

Pengembangan Usaha Karak Gebang

Aflit Nuryulia Praswati^{1*}, Elida Soviana^{2*}

¹Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

²Gizi/Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Email: anp122@ums.ac.id

Abstrak

Keywords:
Motivasi wirausaha;
pemasaran; kemasan

Pembangunan usaha kecil telah menjadi program prioritas Kabupaten Klaten. Desa Gebang Kelurahan Lemahireng Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten memiliki warga yang sedang merintis usaha kecil mandiri melalui pengolahan kerupuk karak. Usaha ini sudah berjalan namun penghasilan yang didapatkan masih sedikit. Sehingga perlu dikembangkan lebih lanjut. Terdapat dua pengusaha kerupuk karak yaitu Wiji Lestari dan Mujinem. Permasalahan mitra pengabdian masyarakat ini yaitu: (1) Pengrajin masih melakukan usaha di waktu lenggang saja dan belum memiliki motivasi yang kuat untuk wirausaha; (2) Pengrajin belum memiliki nama dan alat penanda tempat produksinya; (3) Pengrajin belum memahami pentingnya masa kadaluarsa produk makanan; (4) Pengrajin belum memahami kemasan yang ideal untuk produk makanan; (5) Pengrajin masih menggunakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan motivasi wirausaha, meningkatkan pemahaman pemasaran melalui nama dan alat penanda lokasi produksi serta desain kemasan produk. Hasil pendampingan mitra melakukan produksi secara rutin, mitra telah paham mengenai metode pemasaran melalui alat penanda lokasi produksi dan pengemasan. Kemasan yang tadinya tanpa label setelah pendampingan sudah diberi label. Namun masih ada kendala terutama penggunaan plastik yang masih kurang ketebalannya, sehingga mengakibatkan produk sulit untuk ditata dengan rapi, tekstur kerupuk yang kering membuat plastik robek. Akan lebih baik jika ada pendampingan lebih lanjut seperti penggunaan kardus sebagai kemasan, agar terlihat lebih menarik, memiliki nilai lebih, pantas untuk dijadikan oleh-oleh khas Klaten dan yang terpenting dapat melindungi kualitas produk.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan usaha kecil telah menjadi program prioritas Kabupaten Klaten. Pengembangan usaha kecil masyarakat merupakan potensi yang perlu dimaksimalkan agar tujuan pembangunan dapat tercapai sesuai dengan arah menuju Klaten yang Toto Titi Tentrem Kerto Raharjo. Hal ini seiring dengan Visi dan Misi Bupati sebagaimana

yang dituangkan dalam RPJMD Kabupaten Klaten tahun 2010 – 2015.

Kabupaten Klaten memiliki banyak jenis usaha, baik usaha kecil, menengah, dan besar yang berfungsi sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Industri pengolahan merupakan bidang usaha yang memberikan kontribusi besar bagi pendapatan daerah dan memegang peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian daerah Kabupaten Klaten. Pada

tahun 2016, industri pengolahan Kabupaten Klaten memberikan kontribusi kepada PDRB sebesar Rp 11.342.482,65. Angka tersebut tertinggi diantara sub sektor PDRB lainnya. Salah satu unit usaha di bidang pengolahan adalah unit usaha kerupuk karak yaitu 134 unit usaha yang menyerap 405 orang tenaga kerja. Desa Gebang merupakan salah satu penghasil kerupuk karak.

Desa Gebang Kelurahan Lemahireng Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten ini dikelilingi oleh lahan pertanian yang luas. Namun sebagian besar penduduknya adalah karyawan pabrik garmen yang ada di wilayah tersebut. Desa ini memiliki warga yang sedang merintis usaha kecil mandiri melalui pengolahan kerupuk karak. Usaha ini sudah berjalan namun penghasilan yang didapatkan masih sedikit. Sehingga perlu dikembangkan lebih lanjut. Terdapat dua pengusaha kerupuk karak yaitu Wiji Lestari dan Mujinem.

Usaha kecil pembuatan olahan makanan berupa kerupuk karak "ADINDA" telah mulai berproduksi selama 6 tahun. Nama "Adinda" diambil dari nama putri pertama pemilik usaha yaitu Wiji Lestari. Setiap hari pengrajin "ADINDA" rata-rata memproduksi kerupuk karak sebanyak 10 kg beras. Jumlah karyawan ada 3 orang, terdiri dari dua orang wanita dan satu orang laki-laki. Pengrajin karak milik Wijnem memproduksi karak sebanyak 6 kg setiap hari. Pengrajin ini hanya membuat karak ketika ada waktu luang saja atau sebagai pekerjaan sampingan.

Pemasaran adalah identifikasi dan pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial [7]. Untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat maka muncullah proses menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai jual. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang dan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasukinya dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran

tersebut [5]. Pengusaha kecil perlu memahami tentang pemasaran dan apa keunggulan produknya agar usaha dapat berkembang dengan baik.

