

PKM PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN OLAHAN BAHAN BAKU KEDELAI PADA IRT BIDO JAYA KABUPATEN MALANG MELALUI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI PRODUKSI TEPAT GUNA

Supami Wahyu Setiyowati¹⁾, Andri Fransiskus Gultom²⁾, Asna³⁾, Yoyok Seby Dwanoko⁴⁾

¹⁾Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur, Indonesia

²⁾Pendidikan Pancasila Kewarganegaraan, Universitas Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur, Indonesia

³⁾Manajemen, Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur, Indonesia

⁴⁾Sistem Informasi, Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Supami Wahyu Setiyowati

E-mail : setiyo@unikama.ac.id

Diterima 29 Agustus 2022, Direvisi 13 Desember 2022, Disetujui 13 Desember 2022

ABSTRAK

Permasalahan yang dimiliki oleh IRT Bido Jaya adalah kurangnya efisiensi dalam produksi karena keterbatasan produk, tampilan kemasan yang kurang sesuai standar industri makanan, manajemen usaha yang buruk karena tidak pernah melakukan riset pasar terhadap produk dan potensi produk, manajerial keuangan yang hanya berdasar kekeluargaan, menggunakan peralatan produksi yang manual. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pengadaan alat produksi tepat guna, meningkatkan kualitas pengemasan dan manajemen usaha. Metode pelaksanaan yaitu pembelian alat dan pendampingan, *workshop* pendampingan dan simulasi, serta *workshop* dan pendampingan. Hasil dari penelitian ini berupa evaluasi tim Unikama yang didapatkan selama melakukan program kemitraan masyarakat (PKM) dapat membantu para IRT untuk bangkit kembali pasca *covid* dan memajukan usaha IRT di Indonesia. Saran yang disampaikan penulis bahwa perlu pendampingan dalam menggunakan aplikasi untuk media pemasaran terkait postingan foto produk dan video yang menarik minat pelanggan terutama bagi IRT yang awam terhadap penggunaan teknologi. Selain itu, perlu adanya paparan tentang strategi yang sangat matang dalam bisnis untuk mengantisipasi adanya hal yang tidak diinginkan.

Kata kunci: IRT (bido jaya); teknologi produksi tepat guna; manajemen usaha; riset pasar; digital marketing

ABSTRACT

The problems that IRT Bido Jaya has are the lack of efficiency in production due to limited products, the appearance of packaging that does not match industrial food standards, poor business management because it has never conducted market research on products and product potential, financial management which is only based on kinship, using equipment manual production equipment. This research aims to provide solutions for procurement of appropriate production equipment, improve the quality of packaging and business management. The method of implementation is the purchase of tools and assistance, mentoring and simulation workshops, as well as workshops and mentoring. The results of this study are in the form of an evaluation by the Unikama team obtained during the community partnership program (PKM) that can help IRTs to bounce back post-covid and advance IRT businesses in Indonesia. The suggestion conveyed by the author is that assistance is needed in using applications for media marketing related to posting product photos and videos that attract customer interest, especially for IRT who are unfamiliar with the use of technology. In addition, there needs to be an explanation of a very mature strategy in business to anticipate unwanted things.

Keywords: IRT (bido jaya); appropriate production technology; business management; market research; digital marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IRT) di Kabupaten Malang sangat pesat, hal ini dipengaruhi pertumbuhan di sektor pariwisata yang pesat. Banyak IRT

makanan dan minuman yang tersebar dikarenakan terdapat banyak pariwisata yang ditawarkan mulai dari pariwisata laut, gunung, mall dan tempat wisata yang lagi hits jaman sekarang. Dilansir dari situs malang times.com

Pemerintah Kabupaten Malang mendata pada Tahun 2020 jumlah IRT yang ada sebanyak 427.206 lokasi. Peran Pemerintah Kabupaten Malang terhadap kelompok pelaku IRT sangat diperhatikan, Bupati Kabupaten Malang Bapak Drs. H. M, Sanusi, M. M, jadi Kabupaten Malang pada kegiatan tersebut Narasumber melakukan *launching* IRT Shopping Festival dan Gebyar Vaksin di Kabupaten Malang. IRT Shopping Festival menjadi salah satu kegiatan besar yang diselenggarakan dalam rangka untuk membangkitkan geliat IRT di Kabupaten Malang.

