

Pemberdayaan Kelompok Usaha Bersama Karunia Mandiri dalam meningkatkan produksi dan penjualan

Anissa Hakim Purwantini✉, Nur Ita Ariansy, Saraswati Novi Yuliantoputri, Bayu Hermawan, Muhammad Humam Abror, Achmad Faisal Alfarazi
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ anissahakimp@unimma.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.5573>

Abstrak

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Karunia Mandiri terletak di Dusun Pakeron, Desa Sumberarum, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang yang memproduksi makanan tradisional khas Magelang, yaitu emplek singkong. Permasalahan yang dihadapi oleh KUBE Karunia Mandiri adalah pemasaran yang kurang optimal dan penggunaan alat produksi manual. Tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas SDM KUBE Karunia Mandiri dalam pengelolaan usahanya yang meliputi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta produksi sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan. Metode pengabdian ini adalah dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan. Hasil dari pengabdian ini adalah pemasaran yang lebih optimal dengan adanya tampilan produk baru melalui *rebranding* dan *packaging* serta pemanfaatan digital marketing. Kemudian, proses produksi lebih baik dengan teknologi tepat guna untuk mencetak adonan dan penerapan *hygiene standard*. Selain itu, pengelolaan keuangan lebih tertata dengan adanya pembukuan dan akuntansi sederhana sehingga harga jual dapat bersaing dan keuntungan dapat diidentifikasi.

Kata Kunci: Pemasaran digital; Standar kebersihan; Rebranding; KUBE; Emplek singkong

The empowerment of the Karunia Mandiri Joint Business Group in increasing production and sales

Abstract

Karunia Mandiri Joint Business Group (KUBE) is located in Pakeron Hamlet, Sumberarum Village, Tempuran District, Magelang Regency which produces traditional Magelang food, namely cassava emplek. The problems faced by KUBE are less than optimal marketing and the use of manual production tools. The purpose of the community service is to improve the quality of KUBE human resources in managing its business, which includes marketing, financial management, and production so as to increase production and sales. The method is to provide training and mentoring. The result of this service is more optimal marketing with the appearance of new products through rebranding and packaging as well as the use of digital marketing. Then, the production process is better with appropriate technology for molding dough and applying hygiene standards. In addition, financial management is more organized with simple bookkeeping and accounting so that selling prices can be competitive and profits can be identified.

Keywords: *Digital marketing; Hygiene standards; Rebranding; KUBE; Cassava emplek*

1. Pendahuluan

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan salah satu program pemerintah yang ada pada Kementerian Sosial RI khususnya di Direktorat Jenderal Pemberdayaan Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan, yang bertujuan untuk memberdayakan kelompok masyarakat miskin dengan pemberian modal usaha melalui program Bantuan Langsung Pemberdayaan Sosial (BLPS) untuk mengelola Usaha Ekonomi Produktif (UEP). Dasar Hukum KUBE diatur dalam Permensos 2 Tahun 2019, adanya program KUBE diharapkan mampu menjadi stimulan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Permensos RI No 2, 2019). Salah satu desa yang secara aktif melakukan pemberdayaan masyarakat miskin melalui pengembangan KUBE di Kabupaten Magelang adalah Desa Sumberarum Kecamatan Tempuran. Desa Sumberarum merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tempuran. KUBE Karunia Mandiri ini beranggotakan ibu-ibu yang tergabung dalam Program Keluarga Harapan (PKH). Tujuan KUBE ini adalah agar anggotanya dapat mandiri secara ekonomi dan tidak hanya bergantung dari bantuan pemerintah. KUBE Karunia Mandiri memproduksi "Emplek" yaitu camilan khas tradisional Magelang yang terbuat dari ketela pohon (singkong). Emplek diproduksi dalam industri rumahan, dibuat secara tradisional dengan tangan dalam proses padat karya. Singkong dikupas kulitnya lalu diparut hingga hancur baru kemudian diperas. Setelah singkong kering dicampur dengan bumbu dan tepung maizena lalu dicetak dengan cara digulung dimana Namun kegiatan produksi emplek singkong masih belum efektif, dikarenakan alat yang digunakan untuk menggulung masih sangat sederhana sehingga membuat proses produksi berjalan dengan lambat juga membutuhkan waktu yang lama dan menghabiskan tenaga. alat tersebut masih menggunakan metode tradisional.

