

## Pendampingan Manajemen Produksi dan Pemasaran pada Usaha Bakso Tahu Tisha untuk Meningkatkan Penjualan dan Kesejahteraan

Hermansyah Andi Wibowo

Prodi Manajemen, FEB, Universitas Serang Raya, Kota Serang

Email: [hermansyahandiwibowo@gmail.com](mailto:hermansyahandiwibowo@gmail.com)

---

### Article Info

#### Article history:

Received June, 12, 2025

Revised June 29, 2025

Accepted July 09, 2025

---

#### Keywords:

Layoff (PHK), profession, entrepreneurship, MSMEs, SWOT.

---

### ABSTRACT

*The wave of layoffs at PT. Indah Kiat Pulp & Paper due to economic pressures and industry competition has pushed affected employees, especially local employees, to seek alternative livelihoods. Many of them chose the entrepreneurial path by establishing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) using severance pay as initial capital, as illustrated by the case of Mr. Widodo who founded the Bakso Tahu Tisha business. Although driven by the desire to be financially independent, these new MSMEs face significant challenges, including difficulties in obtaining quality raw materials at affordable prices, tight market competition, marketing constraints to expand product reach, and maintaining financial stability and personal health. This article aims to analyze the challenges faced by MSMEs established by former employees after being laid off, focusing on the case study of Bakso Tahu Tisha. Participatory observation was conducted with business mentoring for 1 year. Direct coaching and SWOT analysis methods were applied to provide input according to the problems in each SWOT element. Furthermore, this article offers a contribution of thought in the form of optimization strategies in the field of marketing and production as a fundamental key to overcoming existing obstacles, increasing competitiveness, expanding market reach, and ensuring the sustainability of the Bakso Tahu Tisha MSMEs.*

*This is an open access article under the CC BY-SA license.*



---

### Article Info

#### Article history:

Received June, 12, 2025

Revised June 29, 2025

Accepted July 09, 2025

---

#### Keywords:

Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), profesi, kewirausahaan, UMKM, SWOT.

---

### ABSTRAK

Gelombang Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di PT. Indah Kiat Pulp & Paper akibat tekanan ekonomi dan persaingan industri telah mendorong karyawan terdampak, khususnya karyawan lokal, untuk mencari alternatif penghidupan baru. Banyak di antara mereka memilih jalur kewirausahaan dengan mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menggunakan pesangon sebagai modal awal, seperti yang diilustrasikan oleh kasus Pak Widodo yang mendirikan usaha Bakso Tahu Tisha. Meskipun didorong oleh keinginan untuk mandiri secara finansial, para pelaku UMKM baru ini menghadapi tantangan signifikan, meliputi kesulitan mendapatkan bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau, persaingan pasar yang ketat, kendala pemasaran untuk memperluas jangkauan produk, serta menjaga stabilitas keuangan dan kesehatan pribadi. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM yang didirikan oleh mantan karyawan pasca-PHK, dengan fokus pada studi kasus Bakso Tahu Tisha. Observasi partisipatori dilakukan dengan pendampingan usaha selama 1 tahun. Metode *coaching* langsung dan analisis SWOT diterapkan untuk memberi masukan sesuai permasalahan di setiap unsur SWOT. Lebih lanjut, tulisan ini menawarkan kontribusi pemikiran berupa strategi optimalisasi di bidang pemasaran dan produksi sebagai kunci fundamental untuk mengatasi kendala yang ada, meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan memastikan keberlanjutan UMKM Bakso Tahu Tisha.

**Corresponding Author:**

Nama penulis: Hermansyah Andi Wibowo

Universitas Serang Raya

Email: [hermansyahandiwibowo@gmail.com](mailto:hermansyahandiwibowo@gmail.com)**Pendahuluan**

Gelombang Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang melanda berbagai sektor industri, tak terkecuali sektor pulp dan kertas, turut dirasakan oleh karyawan lokal PT. Indah Kiat Pulp & Paper. Perusahaan, yang terhimpit oleh tekanan ekonomi global dan persaingan yang semakin ketat, mengambil keputusan sulit untuk merampingkan operasional. Alasan PHK yang diajukan perusahaan beragam, mulai dari efisiensi biaya hingga penyesuaian dengan perkembangan teknologi. Sebagai bentuk kompensasi, PT. Indah Kiat memberikan pesangon kepada karyawan yang terkena PHK, namun besarnya bervariasi tergantung pada masa kerja dan jabatan masing-masing.

