

Marketing Managerial Coaching Tows Analysis And Food Poisoning Anticipation Training In Culinary Business

Coaching Manajerial Pemasaran Analisis Tows Dan Pelatihan Antisipasi Keracunan Makanan Pada Bisnis Kuliner

Galuh Ratmana Hanum¹, Sumartik^{2*}, Lilik Indayani³, Errina Rachmawati⁴, Vido Michael Gerung⁵

Faculty of Health Sciences, University of Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Faculty of Business Law and Social Sciences, University of Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Abstract. Problems The ability of Oiki Pizza SMEs in recognizing business strengths is felt to be lacking, threats and opportunities and business weaknesses for business sustainability are still not detected properly, the level of food health according to government standards is also not properly known in running its business. The solutions offered by the team proposing Abdimas Universitas Muhammadiyah Sidoarjo include assistance in Marketing Managerial Coaching in the form of training in the preparation of TOWS analysis (Threats, Opportunities, Weaknesses, Streghts). The method that the researcher uses is divided into 2 activities carried out from January 2022 to April February 2022, namely carrying out a TOWS analysis (Threats, Opportunities, Weaknesses, Streghts) including identifying the main TOWS issues and strategies implemented, and the next activity is food poisoning anticipation training for the first level. food health. The parties involved are the three proposing lecturers and two students who serve in the management study program, UKM Oiki Pizza. Abdimas' results, namely UKM Pizza Oiki were able to compile TOWS for their business activities and record food processing activities based on the health standards of the UNESCO World Health Organization to avoid food poisoning.

Keywords: Managerial Coaching, TOWS, Food Poisoning

Abstrak. Permasalahan Kemampuan pelaku UKM Oiki Pizza dalam mengenali kekuatan usaha dirasa kurang, ancaman dan peluang serta kelemahan usaha untuk keberlanjutan usahanya masih belum terdeteksi dengan baik, tingkat kesehatan makanan sesuai standar pemerintah juga belum diketahui dengan benar dalam menjalankan bisnisnya. Solusi yang ditawarkan oleh tim pengusul Abdimas Universitas Muhammadiyah Sidoarjo antara lain pendampingan Coaching Manajerial Pemasaran dalam bentuk pelatihan penyusunan analisis TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Streght*). Metode yang peneliti gunakan terbagi dalam 2 kegiatan yang dilaksanakan mulai bulan Januari 2022 sampai AprilFebruari 2022, yaitu melaksanakan analisa TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Streght*) meliputi identifikasi isu utama TOWS dan strategi yang diterapkan, dan kegiatan berikutnya pelatihan antisipasi keracunan makanan untuk tingkat kesehatan makanan. Pihak yang terlibat adalah tiga dosen pengusul dan dua mahasiswa pengabdian prodi manajemen, UKM Oiki Pizza. Hasil Abdimas yaitu UKM Pizza Oiki mampu menyusun TOWS kegiatan bisnisnya dan mendata kegiatan pengolahan makanan berdasarkan standar kesehatan Badan kesehatan Dunia UNESCO untuk menghindari keracunan makanan.

Kata Kunci: *Coaching* Manajerial, *TOWS*, Keracunan Makanan

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Mitra Abdimas Institusi program kemitraan Masyarakat Universitas Muhammadiyah tahun 2022 kali ini, pengusul bekerja sama dengan UKM Oiki Pizza yang mempunyai lokasi usaha 11.6 km dari kampus

1 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, di tahun sebelumnya mitra ini juga menjadi tempat pengabdian masyarakat kami dengan nama UKM Bejone yang bergerak di olahan bawang merah organik berupa bawang goreng untuk pelatihan analisis Bankable, namun efek pandemi ternyata membawa perubahan yang mendasar dalam pengelolaan usaha [3], UKM Bejone meskipun bankable dimata pemberi dana atau modal stimulus perbankan, namun ketidakberdayaan strategi pemasaran dan sustainability supply chain rantai pasok serta kualitas makanan yang mudah berjamur, membuat usaha luluh lantak terimbas pandemi. Makanan yang berjamur merupakan penyebab keracunan makanan[6][7]. Jiwa berusaha dan berikhtiar sebagai pelaku UKM dari ibu Erika selaku pemilik UKM Bejone, merubah unit usaha menjadi UKM Pizza Oiki dan kembali mengelola usahanya dengan terus belajar menjaga rantai pasokan, meningkatkan kualitas makanan agar tidak berjamur dan mulai belajar pemasaran yang berbasis teknologi dan adaptif terhadap perubahan