Kegiatan produksi emplek singkong masih belum efektif, dikarenakan alat yang digunakan untuk menggulung masih sangat sederhana sehingga membuat proses produksi berjalan dengan lambat juga membutuhkan waktu yang lama dan menghabiskan tenaga. Terdapat juga masalah dalam pemasaran yang mana penjualan belum maksimal, selama ini penjualan hanya difokuskan pada metode konvensional "dari mulut ke mulut" sehingga pendapatan yang dihasilkan hanya mampu untuk mengembalikan modal. Kendala lain yang dihadapi adalah penentuan harga jual yang berubah-ubah karena produk yang dihasilkan kualitasnya belum terstandarisasi dengan baik, kualitas emplek masih bergantung dengan kualitas singkong, bila kualitas singkongnya baik maka harga jual bisa meningkat pun sebaliknya. Sehingga masih butuh sosialisasi dan pelatihan agar proses produksi dapat berjalan dengan optimal dan penjualan juga bisa naik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat kendala dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui KUBE yaitu kurangnya motivasi dari masyarakat itu sendiri untuk mengambil peran dalam upaya pengembangan yang mengakibatkan hasil kegiatan justru tidak menyentuh kebutuhan masyarakat miskin yang mana adanya pemberdayaan malah membuat masyarakat ketergantungan (Wulan, et al., 2019)

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, permasalahan mitra yang menjadi prioritas dari hasil identifikasi adalah pertama, masalah SDM yaitu kurangnya pengetahuan dalam pemasaran dan penentuan harga jual, sehingga laba masih sangat sedikit. Kedua, keterbatasan alat produksi, proses produksi masih tradisional dan manual menggunakan tangan, sehingga tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Guna

mengatasi permasalahan tersebut, PPMT ini memberikan program pelatihan dan pendampingan guna mengoptimalkan produksi dan penjualan. Strategi yang kami akan implementasikan adalah penggunaan teknologi tepat guna untuk meningkatkan produksi, *rebranding* dan pemanfaatan *digital marketing* serta akuntansi biaya untuk menentukan harga jual yang tepat. Pendampingan harga jual produk dan *rebranding* melalui kemasan baru ini sangat penting bagi para pelaku usaha kecil. Karena biasanya keuntungan dari selisih harga jual ini justru dinikmati oleh para distributor, sehingga perlu pendampingan guna meningkatkan pendapatan anggota (Purwantini et al., 2020). Selain itu, pemanfaatan *digital marketing* diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha lokal (Susanto et al., 2021). Sehingga nantinya KUBE dapat menghasilkan produk yang berdaya saing baik di pasar regional maupun nasional.

2. Metode

Mitra pengabdian pada program PPMT (Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu) ini adalah KUBE Karunia Mandiri, produsen makanan tradisional khas Magelang “empek singkong” yang berada di Dusun Pakeron RT 04 RW 07, Desa Sumberarum, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang. Program PPMT untuk mewujudkan Ketahanan Keluarga dan Penguatan Komunitas khususnya bagi Kelompok Usaha Bersama Karunia Mandiri di Dusun Pakeron ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan terhitung dari Juni sampai Agustus 2021. Metode pelaksanaan pengabdian terdiri dari pelatihan dan pendampingan dengan tahapan sebagai berikut:

2.1. Pelatihan

- a. Pelatihan pemanfaatan *digital marketing*, iklan berbasis *online* dengan menggunakan media internet seperti Instagram dan Story WA. Tujuan dari pelaksanaan pelatihan ini yaitu meningkatkan kemampuan dari anggota mitra dalam memasarkan produknya agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan menghilangkan kendala jarak.
- b. Strategi pemasaran melalui *rebranding* dan *packaging*. Implementasi dari kegiatan pelatihan ini adalah mengganti kemasan yang baru disertai merek dan pemasangan baliho sebagai alat promosi, serta menambahkan variasi produk dari rasa dan dari volume produk yang terdiri dari 4 kemasan (100gr, 1/4kg, 1/2kg dan 1kg).
- c. Penentuan harga jual berdasarkan volume. Pelatihan ini dilakukan agar mitra dapat menentukan harga jual yang konsisten dan sesuai standar yang telah ditentukan.
- d. Pembukuan usaha sederhana. Implementasi dari pelatihan ini yaitu akan dilaksanakan dengan standar dari *cashflow* usaha yang memudahkan mitra untuk *check and balance* terkait keuangan.

2.2. Pendampingan

Pendampingan dilakukan pada saat produksi yang mencakup :

- a. Peragaan penggunaan alat produksi yang efektif. Pendampingan mencakup kegiatan pengenalan alat dan pengoperasian, serta mengukur keefektifitasan produksi dengan alat yang digunakan

- b. Penentuan standar produk yang konsisten. Penentuan standar produk guna menentukan standar yang sesuai dan konsistensi dalam memproduksi serta penjualan.

