ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 3 (2) 2018: 242-247 http://jurnal.usu.ac.id/abdimas

PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM PRODUK KUE JAJANAN PASAR DI DESA MARINDAL II KECAMATAN PATUMBAK KABUPATEN DELI SERDANG

Elita Dewi[1)], Berlianti [2)]

[1)] Prodi Ilmu Administrasi Negara FISIP USU
Email: elitadewi0407@gmail.com
[2)] Prodi Ilmu Kesejahterann Sosial FISIP USU
Email: berlianti_fisipusu@yahoo.co.id

Abstrak

Usaha kecil atau lebih dikenal dengan UMKM saat ini perlu dikembangkan dan dipertahankan, mengingat manfaat yang diperoleh. Usaha kecil dikembangkan dengan harapan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan untuk kemudian dialokasikan pada pengeluaran rumah tangga. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil yang baik akan memperbesar sumbangannya bagi perekonomian nasional pada umumnya dan memberikan sumbangan bagi daerah dimana usaha kecil itu tumbuh dan berkembang. Bisnis makanan ringan merupakan bisnis berskala rumah tangga yang memiliki peluang sangat bagus untuk saat ini maupun yang akan datang. Permintaan pasar untuk makanan ringan terus mengalir. Melihat penikmat makanan ringan, tidak hanya anak-anak, tetapi juga remaja, dewasa, hingga orang tua. Maka tidak mengherankan jika pelaku bisnis makanan yang sering disajikan sebagai selingan saat melakukan kegiatan ini sering kali kebanjiran pelanggan. Membuat peluang bisnis makanan ringan ini menjadi semakin terbuka lebar.Rendahnya kapasitas produksi yang dimiliki membuat usaha ini kurang berkembang. Disamping itu peralatan yang digunakan juga sederhana dan masih bersifat tradisional, sehingga memakan waktu yang cukup lama dan sangat menguras tenaga. Untuk itulah diperlukan sentuhan iptek yang akan membuat proses produksinya menjadi lebih mudah dan murah. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dirasa perlu diberikan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas mitra pengabdian. Diharapkan setelah pendampingan, para mitra menjadi lebih meningkat pengetahuannya, mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pekerjaan sehari-harinya dan menularkan pengetahuan tersebut kepada pengusaha yang lain.

Kata Kunci: Industri Kecil, Pengrajin Songket, Strategi Pemasaran, Peningkatan Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil atau lebih dikenal dengan UMKM saat ini perlu dikembangkan dan dipertahankan, mengingat manfaat yang diperoleh. Usaha kecil dikembangkan dengan harapan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan untuk kemudian dialokasikan pada pengeluaran rumah tangga. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil yang baik akan memperbesar sumbangannya bagi perekonomian nasional pada umumnya dan memberikan sumbangan bagi daerah dimana usaha kecil itu tumbuh dan berkembang.

Di samping berperan besar dalam menyerap tenaga kerja, usaha kecil juga berperan dalam meningkatkan penghasilan masyarakat. Ketiadaan dukungan merupakan kendala perkembangan usaha kecil seperti akses terhadap teknologi dan peningkatan sumber daya manusia. Tujuan akhir dari usaha ini adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat kalangan bawah yang kurang beruntung pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

Namun meskipun UMKM ini memiliki peran penting dan memberikan kontribusi yang cukup besar, bisnis UMKM ini juga masih memiliki kelemahan saat beroperasi sehingga pemerintah perlu untuk memberikan dukungan dan sokongan agar bisnis UMKM ini bisa berjalan dengan lancar. Beberapa permasalahan yang bisa kita jumpai pada bisnis UMKM ini adalah seperti kesulitan pemasaran, keterbatasan SDM, kesulitan bahan baku, keterbatasan

inovasi dan teknologi, hingga kesulitan akses ke sumber pembiayaan yang cukup terbatas. Dengan mengetahui beberapa permasalahan tersebut, maka sudah semestinya pemerintah untuk memperhatikan bisnis kecil ini karena jika berkembang maka negara juga akan mendapatkan keuntungan pemasukan.

Salah satu UMKM yang banyak berkembang saat ini adalah bisnis makanan ringan. Bisnis makanan ringan merupakan bisnis berskala rumah tangga yang memiliki peluang sangat bagus untuk saat ini maupun yang akan datang. Permintaan pasar untuk makanan ringan terus mengalir. Melihat penikmat makanan ringan, tidak hanya anak-anak, tetapi juga remaja, dewasa, hingga orang tua. Maka tidak mengherankan jika pelaku bisnis makanan yang sering disajikan sebagai selingan saat melakukan kegiatan ini sering kali kebanjiran pelanggan. Membuat peluang bisnis makanan ringan ini menjadi semakin terbuka lebar.

