

OPTIMALISASI MARKET SHARE HOME INDUSTRY CUTELLA PRESTO BERBASIS *DISTRIBUTION CHANNEL* DI KABUPATEN JEMBER

Bambang Irawan¹⁾, Diah Yulisetiari¹⁾, Sudarsih¹⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jember, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Bambang Irawan
E-mail : bambangirawan.bi795@gmail.com

Diterima 16 Februari 2023, Direvisi 07 Maret 2023, Disetujui 08 Maret 2023

ABSTRAK

Home industri keripik singkong Cutella Presto merupakan salah satu bentuk industri makanan ringan berbahan dasar singkong yang berlokasi di Desa Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Distribusi ke pasar di luar Kabupaten Jember biasanya dibuat berdasarkan pesanan, dimana pengiriman pesanan menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang relatif lebih murah. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk: (1) meningkatkan kemampuan manajerial usaha *home industry* keripik singkong Cutella Presto dan khususnya terkait dengan bidang pemasaran, khususnya mengenai optimalisasi pangsa pasar produk berbasis saluran distribusi; (2) memberikan manfaat untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan memperkuat usaha *home industry* keripik singkong Cutella Presto melalui pendidikan dan pengembangan manajemen fungsional usaha khususnya dalam bidang pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui metode diskusi dan pemaparan materi pada mitra secara langsung. Hasil yang diperoleh dari aktivitas ini berupa peningkatan pemahaman mitra akan optimasi *market share* berbasis *distribution channel*. Optimalisasi pangsa pasar dapat dilakukan melalui (1) pujasera (pusat jajanan rakyat); (2) ritel modern (super market, hypermart); (3) ritel tradisional; (4) koperasi; (5) restoran (restoran, kafe); dan (6) pusat outlet oleh-oleh khas daerah.

Kata kunci: pangsa pasar; jalur distribusi; cutella presto

ABSTRACT

The Cutella Presto cassava chips home industry represents one type of snack food industry that utilizes cassava as its main ingredient. This home industry is located in Mangli Village, Kaliwates Subdistrict, Jember Regency. The distribution of its products to markets outside Jember Regency is typically based on orders, and delivery is carried out through shipping services with relatively affordable costs. The primary aim of community service activities is to (1) enhance the managerial skills of the Cutella Presto cassava chips home industry, specifically in the marketing field, with a focus on optimizing the product's market share through various distribution channels; (2) provide benefits to improve managerial capabilities and reinforce the Cutella Presto cassava chips home industry through education and functional management development in marketing (product, price, distribution, and promotion). These community service activities are executed through in-person discussions and material presentations with partners. The outcomes obtained from these endeavors comprise an enhanced understanding among partners regarding the optimization of market share based on distribution channels. The optimization of market share can be achieved through various channels, such as (1) traditional markets; (2) modern retail (supermarkets, hypermarkets); (3) traditional retail; (4) cooperatives; (5) restaurants (restaurants, cafes); and (6) regional specialty souvenir outlets.

Keywords: market share; distribution channel; cutella presto.

PENDAHULUAN

Di tengah laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jember yang masih belum menggembirakan (-2,08%) kegiatan pemberdayaan masyarakat yang diarahkan terhadap Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) adalah merupakan hal yang penting, karena diharapkan mampu mengungkit pertumbuhan ekonomi kearah yang lebih baik

(BPS 2022). Upaya tersebut bisa menysasar unit ekonomi masyarakat terkecil yang dinamakan keluarga. Dalam keluarga sering terdapat berbagai macam bentuk UMKM yang tersebar di pedesaan dan perkotaan baik yang bergerak di sektor jasa, perdagangan maupun industri. Dilihat level skala usaha di sektor industri bisa dikelompokkan menjadi skala menengah, skala kecil sampai skala mikro (Reuschke dan Mason

2022). Khusus untuk industri yang berskala mikro biasanya banyak dijumpai di rumah-rumah penduduk dalam bentuk usaha industri rumahan (*home industry*) (Mittal et al. 2018).