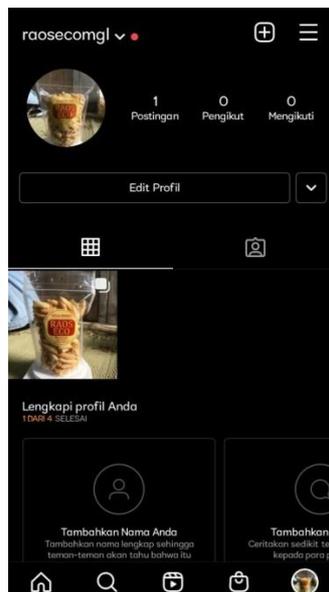
Pendampingan terkait kebersihan dan *hygiene standard* untuk produk makanan. Pertemuan akan dilaksanakan selama 15 jam yang diwujudkan dalam tiga kali untuk sosialisasi terkait kebersihan produk dan *standard hygiene* produk makanan, diharapkan agar produk yang di hasilkan sesuai dengan *standard hygiene*.

3. Hasil dan Pembahasan

Guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi, kami memiliki program kerja sebagai solusi yang terdiri dari pelatihan dan pendampingan sebagai berikut:

3.1. Pelatihan pemanfaatan *digital marketing*

Implementasi dari kegiatan *digital marketing* adalah tentang iklan berbasis *online* menggunakan internet seperti Instagram dan Story WhatsApp ([Gambar 1](#)). Pelatihan yang diberikan adalah mengenai cara unggah di *feed* Instagram dan *upload story* di WhatsApp. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar mitra dapat membuat media sosial untuk usahanya dan sekaligus mengoperasikan pemasaran melalui media online terkait posting dan promosi. Dan selain itu juga dapat memperluas pasar. Capaian dari kegiatan ini adalah adanya akun Instagram resmi milik mitra yaitu dengan nama *@raosecomgl*.



Gambar 1. Pelatihan *Digital Marketing*

3.2. Pelatihan strategi pemasaran melalui *rebranding* dan *packaging*

Implementasi dari kegiatan ini adalah tentang mengganti kemasan dengan model yang baru disertai merek dan pemasangan baliho sebagai alat promosi serta menambahkan variasi produk dari rasa dan dari volume produk yang terdiri dari 4 kemasan berbentuk *standing pouch* (100gr, 250gr, dan 500gr) ([Gambar 2](#)). Harapan dari penyelesaian masalah ini agar produk lebih bervariasi dan memberi nilai jual yang lebih, dengan adanya pilihan-pilihan yang di sajikan, konsumen memiliki keleluasaan untuk memilih produk yang di inginkan sesuai kebutuhan. Baliho dipasang dititik-

titik tertentu seperti di pinggir jalan dan di sudut gang agar para pelanggan mengetahui lokasi dari empek singkong Raos Eco.



Gambar 2. Pelatihan *rebranding* dan *packaging*

3.3. Pelatihan penentuan harga jual berdasarkan volume

Pelatihan ini dilakukan agar Mitra dapat menentukan harga jual yang konsisten dan sesuai standar yang telah di tentukan. Pelatihan ini diharapkan mampu mendapatkan *fix price* untuk setiap produk guna untuk menentukan target penjualan dan harga yang bersaing dalam pasar (Gambar 3). Setelah dilakukan pelatihan maka ditetapkan harga jual untuk produk sebagai berikut: kemasan 100gr Rp. 3,000, kemasan 250gr Rp. 12,000, dan kemasan 500gr Rp. 22,000.



Gambar 3. Pelatihan penentuan harga jual

3.4. Pelatihan pembukuan usaha sederhana

Implementasi dari pelatihan ini dilaksanakan dengan standar dari *cashflow* usaha yang memudahkan mitra untuk *check and balance* terkait keuangan. Pelatihan ini dilanjutkan dengan pendampingan setiap pekan untuk evaluasi (Gambar 4). Diharapkan agar pelatihan ini memudahkan Mitra untuk mengatur pembukuan usahanya. Implementasi dari kegiatan ini adalah pembukuan menggunakan buku kas, dengan begitu mitra dapat melakukan pencatatan yang lebih rinci sehingga uang masuk dan uang keluar dapat tercatat dengan baik selain itu saldo juga dapat diketahui.



Gambar 4. Pelatihan pembukuan usaha sederhana

3.5. Pendampingan penggunaan alat produksi yang efektif

Pendampingan (Gambar 5) mencakup kegiatan pengenalan alat dan pengoperasian, serta mengukur keefektifitasan produksi dengan alat yang digunakan. Setelah melalui percobaan alat otomatis tersebut, mampu membantu memotong waktu produksi dan mempermudah proses pembuatan empek. Namun bentuk yang dihasilkan sedikit berbeda dengan yang dibuat secara manual, sehingga mitra tetap memutuskan untuk membuat empek dengan alat gulung bambu yang tradisional sehingga tidak merubah bentuk khas dari empek singkong.