Dihadapkan pada situasi yang tak terduga sebagaimana dinyatakan Wibowo & Indarti (2020), para karyawan yang terkena PHK dituntut untuk segera beradaptasi. Sebagian besar dari mereka memilih untuk beralih profesi. Ada yang mencoba peruntungan sebagai pedagang, reseller, atau pengusaha UMKM (Tambunan, 2008). Pilihan ini didasari oleh keinginan untuk tetap produktif dan mandiri secara finansial, yang mana menjadi dasar ide wirausaha (Saputra, 2017). Kendali perilaku adalah variabel penting bagi keputusan berwirausaha (Wibowo et al., 2022). Namun, tak sedikit pula yang memilih untuk melamar ke perusahaan lain dengan harapan mendapatkan pekerjaan yang penghasilannya lebih stabil.

Salah satu contoh menarik adalah kisah Pak Widodo, mantan karyawan PT. Indah Kiat yang memutuskan untuk pensiun dini dan mendirikan usaha bakso tahu Tisha. Pesangon yang diterimanya digunakan sebagai modal awal untuk mewujudkan mimpinya memiliki usaha sendiri. Pilihan usaha kuliner ini sejalan dengan keterampilan yang dimilikinya, yakni membuat bakso. Dengan tekad yang kuat, Pak Widodo memulai usahanya dari nol.



Gambar 1 Pesanan tahu bakso

Namun, perjalanan merintis usaha tidaklah semulus yang dibayangkan. Bakso Tahu Tisha harus menghadapi berbagai tantangan, mulai dari kesulitan dalam mencari bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau, hingga persaingan yang ketat di pasar kuliner. Selain itu, masalah pemasaran juga menjadi kendala tersendiri. Bakso Tahu Tisha harus memutar otak untuk memperluas jangkauan pemasaran

produknya. Di samping itu, menjaga stabilitas dan kesehatan keuangannya.

Artikel ini, selanjutnya akan melaporkan hasil pendampingan usaha 1 tahun dengan *tenant* yaitu UMKM Bakso Tahu Tisha. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal, diperoleh kendala umum pada Bakso Tahu Tisha yaitu rendahnya kapasitas produksi dan diversifikasi produk, serta pencatatan keuangan yang sangat sederhana.

### Metode Pelaksanaan

Pendampingan dilakukan dengan observasi partisipatoris dimana penulis dalam sejumlah kegiatan usaha terlibat langsung. Pendampingan berlangsung selama 1 tahun. Metodenya adalah konsultasi tentang konsepsi strategi pemasaran dan analisis SWOT (Lee & Chung, 2018) yang dilakukan dengan secara langsung, yaitu penulis mendatangi dan berdiskusi dengan pemilik Bakso Tahu Tisha. Pemilihan merek berasal dari nama kedua puteri Pak Widodo yaitu Tifa dan Shafa. Diambil suku kata pertama dan digabungkan menjadi Tisha.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis SWOT pada Bakso Tahu Tisha adalah sebagai berikut. Analisis SWOT

#### a. *Strengths* (kekuatan)

- 1) Kualitas produk yang baik dan konsisten.
- 2) Penerapan prinsip HACCP.

- 3) Keterlibatan keluarga dalam proses produksi. (Hammond et al., 2016)
- 4) Harga yang terjangkau.
- 5) Pemasaran yang efektif melalui sistem titip dan konsep Cilok Bakso Kuah.

#### b. *Weaknesses* (kelemahan)

- 1) Kapasitas produksi terbatas.
- 2) Ketergantungan pada pasar lokal.
- 3) Kurangnya diversifikasi produk (terlalu fokus pada bakso tahu).
- 4) Belum adanya sistem pencatatan yang terstruktur.