Home industry kripik singkong Cuttella Presto merupakan salah satu industri rumahan makanan ringan berbahan dasar singkong yang berada di Desa Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Lokasi usaha berada di Perumahan Bumi Mangli Permai dengan jarak tempuh dari pusat kota Jember sekitar 3,10 Km. Sebagaimana lazimnya industri rumahan usaha kripik singkong Cuttella Presto dilaksanakan dengan manajemen sangat sederhana mulai dari pengadaan bahan baku, kegiatan produksi, pengemasan sampai pemasarannya.

Daerah pemasaran kripik singkong Cuttella Presto meliputi wilayah Kabupaten Jember dan sekitarnya. Untuk menembus pasar di luar Kabupaten Jember biasanya dilakukan berdasarkan pesanan, dimana pengiriman pesanan menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang relatif lebih murah. Pertimbangan biaya pengiriman yang murah ini merupakan hal penting, mengingat pembebanannya ditanggung pemesan, sehingga diharapkan harga jualnya bisa bersaing dengan produk sejenis lainnya. Upaya menjual produk pada harga murah, merupakan salah satu strategi dalam pemasaran, yang bisa dicapai dengan mengelaborasi unsur bauran pemasaran lainnya seperti produk, promosi dan distribusi (Xiao et al. 2018).

Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan pihak manajemen, produk kripik singkong Cutella Presto memiliki beberapa varian rasa meliputi: rasa original, rasa manis, rasa pedas, rasa asin, rasa balado dan rasa keju. Diversifikasi rasa ini merupakan strategi bersaing di pasar. Disamping itu keunikan lainnya pada tekstur kripik yang terasa empuk dan lembut di lidah. Inilah yang membedakan kripik singkong Cutella Presto dengan pesaingnya. Sebagaimana Mayer et al. (2015) yang menyatakan bahwa diversifikasi produk mampu menciptakan daya saing sekaligus bisa memenuhi harapan dan kepuasan pribadi konsumen, karena di pasaran secara fungsional produk sama, namun persepsi dan selera konsumen bisa berbeda.

Dilihat dari aspek fungsional usaha permasalahan penting kripik singkong Cutella Presto ialah terkait dengan pemasaran. Sampai saat ini pangsa pasar yang berhasil dicapai masih belum optimal, sedangkan kemampuan produksi masih berpotensi untuk bisa memenuhi permintaan pasar, baik di wilayah Kabupaten Jember maupun di luar Kabupaten Jember. Oleh karenanya optimalisasi pemasaran kripik singkong Cutella Presto

sebenarnya bisa dilakukan dengan menambah jaringan pemasaran. Sementara ini distribusi pemasaran hanya mengandalkan toko atau outlet pusat oleh-oleh khas Jember yang tersebar di beberapa titik di kota Jember. Dengan demikian permasalahan penting *home industry* kripik singkong Cutella Presto ialah bagaimana mengoptimalkan pangsa pasarnya dengan cara mengembangkan saluran distribusi pemasaran kepusat pusat pembelajaran yang masih belum tersentuh namun memiliki potensi untuk bisa meningkatkan pangsa pasar secara signifikan dan berkelanjutan.

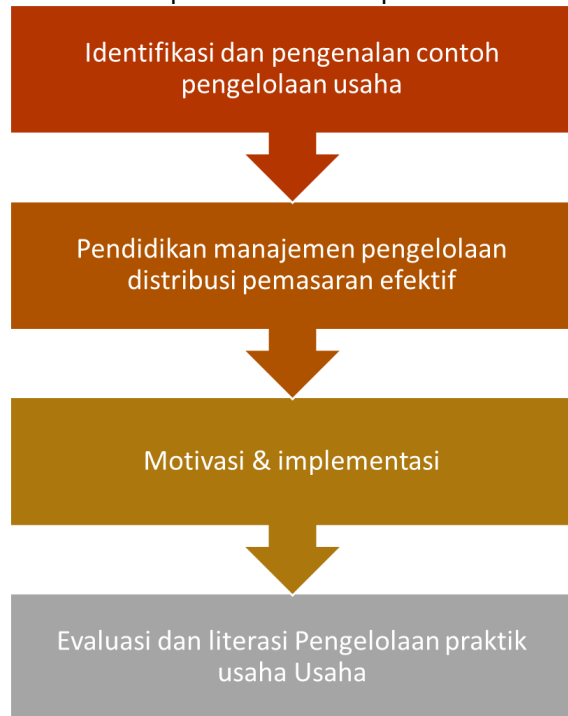
Sebagaimana pernyataan Lestari et al. (2015) bahwa melalui saluran distribusi (*distribution channel*) berpotensi untuk bisa mengembang-luaskan pangsa pasar kedaerah pemasaran lain yang sebelumnya tidak dikenal sehingga menjadi lebih dikenal dan dekat dengan konsumennya. Sedangkan Baker dan Friel (2016) meyakini bahwa pangsa pasar (*market share*), bukan saja diartikan sebagai "bagian pasar yang dikuasai perusahaan", namun didalam pasar tersebut terdapat sekumpulan konsumen yang dilayani dan mereka tidak pernah membeli produk keluar pasar. Dengan demikian bisa dipahami bahwa pangsa pasar seharusnya merupakan rata-rata pangsa konsumen potensial.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penting untuk dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan memberikan edukasi utamanya yang berkaitan dengan optimalisasi pangsa pasar melalui pengembangan saluran distribusi pemasaran. Selanjutnya hasil kegiatan pengabdian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada pihak manajemen usaha *home industry* kripik singkong Cutella Presto utamanya terkait optimalisasi pangsa pasar berbasis saluran distribusi pemasaran secara berkelanjutan.