Menurut penelitian (Shobaruddin, 2020), menyatakan Dinas kota Malang mengadakan program untuk para IRT yaitu "Klinik Usaha Mikro" yang programnya memberikan pelatihan berdasarkan kebutuhan dari pada IRT di Malang. Namun penelitian yang telah diadakan oleh pemerintah kota tidak memberikan dampak signifikan pada para IRT. Pemerintah sangat berperan mengembangkan dan menjaga pada IRT karena untuk mempertahankan IRT dan menghindari PHK dalam bisnis. Menurut (Usdyana et al., 2018), menyatakan bahwa IRT menjadi penopang dalam mensejahterakan perekonomian masyarakat sekitar.

Memperhatikan banyaknya IRT yang tersebar dan dukungan dari pemerintah, setiap IRT dalam menghasilkan produknya harus menjaga mutu agar dapat bersaing dan menjadi penguasa pasar. Menurut (Rahardjanto et al., 2019), memanfaatkan teknologi produksi tepat guna yang dilakukan oleh IRT, sehingga mampu mencakup kebutuhan pasar yang baik. Jika mengalami permintaan pasar yang lebih tinggi, maka perlu adanya teknologi yang canggih guna memudahkan dalam hal produksi yang nantinya akan menghasilkan sebagai berikut: 1) peningkatan nilai aset yang dapat diukur dari jumlah dan nilai aset yang dimiliki oleh IRT, 2) peningkatan kapasitas produksi minimal meningkat 10%, 3) bertambahnya inovasi produk IRT, dan 4) bertambahnya omset melalui peningkatan produksi dan efisiensi biaya produksi. Tata kelola manajemen usaha yang baik juga diperlukan oleh IRT dalam menjalankan usahanya. Implementasi manajemen usaha yang baik menghasilkan tingkat keuntungan yang signifikan. Perbaikan manajemen usaha yang dilakukan meliputi penyiapan bahan baku, efisiensi produksi, pembukuan usaha, diversifikasi produk dan perluasan pemasaran. Sektor pemasaran hasil produk IRT pada era-sekarang tidak lagi berbentuk konvensional, tetapi memanfaatkan TIK yaitu *digital marketing*. Menurut (Hidayat,

2021), memaparkan bahwa *digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan berbagai teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan *volume* penjualan secara *online*, dengan memanfaatkan aplikasi *marketplace* yang ada dan menggunakan beberapa media sosial akan dapat memperluas jangkauan pasar.

Olahan kacang kedelai banyak dihimpun oleh IRT lokal hingga mancanegara. IRT memiliki peranan penting dalam pemanfaatan olahan produk jadi hingga setengah jadi. Hal ini mencerminkan bahwa IRT memiliki peranan penting dalam kemajuan perekonomian dan pemerataan di Indonesia (Windusancono, 2021).

Menurut (Suhardiyah et al., 2020), dampak pandemi covid-19 terhadap sektor IRT ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia dimana kontribusi IRT terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada berbagai bidang, salah satunya jumlah unit usaha yang ada di Indonesia tahun 2018 64,2 Juta unit usaha, dengan jumlah unit usaha IRT sebesar 64,1 Juta (99,9%)". Kontribusi dari IRT ini menjadi indikasi yang penting dalam kemajuan ekonomi daerah dan nasional. Salah satunya kasus IRT yang merasakan dampak ekonomi dan pandemic Covid-19 adalah IRT Bido Jaya.