Permasalahan utama dari UKM Oiki Pizza adalah, Dari segi produksi, peningkatan kepercayaan kualitas makanan pizza, yang fresh dan tidak berjamur sehingga tidak ragu akan bahaya keracunan makanan. Kemasan setiap produk pizza yang masih sama meski varian berbeda, komposisi makanan yang tidak tercantum di kemasan. Permasalahan yang kedua yaitu dari segi manajemen, ketidakmampuan adaptasi perubahan strategi pemasaran yang berbasis teknologi di masa pandemi yang serba digital yaitu pembukuan general[4], pembukuan yang rapi hanya pada marketplace tertentu, namun yang untuk usaha offline, belum tertata dan tercatat rapi, dan permasalahan yang ketiga yaitu kesulitan membuat marketing plan untuk rencana usaha kedepan, baik dari segi tenaga pemasar atau manajerial bisnis[5], perlunya tenaga pemasar tambahan dan toko pusat display yang berhubungan dengan pembeli offline dan online.



Gambar 1. Usaha UKM Bejone yang bergerak di olahan bawang merah, usaha bangkrut di masa pandemi



Gambar 2. Usaha UKM Oiki Pizza

Permasalahan secara umum yang dihadapi UKM Pizza Oiki yang dimiliki oleh ibu Erika jika dijabarkan dalam tabel dapat ditunjukkan dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan UKM Pizza Oiki Tahun 2022

No	Aspek	Permasalahan
1	Produksi dan kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> a. Makanan cepat berjamur b. Teknik pengolahan makanan dan penghindaran keracunan c. Komposisi makanan yang tidak tercantum di kemasan d. Kemasan yang sama meskipun beda varian rasa dan ukuran
2	Pemasaran dan Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketidakmampuan adaptasi teknologi digital b. Pembukuan general yang belum tercatat rapi c. Tenaga pemasar d. Toko pusat dan toko display e. Kemampuan iklan dan promosi f. Manajerial pengelolaan usaha g. Marketing Plan

Sumber: Wawancara dan analisis awal dengan pemilik UKM Pizza Oiki, data diolah

Berdasarkan tabel 1 dapat diinformasikan bahwa UKM Oiki Pizza baik dari segi produksi dan kesehatan, pemasaran dan sumber daya manusia, usaha tersebut sangat butuh pendampingan dari akademisi sebagai bentuk abdimas yang dapat memberikan sumbangsih, ilmu, pemikiran dan teknologi tepat guna baik literasi ataupun inovasi yang mendorong usaha untuk bangkit kembali di masa pandemi Covid 19.

Permasalahan Mitra

Permasalahan Mitra yang menjadi prioritas untuk diselesaikan dan telah disepakati antara lain ditunjukkan pada tabel 2, dibawah ini.

No	Aspek	Permasalahan	Kebutuhan UKM
1	Produksi dan kesehatan	a. Makanan cepat berjamur b. Teknik pengolahan makanan dan penghindaran keracunan	UKM membutuhkan pendampingan untuk pelatihan mengolah makanan dan menghindari keracunan, Dalam hal ini akan dihandle oleh ibu Galuh Ratmana Hanum dari Tekhnologi Laboratorium Medis
2.	Pemasaran dan Sumber daya manusia	a. Tenaga pemasar b. Toko pusat dan toko display c. Kemampuan iklan dan promosi d. Manajerial pengelolaan usaha e. Marketing Plan	UKM membutuhkan merencanakan elemen pemasaran UKM, menentukan taktik pemasaran, melaksanakan analisa TOWS, dan menyusun bauran pemasaran UKM Dalam hal ini akan dihandle oleh ibu Sumartik dan Ibu Lilik Indayani dari prodi Manajemen yang juga Asesor LSP Umsida skema Tenaga Pemasar Manajerial Tenaga Pemasaran

