

Wati Sukmawati - PENERAPAN TEKNOLOGI PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM JAHE INSTAN JM HAMKA

by Wati Sukmawati Uploaded By Greycy

Submission date: 14-Aug-2021 11:01AM (UTC+0700)

Submission ID: 1631221686

File name: Template_Jurnal_MARTABE_3_1_-_wati_sukmawati.docx (1.12M)

Word count: 2333

Character count: 15024

PENERAPAN TEKNOLOGI PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM JAHE INSTAN JM HAMKA

Wati Sukmawati¹⁾; Hadi Sunaryo²⁾, Daram Heriansyah³⁾.

¹⁾Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

²⁾Fakultas Farmasi dan Sains, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

³⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
e-mail: wati_sukmawati@uhamka.ac.id.

Abstract

UMKM JM HAMKA is a UMKM (micro, small and medium enterprises) that produces instant ginger powder in Indramayu. So far, the processing of instant ginger is done traditionally so that the number of production and product marketing is very limited. This community partnership program activity was carried out to overcome these partner problems by holding mentoring training, product marketing management training, and procurement of appropriate machines (ginger recrystallization machine, ginger grater machine, ginger washing machine). Later, partners were able to manage their business better. In this activity, the method used in this activity is a questionnaire, and practice by assisting in using technological tools in processing ginger powder and training in marketing management. All of these activities are carried out online to prevent the spread of the Covid-19 virus. Forty-two participants attended this training and mentoring activity. Next, the data was processed using excel and obtained data that as many as 95.2% of participants were interested in this activity, while the rest did not answer the questionnaire given, besides the effectiveness of production can save time as much as 30% and sales also increase by 35%. The output target in this activity is that partners can produce instant ginger of good quality and in larger quantities to reach a wider market, and partners are expected to be able to manage financial management and marketing so that the income generated by partners also increases.

Keywords: Instant Ginger, Industrial Technology, Marketing Strategy, UMKM.

Abstrak

UMKM JM HAMKA merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memproduksi serbuk jahe instan yang berlokasi di Indramayu, selama ini pengolahan jahe instan dilakukan dengan cara tradisional sehingga jumlah produksi dan pemasaran produk sangat terbatas. Untuk mengatasi permasalahan mitra tersebut dilakukan kegiatan program kemitraan masyarakat ini dengan mengadakan pelatihan pendampingan, pelatihan manajemen pemasaran produk dan pengadaan mesin tepat guna (mesin rekristalisasi jahe, mesin pamarut jahe, mesin pencuci jahe) sehingga nantinya mitra mampu mengelola usaha dengan lebih baik. Dalam kegiatan ini metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan angket, dan praktek dengan melakukan pendampingan dalam menggunakan alat berteknologi dalam mengolah serbuk jahe, serta pelatihan dalam manajemen pemasaran. Seluruh kegiatan tersebut dilakukan secara daring untuk menghindari penularan virus Covid-19. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diikuti oleh 42 peserta. Berikutnya data diolah dengan menggunakan excel dan diperoleh data bahwa sebanyak 95,2% peserta tertarik pada kegiatan ini, sedangkan sisanya tidak menjawab lembar angket yang diberikan, selain itu efektifitas produksi dapat menghemat waktu sebanyak 30% dan penjualan juga meningkat 35%. Target luaran dalam kegiatan ini adalah mitra mampu memproduksi jahe instan yang berkualitas baik dan jumlah yang lebih

banyak sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas, serta diharapkan mitra mampu mengelola manajemen keuangan dan pemasaran sehingga pendapatan yang dihasilkan oleh mitra juga meningkat.

Kata Kunci: Jahe Instan, Teknologi Industri, Strategi Pemasaran, UMKM.