Negara kita kaya dengan berbagai jenis makanan ringan atau camilan. Beragamnya jenis makanan ringan di Indonesia dimulai dari keripik, gorengan, siomay, batagor dan aneka ragam kue basah yang dijual dengan berbagai variasi harga. Makanan ringan atau camilan ini merupakan juga makanan tradisional Indonesia. Maka tidak mengherankan jika makanan ringan ini lazimnya kita jumpai dijual di pasar-pasar. Sehingga sering juga disebut sebagai penganan jajanan pasar.



Gambar 1. Aneka ragam kue jajanan pasar

Mitra pengusaha dalam pengabdian ini, Lestari dan Kamsia, sudah menjalankan usahanya dalam beberapa tahun belakangan ini. Namun hasil yang didapatkan dirasa masih jauh dari cukup. Terbatas hanya pada sekedar menutupi kebutuhan di dapur (makan keluarga) saja. Untuk bisa menutupi kebutuhan pendidikan anak, kesehatan dan kebutuhan lainnya sangatlah jauh dari harapan. Hal ini terlihat karena pemasaran dari produk kue jajanan pasar yang di hasilkan hanya terbatas pada tetangga dan daerah sekitar tempat tinggal mitra. Sungguh sangat disayangkan. Karena ditinjau dari rasa kue yang mereka produksi sungguh enak, tidak kalah dari kue sejenis yang dijajakan di pasar tradisional maupun toko-toko kue yang tersebar di banyak tempat di Kota Medan.

Disamping itu proses produksi yang dilakukan oleh mitra masih bersifat konvensional, sehingga tidak mudah untuk dapat meningkatkan kapasitas produksinya. Belum ada sentuhan peralatan-peralatan atau teknologi modern yang bisa memudahkan pekerjaan sehingga mampu untuk meningkatkan volume produksi.



Gambar 2. Proses produksi kue jajanan pasar oleh mitra UMKM

Rendahnya pengetahuan dan keterampilan juga menjadi salah satu faktor membuat usaha kue ini kurang berkembang. Ini terlihat dari masih kurang variatifnya produk kue yang dihasilkan oleh mitra pengusaha. Disamping itu kemasan yang kurang memadai dan menarik juga diyakini

membuat usaha kue ini serasa jalan di tempat.

2. PERMASALAHAN MITRA

a. Rendahnya kapasitas mitra UMKM dalam menghasilkan kue jajanan pasar yang sehat dan higienis.
b. Rendahnya pengetahuan dan wawasan mitra UMKM dalam melihat peluang pemasaran. Pengusaha melihat terbatas di pasar lokal/sekitar rumah saja.
c. Rendahnya kapasitas mitra pengusaha dalam memproduksi berbagai jenis aneka ragam kue jajanan pasar.
d. Rendahnya kapasitas mitra pengusaha dalam mengemas produk kue jajanan pasar sehingga tampak lebih menarik.
e. Rendahnya pengetahuan mitra pengusaha UMKM dalam memproduksi secara efektif dan efisien melalui perhitungan laba dan analisis biaya yang lebih baik, sehingga dengan signifikan mampu meningkatkan pendapatan mitra pengabdian.

2.1. Solusi yang Ditawarkan

1. Ceramah dan diskusi, untuk mengetahui lebih jelas permasalahan dasar petani dan pengusaha kacang Sihobuk, sehingga bisa diberikan solusi masalah.
2. Mengadakan sosialisasi arti penting home industri kacang garing Sihobuk. Disamping meningkatkan potensi lokal, juga memampukan petani dan pengusaha di Kabupaten Tapanuli Utara menjadi mandiri secara ekonomis. Meyakinkan mitra bahwa kacang garing Sihobuk dengan proses produksi yang efektif dan efisien akan mampu memperluas pasar.
3. Memfasilitasi untuk melaksanakan pelatihan dengan mengundang mantra tani/tenga penyuluh agar petani memiliki kemampuan menghasilkan komoditi kacang tanah yang berkualitas baik sebagai bahan baku pembuatan kacang garing Sihobuk.
4. Melatih pengusaha kacang garing agar mampu memproduksi secara efektif dan efisien melalui perhitungan laba dan analisis biaya yang lebih baik, sehingga mampu meningkatkan pendapatan pengusaha.