Bido Jaya sebagai mitra yang diketuai oleh Bapak Kis Ardianto beralamat di Perumahan Sari Madu Permai Blok F No 17 Sitirejo Kecamatan Wagir Kabupaten Malang yang dimulai sejak Tahun 2010 memproduksi makanan olahan berbahan baku kedelai yaitu keripik tempe sagu, yaitu keripik tempe yang berbeda dari keripik tempe, biasa dikarenakan lama pembuatannya terdapat tepung sagu sehingga bentuk dan rasanya tidak sama, memiliki 5 karyawan dengan memiliki omset produksi keripik tempe sagu sebanyak 2,5 kwintal setiap bulannya, dengan omset rata-rata setiap bulan 12,5 juta rupiah dan laba bersihnya 4 juta rupiah. Keunggulan dari keripik mitra adalah memiliki harga yang paling murah dengan kemasan 100 gram dijual dengan harga Rp 5.000,- dibanding dengan yang produk lain harganya antara Rp 6.000,- sampai dengan Rp 8.000,-, selain itu keripik tempe sagu lebih gurih dan krispi serta kandungan minyaknya sedikit.

Tabel 1. Profil Mitra Bido Jaya

	Uraian Profil	Data
a.	Nama	Kripik Bido Jaya
	Kelompok	
b.	Alamat	Perumahan Sari Madu Permai Blok F No 17 Sitirejo Wagir Kabupaten Malang
	Nama Ketua	Kis Ardianto
	Jumlah	5 Orang
d.	Anggota/Karyawan	
	Jumlah	2,5 Kwintal
f.	Produksi	
	Rerata Omzet Per Bulan	12,5 Juta
g.	Rerata Pendapatan	4 Juta
	Bersih Per Bulan	

Namun menurut Bapak Bido owner dari IRT Bido Jaya memiliki beberapa masalah dan kendala adalah: 1) kurangnya efisiensi dalam produksi karena menggunakan peralatan produksi yang manual sehingga mempengaruhi aktivitas dan kualitas produksinya, 2) tampilan kemasan yang kurang sesuai standar industri makanan, 3) manajemen usaha yang buruk karena tidak pernah melakukan riset pasar terhadap produk dan potensi produk, 4) keuangan yang hanya berdasar kekeluargaan, 5) proses pemasaran masih mengandalkan titip di warung atau toko sekitar mitra dan juga berdasarkan pemesanan dari warga atau grup lokal sehingga jangkauan kurang luas.

Permasalahan kurangnya efisiensi dalam produk karena menggunakan peralatan yang masih manual sehingga proses pekerjaan seperti pengupasan ari-ari/kulit dari bahan baku kedelai dilakukan secara tradisional tidak menggunakan mesin sehingga pekerjaan memakan waktu yang lama. Pada proses pencampuran bahan baku kedelai, tepung sagu dan ragi juga dilakukan secara tradisional yaitu mencampur di bak besar menggunakan manual kedua tangan, sehingga mempengaruhi kualitas tampilan keripik tempe sagu-nya kurang bagus tidak rapi dan gampang terpisah bila di goreng, dari segi varian rasa produk mitra ini hanya mengandalkan satu rasa saja yaitu original, padahal saat ini pelaku bisnis lain sudah mengeluarkan produk aneka rasa. Hal ini disebabkan mitra tidak memiliki mesin pengaduk otomatis varian rasa pada tempe sagu-nya. Dalam urusan pengembangan varian produk, mitra ingin mengembangkan varian produk baru makanan/minuman

berbahan baku kedelai, seperti tempe, tahu basah, kacang telur, kedelai, stik kedelai, kerupuk kedelai dan minuman sari kedelai. Hal ini juga terkendala dari peralatan yang dibutuhkan untuk membuat varian makanan tersebut. Pada gambar 1 di bawah ini mempresentasikan hasil pengolahan persiapan makanan olahan dengan bahan baku kedelai yang dilakukan secara tradisional dan manual.



