

PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA INDUSTRI RUMAHAN PADA PRODUK RENGGINANG KOTA METRO

Amelia Anwar¹, Yulistina², Nety Kumalasari³, Dian Herlambang⁴

^{1,3})Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

²)Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

⁴)Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mitra Indonesia

email: ameliaanwar@umitra.ac.id¹, yulistina@umitra.ac.id², nety@umitra.ac.id³, dianherlambang@umitra.ac.id⁴

Abstrak

Perkembangan dunia modern menciptakan tekanan yang besar terhadap pelaku usaha dewasa ini, tidak terkecuali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perubahan teknologi, budaya, dan makanan kekinian yang cepat dibandingkan dengan makanan ringan tradisional menciptakan kompetisi pasar yang tinggi. Hal ini berdampak terhadap daya saing UMKM yang memiliki keterbatasan dari manajemen produksi. Keterbatasan pengetahuan terhadap perkembangan dunia modern membuat UMKM yang memproduksi olahan rengginang ini semakin sempit ditengah persaingan yang begitu ketat. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menysasar pada salah satu UMKM pelaku usaha yang merasakan dampak ini yaitu usaha industri rumahan produk Rengginang ibu Eni Kota Metro. Untuk itu dibuat manajemen produksi rengginang agar memudahkan produsen dalam administrasi pembukuan sebagai usaha, meningkatkan hasil produksi yang berkualitas dan memiliki daya tarik, efisiensi serta konsumen mudah dalam mencari produk Rengginang.

Kata kunci: Manajemen, Industri Rumahan, Rengginang

Abstract

The development of the modern world creates great pressure on business actors today, including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Rapid changes in technology, culture and contemporary food compared to traditional snacks create high market competition. This has an impact on the competitiveness of MSMEs which have limitations in production management. Limited knowledge regarding the development of the modern world means that MSMEs producing processed rengginang are increasingly limited amidst intense competition. The implementation of this community service targets one of the MSME business actors who feel this impact, namely the home industry business of Ibu Eni's Rengginang products, Metro City. For this reason, Rengginang production management was created to make it easier for producers to administer bookkeeping as a business, increase quality production results that have attractiveness, efficiency and make it easier for consumers to find Rengginang products.

Keywords: Management, Home Industry, Rengginang

PENDAHULUAN

Keberagaman makanan tradisional juga dipengaruhi oleh beragamnya bahan baku lokal yang tersedia di tiap-tiap daerah. Rengginang dikenal sebagai salah satu makanan ringan atau cemilan yang sejenis dengan kerupuk biasanya terbuat dari bahan baku ketan. Keterbatasan pengetahuan para pelaku industri rengginang membuat bisnis yang mereka jalankan sulit berkembang. Mereka hanya berkuat pada proses membuat dan menjual saja tanpa banyak memikirkan inovasi produk. Hal inilah yang membuat banyaknya industri rengginang yang berjalan stagnan. Apalagi perkembangan zaman juga membuat persaingan bisnis semakin meningkat. Aktivitas bisnis yang dijalankan hanya berfokus pada membuat dan menjual rengginang, tanpa memikirkan manajemen produk yang bisa meningkatkan nilai jual produk serta meningkatkan wilayah pemasaran produk mereka. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha tersebut hanya berjalan stagnan tanpa adanya perkembangan yang berarti dari waktu ke waktu. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengusaha juga masih kurang optimal. Pemasaran dilakukan hanya dari mulut ke mulut dan masih banyak yang belum menggunakan teknologi informasi.

Setiap wirausahawan dituntut untuk memiliki jiwa kreativitas yang tinggi guna menciptakan suatu produk yang lebih menarik di mata konsumen (Fadiati & Dedi Purwana; 2011). Namun sayangnya, tidak banyak pelaku usaha di kota metro yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi.

Usaha kecil atau UMKM seringkali mengalami kendala/permasalahan, termasuk usaha kecil yang dikelola oleh womenpreneur. Supeni dan Sari (2011) dalam Bismala (2016) menemukan bahwa permasalahan manajemen usaha kecil secara garis besar meliputi empat aspek sebagai berikut:

- a. Keuangan, di mana pengelolaan keuangan usaha mereka masih sangat sederhana bahkan masih belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya pencatatan transaksi keuangan sehingga perputaran modal usaha menjadi tidak jelas dan tidak terkontrol. Pola yang demikian menyebabkan usaha mereka menjadi tidak berkembang bahkan tutup karena kehabisan modal.
- b. Produksi/operasional, dalam perkembangannya mereka mengalami berbagai kendala teknis dan teknologi, harga bahan baku yang melambung sementara harga jual yang relatif rendah karena daya beli masyarakat juga rendah. Di sisi lain kreativitas menciptakan produk-produk baru juga masih sangat terbatas.
- c. Pemasaran, lingkup pemasaran usaha masih sangat terbatas di lingkungannya sendiri baik sebatas RT, RW, maupun desa saja sehingga sulit untuk berkembang dengan maksimal. Permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan daya beli masyarakat yang sangat rendah sehingga harga jual produk mereka juga rendah. Perilaku konsumen yang lebih menyukai pembelian secara kredit juga menjadi salah satu faktor penghambat karena perputaran dananya menjadi lambat bahkan cenderung macet.
- d. Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia pemilik usaha masih tergolong berpendidikan rendah sehingga kemampuan dan wawasan mereka juga masih sangat rendah. Pelaku usaha UMKM harus mampu meningkatkan kapasitas produksinya agar permintaan pasar dapat terserap dengan baik. Selain peningkatan produksi, pelaku usaha harus memiliki pengetahuan dan mengembangkan kemampuan untuk melakukan kegiatan pemasaran yang efektif. Dengan melakukan pemasaran yang efektif, maka hasil usaha dapat meningkat, sehingga pelaku usaha UMKM juga akan meningkat kesejahteraan ekonominya.