2.2. Target Luaran

1. Meningkatnya kapasitas mitra dalam memahami persoalan-persoalan yang mereka hadapi dan mampu menghadapinya.
2. Meningkatnya kapasitas mitra usaha dalam memproduksi kue jajanan pasar lebih sehat dan higienis.
3. Meningkatnya produksi dan produktivitas mitra pengusaha dalam menghasilkan kue jajanan pasar lewat produk yang lebih variatif.
4. Meningkatnya kapasitas mitra pengusaha dalam mengemas produksi kue jajanan pasar lebih baik dan menarik.
5. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan mitra pengusaha dalam melihat peluang pemasaran sehingga mampu menembus pasar yang lebih luas.
6. Menambah kemampuan dan skill pengusaha kue jajanan pasar dalam menghitung total pendapatan, mengetahui faktor-faktor yang menentukan besarnya pendapatan. Mampu menghitung total biaya dan mengetahui cara untuk meminimalkan biaya produksi serta menghitung keuntungan per satuan produksi dan total keuntungan per bulan.

3. METODE

3.1. Rencana Kegiatan

1. Sosialisasi
   Sosialisasi dilakukan kepada mitra pengabdian di kediaman yang sekaligus sebagai tempat usaha mitra. Materi sosialisasi adalah keberadaan dan makna bisnis kuliner rumahan bagi mitra abdi, pentingnya menjaga higienis dan kesehatan produk kue, serta meningkatkan produksi dan produktivitas, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mitra abdi melalui usaha kue jajanan pasar.
2. Ceramah dan diskusi
   Setelah kegiatan sosialisasi dilakukan tim pengabdian akan melakukan ceramah dan diskusi tentang rencana kegiatan.

Berdasarkan ceramah dan diskusi ini tim pengabdian akan dapat mengetahui ketertarikan masyarakat terhadap kegiatan pengabdian. Selain itu dapat membangun motivasi tinggi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

3. Rekrutmen
   Rekrutmen adalah bentuk pernyataan selain mitra yang bersedia untuk mengikuti kegiatan pengabdian. Masyarakat sekitar yang bersedia selanjutnya dibimbing untuk mengikuti jadwal kegiatan pengabdian, sedangkan bagi yang tidak bersedia tentunya tidak dikutsertakan lagi dalam kegiatan pengabdian selanjutnya. Kegiatan rekrutmen ini bersifat sukarela tanpa ada paksaan ataupun tekanan dari siapapun.
4. Pelatihan Membuat Kue Jajanan Pasar
   Pelatihan yang akan dilakukan dimulai dari pemilihan bahan baku, membuat adonan, mencetak sampai memasak produkkue. Pelatihan akan mengundang orang yang memang sudah diakui keahliannya dalam membuat aneka ragam jenis kue tradisonal jajanan pasar. Diperkirakan ada sebanyak 2-3 orang yang akan menjadi pelatih dalam pembuatan kue ini. Dalam pelatihan ini maka tim pengabdian akan memfasillitasi dan menyediakan semua bahan-bahan dan peralatan yang diperlukan dalam pembuatan kue tersebut. Pelatihan ini diharapkan akan meningkatkan keterampilan para mitra.
5. Pelatihan packaging yang baik
   Pelatihan dilakukan agar kemasan dari produk kue menjadi lebih baik dan menarik. Sehingga dapat menarik minat konsumen yang lebih besar untuk membeli produk. Dalam pelatihan ini tim pengabdian juga akan memfasillitasi dan menyediakan semua bahan-bahan dan peralatan yang diperlukan dalam packaging (pengemasan) kue tersebut.
6. Pelatihan strategi pemasaran
   Dalam pelatihan ini tim pengabdian akan mengajarkan bagaimana cara memasarkan produk kue jajanan pasar. Sehingga wilayah pemasaran tidak terbatas di sekitar rumah saja. Selain itu juga memberi pelatihan agar memiliki mental kewirausahaan serta mampu dan percaya diri dalam mengembangkan usahanya.
7. Evaluasi
   Evaluasi akan dilakukan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian yang meliputi pengamatan keterampilan dalam pembuatan hingga packaging (pengemasan) produk kue jajanan pasar dan pengamatan dalam strategi pemasaran. Selain itu juga evaluasi akan dilakukan meskipun kegiatan pelatihan sudah selesai, yaitu dengan bertelepon menanyakan kemajuan usaha selama ini dan juga dengan mengunjungi kembali dan menanyakan keuntungan dan hambatan yang dijumpai setelah kegiatan pelatihan selesai dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jajanan pasar adalah makanan tradisional Indonesia yang diperjual belikan di pasar, khususnya di pasar-pasar tradisional. Sampai saat ini jajanan pasar masih diminati oleh masyarakat karena jajanan pasar bukan cuma harganya yang terjangkau saja tapi rasanya juga enak dan jenisnya yang beragam serta mudah sekali untuk didapatkan. Pembuatan kue-kue ini juga rata-rata memakai bahan-bahan dan cara yang tradisional. Bahan baku utama seperti tepung beras, ketan, ubi, pisang dan kelapa adalah bahan yang sering digunakan untuk membuat kue-kue tradisional.