Gambar 1. Proses Pengolahan Bahan Baku Masih Secara Tradisional

Permasalahan tampilan kemasan yang kurang sesuai standar industri makanan ini terlihat dari bentuk kemasan yang kurang menarik dan merujuk dari tren kemasan sekarang yang model kekinian, sehingga terkadang ada beberapa kejadian barang diretur, karena kalah bersaing dengan kompetitor yang sejenis. Menurut (Rahardjo, 2016), menyatakan bahwa kemasan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk oleh itu, suatu kemasan harus mempengaruhi seorang konsumen agar tertarik.



Gambar 2. Model Tampilan Kemasan Masih Kurang Standar Kekinian dan Kurang Menarik

Permasalahan pada manajemen usaha mitra yang buruk, karena tidak pernah melakukan survey dan riset pasar terhadap kualitas produk dan potensi produk, sehingga tidak mengetahui varian, kemasan, orientasi pasar dan tampilan sesama kompetitor sejenis. Hal ini pihak mitra mengungkapkan tidak mengerti atau tidak mengetahui bagaimana cara melakukan manajemen usaha yang baik terhadap riset pasar. Menurut (Karunia et al., 2021), riset pasar sangat diperlukan dalam mengawali usaha baru dengan memperkenalkan produk dan mempertahankan bisnis agar bisa bertahan dalam persaingan.

Permasalahan pada manajemen keuangan, pihak mitra masih mengelola

manajemen keuangan masih dijadikan satu dengan keuangan keluarga sehingga tidak pernah mengetahui *cash flow* keuangannya, karena selama ini pihak mitra tidak mengetahui bagaimana bagaimana mengelola manajemen keuangan untuk IRT-nya.

Permasalahan proses pemasaran masih mengandalkan titip pada warung atau toko sekitar mitra dan juga berdasarkan pesanan dari warga atau grup lokal sehingga jangkauan *market* kurang luas. Hal ini pihak mitra kurang memahami bagaimana memanfaatkan *digital marketing* dengan memakai media *marketplace* yang ada dan media sosial juga.

Berdasarkan hasil diskusi dari permasalahan pihak mitra yang disampaikan kepada tim PKM Universitas PGRI Kanjuruhan Malang menyepakati permasalahan inti yang segera diselesaikan adalah:

- Kurangnya efisiensi dalam produksi karena menggunakan peralatan produksi yang manual sehingga mempengaruhi aktivitas dan kualitas produksinya maka pihak mitra membutuhkan bantuan peralatan mesin giling pemisahan kulit kedelai, alat rajangan irisan keripik yang otomatis dan alat pencampuran adonan dan bumbu varian rasa.
- Tampilan kemasan yang kurang sesuai standar industri makanan yang menyebabkan kurangnya minat pasar, pihak mitra meminta bantuan untuk pendampingan meredesign kemasan yang kekinian.
- Manajemen usaha yang buruk karena tidak pernah melakukan riset pasar terhadap produk dan potensi produksi, pihak mitra meminta untuk diberikan pelatihan dan pendampingan implementasi manajemen usaha bagi IRT.
- Manajemen keuangan yang hanya berdasar kekeluargaan sehingga tidak tau *cash flow* keuangan usahanya, pihak mitra meminta bantuan agar diberikan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan.

Proses pemasaran masih mengandalkan titip pada warung atau toko sekitar mitra dan juga berdasarkan pemesanan dari warga atau grup lokal sehingga jangkauan *market* kurang luas karena minimnya pengetahuan pihak mitra meminta secara khusus agar tim bisa memberikan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* secara online ke lokasi mitra.