PENDAHULUAN

Kelompok usaha mitra yang tergabung dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) JM HAMKA merupakan kelompok usaha yang memproduksi minuman serbuk jahe instan. Kelompok ini dibentuk pada tahun 2019, awalnya kelompok usaha ini merupakan sekelompok ibu-ibu PKK yang tidak produktif, setelah mendapatkan pelatihan dan pembinaan kelompok tersebut berlanjut menjadi kelompok usaha. Pada tahun 2020 kelompok usaha UMKM JM HAMKA terdaftar PIRT di Dinas Kesehatan Indramayu sehingga produk jahe instan yang dihasilkan oleh mitra sudah terjamin keamanannya. Selama ini mitra memproduksi jahe secara tradisional yaitu semua dikerjakan dengan tenaga manusia dan dalam satu bulan rata-rata mitra memproduksi jahe sekitar 10 Kg jahe. Kondisi tersebut dikarenakan mitra hanya memproduksi jahe sesuai dengan pesanan dan belum memiliki pangsa pasar yang baik. Berdasarkan keadaan lapangan tersebut masalah utama dari mitra yang ditemukan adalah faktor produksi dan faktor pemasaran.

Pemilihan jahe sebagai produk olahan karena banyaknya manfaat yang dimiliki oleh jahe (Sukmawati & Merina, 2019) salah satunya menjaga imunitas tubuh (Redi Aryanta, 2019). Aspek produksi yang menjadi masalah adalah proses pembuatan serbuk jahe yang masih tradisional. Secara kualitas produk jahe JM HAMKA ini sudah sesuai standar yang berlaku sebagaimana sertifikat PIRT. Hanya saja UMKM ini masih belum memiliki inovasi lainnya dalam memproduksi hasil olahannya masih fokus pada jahe instan saja. Selama ini dengan

teknik produksi jahe instan secara tradisional memerlukan waktu yang cukup lama, mulai dari pencucian jahe hingga pengemasan. Dari 5 Kg jahe yang diproduksi, mitra bisa menghabiskan waktu sebanyak 7-8 jam belum lagi pada saat proses pemanasan jahe yang memerlukan energi lebih karena selama 5 jam harus terus diaduk dan tidak boleh ditinggal agar tidak gosong dan tidak menimbulkan rasa pahit (Haryani, 2017). Untuk penemasan produk jahe sudah layak dan aman, terlebih ada keterangan waktu kadaluarsa produk.

Dalam proses pemasaran serbuk jahe JM HAMKA selama ini masih terbatas. Hal ini dikarenakan mitra memproduksi jahe berdasarkan pesanan dan mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan masih kurang efektif (Kusmulyandi et al., 2018). Produk jahe yang dihasilkan oleh UMKM ini menggunakan bahan baku jahe merah dan jahe emprit yang berkualitas, hal ini juga mempengaruhi kepada harga jual yang ditetapkan oleh UMKM tersebut. Pemilihan jahe merah dan emprit sebagai bahan baku karena memiliki kadar atsiri dan aloeresin yang lebih tinggi dengan jenis jahe lainnya (Setianingrum et al., 2020). Harga yang ditetapkan harus bisa bersaing dengan produk lainnya yang ada di pasaran. Selama ini proses pemasaran yang mitra lakukan hanya mengalir sesuai keadaan saja, belum ada usaha untuk mengikuti kegiatan-kegiatan pelatihan yang mengajarkan bagaimana melakukan manajemen pemasaran maupun proses pembukuan. Yang menjadi fokus mitra adalah bagaimana produk yang dihasilkan tersebut laku dan bisa mendapatkan untung serta bisa kembali berbelanja untuk produksi berikutnya. Sehingga belum ada

usaha untuk meningkatkan usahanya bahkan belum mampu memperluas pasar untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi.

Konsumen jahe instan JM HAMKA masih baru warga sekitar dan relasi. Meski konsumen mengakui kualitas jahe instan JM HAMKA dan selalu melakukan pembelian ulang namun karena strategi pemasaran yang belum matang membuat pangsa pasar produk tersebut masih belum luas dan belum sesuai target penjualan.

Berdasarkan kualitas produk yang sudah diakui oleh konsumen, ternyata mitra masih belum bisa memanfaatkan potensi tersebut untuk meningkatkan target pasar. Hal tersebut dikarenakan kemampuan marketing dari mitra masih lemah, sehingga masih belum bisa memanfaatkan peluang sebagai kekuatan dalam strategi pemasaran produk.

