

PENINGKATAN PENJUALAN UMKM BUBUK JAHE MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PERBAIKAN KEMASAN DAN PEMASARAN

Ong Andre Wahyu Riyanto^{1*}, AstriaHindratmo²

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Wijaya Putra

²Program Studi Teknik Industri, Universitas Wijaya Putra

Email: ongandre@uwp.ac.id

Abstrak

Mitra pengabdian ini yaitu UMKM bubuk jahe milik bu Nining terletak di kelurahan Keputran Kecamatan Tegalsari Surabaya. Usaha yang didirikan sejak 3 tahun lalu awalnya hanya untuk mengisi waktu luang dan menambah pendapatan keluarga. Hingga saat ini penjualan bubuk jahe terus meningkat seiring kebutuhan jahe untuk meningkatkan daya tahan tubuh di masa pandemi Covid 19. Dalam menjalankan usahannya, bu Nining memiliki beberapa permasalahan pada aspek produksi dan manajemen. Permasalahan aspek produksi yaitu produk belum memiliki label kemasan, bahan kemas menggunakan plastik dengan perekat pemanasan dengan api lilin, tidak ada variasi ukuran produk. Sedangkan pada aspek manajemen yaitu mitra hanya menjual produk berdasarkan jumlah pesanan, penerapan manajemen mutu belum maksimal, belum memiliki manajemen pengadaan bahan baku. Tujuan dari kegiatan yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan peningkatan penjualan bubuk jahe melalui perbaikan aspek produksi dan manajemen terkait label kemasan, bahan kemasan, penggunaan alat press kemasan, pemasaran *offline* maupun *online*, penerapan manajemen mutu, dan pengadaan bahan baku. Hasil dari kegiatan yaitu mitra telah memiliki desain label pada kemasan, memiliki kemasan yang baik yang sehingga layak untuk di jual di toko oleh-oleh, serta telah mampu menjual produk secara *online*, memiliki konsep pemasaran *offline* yang baik, jumlah produksi dan penjualan meningkat.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran, Kemasan Produk.

Abstract

This service partner is SMEs ginger powder owned by Mrs. Nining which is located in the Keputran Village, Tegalsari District, Surabaya. The business that was founded 3 years ago is only to fill spare time and increase family income. Until now, the sale of ginger powder continues to increase along with the need for ginger to increase body resistance during the Covid 19 pandemic. In running its business, Nining has several problems in production and management aspects. Problems in the production aspect are that the product does not have a packaging label, the packaging material uses plastic adhesive heating with a candle flame, there is no variation in product size. Meanwhile, in the management aspect, partners only sell products based on the number of orders, the implementation of quality management is not optimal, and they do not have raw material procurement management. The purpose of this activity is to provide training and assistance to increase sales of ginger powder through improving aspects of production and management related to packaging, packaging materials, use of packaging tools, offline and online marketing, implementation of quality management, and procurement of raw materials. The results of the activity are having a label design on the packaging, having good packaging so that it is suitable for sale in gift shops, and has been able to sell products online, has a good offline marketing concept, the number of production and sales increases.

Keyword: SMEs, Marketing, Product Packaging.

Pendahuluan

Jahe merupakan rempah-rempah yang banyak dikonsumsi orang untuk menghangatkan tubuh dan juga untuk digunakan sebagai jamu untuk kesehatan. Manfaat jahe yang sangat bagus, maka banyak produk makanan olahan jahe mulai dari minuman jahe hingga olahan berbentuk bubuk jahe. Salah satu usaha kecil pembuat bubuk jahe yang memiliki potensi untuk berkembang yaitu UMKM jahe milik Bu Nining yang terletak di daerah Dinoyo Kelurahan Keputran Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya.

Usaha bubuk jahe yang dilakukan oleh Bu Nining berawal dari menambah penghasilan keluarga dan dilakukan saat setelah pulang kerja. Kemampuan dalam membuat produk bubuk jahe dilakukan sejak lulus sekolah, namun baru 3 tahun ini beliau memberanikan diri menjual ke berbagai lokasi terutama daerah Dinoyo Surabaya. Dalam menjalankan usahanya selama 3 tahun ini, mitra mengalami peningkatan penjualan karena banyaknya pesanan akibat pandemi Covid 19 dimana orang banyak minum-minuman herbal untuk meningkatkan daya tahan tubuh.