Berdasarkan dari pernyataan dari permasalahan mitra "Bido Jaya" bahwa kegiatan bertujuan untuk memberikan efisiensi dalam produksi dengan menggunakan teknologi tepat guna sesuai kebutuhan,

meningkatkan kualitas pengemasan sesuai standar industri makanan dan *redesain* kemasan agar mempunyai ciri khas dari produk tersebut, serta meningkatkan kualitas dari manajemen keuangan dan usaha untuk mitra "Bido Jaya".

METODE

Perencanaan

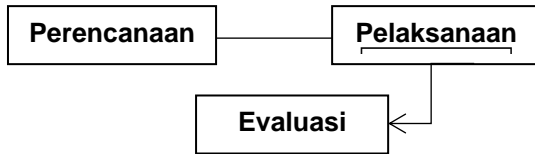
Pada tahap perencanaan tim Unikama melakukan koordinasi rapat dengan mitra untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra "Bido Jaya" sehingga tim dapat memberikan solusi yang tepat dalam permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Setelah melakukan kegiatan tersebut, tim selanjutnya melaksanakan survey lanjutan yang bertujuan untuk mengordinasikan bersama tim dan mitra. Perencanaan berikutnya adalah kegiatan penyusunan program kerja bersama tim Unikama, pembagaaian tugas dan persiapan kelompok PKM untuk melaksanakan kegiatan dimitra. Perencanaan terakhir yaitu membuat rancangan anggaran yang dibutuhkan untuk pembiayaan pelaksanaan program.

Pelaksanaan

Pada tahap perencanaan sebelumnya tim Unikama melaksanakan kegiatan pertama yang berkaitan dengan bidang produksi yaitu pembelian alat dan bahan untuk melancarkan proses produksi serta tim Unikama melakukan kegiatan pendampingan tentang penggunaan dan cara bagaimana merawat alat dengan baik. Selanjutnya melaksanakan kegiatan *workshop* pendampingan dan simulasi. Pada kegiatan ini, Tim Unikama menyediakan tempat pelatihan yang membahas tentang riset pasar. Pelaksanaan terakhir yaitu kegiatan *workshop* dan pendampingan. Pada kegiatan ini tim Unikama menyediakan tempat pelatihan yang membahas strategi pemasaran di *marketplace* dan strategi pemasaran di media sosial.

Evaluasi

Berdasarkan kuisisioner yang telah disebar kepada mitra "Bido Jaya" dapat dievaluasi bahwa mitra sudah menerapkan manajemen keuangan dengan baik permasalahannya mitra masih kurang paham terkait penerapan *digital marketing* maka perlu adanya pendampingan ulang.



Gambar 3. Bagan alir kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang telah dicapai selama kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) di Perumahan Sari Madu Permai Blok F No 17 Sitirejo Wagir Kabupaten Malang mempunyai tujuan. Tujuan pertama yang sudah tercapai yaitu pengadaan alat produksi tepat guna sesuai kebutuhan atau keperluan mitra dalam proses produksi dan tim Unikama mengadakan pendampingan agar mitra dapat menggunakan dan merawat mesin dengan baik.



Gambar 4. Penyerahan Alat kepada Mitra

Tim Unikama memberikan alat dan bahan-bahan kepada IRT “Bido Jaya” sebagai modal awal untuk memproduksi sari kedelai dan kripik tempe. Alat yang diberikan guna memudahkan mitra dalam melakukan produksi yang dulunya manual menjadi cepat. Alat yang diberikan oleh Tim Unikama yaitu pengiris tempe, pemisah kulit ari kedelai, serta pemeras sari kedelai.

Tujuan selanjutnya yaitu meningkatkan kualitas pengemasan sesuai standar industri makanan dan *redesain* kemasan agar mempunyai ciri khas dari produk tersebut. Menurut (Rudiawan, 2021), kegiatan dalam manajemen produksi juga berkaitan dengan penentuan kualitas dan desain produk.



