




Increased productivity and sales of the Dapu Rindu home industry

Mayang Murni✉, Nasrul Kahfi Lubis, Asnidar, Agustina Nurul Fajriah

Universitas Samudra, Langsa, Indonesia

✉ mayang.unsam@gmail.com

 <https://doi.org/10.31603/ce.10266>

Abstract

Home industry is a form of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Many home industry players manage businesses without having adequate knowledge and skills, one of whom is Dapu Rindu, operating in the food industry, which is experiencing stagnation in all aspects of its business. The aim of this community service is to increase partners' knowledge and skills in managing their businesses, as well as to boost their business productivity and sales. Some of the methods implemented in this program include diversifying products with regional characteristics, improving marketing mix strategies, packaging and branding, and providing financial management training in the form of financial governance, recording, and determining competitive product selling prices. The results of the program show an increase in turnover and business profits, by 18.75% and 25%, respectively. Additionally, it has led to an improvement in partners' skills, enabling them to produce two new products that are typical Acehnese processed foods, possess legal status, calculate competitive selling prices, and manage business finances effectively.

Keywords: *Business productivity; Marketing; Financial management*

Peningkatan produktivitas dan penjualan industry rumahan Dapu Rindu

Abstrak

Industri rumah tangga adalah wujud dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyak diantara pelaku industri rumah tangga yang mengelola usahanya tanpa memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai, salah satunya yaitu Dapu Rindu yang bergerak di industri makanan, yang mengalami stagnansi dalam segala aspek usahanya. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menjalankan suatu usaha, serta meningkatkan produktivitas dan penjualan usahanya. Beberapa metode yang dijalankan dalam program ini yakni melakukan diversifikasi produk yang memiliki ciri khas kedaerahan, peningkatan strategi bauran pemasaran, *packaging* dan *branding* serta memberikan pelatihan manajemen keuangan berupa tata kelola keuangan, pencatatan hingga penentuan harga jual produk yang berdaya saing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan omset dan keuntungan usaha, masing-masing 18,75% dan 25%. Selain itu juga dihasilkan peningkatan keterampilan mitra dalam menghasilkan 2 produk baru yang merupakan makanan olahan khas Aceh, memiliki legalitas, mampu memperhitungkan harga jual yang bersaing, dan mampu mengelola keuangan usaha dengan baik.

Kata Kunci: Produktivitas usaha; Pemasaran; Manajemen keuangan

1. Pendahuluan

Home industry atau industri rumah tangga adalah salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia UMKM merupakan salah satu soko guru perekonomian selain koperasi. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan benteng perekonomian Indonesia. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5%. Kontribusi dari UMKM sangat besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi masyarakat Indonesia sehingga pemberdayaan dan pengembangan terhadap UMKM terutama usaha rumah tangga. Oleh karenanya perlu diperhatikan agar UMKM tidak hanya tumbuh dalam jumlah namun juga dapat berkembang kualitasnya dan berdaya saing. Masa pandemi Covid-19 memberikan dampak pada sektor UMKM pada saat itu. Berdasarkan survei UNDP dan LPEM UI pada Oktober 2022 yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset. Namun seiring berjalannya waktu, UMKM mulai beroperasi secara normal yang tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan pemerintah.

Dapu Rindu merupakan usaha yang dikelola oleh Ibu Rina Anggraini dengan dibantu oleh 3 orang anggotanya. Usaha ini bermula di tahun 2018 dimana mereka memproduksi bumbu rujak dan jamu tradisional dengan sistem *pre-order*. Dengan demikian, penjual dapat memastikan bahwa pasokan bumbu rujak dan jamu yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelanggan dan juga dapat meminimalisir risiko kelebihan stok atau kekurangan stok. Sistem penjualan *pre-order* yang dilaksanakan oleh Dapu Rindu juga dimaksudkan untuk membiaya produksi bumbu rujak kemasan dan jamu tradisional karena dengan demikian akan meminimalisir modal dalam proses produksi. Hal ini dikarenakan minimnya alat produksi, tenaga kerja dan terbatasnya kemampuan sumber daya manusia untuk membuat produk yang lebih bervariasi lagi. Dimulai dari awal usaha berdiri hingga saat ini, usaha yang dikelola oleh Ibu Rina Anggraini ini berjalan seadanya tanpa ada peningkatan dan perkembangan yang signifikan (stagnasi). Karena mereka hanya menunggu pesanan yang datang dan kesulitan terus berlanjut terlebih saat pandemi Covid-19.

