

Dengan membangun jaringan kemitraan dengan toko oleh oleh dapat membuat produk kacang sangrai ewoww dapat dikenal oleh masyarakat yang berada diluar Bandung. Saat ini usaha kacang sangrai ewooww baru menjalnin kemitraan toko oleh oleh yang berada di Lembang

Keefektivan jaringan mitra dengan toko oleh oleh terbilang kurang, karena kacang sangrai merupakan produk yang dapat ditemukan di beberapa daerah sehingga para wisatawan kurang tertarik untuk menjadikan sebagai buah tangan. Tetapi walaupun tidak seefektif grosir

dan pasar tradisional tetapi jaringan mitra tetap dilakukan sebagai branding kepada masyarakat luas.

d) Market Place Shopee

Upaya memperluas jaringan distribusi dilakukan pula pada marketplace shopee, hanya saja kacang sangrai ewooww ini masih menitipkan produknya ke toko shopee orang lain. Jika mengandalkan toko online pasti akan sangat memperluas jangkauan distribusi, hanya saja produk kacang sangrai memiliki peluang kecil dalam jaringan mitra ini.

e) Event atau Bazar

. Kacang Sangrai Ewooww bekerja sama dengan pihak event, seperti media, komunitas, sponsor, atau peserta, untuk mendapatkan manfaat dari event tersebut, seperti branding, exposure, atau sales. Kacang Sangrai Ewooww juga dapat memberikan kontribusi, partisipasi, atau interaksi untuk event tersebut, seperti produk, layanan, atau fasilitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kacang sangrai ewooww perlu melakukan kemitraan agar saluran distribusinya terus meluas, selain itu dapat membantu juga agar banyak masyarakat lebih mengenal produk usaha kacang sangrai ewooww.

Untuk mencapai tujuan pemasarannya kacang sangrai ewooww menjalin kemitraan yaitu diantaranya: Pasar tradisional merupakan jaringan kemitraan yang paling menguntungkan. Sudah memasuki beberapa daerah dengan menjual produknya Rp. 16.500/pack, Kemitraan grosir menjadi perantara kepada pengecer atau ke konsumen terakhir. Kacang sangrai ewooww memberikan harga sebesar Rp. 15.250/pack. Grosir dinilai kurang efektif karena beberapa pengecer sudah mendapat produknya dari pasar tradisional, Toko oleh oleh berpeluang untuk menyampaikan produk kacang sangrai ewooww yang berada diluar jangkauan karena konsumennya merupakan wisatawan luar daerah hanya saja jaringan mitra ini kurang efektif karena kacang sangrai bukan merupakan ciri khas daerah Bandung sehingga para wisatawan kurang minat untuk menjadikan buah tangan, Kacang sangrai ewooww pun melakukan pendistribusian di aplikasi shopee, market place dapat menjadi peluang besar perluasan distribusi hanya saja pada kemitraan jenis ini kacang sangrai ewooww belum memiliki toko sendiri, ketika ada acara event atau bazar, kacang sangrai ewooww pun selalu menjalin kemitraan dengan pemilik acara karena dirasa akan membranding produknya ke masyarakat luas.

Saran penulis kepada usaha kacang sangrai ewooww adalah (1) Pasar tradisional dinilai menjadi peluang yang sangat menguntungkan bagi kacang sangrai ewooww, sebaiknya

mencoba memasuki beberapa pasar tradisional yang lainnya, (2) Market place dapat membuka peluang produk kacang sangrai ewooww dikenal oleh semua orang tanpa adanya keterbatasan jarak, sehingga perlu aktif dalam menjalankan jaringan mitra dengan aplikasi perantara penjualan. (3) Lebih aktif dalam media online, agar seluruh masyarakat dapat mengetahui jika produk kacang sangrai ewooww ada. (4) Menghadirkan kacang sangrai ewooww dengan kemasan ziplock. Sehingga jika para wisatawan kurang meminati kacang sangrai dijadikan oleh oleh, dapat dijadikan alternatif jika kacang sangrai ewooww dapat dibeli konsumen sebagai teman perjalanan.

DAFTAR REFERENSI

- Arsawan, I. E., Yasa, I., Suryantini, N. S., & Astitiani, N. S. (2021). Buku Ajar Pengantar Bisnis. Bali: Nilacakra.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). Marketing Management (16 ed.). Pearson Educaion.
- Oskar, R., Ferdy, J., & Vincent, D. (2010). Kiat Sukses Mendirikan dan Mengelola UMKM. Jakarta: La Press.
- Prof. Dr. Kamaludin., SE., MM, Dr. Rini Indriani., SE., M.Si., Ak., CA. (2020). Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penerapannya. Bengkulu.
- S, Margono. (2003). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2020). metode penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Turney, R., & Ledwith, A. (2019). Project Management in Small to Medium-Sized Enterprises: Fitting the Practices to the Needs of the Firm to Deliver Benefit. *Jurnal of Small Bussines Management*.