METODE

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah lebih diarahkan dengan memberikan edukasi dan solusi terhadap permasalahan yang ada khususnya yang terkait dengan upaya perluasan pangsa pasar (*market share*) berbasis saluran distribusi (*distribution channel*). Adapun Gambar 1 merupakan kerangka pemecahan masalah meliputi: (1) melakukan identifikasi dan pengenalan contoh-contoh pengelolaan usaha yang sukses dan yang gagal; (2) melakukan pendidikan manajemen pengelolaan usaha efektif dengan membahas kasus-kasus yang terjadi khususnya dibidang distribusi pemasaran; (3) memberikan motivasi untuk berwirausaha dan mengimplementasikan secara sederhana praktik distribusi produk; dan

(4) melakukan evaluasi dan literasi manajemen pengelolaan usaha yang praktis, sederhana dan mudah dipahami serta diimplementasikan.



Gambar 1. Kerangka pemecahan masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan metode wawancara langsung dengan mitra dan melihat pembukuan mitra dalam hal *distribution channel*. Selanjutnya dari hasil wawancara dan studi pembukuan dilakukan analisis deskriptif terkait informasi yang diperoleh. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar bagi penentuan masalah mitra.

Proses pendidikan manajemen dan pengelolaan distribusi merupakan kegiatan yang penting dalam meningkatkan kualitas bisnis dan mengoptimalkan efisiensi distribusi. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode partisipasi aktif diadopsi dalam proses pendidikan. Mitra didorong untuk terlibat langsung dalam pembelajaran, sehingga mereka dapat mengaplikasikan konsep-konsep manajemen distribusi secara praktis. Selain itu, proses *transfer knowledge* dilakukan melalui metode ceramah dan diskusi mendalam bersama mitra. Melalui diskusi, mitra dapat berbagi pengalaman dan perspektif, serta mendapatkan wawasan baru tentang praktik terbaik dalam manajemen distribusi. Metode partisipasi aktif dan diskusi mendalam ini membantu mitra untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep manajemen distribusi, dan membantu mitra untuk mempersiapkan diri untuk tantangan bisnis yang lebih kompleks di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Situasi

Topografi (Gambar 2) ketinggian wilayah Kabupaten Jember rata-rata 0-500 mdpl, dengan total luas wilayah 3.306,689 km², Desa Mangli dimana kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan berada pada ketinggian lebih kurang 86 mdpl dengan curah hujan pada kisaran angka 1.602 mm pertahun. Luas wilayah Desa Mangli sekitar 2,97 km² atau sekitar 12% dari luas Kecamatan Kaliwates. Kondisi tersebut menjadikan desa Mangli memiliki suhu udara yang tidak jauh berbeda dengan suhu Kabupten Jember ialah dimana pada musim hujan biasanya mendung, musim kering biasanya sebagian berawan, dan umumnya panas dan menyengat sepanjang tahun. Sepanjang tahun, suhu biasanya bervariasi dari 21°C hingga 34°C dan jarang di bawah 19°C atau di atas 36°C. Kondisi demikian tergolong sedang dan panas, namun karena masih berada pada batasan normal, karena di sebagian wilayah masih ditemukan semak dan tanaman kebun yang menopang produksi udara segar.