Pemasaran dan produksi sebetulnya dua faktor yang saling berkaitan. Selama ini mitra belum memiliki keberanian untuk memproduksi serbuk jahe dalam skala besar karena keterbatasan peralatan yang dimiliki yang relatif sederhana sehingga membutuhkan banyak waktu dan energi untuk memproduksi. Serbuk jahe instan dikemas dengan menggunakan botol plastik kemasan dengan tutup putar dan dilapisi dengan segel plastik sehingga lebih higienis (Hasbullah, 2018). Setiap kemasan berisi 250 gram. Pada label kemasan sudah mencantumkan komposisi jahe instan, saran penyajian dan data tanggal kadaluarsa. Untuk menjaga kualitas produk, mitra sengaja mencantumkan label kadaluarsa satu tahun sebelum batas waktu layak konsumsi.

Dalam pemasaran yang selama masa pemantauan peneliti, konsumen yang membeli produk tersebut masih pada lingkup mitra dan peneliti, target pasar yang masih terlalu sempit menjadi salah satu penyebab masih kurang berkembangnya atau meningkatnya penjualan produk (Indriani, 2018). Dengan

kualitas yang dimiliki produk tersebut menurut penelitian produk tersebut harusnya lebih mampu bersaing dengan produk lainnya yang beredar di pasaran (Yadi N, Daram H, 2019).

Melihat keadaan seperti itu, peneliti yang merupakan kolaborasi antara dosen Pendidikan Kimia, Farmasi, dan Ekonomi berusaha memberikan solusi atas permasalahan yang dialami oleh mitra dengan melakukan pendampingan dan pengadaan alat produksi rekristalisasi jahe dan strategi pemasaran produk jahe instan JM HAMKA.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat ini dilakukan dengan cara pendampingan dengan pengadaan peralatan produksi serbuk jahe instan dan dilakukan juga pelatihan dalam manajemen pemasaran baik dalam hal pembukuan, promosi maupun branding produk JM HAMKA. Metode pendampingan dan pelatihan ini dianggap tepat untuk menyelesaikan masalah mitra (Jana & Pamungkas, 2018).

Instrumen yang dikembangkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah angket, angket ini berupa pernyataan yang berisikan tentang respon peserta terhadap kegiatan yang dilakukan (Wati Sukmawati, Asep Kadaroman, Omay Suwarna, 2020). Angket ini disebar setelah kegiatan berakhir, peserta yang hadir pada kegiatan ini adalah 42 orang peserta, 3 pembicara, dan 1 moderator. Kegiatan tersebut berlangsung secara daring dengan menggunakan *zoom*.

Ditahap awal mitra diberikan pelatihan dalam memproduksi minuman serbuk jahe instan menggunakan alat yang lebih canggih diantaranya alat rekristalisasi, alat pamarut jahe listrik, dan alat pengupas jahe listrik. Mitra diberikan pendampingan dalam penggunaan peralatan tersebut. Setelah itu, mitra diberikan pelatihan pemasaran produk dengan memberikan tips pemasaran.

Wati Sukmawati, dkk.Penerapan Teknologi Industri dan Strategi Pemasaran Pada UMKM Jahe Instan JM HAMKA

Sebagai wujud kerjasama juga peneliti membantu mitra dalam memasarkan produk JM HAMKA. Data hasil kegiatan yang dihasilkan dari angket yang disebar diolah menggunakan Excel. Tahap berikutnya adalah evaluasi kegiatan, pelaporan dan publikasi.



Gambar 1: Skema Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan program kemitraan masyarakat ini secara umum dapat membantu mitra mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Dalam produksi serbuk jahe yang awalnya hanya menggunakan peralatan yang sederhana kini dapat menggunakan peralatan yang lebih modern.