Gambar 5. Desain Kemasan Produk

Gambar 5 adalah kemasan baru dari sari kedelai, kacang telor, dan kripik tempe. Dengan adanya kemasan baru bertujuan untuk daya tarik pembeli. Kemasan kacang telur dan kripik tempe memiliki kemasan dengan warna yang berbeda berdasarkan varian rasa agar para pembeli menandai varian apa yang mereka inginkan.

Selanjutnya meningkatkan manajemen usaha dan manajerial keuangan. Hasil yang telah dicapai yaitu mitra sudah menerapkan manajerial keuangan akuntansi dengan baik bisa memilah modal yang seharusnya untuk usaha dan keuntungan dari penjualan.



Gambar 6. Pelaksanaan Workshop dan Pelatihan

Tujuan workshop ini untuk memberikan solusi terhadap permasalahan dari mitra, maka dari itu Tim Unikama mengadakan workshop 1) Riset Pasar 2) Manajemen usaha 3) Digital Marketing. Menurut (Butarbutar & Dharma, 2021), kendala yang sering dihadapi antara lain dalam hal daya saing produk di pasaran. Pasca covid pelaku IRT “Bido Jaya” mengalami kendala dengan tidak memiliki antisipasi yaitu dalam menghadapi manajemen risiko terhadap bisnis yang sedang mereka jalankan. Oleh itu, melalui program kemitraan masyarakat (PKM) memberikan solusi dengan menciptakan inovasi produk dari tempe menjadi sari kedelai dan kripik tempe yang memiliki varian rasa dengan kemasan yang menarik dan memberikan pelatihan pendampingan kepada mitra “Bido Jaya” mengenai penyusunan laporan keuangan, pemasaran, dan pengemasan.

SIMPULAN DAN SARAN

Saran yang disampaikan penulis bahwa perlu pendampingan dalam menggunakan aplikasi untuk media pemasaran terkait postingan foto produk dan konten-konten video yang menarik minat pelanggan terutama bagi IRT yang awam terhadap penggunaan teknologi. Selain itu, perlu adanya paparan tentang strategi yang sangat matang dalam bisnis untuk mengantisipasi adanya hal yang tidak diinginkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Unikama mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (Ristekdikti) yang telah menyelenggarakan program hibah pengabdian dosen, sehingga kami dari Tim Unikama dapat terjun langsung membantu IRT "Bido Jaya" mengajukan bisnisnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Butarbutar, M., & Dharma, E. (2021). *Penguatan Entrepreneurship Insight*. 1(1), 9–16.
- Hidayat, E. (2021). Optimalisasi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Benteng Ketahanan Ekonomi Desa Selama Pandemi. In *Transisi Kenormalan Baru: Eksistensi BUM Desa, UMKM, dan Ormas*.
- Karunia, A., Yasmin, A., Maulidah, H., & Harjanti, R. S. (2021). Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Melalui Analisis Riset Pasar Pada UMKM Kota Tegal. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 20–23. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v6i1.2297>
- Rahardjanto, A., Nurwidodo, N., & Mas'odi, M. (2019). Implementasi Teknologi Tepat Guna untuk Mengatasi Permasalahan IRT Ramuan Madura di Kabupaten Sumenep. *International Journal of Community Service Learning*, 3(4), 173. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v3i4.21788>
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemendan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32–43.
- Rudiawan, H. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(2), 66–70.
- Shobaruddin, M. (2020). Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Malang melalui literasi informasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 151. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.26141>
- Suhardiyah, M., Ulfa Puspa Wanti Widodo, & Yurida Sasmita. (2020). Legalisasi Dan Pengelolaan Usaha Pada UMKM. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.45-53.2340>
- Usdyana, N. F., Ahmad, I., & Yusuf, M. (2018). Diversifikasi Jamur Tiram Sebagai Pangan Lokal Pada Kelompok Wanita Tani Di Kecamatan Malua Kabupaten

Enrekang. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 1(2), 59.

<https://doi.org/10.31850/jdm.v1i2.290>

Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>