Gambar 2. Peta Desa Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Desa Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Kecamatan Kaliwates memiliki 7 desa meliputi : Jember Kidul; Kaliwates; Kebon Agung; Kapatihan; Sempusari; Tegal Besar dan Mangli. Aspek

administratif desa Mangli memiliki 5 (lima) dusun antara lain Gayam; Krajan; Karangmluwo; Tanjung; dan Wonosari. Aspek geografis desa Mangli dibatasi disebelah Timur Kelurahan Sempusari; sebelah Selatan Kelurahan Ajung; sebelah Utara Kelurahan Sukorambi; dan Kelurahan Sempusari; sedangkan sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Jubung Kecamatan Sukorambi.

Dilihat dari aspek demografi, total jumlah penduduk Kecamatan Kaliwates ialah 117.522 jiwa terdiri laki-laki 57.137 jiwa dan perempuan 60.385 jiwa. Sedangkan total penduduk Desa Mangli ialah 16.643 jiwa terdiri 8.047 laki-laki dan 8.596 perempuan. Jumlah keluarga Kecamatan Kaliwates 22.296 keluarga atau 61.709 anggota keluarga atau rata-rata 2,97 anggota keluarga. Terdapat 8.490 sebagai wiraswasta. Sebagai usaha mandiri 120.088 laki-laki dan 85.972 perempuan. Untuk pekerja keluarga sebanyak 57.069 laki-laki dan 117.466 perempuan.

Fasilitas Usaha dan Ekonomi

Pada tahun 2020, Kabupaten Jember sekurang-kurangnya ada 31 pasar tersebar di 31 kecamatan. Fasilitas usaha tergolong cukup memadai terdapat toko sebanyak 1.766; kios 6.890; los pasar 3.986; dan warung sebanyak 1.367.31. Fasilitas usaha tersebut merupakan pasar rakyat belum termasuk pasar desa. Jumlah toko, kios, los pasar dan warung masih merupakan angka yang akan terus bertambah, seiring dengan pesatnya pembangunan fasilitas oleh Pemerintah Kabupaten. Sedangkan fasilitas usaha di Kecamatan Kaliwates terdapat 6 Pasar; 104 toko; 2.067 kios; 745 los pasar; dan 39 warung.

Industri pengolahan (*manufacture*) memberikan kontribusi mencapai 19,87% terhadap *Product Domestic Regional Bruto*. Selama masa pandemi Covid 19 secara agregat pertumbuhan ekonomi mengalami kontraksi (sekitar sebesar -2,98 persen) dibandingkan tahun sebelumnya. Hanya beberapa kategori lapangan usaha yang mengalami kenaikan dengan besaran yang bervariasi. Pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh lapangan usaha kategori Informasi dan Komunikasi yang mencapai 10,02 persen, pertumbuhan kedua adalah kategori Jasa Kesehatan dan kegiatan Sosial sebesar 9,29 persen sementara kategori pengadaan air berada di urutan ketiga dengan 4,07 persen. Sektor jasa lainnya mengalami penurunan terendah sekitar -14,15 persen, di urutan terendah kedua adalah kategori penyediaan akomodasi dan makanan-minuman dengan -13,26 persen.

SBahan baku kripik singkong Cutella Presto ialah singkong dengan kualitas terbaik. Pemasok utama kebutuhan bahan baku singkong berasal dari beberapa desa di Kabupaten Jember (Mayang; Glagahwero; Panti; dan beberapa desa lainnya); disamping itu juga dipasok dari desa di Kabupaten Bondowoso (Wringinanom; Maesan dan sekitarnya). Pasokan singkong dari beberapa desa tersebut dikenal berkualitas, hal ini penting karena akan menentukan kualitas dan citarasa kripik singkong. Proses produksi kripik singkong Cutella Presto dilakukan melalui enam tahapan seperti pada Gambar 3.