Perkembangan usaha jahe ini terlihat dari jumlah omset sekitar 4 juta per bulan. Namun dalam menjalankan usahanya Bu Nining masih mengandalkan jumlah pesanan dari pemilik warung sekitar Dinoyo. Sehingga apabila tidak ada pesanan maka tidak melakukan produksi. Hal tersebut dikarenakan belum memiliki kerjasama ke toko-toko penjual minuman herbal dan juga belum memiliki konsep pemasaran tiap harinya. Selain itu juga karena adanya keterbatasan karyawan yang dimiliki yaitu hanya mempunyai 2 orang karyawan yang membantu memproduksi bubuk jahe. Karyawan tersebut merupakan tetangga sebelah rumah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan observasi secara langsung, didapatkan 2 aspek permasalahan yaitu produksi dan manajemen. Permasalahan aspek produksi yang menjadi prioritas untuk ditangani yaitu pada proses pengemasan dimana masih menggunakan kemasan plastik biasa yang tidak kedap udara. Hal tersebut mengakibatkan kualitas bubuk jahe kurang tahan lama. Mitra belum memiliki variasi ukuran produk. Selain itu permasalahan berikutnya yaitu belum menggunakan peralatan Teknologi Tepat Guna pada proses pengemasannya. Padahal TTG bagi UKM sangat penting untuk memberikan rasa dibuat aman, nyaman, dan sehat saat bekerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja (Nurmianto, 2018).

Permasalahan aspek manajemen yang menjadi prioritas yaitu aspek manajemen pengadaan bahan baku dimana proses pembelian bahan baku tidak terjadwal dengan baik. Menurut Wahyuni & Syaichu (2015), untuk mengadakan kegiatan produksi, maka harus tersedia bahan baku yang baik dan sesuai dengan kebutuhan produksi

perusahaan. Selain itu, mitra belum memiliki manajemen kualitas yang baik karena dalam proses produksinya tidak menggunakan sarung tangan dan masker agar produk lebih higienis. Selain itu permasalahan manajemen pemasaran dimana mitra kurang mampu membuat konsep pemasaran yang baik sehingga penjualan hanya mengandalkan pesanan dari tengkulak dan juga mitra belum memanfaatkan iklan *online* untuk mencari pelanggan baru. Menurut Kotler dan Keller (2009) pemasaran yaitu suatu proses untuk mendapatkan, komunikasi serta memberi nilai pada pelanggan dengan maksud untuk keuntungan suatu organisasi. Strategi pemasaran yang optimal akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan (Moniharapon et. al., 2015).

Tujuan dari kegiatan ini yaitu guna meningkatkan jumlah produksi dan omset penjualan dengan cara memberikan perbaikan pada aspek produksi dengan penerapan alat pres kemasan plastik (*sealer*), penggunaan kemasan plastik yang lebih tebal, dan perancangan desain label kemasan, dan menambah variasi produk. Selain itu juga memberikan perbaikan pada aspek manajemen pemasaran dengan merancang konsep *marketing mix* dan penentuan STP (*Segmentation, Targeting, positioning*) dan merancang iklan *online* melalui media sosial, serta pembuatan perencanaan bahan baku yang berkelanjutan dengan metode MRP (*Material Requirement Planning*) atau rencana kebutuhan material.

Rencana penanganan masalah yang ada pada mitra yaitu perbaikan pada aspek produksi dan manajemen untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan mitra. Adapun detail rencana penanganan terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Rencana Penanganan Masalah

No	Permasalahan	Solusi
1.	Produksi	Pemberian kemasan plastik yang tebal Penerapan alat pres pada kemasan Pembuatan desain label kemasan . Pembuatan variasi ukuran produk
2.	Manajemen	Merancang konsep <i>marketing offline</i> dan <i>online</i> . Merancang rencana pengadaan bahan baku dengan dengan metode MRP. Penerapan masker dan sarung tangan, menjaga kebersihan saat produksi.

Pengembangan metode penyelesaian masalah pada mitra yaitu dengan penerapan alat pres kemasan agar lebih kedap udara, merubah bahan baku kemasan jahe dengan plastik yang lebih tebal, serta memberikan label desain kemasan yang sesuai keinginan mitra dari yang sebelumnya tanpa menggunakan alat pres kemasasn dan tanpa label

merek kemasan. Kemudian penyelesaian masalah manajemen pada mitra dilakukan penerapan manajemen pemasaran *online* dan *offline*, penerapan manajemen pengadaan bahan baku, penerapan penggunaan masker dan sarung tangan untuk menjaga kebersihan produksi.