Mitra pengabdian memutuskan untuk membuka usaha kue jajanan pasar karena didorong untuk mendapatkan tambahan penghasilan. Ditambah lagi dia melihat ada peluang dagang yang bagus. Dimana kebetulan rumahnya dekat dengan pabrik-pabrik.

Sekarang usahanya telah mulai berkembang. Dia sudah mulai menerima banyak pesanan baik dari warga di sekitar tempat tinggalnya maupun dari luar desa nya. Banyaknya pesanan ini tentu membuat keuntungan yang diperoleh juga meningkat. Namun dia juga harus menjaga kualitas kuenya tetap baik atau bahkan meningkat agar pelanggannya tidak meninggalkannya. Disamping itu dia harus berusaha

memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan merasa puas dan senang.

Untuk menyikapinya tim pengabdian memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra. Penyuluhan bagaimana pentingnya menjaga kebersihan dan higienitas kue, pelatihan mengembangkan produk dengan membuat variasi-variasi produk serta juga pelatihan dalam mengemas kue hasil produksi.

4.1. Strategi Pemasaran

Salah satu hal yang paling utama atau pokok dalam berwirausaha adalah strategi pemasaran. Hal ini dikarenakan, strategi pemasaran sangat berperan penting dalam melakukan penjualan barang. Hal ini juga yang menjadi salah satu penentu bagaimana usaha itu akan berhasil. Jika pemasarannya bagus, secara otomatis barang akan terjual banyak. Strategi pemasaran yang baik akan menghasilkan penjualan yang baik. Dalam pemasaran, diperlukan kejelian dalam melihat pasar. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh mitra pengabdian adalah:

1. Menerima Pesanan
   Awalnya mitra pengabdian hanya untuk memenuhi permintaan dari karyawan/wati pabrik. Akan tetapi lama kelamaan dia juga menerima pesanan dari para pembeli di sekitar tempat tinggalnya. Seiring perjalanan waktu, sekarang dia sudah menerima pesanan dari warga desa lain di sekitar desa tempat tinggalnya.
2. Membuat jajan dalam jumlah lebih banyak pada hari-hari tertentu
   Pada hari-hari tertentu mitra pengabdian memproduksi kue dalam jumlah banyak. Seperti ketika ada moment-moment seperti mendekati hari raya idul fitri, atau pada bulan puasa. Karena biasanya pada bulan puasa banyak para pembeli mencari jajanan pasar yang akan digunakan untuk berbuka puasa.

4.2. Strategi Pengembangan

Penambahan jenis jajan dan memvariasikannya. Penambahan jenis jajan dilakukan oleh mitra pengabdian setiap mendapatkan pemasukan lebih. Dari pemasukan yang lebih disisipkan untuk membuat jajan yang tidak seperti biasanya. Dengan memvariasikan jajan-jajan yang sebelumnya, seperti membuat tampilan dan rasa yang berbeda, sehingga masyarakat tidak akan bosan dengan jajan-jajan itu saja. Yang menjadi kriteria utama dalam penambahan jenis jajan yaitu jajan baru dan jajan yang persentase penjualannya sangat tinggi. Pengurangan jenis jajan pun akan di lakukan ketika persentase penjualan jajan tersebut sangat rendah dari rata-rata yang telah ditentukan.

5. KESIMPULAN

1. Kegiatan pengabdian berlangsung dengan baik dan memperoleh sambutan yang besar dari mitra.
2. Terjadi peningkatan produksi dan produktivitas mitra.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih atas support dana dari BPPTN Universitas Sumatera Utara tahun 2018 sehingga pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2008). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung

Brigham, Eugene F and Joel F Houston, 2004, Fundamentals of Financial Management, 10e, International Student Edition, Thomson Learning.

Cravens, David W. (2009). Strategic Marketing. Seventh Edition. Boston: Irwin McGraw-Hill

Ferdinand, Augusty. (2002), Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian, Journal Sains Pemasaran Indonesia. Vol 1, No.1, Mei, p.1-22

Hisrich& Peters, 2002, Entrepreneurship, Fifth Edition.New York:McGraw-Hill Higher Education

Kotler, Phillip, 2008, Marketing Management – The Millenium Edition, Prentice Hall.

Salvatore, Dominick. 2005. Managerial Economics. Edisi Kelima. Jilid Pertama.Jakarta: Salemba Empat.

Suryana, 2006, Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses, Jakarta:Salemba Empat

Sutojo, Siswanto, 2003, Manajemen Penjualan yang Efektif, PT. Darma Mulia Pustaka

Van Horne, James and John M. Machowics, JR, 2001, Pinciple of Financial Management, Prentice Hall.