Fang-Wu Tung menyatakan bahwa produk yang dikemas secara kreatif dengan desain inovatif akan lebih komersil [1]. Kemasan produk UMKM di Indonesia belum didesain dengan secara menarik, inovatif dan kreatif [2]. Syamsudin et al juga menyatakan pentingnya desain kemasan sebagai penciptaan daya saing suatu produk UMKM [3]. Kemenkop menyatakan bahwa 79,41 UMKM bahan pangan di Indonesia belum menggunakan label pada kemasan. Kondisi ini mempersulit UMKM pengolahan makanan untuk memasarkan produknya ke toko oleh-oleh, swalayan ataupun supermarket [9].

Usaha kerupuk karak ini masih berjalan secara sederhana baik dari sisi produksi ataupun pemasaran. Untuk dapat mengembangkan usaha kecil ini maka perlu dilakukan identifikasi permasalahan yang kemudian ditindaklanjuti melalui pelatihan ataupun pendampingan usaha. Permasalahan mitra pengabdian masyarakat berdasarkan hasil identifikasi yaitu:

- a. Pengrajin masih melakukan usaha di waktu lenggang saja dan belum memiliki motivasi yang kuat untuk wirausaha;
- b. Pengrajin belum memiliki nama dan alat penanda tempat produksinya;
- c. Pengrajin belum memahami pentingnya masa kadaluarsa produk makanan;
- d. Pengrajin belum memahami kemasan yang ideal untuk produk makanan;
- e. Pengrajin masih menggunakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan motivasi wirausaha, meningkatkan pemahaman pemasaran melalui nama dan alat penanda lokasi produksi serta desain kemasan produk.

2. METODE

Metode pengabdian masyarakat ini yaitu observasi dan wawancara mendalam terhadap mitra, penyusunan program dan pelaksanaan kegiatan serta evaluasi. Mitra yang akan didampingi adalah pengusaha kerupuk karak bernama Wiji Lestari dan Mujinem. Kegiatan pelatihan dilakukan di rumah produksi mitra, dihadiri oleh mitra, nara sumber dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh tim pengusul yaitu:

3.1. Kondisi Usaha Mitra

Kerupuk karak terbuat dari beras dan bumbu yang terdiri dari bawang dan garam. Proses produksi dimulai sejak pagi hari, mulai dari mengaru beras kemudian dikukus dan ditumbuk. Setelah itu dicetak dengan alat yang masih sederhana. Alat ini tersedia di pasar tradisional yang berada di dekat desa. Adonan karak yang telah dicetak kemudian dijemur. Untuk kerupuk kerecek bahan bakunya terdiri dari tepung terigu, tepung pati dan bumbu. Kerupuk kerecek membutuhkan 2kg tepung pati dan 2kg tepung terigu. Pembuatan dilakukan dengan membuat adonan dari tepung kemudian dicetak, dikukus, kemudian diiris tipis dan dijemur. Jika cuaca panas maka dua hari produk siap dikemas. Profil mitra dapat dilihat pada tabel 1.

3.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan mitra pengabdian masyarakat ini yaitu: (1) Pengrajin masih melakukan usaha di waktu lenggang saja dan belum memiliki motivasi yang kuat untuk wirausaha; (2) Pengrajin belum memiliki nama dan alat penanda tempat produksinya; (3) Pengrajin belum memahami pentingnya masa kadaluarsa produk makanan; (4) Pengrajin belum

memahami kemasan yang ideal untuk produk makanan; (5) Pengrajin masih menggunakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut.

3.3. Program Prioritas

Permasalahan prioritas yang telah disepakati oleh tim pengabdian masyarakat dan mitra adalah (1) pengrajin belum memiliki alat penanda lokasi produksi solusi pendampingan pembuatan alat penanda lokasi produksi luaran berupa baliho penanda lokasi; (2) Pengrajin belum memahami kemasan yang ideal untuk produk makanan, solusi melalui Pendampingan penyusunan kemasan yang ideal untuk produk makrupaan luaran kegiatan berupa Kemasan produk yang informatif.

3.4. Penerapan Ipteks

Tanda lokasi produksi bertujuan untuk mempermudah orang lain menemukan dan mendatangi lokasi produksi kerupuk karak dan kerecek. Tanda lokasi produksi berupa baliho yang dipasang di depan rumah produksi. Baliho ini berisi informasi tentang merek, jenis produk, alamat, contact person.

Pengemasan produk makanan bertujuan untuk menjaga kualitas dan kuantitas produk dari kerusakan, sehingga dapat selamat dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk produk kerupuk karak dan kerecek dapat menggunakan plastik polietilen, cellophan, polivinilklorida (PVC), polivinildienaklorida (PVDC), polipropilen, poliester, poliamida, atau polietilenterepal (PET). Kemasan juga perlu dilengkapi beberapa informasi penting mengenai produk makanan diantaranya yaitu nama pangan olahan, identitas produsen atau distributor.