#### c. *Opportunities* (peluang)

- 1) Permintaan pasar yang tinggi terhadap produk olahan daging.
- 2) Potensi pengembangan produk baru.
- 3) Kemungkinan ekspansi ke pasar yang lebih luas.

#### d. *Threats* (ancaman)

- 1) Persaingan yang semakin ketat.
- 2) Kenaikan harga bahan baku.
- 3) Perubahan preferensi konsumen.

Selain pemasaran, penulis memandang bahwa produksi juga memegang peran penting dalam keberhasilan rintisan usaha baru. Penulis menekankan kepada pemilik agar Bakso Tahu Tisha memperhatikan aspek keamanan pangan agar konsumen merasa nyaman. Tentu dengan kemampuan yang dimiliki saat ini. Produk yang berkualitas akan membuat pelanggan kembali lagi. Bakso Tahu Tisha menerapkan sejumlah pengendalian produksi mulai dari rantai

pasok bahan baku sampai dengan distribusi ke konsumen (Abdelghaffar & Hassan, 2013), meskipun masih sangat sederhana, yang terbagi menjadi aspek:

- 1) Kualitas bahan baku: Penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas akan menghasilkan produk yang lezat dan aman dikonsumsi. Bakso Tahu Tisha membeli bahan baku secara fresh dan melakukan penggilingan di Pasar Rau Kota Serang.
- 2) Standardisasi rasa: Bakso Tahu Tisha perlu menjaga konsistensi rasa bakso tahu agar pelanggan selalu mendapatkan rasa yang sama setiap kali membeli.
- 3) Kebersihan dan sanitasi: Proses produksi harus dilakukan dengan memperhatikan aspek kebersihan dan sanitasi untuk menghindari kontaminasi. Pada Bakso Tahu Tisha, penulis melihat bahwa proses produksi sudah baik dari sisi kebersihan. Selain itu Bakso Tahu Tisha sudah mengikuti pelatihan *Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)* (Kemenperin, 2012). Ini adalah sebuah sistem manajemen keamanan pangan yang sistematis, preventif, dan berbasis risiko yang diselenggarakan oleh penda setempat. Berbeda dengan pengabdian sebelumnya pada sentra Kue Satu (Wibowo & Kurnia, 2020) yang sudah menjadi pabrik tradisional, *GMP (Good Manufacturing Process)* (Kemenperin, 2012) pada Bakso Tahu Tisha skala usaha masih kecil sehingga proses produksi masih bisa dikontrol dengan baik.

- 4) Inovasi produk: Bakso Tahu Tisha memiliki kompetensi untuk mengembangkan varian rasa baru atau menu tambahan untuk menarik minat pelanggan dan memperluas target pasar. Tanpa perlu bekerjasama ataupun kontrak kerja. (Vega-Jurado et al., 2017) Produk baru yang sedang booming saat ini adalah Bakso Cilok Kuah, yang menyasar pasar penggemar bakso dengan *budget* yang terbatas.



Gambar 2 Pengering tahu bakso

Pada Bakso Tahu Tisha, semua proses produksi dilakukan sendiri oleh pasangan suami istri pemilik dan dibantu kedua anaknya. Mulai dari membeli daging, ikut antri menggiling di Pasar Rau Kota Serang, membeli tahu, membentuk bakso, memasak tahu bakso, dan pengemasan. Pemasaran dilakukan oleh Pak Widodo, sedangkan untuk produksi, dibantu oleh anggota keluarga inti. Desain kemasan sudah mengakomodasi syarat keamanan

pangan dan juga kemudahan konsumen untuk membawanya.



Gambar 3 Pengiriman produk ke warung  
Roni Sembako Serang

Pada titik ini, usaha Bakso Tahu Tisha berkembang pesat melalui penjualan sistem titip ke warung sayur pagi dan warung makan. Meningkatnya jumlah produksi telah mendorong munculnya kebutuhan penambahan kapasitas produksi. Dampaknya adalah Bakso Tahu Tisha harus membeli peralatan produksi baru untuk menambah kapasitas ini.