Sumber: Wawancara dan analisis awal dengan pemilik UKM Pizza Oiki, data diolah

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

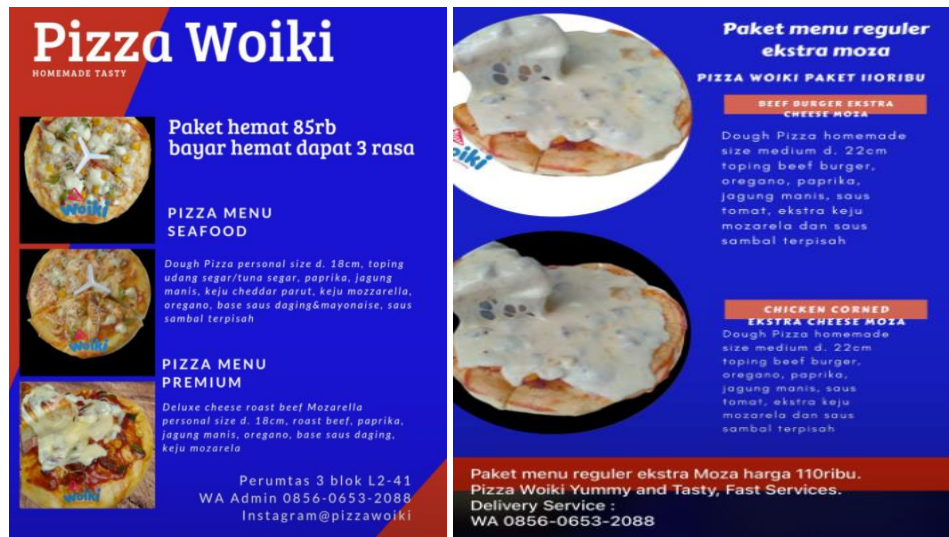
Solusi yang diberikan oleh Tim Abdimas PkaMI UMSIDA yaitu pelatihan mengenai *Food Intoxication*, Pelatihan mengenai: Merencanakan elemen pemasaran UKM, Menentukan taktik pemasaran, Melaksanakan analisa TOWS, Menyusun bauran pemasaran UKM

METODE PELAKSANAAN

Metode yang peneliti gunakan terbagi dalam 5 kegiatan yang dilaksanakan mulai bulan Januari 2022 sampai Mei 2022, Bulan Januari sampai february , dosen dan mahasiswa melakukan pendampingan dalam merencanakan elemen pemasaran UKM yang meliputi segmentasi usaha, target dan positioning, kegiatan kedua dilaksanakan bulan Februari – Mei 2022 yaitu menentukan taktik pemasaran yang meliputi diferensiasi produk dan program penjualan, kegiatan ketiga yaitu melaksanakan analisa TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Streght*) meliputi identifikasi isu utama TOWS [1] dan strategi yang diterapkan, dan kegiatan berikutnya menyusun bauran pemasaran UKM meliputi posisi produk, metode penetapan harga, pola distribusi dan promosi[2]., kemudian bulan maret pelatihan antisipasi keracunan makanan. Pihak yang terlibat adalah tiga dosen pengusul dan dua mahasiswa pengabdii prodi manajemen, UKM Oiki Pizza.

PEMBAHASAN

Pelatihan coaching manajerial untuk analisis TOWS dimulai dengan menganalisis alur proses pemasaran, rebranding produk dan merek yang semula pizza Oiki menjadi pizza Woiki, paket bundling produk dengan harga terjangkau (seperti yang terlihat di gambar 3 dibawah ini), kapasitas produksi dan peran jasa kirim tercepat, tata letak toko offline dan sumber bahan baku yang digunakan serta manajemen stok. Sejalan dengan penelitian yang menyebutkan manajemen rantai pasokan (SC) menjadi lebih rumit karena perubahan sistematis dalam operasi SC oleh perusahaan. Usaha kecil dan menengah (UKM) sedang mencari solusi yang dapat membantu mereka untuk menyelesaikan masalah kinerja keuangan dan pemasaran.[1] Menekankan perlunya pemasaran terpadu, yang menyiratkan harmonisasi kegiatan pemasaran secara keseluruhan untuk memaksimalkan manfaat individu dan umum. Menggunakan strategi pemasaran sementara, seperti pemasaran digital, memungkinkan organisasi memisahkan diri dari kompetisi dan memastikan keunggulan kompetitif untuk diri mereka sendiri dalam jangka panjang. Agar mereka dapat bertahan di pasar, organisasi memerlukan peningkatan kualitas layanan dan hubungan mereka dengan pengguna layanan secara terus-menerus. [2] Kondisi yang sangat bergolak secara teknologi digambarkan oleh siklus pendek inovasi dan keusangan teknologi. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, pengenalan produk baru yang tepat waktu untuk menggantikan produk usang dapat membebani perusahaan karena kurangnya sumber daya. Oleh karena itu, di bawah turbulensi teknologi tinggi, perusahaan tidak akan dapat dengan mudah menentukan bidang teknologi apa yang harus mereka investasikan. [3] Teknologi, yang sebelumnya digunakan untuk menurunkan biaya dan meningkatkan proses bisnis, telah mengungkapkan potensinya untuk menentukan arah perubahan keseluruhan dalam fungsi organisasi. [4]