Tahap pertama, merupakan tahap pengupasan singkong menggunakan alat sederhana (semacam pisau pengupas) selanjutnya dilakukan pengirisan juga menggunakan alat sederhana, irisan singkong mengikuti tektur daging singkong dengan tingkat ketebalan yang telah ditentukan (tidak terlalu tebal juga tidak terlalu tipis (Gambar 4a). Tahap kedua, merupakan tahap dimana irisan singkong direndam dalam air tawar) kurang lebih satu jam agar ketika digoreng menghasilkan kripik yang memiliki rasa dengan tingkat kerenyahan dan kelembutan tertentu. (Gambar 4b)



Gambar 3. Tahapan proses produksi kripik singkong



Gambar 4. Bahan baku singkong (a), dan proses pengemasan dan perendaman (b).

Tahap ketiga, merupakan tahap penggorengan pertama, irisan singkong yang telah diangkat dari rendaman lalu ditiriskan lebih kurang 15 menit, selanjutnya di goreng diatas api yang sedang (tidak terlalu panas), sampai diperoleh kripik yang setengah matang. Tahap keempat, merupakan tahap penggorengan kedua, dimana kripik setengah matang dimasukkan kembali ke tempat penggorengan diatas api pada suhu yang lebih panas dari sebelumnya. Hal ini dimaksudkan agar diperoleh kripik yang tidak hanya lembut (empuk) tetapi juga renyah (Gambar 5).



Gambar 5. Workshop tempat penggorengan dan pemberian rasa kripik

Tahap kelima, merupakan tahap pemberian rasa (meliputi rasa *original*; rasa keju; rasa sapi panggang; rasa balado; dan rasa manis). Pemberian rasa menggunakan bahan perasa yang aman bagi kesehatan, tidak menggunakan bahan pengawet dan masa *expired* produk bisa mencapai kurun waktu satu bulan. Tahap keenam, merupakan tahap penimbangan sesuai dengan ukuran kemasan (sedang dan besar), lalu dikemas dan diberi label sesuai dengan rasa kripik. Penting disampaikan bahwa tahap pengemasan ini memerlukan keahlian khusus karena jika keliru atau kurang tepat, akan menyebabkan kualitas kripik menjadi kurang baik (melempem atau tidak renyah) (Gambar 6).



Gambar 6. Proses pengemasan dan pelabelan

Keberhasilan kegiatan pemasaran bagi perusahaan merupakan hal penting untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan harus mempertimbangkan begitu banyak faktor dalam melakukan kegiatan pemasaran. Sedangkan Sok et al. (2017) menjelaskan bahwa aktivitas pemasaran meliputi proses perencanaan, analisis, implementasi dan pengawasan terhadap semua program pemasaran agar dicapai penjualan yang menguntungkan sekaligus juga memuaskan konsumen.

Demikian pula kegiatan pemasaran kripik singkong Cutella Presto dilakukan dengan sistem pemasaran secara langsung (*direct marketing*) dan sistem pemasaran secara tidak langsung (*indirect marketing*), disamping itu pihak manajemen juga menerima pesanan dengan syarat harus disampaikan satu atau dua hari sebelum produk diambil. Strategi ini merupakan upaya untuk menghindari kemungkinan terjadinya kekurangan persediaan produk. Pemasaran secara langsung dilakukan dengan melayani konsumen yang memang sengaja datang untuk membeli kripik singkong Cutella Presto di tempat workshop. Konsumen yang datang biasanya berasal dari wilayah Kabupaten Jember dan sekitarnya. Sedangkan untuk pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*), dilakukan dengan medistribusikan produk kripik singkong Cutella Presto ke pusat jajanan oleh-oleh khas kota Jember.

Harga jual kripik singkong Cutella Presto (Tabel 1) di tetapkan berdasarkan jumlah pembelian dan besar ukuran kemasan (berat produk). Untuk pembelian partai besar (harga grosir) lebih murah dibandingkan dengan harga eceran. Pembelian dengan harga grosir diberlakukan untuk jumlah minimal 10 unit berlaku untuk semua ukuran dan semua rasa. Besaran harga grosir maupun eceran tersebut belum termasuk biaya pengiriman, artinya harga tersebut adalah harga ditempat produksi. Untuk pembelian pesanan yang berasal dari dalam maupun dari luar, pihak manajemen membebaskan biaya pengiriman kepada pembeli.