Kegiatan pendampingan ini, difokuskan pada manajemen produk yang meliputi: pengemasan produk yang bisa meningkatkan daya tarik produk, manajemen pengolahan yang bisa menciptakan efisiensi, pemasaran produk untuk memperluas jangkauan pemasaran, serta administrasi pembukuan usaha. Melalui kegiatan tersebut harapannya bisa membantu memecahkan permasalahan yang sering dihadapi para pelaku industri rengginang khususnya dalam hal manajemen pengelolaan produk dan pemasaran produk mereka.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa model penyuluhan, diskusi, dan pendampingan. Pelaksana akan memberikan penyuluhan dan pendampingan terkait manajemen produk yang bisa memberikan nilai tambah (value added) pada UMKM Rengginang. Selain itu, pengabdian juga akan memberikan pelatihan terkait bagaimana cara membuat kemasan yang baik dan menarik serta cara pemasaran produk dengan jangkauan yang lebih luas sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk. (Adi Rianto, 2010). simpul Hadinoto & Retnadi (2007), dalam perkembangannya menuju usaha yang berhasil tidak hanya dibantu oleh modal saja tetapi juga pemasaran, pengemasan, manajemen dan teknologi informasi tentang pasar. Setiap pelaku usaha harus mempunyai keterampilan dasar manajemen dalam mengembangkan usahanya.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terinci sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan industri rumahan ibu Eni Kec. Metro Timur Kota Metro.
2. Penyuluhan dan Pendampingan diawali dengan diskusi terkait permasalahan yang dihadapi serta berbagai upaya yang pernah dilakukan oleh pelaku usaha. Kemudian dengan diskusi dan pendampingan terkait solusi yang ditawarkan, dilanjutkan dengan praktek.

Berikut adalah agenda pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:

1. Sesi pertama adalah penyuluhan terkait pentingnya manajemen produk terhadap keberlangsungan sebuah industri. Bagaimana manajemen produk itu dilaksanakan dan manfaat dari manajemen produk yang baik.
2. Sesi kedua dilakukan proses diskusi dimana diskusi difokuskan pada analisis produk yang sudah ada. Disini peserta diajak untuk menganalisis apakah produk yang telah mereka buat memiliki

kelemahan dan kelebihan. Pelaku usaha diajak untuk menganalisis SWOT dari usaha mereka untuk menemukan solusi jalan keluar dari masalah yang dihadapi.

3. Sesi ketiga peserta dilatih manajemen produk, yang meliputi: pengolahan produk yang baik, pelatihan pembuatan kemasan yang menarik, serta pemasaran produk.
4. Sesi keempat dilakukan proses analisis terhadap solusi yang telah dilakukan serta dilakukan tes pasar secara sederhana untuk mengetahui tanggapan konsumen.

Berikut adalah program-program yang dilaksanakan:

1. Bidang Produksi

Kegiatan dibidang produksi meliputi pelatihan pembuatan olahan produk dari bahan dasar rengginang, Re-Branding rasa, varian, kemasan, serta pendampingan pembuatan produk yaitu rengginang rasa udang dan asin/gurih. Selain pelatihan pembuatan olahan produk, dalam bidang produksi juga ada kegiatan Re-Branding rasa dan kemasan rengginang. Kemasan rengginang yang semula hanya dikemas diplastik biasa kini dikembangkan dan dikemas kembali diplastik pouch yang dilengkapi dengan stiker guna untuk meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bidang Administrasi

Kegiatan dibidang administrasi terdapat beberapa kegiatan yaitu seperti pengadaan buku tertib administrasi, pelatihan private marketing yang meliputi kegiatan pelatihan administrasi seperti rekapan serta pelatihan pemasaran. Selain untuk meningkatkan edukasi serta pengetahuan dalam hal administrasi dan pemasaran, hal ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui hasil penjualan per hari sehingga dapat diketahui untung atau rugi. Kalau rugi, lalu dilakukan intropeksi serta analisis permasalahan yang menyebabkan kerugian tersebut.

