

Pendampingan UMKM Kerupuk 32 dalam Meningkatkan Daya Jual dan Pengetahuan Produk Higienis di Kecamatan Bumi Waras Lampung

Yuli Evadianti^{1*}, Ayu Nadia Pramazuly²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tulang Bawang Lampung

*email: yulievadianti@gmail.com

Abstract

The purpose of community service to help the Kemplang 32 Cracker Business increase knowledge of hygienic products, so that they can increase the selling power of their products on the market. The Kemplang 32 Kerupuk UMKM is located in the Kemplang Cracker Center and was chosen as one of the assistance because this cracker business produces as much as 100 kg in a day with manual work, starting from making starter, kneading until smooth, printing, steaming to drying. Meanwhile, demand from the three markets, namely Pasar Panjang, Pasar Cimeng and Pasar Kangkung, was more than 100 kg. It is hoped that with the creation of tools and marketing in the market place, production can increase to 200 kg/hr. The approach method for the PKM-UMKM program implemented is situation analysis, formulating problems, formulating solutions to overcome problems, assistance in arranging requirements and registration of product legality permits, increasing production capacity with appropriate technology. The output target of the PKM-UMKM program is to optimally increase the production and selling power of the Kemplang 32 Cracker Business products in the market. If it's not the rainy season, the crackers are also dried in the yard of people's homes, on the rooftops and on the side of the road, motorized vehicles and people walking by. For this reason, assistance is needed in increasing hygienic product knowledge, the solution offered is the use of a simple dryer. In addition, to expand marketing in Indonesia, training is also needed on marketing products on marketplaces, social media, attractive packaging.

Keywords: Community Service, UMKM, Selling power, Hygienic product

Abstrak

Program pendampingan UMKM ini bertujuan untuk membantu Usaha Kerupuk Kemplang 32 meningkatkan pengetahuan produk higienis, sehingga dapat meningkatkan daya jual produk di pasaran. UMKM Kerupuk Kemplang 32 ini berada di Sentra Kerupuk Kemplang dan dipilih sebagai salah satu pendampingan dikarenakan usaha kerupuk ini dalam sehari memproduksi sebanyak 100 kg dengan pengerjaan manual, mulai dari membuat biang, mengadon hingga kalis, mencetak, mengukus sampai menjemur. Sementara permintaan dari ketiga pasar yaitu Pasar Panjang, Pasar Cimeng dan Pasar Kangkung lebih dari 100 kg. Diharapkan dengan diciptakannya alat dan pemasaran di *market place* dapat meningkatkan produksi menjadi 200 kg/hr. Metode pendekatan program PKM-UMKM yang dilaksanakan adalah analisis situasi, merumuskan permasalahan, merumuskan solusi untuk mengatasi masalah, pendampingan dalam pengurusan persyaratan dan pendaftaran izin legalitas produk, peningkatan kapasitas produksi dengan teknologi tepat guna. Target luaran program PKM-UMKM ini adalah peningkatan produksi dan daya jual produk Usaha Kerupuk Kemplang 32 di pasaran secara optimal. Jika tidak musim hujan kerupuk juga dijemur di pekarangan rumah masyarakat, di atap dan dipinggir jalan lalu lintas kendaraan bermotor dan orang jalan. Untuk itu diperlukan pendampingan dalam meningkatkan pengetahuan produk yang higienis, solusi yang ditawarkan adalah penggunaan alat pengering sederhana. Selain itu, untuk memperluas pemasaran di diperlukan juga pelatihan mengenai memasarkan produk di *marketplace*, medsos, *packaging* yang menarik.

Kata kunci: Pendampingan, UMKM, Daya Jual, Produk Higienis

1. PENDAHULUAN

Pendampingan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh fasilitator atau pendamping masyarakat dalam berbagai kegiatan program. Fasilitator juga seringkali disebut fasilitator masyarakat (*community facilitator/CF*) karena tugasnya lebih sebagai pendorong, penggerak, katalisator, motivator masyarakat, sementara pelaku dan pengelola kegiatan adalah masyarakat sendiri (Habibullah, 2011). Keterlibatan masyarakat sebagai sumber daya manusia untuk memberdayakan dirinya, merupakan potensi untuk mencapai tujuan masyarakat, yaitu dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi salah satu cara

dalam meningkatkan perekonomian (Habibullah, 2011). Sektor ini dapat menjadi tulang punggung perekonomian karena dapat dilakukan siapapun dengan modal terbatas.