Tabel 1. Harga jual kripik singkong Cutella Presto

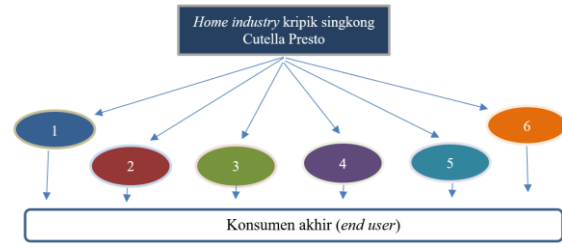
Ukuran Kemasan	Harga (Rp)	
	Grosir	Eceran
Besar (0,50 kg)	21.000	27.500
Kecil (0,25 kg)	11.000	16.000

Sumber: Manajemen Kripik singkong Cutella Presto

Sampai saat ini penjualan kripik singkong Cutella Presto, mampu menembus Provinsi Jawa Tengah, Jawa Barat dan Bali serta Pulau Madura khususnya untuk pembelian yang bersifat pesanan (*by order*). Hal tersebut memberikan indikasi dan menunjukkan bahwa masih ada peluang untuk memperluas pangsa pasar ke luar atau didalam daerah Jember. Optimalisasi pangsa pasar utamanya yang bersifat *indirect marketing*, bisa dilakukan melalui saluran pemasaran yang tepat, yang selama ini masih belum dimanfaatkan secara baik dan benar.

Optimalisasi Pangsa Pasar berbasis Saluran Distribusi

Pemasaran kripik singkong Cutella Presto, sampai saat ini masih belum optimal karena masih belum melakukan penetrasi secara merata pada pusat-pusat ekonomi seperti koperasi, pasar tradisional dan pasar moderen baik yang ada didalam maupun diluar wilayah Kabupaten Jember. Pola distribusi pemasaran yang sudah dilakukan juga belum berdampak pada penguasaan pasar secara merata. Untuk itu perlu strategi pemasaran yang tepat utamanya yang berkaitan dengan penentuan target pasar. Gambar 7 merupakan pola distribusi pemasaran kripik singkong Cutella Presto yang bisa dilakukan sebagai upaya untuk mengoptimalkan pangsa pasar. Pola saluran distribusi kripik singkong Cutella Presto tersebut, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dipasar tentang kripik yang rasanya berbeda dengan kripik lainnya. Sebagaimana dinyatakan Jolink dan Niesten (2015) bahwa saluran pemasaran merupakan struktur bisnis untuk organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses layanan, tersedia untuk dikonsumsi pelanggan akhir atau pebisnis. Saluran pemasaran akan memfasilitasi pergerakan fisik barang dari lokasi ke lokasi, sehingga mewakili "tempat" atau "distribusi" dalam bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat), mencakup proses mendapatkan produk yang tepat di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat pula.



Keterangan:

- 1 : Pujasera (pusat jajanan selera rakyat)
- 2 : Ritel Moderen (*super market, hypermart*)
- 3 : Ritel Tradisional (*warung*)
- 4 : Koperasi
- 5 : Rumah makan (*restourant, cafe*)
- 6 : Outlet pusat oleh-oleh khas daerah

Gambar 7. Pola saluran distribusi pemasaran

Sejalan dengan pernyataan Lee et al. (2015) bahwa keberadaan saluran pemasaran untuk menciptakan utilitas bagi pelanggan. Kategori utama utilitas saluran adalah utilitas tempat (ketersediaan produk atau layanan di lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial), utilitas waktu (ketersediaan suatu produk atau jasa pada saat diinginkan oleh pelanggan); utilitas bentuk (ketersediaan produk yang diproses, disiapkan, dalam kondisi layak, dan siap untuk dijual); dan utilitas informasi (ketersediaan jawaban atas pertanyaan dan komunikasi umum tentang fitur dan manfaat produk yang berguna). Dengan demikian utilitas tersebut dapat menjadi sumber dasar keunggulan kompetitif. Namun pemilihan saluran pemasaran yang tepat juga merupakan elemen penting dari keseluruhan strategi saluran pemasaran produk dan jasa perusahaan. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Buccirossi (2015) bahwa pentingnya melakukan seleksi distribusi (*selective distribution*) dengan cara membatasi jumlah outlet melalui distribusi selektif, sehingga produsen bisa memangkas biaya distribusi dan promosi mereka.