Gambar 4 Tawaran Supplier Alat Produksi  
Dengan adanya booming penjualan bakso secara eceran kecil (harga Rp5000an), Bakso Tahu Tisha juga tidak kalah. Oleh karena itu, selain menitipkan

produknya di warung-warung sayur pagi di sekitar Kota Serang dan daerah industri Cikande, saat ini pemasaran rutin dilakukan harian melalui konsep Cilok Bakso Kuah. Cara ini terbukti meningkatkan omset penjualan karena harganya terjangkau oleh segmen pasar yang jumlahnya banyak.



Gambar 5 Konsep Cilok Bakso Kuah  
menyasar pasar berorientasi harga.

### Simpulan

Usaha Bakso Tahu Tisha memiliki potensi yang sangat baik untuk berkembang lebih besar lagi. Dengan melakukan beberapa penyesuaian dan pengembangan, usaha ini dapat menjadi lebih kuat dan tahan terhadap berbagai tantangan. Pendampingan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan dampak positif, khususnya dengan mengarahkan aktivitas usaha Bakso Tahu Tisha untuk mempertimbangkan hal-hal berikut:

- 1) Rencana pengembangan jangka panjang: Penting untuk merumuskan visi dan misi jangka panjang agar usaha ini memiliki arah yang jelas untuk pertumbuhan di masa depan.
- 2) Strategi mengatasi kendala finansial: Mengidentifikasi dan merencanakan solusi untuk potensi kendala finansial akan memperkuat fondasi usaha.
- 3) Pewarisan usaha kepada generasi selanjutnya: Mendorong minat dan

mempersiapkan generasi muda untuk melanjutkan usaha keluarga dapat menjamin keberlangsungan Bakso Tahu Tisha di masa depan.

## Saran

Penulis memberikan sejumlah saran teknis terkait sejumlah aspek ideal kepada Pak Widodo. Suatu saat aspek ini akan tercapai dan akan menuntut Bakso Tahu Tisha untuk melaksanakannya. Berikut aspek yang dimaksud.

### a. Peningkatan Kapasitas Produksi untuk lonjakan *demand* ekstrim (saat puasa/libur):

- 1) Investasi peralatan: Membeli peralatan produksi yang lebih modern dan efisien untuk meningkatkan kapasitas produksi. (belum)
- 2) Optimalisasi ruang produksi: Mengatur tata letak ruang produksi agar lebih efektif dan efisien. (sudah)
- 3) *Outsourcing*: Mempertimbangkan untuk mengoutsourcing beberapa proses produksi tertentu, seperti penggilingan daging, jika kapasitas produksi sendiri sudah maksimal. (belum)

### b. Diversifikasi Produk:

- 1) Pengembangan produk baru: Melakukan riset pasar untuk menemukan produk baru yang potensial, misalnya bakso ikan, sosis, atau nugget. (belum)
- 2) Kerjasama dengan supplier: Bekerjasama dengan supplier

bahan baku untuk mendapatkan bahan baku yang beragam dan berkualitas. (belum)

### c. Peningkatan upaya pemasaran:

- 1) Pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. (sudah)
- 2) Kemasan yang menarik dan fungsional, yaitu kemasan plastik dengan *hot sealer* dan informasi terkait produk. (sudah)
- 3) Program loyalitas dengan menerapkan program loyalitas kepada pelanggan warung (bukan pembeli). (belum)
- 4) Ikut pelatihan marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM. (Wibowo, 2024)

### d. Penguatan Sistem Pencatatan:

- 1) Pencatatan keuangan dengan pemisahan dari uang kebutuhan sehari-hari (belum, uang masih tercampur dengan keseharian)
- 2) Pencatatan produksi dengan mengadministrasi jumlah produksi, bahan baku yang digunakan, dan hasil penjualan. Ini diperlukan untuk peramalan kapasitas produksi (belum)
- 3) Pencatatan pelanggan dengan pembuatan basis data pelanggan baik pelanggan warung/toko maupun pelanggan *end consumer*. (belum)