Metode Pelaksanaan

Metode dalam pelaksanaan penyelesaian permasalahan mitra pengabdian yaitu dengan enam tahap yang meliputi tahap pertama observasi dan wawancara, tahap kedua identifikasi masalah, tahap ketiga pengambilan data terkait jenis plastik kemas bubuk jahe, tahap ke empat pengambilan data dengan cara diskusi perancangan desain label merek bubuk jahe, tahap ke lima pengambilan data dengan cara diskusi tentang penentuan variasi produk, tahap ke enam mendesain alat pres untuk proses pengemasan.

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan pada penyelesaian permasalahan aspek produksi dilakukan dengan beberapa kegiatan yaitu penggunaan alat pres kemasan (*sealer*) pada proses pengemasan, pelatihan pemilihan bahan baku kemasan yang cocok untuk bubuk jahe, pelatihan pembuatan desain label kemasan, pembuatan variasi ukuran produk. Kemudian pada penyelesaian aspek manajemen yaitu pelatihan dan pendampingan konsep pemasaran secara *online* pada aplikasi media sosial dan konsep pemasaran secara *offline* dengan konsep *marketing mix*, pembuatan perencanaan bahan baku yang berkelanjutan dengan metode MRP, penerapan sarung tangan dan masker pada tiap proses dalam produksi.

Hasil Dan Pembahasan

1. Penggunaan Plastik Kemasan Yang Lebih Tebal (*Standing Pouch* Plastik Klip)

Pengemasan produk bubuk jahe dilakukan perbaikan dengan menggunakan bahan plastik jenis *Standing Pouch* Plastik Klip, sebab sebelumnya mitra dalam proses pengemasannya menggunakan plastik jenis biasa yang tipis dan mudah sobek.



Gambar 1. Plastik *Standing Pouch*

2. Hasil Penerapan alat Pres dalam Proses Pengemasan

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan alat pres (*Sealer*) pada plastik *standing pouch* agar produk lebih kedap udara dan tahan lama. Sebelum penggunaan *sealer*, mitra dalam proses merekatkan plastik kemas yang tipis dengan menggunakan pemanas dari lilin, sehingga hal tersebut mudah sobek dan kurang kedap udara.



Gambar 2. Proses Perekatan Kemasan Sebelum Kegiatan Pengabdian

Bila melihat proses perekatan yang dilakukan maka hal tersebut kurang kedap udara dan mudah sobek, sehingga perlu alat perekat yang lebih efektif dan hasilnya lebih kedap udara yaitu dengan penggunaan alat sealer (alat pres otomatis).



Gambar 3. Proses Perekatan Alat Dengan *Sealer*

3. Hasil Pembuatan Desain Label Kemasan

Pelatihan dan pendampingan pembuatan label kemasan dimaksudkan agar mitra memiliki label pada kemasan agar tampilan menarik dan layak jual ke toko oleh-oleh hingga di jual secara *online*. Kemasan produk sebelum kegiatan pengabdian, mitra masih belum memiliki label pada kemasan.



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Desain Label



Gambar 5. Desain Label Kemasan Hasil Pelatihan



Gambar 6. Pemberian Hasil Cetak Label Kemasan

4. Hasil Pembuatan Variasi Produk

Pelatihan dan pendampingan pembuatan variasi produk dilakukan agar sesuai dengan segmentasi pembeli seperti pembeli dari kalangan rumah tangga dan juga ada segmentasi toko, warkop, hingga tengkulak agar penjualan meningkat. Selain itu juga untuk mendukung rencana penjualan *online*.



Gambar 7. Hasil Pelatihan Pembuatan Variasi Produk

5. Hasil Perancangan Konsep *Marketing Offline* dan *Online*

Pelatihan dan pendampingan *marketing offline* dan *online* dilakukan untuk meningkatkan penjualan mitra serta agar lebih tepat sasaran dan sesuai dengan target segmentasi ataupun target penjualan. Sebab mitra yang sebelumnya dalam memasarkan produk hanya mengadakan pesanan yang di dapat dari pemasaran mulut ke mulut dan belum terkonsep dengan baik.