Setelah mengikuti program pendidikan dan pelatihan, mitra Cutella Presto mampu menerapkan konsep-konsep manajemen yang telah dipelajari dalam bisnis mereka. Dalam hal ini, mereka dapat mengelola distribusi produk mereka secara lebih efektif dengan memanfaatkan jaringan distribusi yang ada. Mitra juga mampu meningkatkan pangsa pasarnya dengan cara memperluas jangkauan distribusi produk mereka.

Dengan meningkatnya pemahaman mitra tentang manajemen distribusi, mereka dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan efektif dalam mengelola bisnis mereka. Sebagai hasilnya, bisnis mereka mampu tumbuh dan berkembang lebih pesat di pasar yang semakin kompetitif. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Cutella Presto

dan mitra lainnya dapat memanfaatkan kesempatan untuk belajar dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara lebih efektif dan efisien.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian bisa disimpulkan bahwa: (1) proses produksi home industry kripik singkong Cuttella Presto masih secara manual, namun kualitas hasil produksinya mampu bersaing dengan produk sejenis yang beredar di pasar; (2) Keunggulan daya saing kripik singkong Cutella Presto ditentukan oleh bahan baku yang terpilih dan berkualitas yang didukung dengan proses produksi dengan sistem manajemen yang berkualitas; (3) Optimalisasi pangsa pasar bisa dilakukan dengan strategi membangun jaringan distribusi produk ke pusat-pusat ekonomi yang terseleksi secara baik di dalam maupun diluar daerah; dan (4) Keberhasilan meningkatkan pangsa pasar akan menentukan keberlangsungan operasional usaha di masa yang akan datang secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember menyampaikan Ucapan Terima Kasih yang dalam atas kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat kepada: (1) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember; (2) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Jember; (3). Ibu Ella selaku pemilik dan manajer *home industry* kripik singkong Cutella Presto; dan (4) Para pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Baker P., Friel S. 2016. Food systems transformations, ultra-processed food markets and the nutrition transition in Asia. *Globalization and Health*. 12:1-15. doi: <https://doi.org/10.1186/s12992-016-0223-3>.
- BPS. 2022. Jember Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. [Online]. <https://jemberkab.bps.go.id/publication>. Diakses pada 6 Februari 2023.
- Buccirossi P. 2015. Vertical restraints on e-commerce and selective distribution. *Journal of Competition Law & Economics*. 11(3):747-773. doi: <https://doi.org/10.1093/joclec/nhv022>.
- Jolink A., Niesten E. 2015. Sustainable development and business models of entrepreneurs in the organic food

industry. *Business Strategy and the Environment*. 24(6):386-401. doi: <https://doi.org/10.1002/bse.1826>.

- Lee Y.-K., Kim S.-H., Seo M.-K., Hight S. K. 2015. Market orientation and business performance: Evidence from franchising industry. *International journal of hospitality management*. 44:28-37. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.09.008>.
- Lestari F., Kurniawan R., Ismail K., Mawardi M., Nurainun T., Hariadi I. 2015. Business unit utilization in supply chain of distribution channel. *Journal of Industrial Engineering and Management*. 15(2):142-154. doi: <http://dx.doi.org/10.3926/jiem.3546>.
- Mayer M. C., Stadler C., Hautz J. 2015. The relationship between product and international diversification: The role of experience. *Strategic Management Journal*. 36(10):1458-1468. doi: <https://doi.org/10.1002/smj.2296>.
- Mittal S., Khan M. A., Romero D., Wuest T. 2018. A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of manufacturing systems*. 49:194-214. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2018.10.005>.
- Reuschke D., Mason C. 2022. The engagement of home-based businesses in the digital economy. *Futures*. 135:102542. doi: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2020.102542>.
- Sok P., Snell L., Lee W. J., Sok K. M. 2017. Linking entrepreneurial orientation and small service firm performance through marketing resources and marketing capability: A moderated mediation model. *Journal of Service Theory and Practice*. 27(1):231-249. doi: <https://doi.org/10.1108/JSTP-01-2016-0001>.
- Xiao Z., Wang J. J., Liu Q. 2018. The impacts of final delivery solutions on e-shopping usage behaviour: The case of Shenzhen, China. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 46(1):2-20. doi: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2016-0036>.