3.5. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan lancar. Jadwal pelaksanaan yaitu persiapan dan koordinasi, pelaksanaan pelatihan, simulasi dan

evaluasi. Narasumber mengenai pemasaran baik melalui baliho ataupun desain kemasan disampaikan oleh Aflit Nuryulia Praswati, SE., MM. Materi mengenai cara pengemasan yang baik untuk makanan disampaikan oleh Elida Soviana, S.Gz., M.Gizi.

Mitra telah paham mengenai metode pemasaran melalui alat penanda lokasi produksi dan pengemasan. Kemasan yang tadinya tanpa label setelah pendampingan sudah diberi label. Namun masih ada kendala terutama penggunaan plastik yang masih kurang ketebalannya, sehingga mengakibatkan produk sulit untuk ditata dengan rapi, tekstur kerupuk yang kering membuat plastik robek. Akan lebih baik jika ada pendampingan lebih lanjut seperti penggunaan kardus sebagai kemasan, agar terlihat lebih menarik, memiliki nilai lebih, pantas untuk dijadikan oleh-oleh khas Klaten dan yang terpenting dapat melindungi kualitas produk. Kondisi mitra, perkembangan produk dan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 sd 6.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian berjalan lancar. Permasalahan prioritas telah diselesaikan namun masih perlu dikembangkan lebih lanjut. Setelah pendampingan mitra melakukan produksi secara rutin setiap hari, pesanan mulai datang melalui nomer telepon yang tertera di label, pelanggan dengan mudah menemukan lokasi produksi.

Pendampingan lanjutan perlu dilakukan, baik oleh pihak pemerintah ataupun perguruan tinggi. Seperti pelatihan kemasan desain khusus oleh-oleh khas Klaten, pelatihan pemasaran online, pelatihan diferensiasi produk dan lain sebagainya. Kerja sama dari semua pihak dan semangat dari pengusaha

untuk berkembang akan menciptakan pertumbuhan usaha yang pesat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Surakarta, tim pelaksana dan mitra pengusaha yang telah mendukung dan berperan aktif dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat pengusaha karak Gebang, Lemah Ireng, Pedan, Klaten.

REFERENSI

- [1] Fang-Wu Tung.,. *Weaving with rush: Exploring Craft-Design Collaborations in Revitalizing a Local Craft. International Journal of Design* Vol. 6 No. 3. 2012
- [2] Maflahah, Iffan.. *Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura Dalam Rangka Pengembangan IKM, Agrotek. Volume 6 No. 2 Agustus 2012*
- [3] Syamsudin et al. *Desain Kemasan Makanan KUB Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen. Benefit. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 19. No. 2. Desember 2015. Hlm 68-78*
- [4] Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta. 2002*
- [5] Fandy, Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi I Yogyakarta Andi Offset 2002*
- [6] Kotler, Philip Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta. 2008*
- [7] Kotler dan Keller., *Manajemen Pemasaran. PT. Indeks. Jakarta. 2009.*
- [8] Tjiptono., *Strategi Pemasaran, edisi kedua, Andi, Yogyakarta. 2004.*
- [9] *Kemenkop 2010 – 79,41 Persen UKM Pangan Tanpa Label, [cited 2017 Jul 6]. Available from <http://storage.jak-stik.ac.id/.../KoperasiUKM/466-kemenkop-7941-persen>*

LAMPIRAN

Tabel 1.
 Profil Mitra

	Mitra 1	Mitra 2
Nama pemilik	Wiji Lestari	Mujinem
Merk produk	ADINDA	MUJINEM
Bidang Usaha	Kerupuk karak dan Kerecek	Kerupuk karak dan Kerecek
Alamat	Gebang Wetan, Lemah Ireng, Pedan, Klaten, Jawa Tengah	Gebang Wetan, Lemah Ireng, Pedan, Klaten, Jawa Tengah
Jarak Lokasi Mitra	21 km dari Universitas Muhammadiyah Surakarta	21 km dari Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jumlah Produksi	300 kg per bulan	210 kg per bulan
Jumlah Karyawan	3 orang (lulusan SMP dan SMA)	3 orang (lulusan SMP dan SMA)
Area Penjualan	Sekitar wilayah Klaten dan Surakarta	Sekitar wilayah Klaten
Harga Penjualan	Rp13.000,00 per kg	Rp13.000,00 per kg
Laba Penjualan	Rp3.000,00 per kg	Rp3.000,00 per kg

Sumber: Data Primer (2017)



Gambar 1. Proses Pembuatan Adonan dan Pencetakan Kerupuk Karak



Gambar 2. Proses Penjemuran dan Pengemasan Kerupuk Karak



Gambar 3. Proses Pemasangan Baliho Penanda Lokasi Produksi dan Kemasan Kerupuk Karak