Gambar 2: Pengolahan Serbuk Jahe dengan Alat Modern

Dengan penggunaan peralatan modern tersebut, proses produksi serbuk jahe yang dilakukan menjadi lebih efektif dan efisien. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa tahapan diantaranya:

Tabel 1. Efektifitas Penggunaan Alat Berteknologi

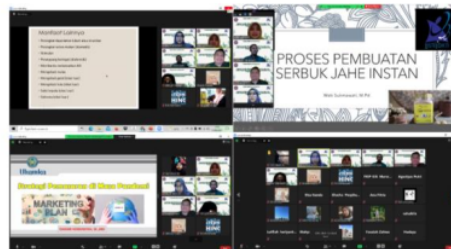
Kegiatan @jahe 5Kg	Waktu yang Diperlukan Alat	
	Tradisional	Berteknologi
Membersihkan Jahe	1 Jam	20 Menit
Memarut Jahe	1 Jam	15 Menit

Rekristalisasi Jahe	5 Jam	4 Jam
---------------------	-------	-------

Berdasarkan data tersebut proses produksi yang dilakukan menggunakan alat berteknologi mampu menghemat waktu sebanyak 35%. Selain waktu, dalam produksi jahe menggunakan peralatan modern adalah dapat menghemat tenaga yang dikeluarkan sehingga dengan efisiensi tersebut diharapkan dapat menurunkan biaya produksi yang dikeluarkan (Febriana et al., 2016).

Proses pembuatan serbuk jahe dengan menggunakan cara rekristalisasi bertujuan untuk menyimpan serbuk jahe lebih lama tanpa harus menambahkan dengan pengawet (Sumarni et al., 2019). Serbuk jahe yang dihasilkan dengan alat rekristalisasi tersebut memiliki karakteristik yang lebih lembut dari proses tradisional. Hal tersebut dikarenakan proses pengadukan yang dilakukan dengan menggunakan mesin cenderung stabil dan konsisten, berbeda dengan cara tradisional yang mengandalkan tangan apalagi jika harus mengaduk selama 5 jam tanpa henti.

Pada kegiatan pelatihan yang dilakukan secara daring peserta diberikan materi tentang manfaat jahe, pengolahan jahe, dan strategi pemasaran jahe.



Gambar 2: Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Secara Daring

Dalam kegiatan tersebut mitra dan peserta lainnya diberikan materi tentang manfaat

dari jahe sehingga menjadi alasan yang tepat untuk mitra menghasilkan produk olahan jahe sehingga semakin banyak yang dapat merasakan manfaat jahe tersebut.

Kegiatan pelatihan tersebut juga disampaikan keunggulan dari produk JM HAMKA yang menjadi kekuatan dalam proses pemasaran produk. Dengan adanya sertifikat PIRT, kualitas produk yang terjamin, manfaat produk, dan proses pengolahan yang higieis menjadi nilai lebih yang layak untuk disebarakan kepada calon konsumen lainnya. Dalam kegiatan ini pula peneliti melakukan pendampingan dalam pemasaran produk jahe. Setelah dilakukan pendampingan selama tiga bulan penjualan serbuk jahe JM HAMKA naik sebanyak 35% dan berharap dapat lebih meningkat lagi. Peneliti membantu mitra dalam proses promosi dan penjualan produk sehingga produk JM HAMKA dapat dikenal lebih luas.

Pada akhir kegiatan peneliti menyebarkan angket terhadap kepuasan peserta dalam mengikutin kegiatan pengabdian ini, 40 dari 42 peserta merasa puas dan tertarik pada kegiatan ini. Kondisi tersebut dapat dilihat dari analisis hasil angket peserta kegiatan sebagai berikut:



Gambar 2: Respon Peserta Pengabdian

Berdasarkan hasil respon peserta tersebut, dapat disimpulkan kegiatan ini tepat sasaran dan berhasil membantu peserta kegiatan khususnya mitra. Selama kegiatan

berlangsung seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan secara penuh dari awal hingga akhir.

SIMPULAN

Dalam kegiatan Program kemitraan masyarakat yang dilakukan ini berhasil membantu mitra mengatasi permasalahan yang ada di lapangan. Hal tersebut terlihat dari penggunaan peralatan rekristalisasi yang menggunakan peralatan yang berteknologi tersebut mampu menghemat waktu produksi sebanyak 30%, selain itu mampu menghemat tenaga dan biaya produksi. Untuk proses pelatihan dan pendampingan pemasaran juga berhasil meningkatkan angka penjualan sebanyak 35%. Selain itu peserta kegiatan merasa puas dengan kegiatan tersebut sehingga diharapkan dapat menginspirasi lebih banyak lagi. Kepuasan peserta kegiatan terlihat dari hasil angket sebanyak 40 peserta mengatakan tertarik dengan kegiatan ini sisanya tidak menjawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih peneliti ucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat DIKTI yang telah mendanai kegiatan ini, LPPM UHAMKA, Mitra JM HAMKA serta semua pihak yang menbatu terlaksananya kegiatan ini .