3. Bidang Pemasaran

Kegiatan dalam bidang pemasaran dilakukan bersama-sama dengan anggota home industri. Selain dipasarkan secara langsung dititipkan di warung, toko, mini market. Sebelum dilakukan pemasaran, dilakukan terlebih dahulu foto produk, selanjutnya pemasaran dilakukan secara bersama-sama dengan pemilik home industri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Rengginang Gurih Cara Membuat :

1. Cuci 250 gram beras ketan sampai bersih dan rendam beras ketan putih semalaman.
2. Buang air rendaman beras ketan putih. Siapkan panci untuk mengukus ketan yang sudah ditiriskan. Kukus beras ketan selama kurang lebih 15 menit sampai mekar. Jika sudah angkat lalu sisihkan.
3. Haluskan 2 siung bawang putih, 1 sdt terasi, 1 sdt garam, dan 1 sdt gula pasir.
4. Pada panci berbeda rebus 100 ml air dan tambahkan bawang putih, terasi, garam, dan gula yang sudah dihaluskan. Rebus semua bumbu halus ini hingga larut dan air mendidih.
5. Ketika air sudah mendidih, masukkan beras ketan ke dalam panci dan rebus sebentar sambil diaduk hingga air pada panci sedikit mengering.
6. Kukus lagi beras ketan yang telah direbus dengan bumbu halus hingga matang dan ketan empuk. Jika sudah, angkat dan cetak ke dalam loyang.
7. Bisa mencetak rengginang dengan bentuk bulat atau sesuai selera. Jika sudah selesai, letakkan rengginang yang sudah dicetak di atas nampan
8. Jemur rengginang di bawah sinar matahari langsung hingga kering.
9. Jika rengginang sudah kering, kemudian menggorengnya. Goreng rengginang hingga warnanya kuning kecokelatan. Kemudian diangkat dan ditiriskan.
10. Selanjutnya dikemas dan siap dipasarkan.



Gambar 1. Rengginang yang sudah di cetak

Tahapan Manajemen Usaha

1. Administrasi

Kegiatan dibidang administrasi yaitu pelaku usaha dapat membuat buku rekapan tertib administrasi sehingga mengetahui hasil penjualan mengalami keuntungan atau kerugian, jika terjadi kerugian diharapkan langsung dapat memberikan solusi sehingga kerugian dapat segera teratasi.

2. Analisa Hasil Pemasaran

Kegiatan pemasaran hasil olahan bahan dasar rengginang setelah adanya perubahan dalam rasa lebih enak dan berkualitas, kemasan produk rengginang lebih menarik sehingga memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan hasil produksinya ditengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan konsumen tidak sulit lagi mencari lokasi tempat usaha karena sudah tertera informasi pada label kemasan dan media online.



Gambar 2. Rengginang siap dipasarkan

Tingkat Kesulitan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian :

Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Pemilik usaha dan karyawan sangat terbuka dan antusias untuk belajar dan mengembangkan diri. Pemilik usaha dengan cepat dapat mempraktekan pembukuan sederhana dan berkreasi dalam menampilkan promosi di media sosial. Demikian juga ketika digali ide tentang varian produk baru yang dapat dijual, ternyata banyak ide yang muncul dan segera dipraktekan dengan antusiasme yang tinggi, maka varian produk baru yang dihasilkan juga cukup beragam, yaitu rengginang original, Pedas, Asin.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu berkembangnya edukasi pemilik home industri rengginang tentang manajemen produk terkait tata cara pengolahan produk rengginang serta kemasan yang menarik sehingga para konsumen tertarik untuk merasakan. Selain itu, dengan adanya kegiatan private marketing yang didalamnya terdapat 2 agenda kegiatan guna meningkatkan edukasi pemilik dalam hal pemasaran serta tata cara administrasi, pemilik home industri rengginang sudah dapat merekap hasil penjualan setiap harinya di buku tertib administrasi sehingga laba atau rugi dapat segera diketahui dan ditemukan solusinya. Hasil yang diperoleh dari private marketing juga sudah diterapkan dalam bidang pemasaran. sudah memasarkan produk olahan dari bahan dasar rengginang di warung, toko, mini market, dan media online.

SARAN

Tim tentunya masih menyadari jika laporan ini masih terdapat kekurangan. Perlu adanya pembinaan lebih lanjut guna mengembangkan potensi yang dimiliki, selain itu monitoring secara berkala juga dibutuhkan guna sebagai evaluasi. Mengharapkan Dinas UMKM Kota Metro lebih sering mengadakan pelatihan peningkatan skill bagi para pelaku UMKM agar keahlian mereka bisa terus ditingkatkan sehingga mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto, 2010, Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum, Jakarta: Granit.
- adinoto, Soetanto dan Djoko Retnadi. (2007). MicroCredit Challenge: Cara Efektif Mengatasi Kemiskinan dan Pengangguran di Indonesia. Jakarta: PT.ElexMedia Komputindo.
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, 5(1), 19-25
- Buchory, Achmad Herry & Saadin Djaslim. 2010. Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama. Bandung: Linda Karya
- Budiarto, Rachmawan, dkk. 2015. Pengembangan UMKM. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Fadiati, Ari, Dedi Purwana dan Ernita. (2008). Wirausaha Jalur Cepat Menuju Sukses. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, Aridan Dedi Purwana. (2011). Menjadi Wirausaha Sukses. Bandung: CV Rosdakarya.