Stagnasi yang dirasakan oleh Dapu Rindu diketahui terjadi karena beberapa faktor yakni jenis dan kualitas produk, pengetahuan serta keterampilan usaha. Produk yang ditawarkan oleh Dapu Rindu monoton dan tidak memiliki ciri khas untuk diingat oleh konsumen. Oleh karenanya perlu dilakukan diversifikasi produk dengan menonjolkan ciri khas kedaerahan tempat Dapu Rindu mengelola usahanya. Selain itu pengemasan yang dilakukan oleh Dapu Rindu seadanya menggunakan botol plastik sehingga tidak ada daya tarik di dalamnya dan tidak mampu memasuki pasar yang ada. Permasalahan ini dapat diatasi dengan strategi *packaging* dan *branding* produk agar menarik dan diingat oleh konsumen.

Selanjutnya permasalahan yang dihadapi Dapu Rindu mengenai sistem pemasaran *pre-order* dan manual. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas nantinya akan dilakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran baik secara *offline* maupun *online* yang didukung dengan *packaging* dan *branding* yang dilakukan sebelumnya. Terakhir mengenai minimnya modal yang dimiliki oleh Dapu Rindu. Pada permasalahan ini, minimnya

modal bukan lah mengenai permasalahan utama. Namun permasalahan utama adalah pengelolaan keuangan yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai hingga dana yang dimiliki untuk mengelola usaha dan dana yang diperoleh untuk usaha tercampur dengan keuangan rumah tangga. Sehingga dana yang ada tidak dapat kembali digunakan untuk usaha. Untuk itu diperlukan pelatihan mengenai manajemen keuangan yang baik dan pembuatan laporan keuangan usaha sederhana. Selain itu, Dapu Rindu juga dalam menetapkan harga jual hanya memperhitungkan dari bahan baku yang digunakan, tanpa memperhitungkan atribut lainnya yang menempel dalam suatu produk seperti tenaga kerja dan *overhead*. Oleh karenanya solusi yang akan ditawarkan yakni memberikan pelatihan mengenai penentuan harga jual yang tepat agar menghasilkan keuntungan yang sesuai dan kompetitif.

2. Metode

Keseluruhan permasalahan yang dimiliki oleh mitra Dapu Rindu dapat ditanggulangi dengan melihat potensi sumber daya dan produk yang akan ditawarkan. Pelatihan dilakukan selama 3 jam per pertemuan selama waktu 3 bulan. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan dimulai dari temu awal mitra membahas situasi dan permasalahan hingga akhirnya proses evaluasi dan pemantauan.

Tahapan utama dalam program ini yakni penyelesaian keseluruhan permasalahan yang dihadapi mitra. Tahapan penyelesaian mengenai produk yang monoton dan tidak memiliki ciri khas. Pada tahapan ini, sesuai dengan diskusi dengan mitra dilakukan diversifikasi produk pada mitra dengan menambahkan ciri khas kedaerahan yakni makanan khas Aceh. Mitra diberikan pelatihan demo memasak dengan melibatkan narasumber ahli makanan khas Aceh yaitu Ibu Agustina Nurul Fajriah. Dalam tahapan ini pula, pelatihan memasak tidak hanya bagaimana cara memasak olahan makanan saja. Namun dilakukan pelatihan cara memasak agar makanan tahan lama dengan didukung *packaging* produk yang membuat suatu produk bertahan lama sampai ditangan konsumen. Serta untuk meningkatkan kualitas suatu produk, akan didaftarkan legalitas usaha dari Dapu Rindu. Selanjutnya dalam rangka menunjang keberhasilan program ini, mitra juga diberikan set peralatan masak dan perlengkapan bahan produksi.