DAFTAR PUSTAKA

- Febriana, O. ; Longdong, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Akuntansi, J., Sam, U., & Manado, R. (2016). *Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada Cv. Sinar Mandiri the Implementation of Target Costing in Planning Cost Production At Cv. Sinar Mandiri*. 4(1), 1409–1418. 2
- Haryani, K. (2017). *Substitusi Terigu Dengan Pati Sorgum Terfermentasi Pada Pembuatan Roti Tawar: Studi Suhu Pemanggangan*. *Jurnal Aplikasi*

Wati Sukmawati, dkk. Penerapan Teknologi Industri dan Strategi Pemasaran Pada UMKM Jahe Instan JM HAMKA

- Teknologi Pangan*, 6(2), 61–64.
<https://doi.org/10.17728/jatp.197>
- Hasbullah, U. H. A. (2018). Umar Hafidz Asy'ari Hasbullah, Pelatihan Pengemasan Produk Pangan Olahan Jagung dan Jahe di Desa Ngombak dan Kalimaro Kecamatan Kedung Jati Grobogan ISSN : 1979-861X e-ISSN : 2549-1555. 23(Xi), 17–24.
- Indriani, I. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Sinar Kalimantan Berau Tanjung Redeb. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Sinar Kalimantan Berau Tanjung Redeb*, 2(1), 116–126. <http://jurnal.stiemtanjungredeb.ac.id/index.php/camjournal/article/download/131/91/>
- Jana, P., & Pamungkas, B. (2018). Pelatihan Penelitian Tindakan Kelas Bagi Guru Sd Negeri Guwosari. *Abdimas Dewantara*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.30738/ad.v1i1.2289>
- Kusmulyandi, Y., Zubaedah, C., & Usri, K. (2018). Efektivitas pemasaran dari mulut ke mulut pengguna Paviliun Padjadjaran Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Padjadjaran. *Padjadjaran Journal of Dental Researchers and Students*, 2(1), 59. <https://doi.org/10.24198/pjdrs.v2i1.22303>
- Redi Aryanta, I. W. (2019). Manfaat Jahe Untuk Kesehatan. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39–43. <https://doi.org/10.32795/widyakesaha>
- tan.v1i2.463
- Setianingrum, I., Kusumawati, R. I., & Sriyono, W. (2020). Peningkatan Kadar Senyawa Zingiberen dalam Minyak Atsiri Jahe Emprit Melalui Proses Fermentasi. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 11(2)(2), 1–6.
- Sukmawati, W., & Merina. (2019). Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal Instan Untuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPKM)*, 25(4), 210–215.
- Sumarni, W., Suhendar, D., & Hadisantoso, E. P. (2019). Rekristalisasi Natrium Klorida dari Larutan Natrium Klorida Dalam beberapa Minyak yang Dipanaskan. *Al-Kimiya*, 4(2), 100–104. <https://doi.org/10.15575/ak.v4i2.5090>
- Wati Sukmawati, Asep Kadaroman, Omay Suwarna, W. S. (2020). *DEVELOPMENT OF TEACHING MATERIALS BASED ON CONCEPTUAL CHANGE TEXT ON REDOX MATERIALS FOR BASIC CHEMICALS ON REDOX CONCEPT*. 12(2), 243–251. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/dusains/article/view/15090/pdf>
- Yadi N, Daram H, E. (2019). REALITA DINAMIKA PASAR: STUDI INTENSIF DISTINGSI SYARIAH KONVENSIONAL. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3(2), 190–202. <https://doi.org/10.22236/alurban>

Wati Sukmawati - PENERAPAN TEKNOLOGI PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM JAHE INSTAN JM HAMKA

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	1%
2	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	1%
3	repository.uhamka.ac.id Internet Source	1%
4	www.authorstream.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 17 words