Usaha Kerupuk Kemplang 32, yang berlokasi di Sentra Kerupuk Kemplang beralamatkan di Gang Kamboja Kelurahan Sukaraja Kecamatan Bumi Waras Kota Bandar Lampung, secara konsisten dijalankan sebagai usaha kecil dalam produksi kerupuk dan kemplang yang disalurkan ke para pedagang kecil di pasar dan warung-warung di sebagian wilayah Kota Bandar Lampung. Usaha yang telah berlangsung selama hampir dua dekade ini memiliki potensi dalam penyerapan tenaga kerja di sekitar wilayah tersebut, terutama warga dari kalangan tidak mampu dan putus sekolah sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat di sekitarnya. Jumlah karyawan yang dipekerjakan ialah 7 orang mulai dari mengadon, mencetak, menjemur, menggoreng dan mengemas. Setelah peningkatan produksi diharapkan ada peningkatan SDM.

Kerupuk yang dibuat terdiri dari dua macam yaitu kerupuk keriting dan kerupuk kemplang. Proses pembuatan kerupuk keriting dan kerupuk kemplang sendiri adalah pertama-tama dibuat biang kerupuk dulu yang terdiri dari sagu, garam, terasi dan air panas dicampur menjadi satu. Setelah dingin lalu diadon dengan sagu hingga adonan kalis. Setelah adonan kalis lalu dicetak secara manual menggunakan saringan khusus untuk membuat kerupuk. Setelah dicetak lalu dikukus dan dijemur selama satu setengah hari sampai dua hari.



Gambar 1. Proses Produksi Kerupuk

Dalam proses pengeringan, pemilik kerupuk 32 hanya mengandalkan sinar matahari. pengeringan yang baik menurut Bapak Zainal pemilik kerupuk 32 adalah penggunaan sinar matahari sampai jam 12.00 WIB atau sampai jam 13.00 WIB. Di atas jam tersebut pengeringan tidak akan sempurna, hal tersebut mempengaruhi kualitas dan tampilan yang cenderung kusam walaupun rasa tidak berubah. Akan tetapi pembeli biasanya akan membeli suatu produk yang pertama kali dilihat adalah tampilan produk tersebut. Sehingga kerupuk yang berwarna kusam tidak menjadi pilihan pembeli. Jadi kerupuk tersebut menghasilkan kerupuk *grade 2*. Dalam proses pengeringan karena pemilik kerupuk 32 masih mengandalkan sinar matahari jadi pengeringannya pun dikeringkan di sekitar halaman pemilik dan tetangga sekitar. Dengan cara menjemur saat ini dapat dilihat bahwa dari sisi higienis kurang terjamin. Seperti yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Kerupuk Kemplang yang Sedang Dijemur

Kerupuk kemplang yang sudah kering didistribusikan ke masyarakat sekitar untuk dipanggang. Jadi masyarakat sekitar yang tidak mempunyai usaha kerupuk seperti Pak Zainal, mereka mencari

penghasilan melalui memanggang kemplang. Rata-rata upah yang diberikan untuk memanggang kemplang adalah Rp 35.000/ 1000 pcs kemplang kecil dan Rp 40.000/1000 pcs kemplang ukuran besar. Setelah kerupuk dikemas lalu dipasarkan ke Pasar Panjang, Pasar Kangkung dan Pasar Cimeng. Penjualannya pun masih secara manual, teknisnya pemilik masih harus menjual sendiri ke pasar-pasar dan ke warung-warung. Penagihannya pun masih dikerjakan oleh pemilik. Jadi perlu ada pelatihan pemasaran media *online* dan pelatihan *digital marketing*.

Kerupuk kemplang 32 dalam proses pembuatannya setelah melalui rangkaian dicetak dan dikukus lalu kerupuk dijemur di bawah sinar matahari selama dua hari, setelah dua hari dijemur baru kerupuk kemplang dibakar. Penjemuran kerupuk kemplang menggunakan jaring-jaring yang terbuat dari bambu lalu dijemur di pekarangan dengan lahan terbatas. Kendala yang terdapat dalam proses pengeringan kerupuk kemplang adalah ketika musim hujan. Ketika musim hujan kerupuk di jemur di dalam rumah dan memakan waktu lebih lama lagi, sementara permintaan dari ketiga pasar setiap hari selalu ada. Zainal pemilik usaha kerupuk 32 mengutarakan keinginannya untuk meningkatkan produksi kerupuknya dan tidak terkendala walaupun musim hujan. Selain kurang higienisnya penjemuran kerupuk, kebersihan juga kurang. Untuk itu pendampingan mengenai pengetahuan akan higienis produk sangat diperlukan.