Gambar 8. Pelatihan membuat konsep Pemasaran

Tabel 2. Hasil Pelatihan Membuat *Marketing Mix*

<i>z</i>	<i>Price</i>	<i>Place</i>	<i>Promotion</i>
Ukuran 200 gr	20.000	Toko Oleh-oleh & Pasar	Media Sosial & Kerjasama
Ukuran 100 gr	10.000	Pasar & warkop	Media Sosial & Kerjasama

Tabel 3. Penentuan STP

Ukuran	<i>Segmentation</i>	<i>Targetting</i>	<i>Positioning</i>
Ukuran 200 gr	Tengkulak, pemilik warung	30 produk Per hari	Isi Lebih banyak
Ukuran 100 gr	Eceran (Ibu rumah tangga)	60 Produk per hari	Ukuran lebih kecil



Gambar 9. Hasil Pelatihan iklan *Online*

6. Hasil Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku

Pelatihan dan pendampingan perencanaan bahan baku dimaksudkan agar mitra mampu membuat daftar pembelian bahan baku yang terjadwal agar pembelian tidak dilakukan secara mendadak. Pada kegiatan ini mitra dilatih dan didampingi membuat perencanaan bahan baku dengan metode MRP (Rencana Kebutuhan Material) dengan mengacu pada jadwal produksi dengan metode MPS (*Master Production Scheduling*). Pembuatan MRP dan MPS dibuat secara sederhana untuk memudahkan mitra dalam membuat perencanaan bahan baku.



Gambar 10. Pelatihan Perencanaan bahan Baku

Tabel 4. Hasil Pelatihan Membuat Perencanaan bahan Baku

No	Periode	MPS (Kg)	MRP (Kg)
1	Minggu ke-1	-	10
2	Minggu ke-2	10	15
3	Minggu ke-3	15	20
4	Minggu ke-4	20	15
5	Minggu ke-5	15	15
6	Minggu ke-6	15	20
7	Minggu ke-7	20	25
8	Minggu ke-8	25	15
9	Minggu ke-9	15	-

7. Hasil Penerapan Manajemen Mutu

Pelatihan penerapan manajemen mutu dimaksudkan untuk meningkatkan kebersihan produk karena produk merupakan jenis minuman berbentuk bubuk untuk kesehatan sehingga memerlukan produk higienis. Pada pelatihan ini mitra dibiasakan menggunakan masker, sarung tangan, serta selalu menjaga kebersihan dapur saat produksi.



Gambar 11. Penerapan Manajemen Mutu

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian dapat disimpulkan bahwa pembuatan desain kemasan menjadikan tampilan produk lebih menarik, penggunaan bahan bakuplastik kemas yang lebih tebal disertai penggunaan alat sealer membuat produk lebih kedap udara dan tahan lama. Penambahan variasi produk dapat meningkatkan penjualan karena variasi produk disesuaikan dengan segmentasi yang ditentukan oleh mitra. Kemudian pelatihan manajemen pemasaran membuat mitra mampu menentukan segmentasi, target, dan *positioning* serta mampu meningkatkan penjualan produk. Pelatihan manajemen bahan baku membuat mitra lebih efektif dan efisien dalam pembelian dan biaya pembelian juga lebih efektif. Pelatihan penerapan manajemen mutu mampu meningkatkan kualitas produk lebih higienis.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang kami lakukan, maka saran yang dapat saya berikan yaitu mitra agar selalu selalau update iklan atau promosi di media sosial, berusaha mendengarkan keinginan pelanggan, dan perlu membiasakan diri dalam membeli bahan baku harus terjadwal dengan baik agar pembelian tidak dilakukan secara mendadak karena harga bahan baku jahe merah yang cenderung fluktuatif

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, & Keller 2009. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Moniharapon, S., Oroh, Sem G., & Herlin 2015. Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk Federal Parts CV. Kanaka Jaya Manado. Jurnal EMBA, 3(2): 650-659.
- MuhiHanapiah A. 2009. Teknologi Tepat Guna (TTG) Dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN), Jatinangor.
- Nurmianto E. 2018. Pentingnya Ergonomi Teknologi Tepat Guna Di Bidang Industri, (<http://tbmkopel.or.id>, diakses 20 April 2021, <http://tbmkopel.or.id/2018/01/06/ekonurmianto-pentingnya-ergonomiteknologi-tepat-guna-di-bidang-industri/>, diakses 4 Agustus 2021).
- Wahyuni, A. & Syaichu, A. 2015. Perencanaan Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Material Requirement Planning (MRP) Produk Kacang Shanghai Pada Perusahaan Gangsar Ngunut-Tulungagung. Jurnal Spektrum Industri, 13(2):115 – 228.