Gambar 3. Bundling harga Pizza Woiki

Keamanan Pangan di UKM Oiki Pizza secara bertahap telah diberikan pelatihan dan memenuhi syarat higiene dan sanitasi yang baik, memiliki PIRT, halal food dan menggunakan bahan baku pizza yang berkualitas, pengolahan juga memenuhi standar HACCP, pengujian produk, daya tahan produk pizza akan timbulnya jamur turut serta dipertimbangkan. Masalah kesehatan terkait makanan, yang disebabkan oleh kontaminasi makanan atau malnutrisi, memiliki dampak global terhadap kesehatan masyarakat dan ekonomi. [7] Perkembangan teknologi menawarkan peluang kepada pengambil keputusan pemasaran untuk menjadi lebih baik.[8][9][10]. Pengembangan produk baru sangat penting bagi perusahaan besar, serta kecil dan menengah (UKM). [5] Perubahan ekosistem makanan dan munculnya patogen yang resistan terhadap obat telah menggeser rantai pasokan makanan ke sistem yang saling berhubungan dengan berbagai hubungan yang kompleks dan paparan terhadap risiko baru dan potensi wabah penyakit bawaan makanan yang lebih besar. Dari kategori komoditas umum, penyakit menular hewan dan tumbuhan bertanggung jawab atas kerugian ekonomi global yang besar dalam industri rantai nilai pangan dan pertanian serta keanekaragaman hayati. [6]

Ucapan Terima Kasih

UKM Pizza Oiki atas segala perlegkapan pelatihan yang telah disediakan mengenai keracunan makanan

Daftar Referensi

- [1] Ali, Z., Gongbing, B., & Mehreen, A. (2019). Predicting supply chain effectiveness through supply chain finance: Evidence from small and medium enterprises. *International Journal of Logistics Management*, 30(2), 488-505. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/IJLM-05-2018-0118>
- [2] Brzakovic, A., Brzakovic, T., & Popovic, G. (2021). Empirical analysis of the influence of digital marketing elements on service quality variables in the small- and medium-sized enterprises sector in the republic of serbia. *Sustainability*, 13(18), 10264. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su131810264>
- [3] Determinants of a Firm's sustainable competitive advantages: Focused on korean small enterprises. (2021). *Sustainability*, 13(1), 346. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su13010346>
- [4] Digital transformation and marketing activities in small and medium-sized enterprises. (2021). *Sustainability*, 13(5), 2512. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su13052512>
- [5] Iqbal, M. (2021). New product development process design for small and medium enterprises: A systematic literature review from the perspective of open innovation. *Journal of Open Innovation*, 7(2), 153. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/joitmc7020153>
- [6] Microbial communities of meat and meat products: An exploratory analysis of the product quality and safety at selected enterprises in south africa. (2021). *Microorganisms*, 9(3), 507. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/microorganisms9030507>
- [7] Omar, A. M., Chieffi, D., Hammoudi, A., Sid, A. B., Fanelli, F., & Fusco, V. (2021). Prevalence, enterotoxigenic potential and antimicrobial resistance of 0RW1S34RfeSDcfkexd09rT2staphylococcus aureus1RW1S34RfeSDcfkexd09rT2 and methicillin-resistant 0RW1S34RfeSDcfkexd09rT2staphylococcus aureus1RW1S34RfeSDcfkexd09rT2 (MRSA) isolated from algerian ready to eat foods. *Toxins*, 13(12), 835. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/toxins13120835>
- [8] van Bruggen, G.H., Smidts, A., & Wierenga, B. (2001). The powerful triangle of marketing data, managerial judgment, and marketing management support systems. *European Journal of Marketing*, 35(7), 796-814. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000005726>
- [9] Chihambakwe, M., Mafongoya, P., & Jiri, O. (2019). Urban and peri-urban agriculture as A pathway to food security: A review mapping the use of food sovereignty. *Challenges*, 10(1), 6. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/challe10010006>

- [10] McEntee, J. C., & Naumova, E. N. (2012). Building capacity between the private emergency food system and the local food movement: Working toward food justice and sovereignty in the global north. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 3(1), 235-253. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/building-capacity-between-private-emergency-food/docview/1285242266/se-2?accountid=46437>