Gambar 5. Pendampingan penggunaan alat gulung otomatis

3.6. Pendampingan penentuan standar produk yang konsisten

Standardisasi produk penting dilakukan guna menetapkan berat bersih setiap kemasan sehingga setiap produk terdapat berat yang sama rata (Gambar 6). Kegiatan ini dilaksanakan di rumah produksi empek singkong yaitu di kediaman Ibu Musamah yang dihadiri oleh 5 ibu-ibu anggota KUBE Karunia Mandiri yang berasal dari masyarakat Dusun Pakeron. Hasil dari kegiatan ini adalah ditetapkannya berat bersih setiap kemasan yaitu sebagai berikut : kemasan 100gr berat bersihnya 95gram, kemasan $\frac{1}{4}$ berat bersihnya 235gram dan kemasan $\frac{1}{2}$ kg berat bersihnya 445gram. Berat ini sudah disesuaikan dengan kemasan yang baru yaitu *standing pouch* sengaja disisakan ruang agar plastik dapat tertutup sempurna sehingga kondisi produk dapat terjaga.



Gambar 6. Pendampingan standardisasi produk

3.7. Pendampingan *hygiene standard* untuk produk makanan

Pendampingan terkait kebersihan produk dan *standard hygiene* produk makanan (Gambar 7), diharapkan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan *standard hygiene*. Implementasi dari kegiatan ini adalah pemaparan materi terkait dengan higienis produk, pentingnya penggunaan sarung tangan plastik agar meminimalisir adanya kontaminasi, penggunaan celemek agar baju tidak kotor saat produksi, dan sanitasi seperti potong kuku serta cuci tangan. Apalagi dalam kondisi di tengah pandemi Covid-19 saat ini. Adanya pelatihan standar higienis ini sangat penting untuk mengedukasi para pelaku usaha agar selalu memperhatikan kebersihan untuk menjaga kesehatan dan kualitas produk yang dijual.



Gambar 7. Pendampingan *hygiene standard*

4. Kesimpulan

Tujuan pengabdian ini memberikan pelatihan dan pendampingan guna mengoptimalkan produksi dan penjualan KUBE Karunia Mandiri. Program yang dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan produksi, *rebranding* dan pemanfaatan pemasaran digital serta akuntansi biaya untuk menentukan harga jual yang tepat. Hal ini dilakukan agar menghasilkan produk yang berdaya saing baik di pasar lokal maupun regional. Implikasi untuk mitra dari adanya program pengabdian ini yaitu media promosi baru dengan penggunaan pemasaran digital melalui iklan berbasis online seperti Instagram dan Story Whatsapp. Adanya *rebranding* produk dengan mengganti kemasan model baru disertai merek dan pemasangan baliho sebagai alat promosi serta menambahkan variasi produk dari rasa dan dari volume produk yang terdiri dari 4 kemasan berbentuk *standing pouch* (100gr, 250gr, dan 500gr).

Capaian pengabdian ini yaitu adanya pemanfaatan *digital marketing* yang optimal guna memasarkan produk melalui sosial media khususnya Instagram dan juga WhatsApp, penetapan merek beserta perubahan *packaging*, penetapan harga jual yang paten, pembukuan usaha sederhana menggunakan buku kas, penggunaan alat gulung otomatis guna memotong waktu produksi, penetapan standar produk untuk berat bersih setiap kemasan, dan juga pendampingan tentang pentingnya higienitas produk. Selain pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim PPMT, kami juga membantu menjual produk dari KUBE Karunia Mandiri yaitu empek singkong. Tim PPMT kami menghasilkan penjualan yang cukup signifikan dari sebelumnya sehingga keuntungan yang didapatkan KUBE Karunia Mandiri meningkat. Dapat dibuktikan pada minggu pertama terjual 5 kg, minggu kedua 7 kg, minggu ketiga 9 kg, dan minggu keempat 12 kg. Total penjualan adalah 33 kg, keuntungan yang didapat sebesar Rp1.452.000 dengan persentase kenaikan 13% dibandingkan bulan Mei yang hanya menjual 5 kg. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mitra tentang pentingnya *rebranding*, *packaging*, *digital marketing* dan juga higienitas meningkat, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih kreatif dalam membuat produknya. Selain itu pemahaman ini dapat berguna untuk keberlangsungan usaha kedepannya.

Daftar Pustaka

- Purwantini, A. H., Hermawan, C. A., Nugraheni, D. S., Annisa, M. R., Kurniawan, R., & Tanafi, D. I. (2020). PPMT Pemberdayaan KWT Sakinah Dusun Gales, Kabupaten Magelang Guna Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Keluarga. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 122-127. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7922>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan DigitalMarketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Wulan, Y. C., Ati, N. U., & Widodo, R. P. (2019). Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) (Studi Tentang Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kelurahan Pakistaji Kecamatan Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Respon Publik*, 13(4), 104-109.



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