Selanjutnya, dalam kegiatan ini mitra juga diberikan pemahaman dan pelatihan mengenai strategi bauran pemasaran dengan memanfaatkan sosial media dan *marketplace* oleh Ibu Asnidar. Mitra juga diberikan stimulan berupa *branding* agar produknya lebih dikenali oleh konsumen. Tahapan berikutnya dalam pelaksanaan kegiatan ini yakni penyelesaian mengenai permasalahan manajemen keuangan usaha. Pada tahapan ini mitra diberikan pelatihan mengenai tata kelola usaha yang baik oleh Bapak Nasrul Kahfi Lubis, yakni mengenai pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga serta pencatatan keuangan usaha mikro yang baik. Pada tahapan ini juga dilakukan pelatihan mengenai cara menghitung dan menentukan harga jual yang benar dan bersaing oleh Ibu Mayang Murni. Keseluruhan tahapan inti dari kegiatan ini diikuti oleh pemilik usaha Ibu Rina Anggraini dan 3 orang anggotanya.

Tahapan monitoring dan evaluasi dilaksanakan untuk memastikan ketercapaian pelaksanaan program sesuai dengan target dan atas keberlangsungan kegiatan. Evaluasi

kegiatan diketahui dari hasil amatan lapangan dan jajak pendapat mitra terhadap proses kegiatan yang dilaksanakan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat telah dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Secara garis besar kegiatan dilaksanakan melalui beberapa pelatihan dan pemberian alat stimulan bagi mitra agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta produktivitas dan penjualannya. Kegiatan yang dilakukan oleh Dosen Universitas Samudra dengan dibantu oleh beberapa mahasiswa diawali dengan melakukan pelatihan memasak olahan makanan khas Aceh ([Gambar 1](#)).



Gambar 1. Kegiatan pelatihan memasak makanan khas Aceh

Selanjutnya pada tahapan ini mitra diberikan pemahaman bagaimana agar makanan awet sampai ke tangan konsumen dengan didukung dengan *packaging* yang baik. *Packaging* yang digunakan yakni berupa *standing pouch* dan botol yang dilengkapi dengan aluminium *seal* yang kedap udara sehingga menjaga ketahanan produk. Selain itu untuk bersaing di pasar nasional dan internasional, pengemasan produksi olahan yang sudah diolah harus dikemas secara menarik agar menjadi nilai tambah bagi penjual ([Limanseto, 2022](#)).