### e. Peningkatan keterampilan SDM:

- 1) Pelatihan dengan melatih dan mengirim ke tempat pelatihan

pengelolaan UMKM yang biasanya menjadi program dari dinas UMKM dan koperasi di kabupaten. Target pelatihan adalah anggota keluarga yang terlibat produksi, administrasi dan pemasaran. (sudah)

- 2) Sertifikasi HACCP untuk meningkatkan kredibilitas/nama baik merek dengan mencapai tujuan *product safety*. (sudah)

### Daftar Pustaka

- Abdelghaffar, H., & Hassan, N. (2013). Evaluating the influence of E-SCM on business integrity in SMEs. *International Journal of Enterprise Information Systems*, 9(4), 1–11. <https://doi.org/10.4018/ijeis.2013100101>
- Hammond, N. L., Pearson, A. W., & Holt, D. T. (2016). The quagmire of legacy in family firms: Definition and implications of family and family firm legacy orientations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(6), 1209–1231. <https://doi.org/10.1111/etap.12241>
- Kemenperin, D. I. (2012). *Buku petunjuk teknis penilaian, klasifikasi dan pembinaan produk Ovop*. Dirjen IKM Kementerian Perindustrian. [https://www.academia.edu/34499512/BUKU\\_PETUNJUK\\_TEKNIS\\_OVOP](https://www.academia.edu/34499512/BUKU_PETUNJUK_TEKNIS_OVOP)
- Lee, S. S., & Chung, Y. K. (2018). A study on development strategy of Korean hidden champion firm: Focus on SWOT / AHP technique utilizing the competitiveness index. *Journal of International Entrepreneurship*, 16, 547–575.
- Saputra, J. E. (2017). *Entrepreneurship solusi cerdas mengatasi* *pengangguran dan kemiskinan di Indonesia*. Kompasiana. [http://www.kompasiana.com/januar01/entrepreneurship-solusi-cerdas-mengatasi-pengangguran-dan-kemiskinan-di-indonesia\\_5518e43fa33311bc12b65918](http://www.kompasiana.com/januar01/entrepreneurship-solusi-cerdas-mengatasi-pengangguran-dan-kemiskinan-di-indonesia_5518e43fa33311bc12b65918)
- Tambunan, T. (2008). SME development, economic growth, and government intervention in a developing country: The Indonesian story. *Journal of International Entrepreneurship*, 6, 147–167. <https://doi.org/10.1007/s10843-008-0025-7>
- Vega-Jurado, J., Kask, S., & Manjarrés-Henriquez, L. (2017). University industry links and product innovation: Cooperate or contract? *Journal of Technology Management and Innovation*, 12(3), 1–8. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000300001>
- Wibowo, H. A. (2024). Seminar dan pelatihan pemasaran dan keuangan di Desa Kubang Jaya sebagai upaya mengurangi jumlah pengangguran. *JURNAL PENGABDIAN SOSIAL*, 13.
- Wibowo, H. A., Hamdan, H., & Husain, M. K. (2022). Extending the theory of planned behavior with religiosity: Explaining entrepreneurial intention of employees students. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.17358/IJBE.8.1.49>
- Wibowo, H. A., & Indarti, N. (2020). Blue-collar workers entrepreneurial intentions and the extended theory of reasoned action: Incorporating

SEM and person-item map analysis.  
*Journal of Indonesian Economy and  
Business*, 35(3), 204.  
<https://doi.org/10.22146/jieb.52046>

Wibowo, H. A., & Kurnia, D. (2020).  
Pemulihan kegiatan ekonomi  
penduduk Desa Magelaran Cilik  
dengan pendampingan UMKM Kue  
Satu sebagai upaya peningkatan  
aksesibilitas kredit perbankan.  
*Jurnal Pengabdian Kepada  
Masyarakat*, 1(1), 177–180.  
[http://dx.doi.org/10.32493/al-  
jpkm.v3i2.20298](http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v3i2.20298)