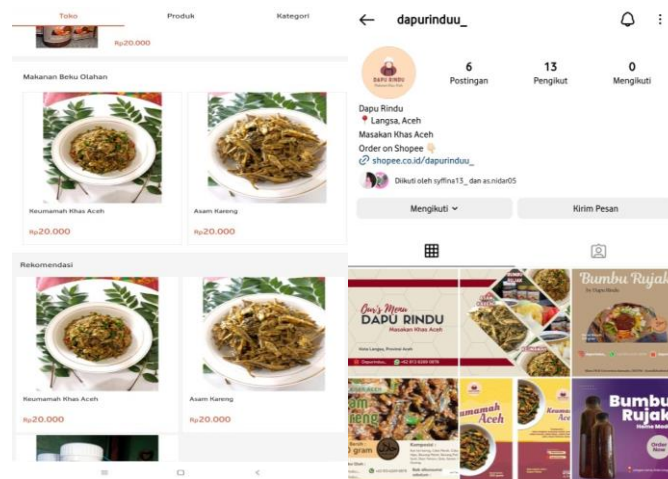


Gambar 2. Contoh *packaging* makanan

Pada kemasan telah didesain label yang menarik. Label yang didesain terdiri dari beberapa warna yang membuat mata konsumen lebih segar sehingga dapat di kenang di pikiran konsumen. Pemilihan warna ini didasarkan pada respons dari beberapa orang mitra yang diwawancarai untuk dimintai tanggapannya. Hasil yang didapatkan dari strategi *branding* ini yaitu dihasilkannya kemasan yang dapat menarik calon pembeli (**Gambar 2**). Dampak dari pembuatan kemasan dan *branding* yang menarik adalah konsumen tertarik untuk membeli dan meningkatkan nilai jual dari produk (**Negara et al., 2022**).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yakni memberikan pelatihan mengenai strategi bauran pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan merancang, menetapkan harga, memasarkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau pembeli (**Patmawati et al., 2021**). Kegiatan pengabdian khususnya strategi pemasaran produk Dapu Rindu pada pengabdian ini meliputi pendampingan pembuatan akun media sosial sebagai sarana pemasaran dan pelatihan teknik promosi dan pemasaran produk Dapu Rindu melalui media sosial. Adapun media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran produk yaitu Instagram dan Shopee (**Gambar 3**).

Media sosial adalah sarana pemasaran yang dapat menghemat biaya (**Immanuel, 2019**). Promosi secara *online* lebih menguntungkan untuk usaha kecil yang baru karena meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk promosi. Tampilan akun Instagram dan Shopee untuk memasarkan produk Dapu Rindu yang diproduksi oleh Ibu Rina Angraini yang beralamatkan Jalan Ahmad Yani, Gang Seni, Gampong Baro, Kecamatan Langsa Lama, Kota Langsa.



Gambar 3. Media pemasaran online

Tahapan yang tidak kalah pentingnya yaitu tahapan pengelolaan keuangan dari suatu usaha (**Gambar 4**). Pelatihan manajemen keuangan diberikan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mitra dalam mengelola manajemen keuangan yang tepat dan efektif (**Nasution et al., 2021**). Tujuan diberikannya pelatihan ini agar mitra dapat mengelola keuangan usaha dengan baik. Seperti yang diketahui sebelumnya bahwa mitra tidak mengelola keuangannya dengan baik, dimana modal dan hasil dari usaha tidak dipisahkan dari keuangan rumah tangga. Pada akhirnya, dana tersebut tidak dapat digunakan kembali untuk usaha. Hasil yang diperoleh yakni mitra mampu memisahkan antara keuangan rumah tangga dan keuangan usaha serta membuat

pelaporan keuangan usaha secara sederhana. Pada tahapan ini pula, mitra dibekali dengan pelatihan cara penentuan harga pokok penjualan yang tepat agar memperoleh keuntungan yang sesuai. Pada akhirnya mitra memahami bagaimana cara menghitung harga pokok produksi hingga penentuan harga jual kompetitif dari suatu produk agar mendapatkan keuntungan yang sesuai dan mampu menghadapi persaingan bisnis.



Gambar 4. Pelatihan manajemen keuangan dan penentuan harga pokok

Tabel 1. Hasil peningkatan keberdayaan mitra

Jenis Peningkatan	Sebelum	Setelah	Peningkatan
Omset Rata-Rata/bulan	Rp 600.000,-	Rp 1.500.000,-	18,75%
Keuntungan/bulan	Rp 150.000,-	Rp 800.000,-	25%
Keterampilan	Terampil dalam membuat bumbu rujak	Terampil dalam membuat 2 jenis olahan makanan lainnya	67%
Kemampuan Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> Mencampur adukkan keuangan RT dan penjualan Menentukan harga jual tanpa memperhitungkan keseluruhan komponen produksi dan penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu memisahkan keuangan RT dan penjualan disertai dengan laporan keuangan sederhana untuk penjualan Mampu menentukan harga jual dengan memperhitungkan semua komponen dan target laba yang diinginkan 	90%
Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> Hanya mengetahui cara membuat bumbu rujak Tidak mengetahui cara menentukan harga jual 	<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui cara membuat 2 jenis makanan olahan lainnya Mengetahui cara menentukan harga jual dan target laba yang diinginkan 	90%
Jenis Produk	1 Jenis	3 Jenis	67%
Kualitas Produk	Tidak Berizin	Memiliki NIB, dan P-IRT	100%

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di atas dilakukan evaluasi dan monitoring sehingga didapat hasil yakni peningkatan mitra dari beberapa aspek seperti yang dijelaskan pada Tabel 1. Monitoring berkelanjutan tetap dilakukan demi keberlangsungan dan peningkatan usaha bagi mitra yang dikenai program.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian dilaksanakan secara efektif dengan adanya diversifikasi produk yang mencerminkan ciri khas kedaerahan, modernisasi kemasan produk Dapu Rindu yang menggunakan *standing pouch* dan juga kemasan botol dalam berbagai warna yang menarik dan meluasnya pemasaran produk Dapu Rindu melalui media sosial Instagram dan Shopee. Sementara itu strategi *branding* sudah efektif dalam hal menambah daya tarik bagi calon konsumen untuk membeli dan mendukung usaha pemasaran produk Dapu Rindu yang profitabel. Terciptanya promosi dan pemasaran melalui media sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk Dapu Rindu. Selanjutnya, mitra juga sudah memahami mengenai bagaimana pengelolaan keuangan usaha yang baik dengan memisahkan dari keuangan rumah tangga. Selain itu, mitra juga memahami bagaimana cara menghitung harga pokok produksi hingga penentuan harga jual dari suatu produk agar mendapatkan keuntungan yang sesuai. Berdasarkan kegiatan ini, terjadi peningkatan pengetahuan mitra baik mengenai produk, pengemasan, pemasaran hingga pengelolaan keuangan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini terlaksana dengan baik berkat dukungan dari beberapa pihak. Pertama ucapan terima kasih kepada DRTPM Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan bantuan pendanaan sehingga kegiatan dapat terlaksana. Selanjutnya terima kasih kami sampaikan kepada LPPM&PM Universitas Samudra yang telah memberikan bantuan dan dukungan administratif selama proses pelaksanaan program ini. Selanjutnya ucapan terima kasih kepada mitra kami, Ibu Rina Anggraini (Dapu Rindu) dan tim yang telah dengan antusias mengikuti kegiatan ini serta memberikan *feedback* positif terhadap kegiatan ini. Dan tidak lupa pula kami ucapkan terima kasih kepada seluruh tim pendukung mahasiswa dan narasumber yang terlibat dalam program ini.

Daftar Pustaka

- Immanuel, D. M. (2019). Pembelajaran Online Marketing Pada Program Kewirausahaan Pemberdayaan Wanita Desa Kesamben Wetan Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(2), 149–159. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v5i2.2939>
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. [Www.Ekon.Go.Id](http://www.Ekon.Go.Id).
- Nasution, L. K., Dewi, I. S., Murni, M., & Peranginangin, M. I. (2021). PKM Peningkatan Kemampuan Merias Dan Manajemen Usaha WO Wiwik Pengantin. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).

<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.940>

- Negara, M. I. S., Fajriati, A., Atmaja, D. D., Iyas, A. S. A. F., Alfiyah, T., Afniasari, R., Janata, L. K., Pratama, M. M., Swastika, P., & Fatiatun. (2022). Strategi Peningkatan Branding Produk Yoghurt sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Desa Kapencar Kertek Wonosobo. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1674-1679. <https://doi.org/10.31604/jpm.v5i5.1674-1679>
- Patmawati, P., Rahmawati, M., & Maryati, S. (2021). Pengelolaan Keuangan Bagi Para Pelaku Usaha Home Industry Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 13-21. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1503>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