Solusi atas kurangnya pengetahuan produk higienis pada Kerupuk Kemplang 32 ini dapat diatasi salah satunya dengan menambah alat berupa mesin pengering kerupuk. Manfaat mesin pengering ini adalah kerupuk yang dijemur tidak terkena debu, asap motor, kotoran hewan sehingga kerupuk yang dikeringkan bersih. Selain itu pada saat musim hujan pun usaha kerupuk 32 tetap berproduksi tanpa mengurangi jumlah produksi. Mesin pengering kerupuk juga bukan menggunakan listrik, tetapi menggunakan gas sehingga tidak memakan banyak biaya. Upaya ini sekaligus memenuhi permintaan pasar akan kerupuk kemplang setiap harinya. Diharapkan dengan adanya mesin pengering kerupuk ini dapat menambah jumlah produksi UMKM Kerupuk Kemplang 32.

Solusi dari segi pemasaran UMKM Kerupuk Kemplang 32 dapat diatasi dengan penjualan secara *online*, memberikan pelatihan bagaimana memasarkan produk di *market place*. Manfaat dari pemasaran di *market place* ini adalah konsumen dari kerupuk 32 tidak hanya di pasar sekitar saja. Tapi bisa dikirim ke seluruh Indonesia. Diharapkan dengan pemasaran *online* dapat menambah jumlah konsumen dari Kerupuk Kemplang 32.

2. METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat skema Pengabdian Kemitraan Masyarakat dengan ini adalah pendekatan partisipatif. Bentuk kegiatan tersebut di antaranya adalah:

1. Pertemuan/koordinasi awal dengan mitra melalui diskusi kelompok fokus,
2. Persiapan kegiatan,
3. Penyuluhan pengetahuan produk higienis,
4. Pendampingan dalam meningkatkan daya jual,
5. Monitoring dan evaluasi kegiatan,

Metode dan tahapan dalam pengabdian kepada masyarakat disesuaikan rencana capaian dan indikator capaian yang telah disusun seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Metode dan Tahapan

Indikator Capaian	Metode dan Tahapan
Peningkatan Daya Jual Produk meningkat sebesar 10%	<ul style="list-style-type: none"> • FGD berbasis partisipasi masyarakat • Dialog publik • Penyuluhan berbasis partisipasi masyarakat • Monitoring dan evaluasi • Pendampingan perencanaan partisipatif

Peningkatan Produk Higienis	Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> • FGD berbasis partisipasi masyarakat • Penyuluhan berbasis partisipasi masyarakat • Dialog publik melalui penyuluhan • Monitoring dan evaluasi • Pendampingan motivasi usaha
Pembangunan berkelanjutan		<ul style="list-style-type: none"> • FGD berbasis partisipasi masyarakat • Pelatihan atau loka karya • Dialog publik berbasis partisipasi masyarakat • Monitoring dan evaluasi • Pendampingan penguatan kelembagaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan UMKM Kerupuk 32 dalam meningkatkan daya jual produk melalui media social dengan memperkenalkan mitra memanfaatkan teknologi digital. Pemasaran melalui media sosial disinyalir mampu berdaya saing tidak hanya lokal tetapi dapat merambat ke nasional. Melalui ketahanan produk yang tinggi mampu bertahan dengan sistem pengiriman lebih dari 3 hari, artinya produk tidak mudah rusak dan kualitas produk tetap baik. Media sosial instagram dan *e-commerce* shoppee dipilih sebagai media pemasaran *online* yang diharapkan mampu meningkatkan daya jual produk. Berikut ini merupakan akun media sosial mitra pada aplikasi instagram:



Gambar 3. Akun Instargam Kerupuk Kemplang

Kegiatan penyuluhan produk higienis telah dilakukan bersama mitra dengan melibatkan *stakeholders* dan diterima oleh mitra dengan baik. Penyuluhan tersebut dilakukan dalam waktu 1 (satu) hari dengan bertempat di lokasi mitra. Sebelumnya pengeringan produk dilakukan di bawah sinar matahari langsung sehingga ketika hujan menghambat proses produksi. Pendampingan dilakukan dengan memperkenalkan proses pengeringan menggunakan mesin gas yang mampu mempertahankan kualitas produk meskipun tidak terkena matahari secara langsung. Bahkan produk dapat lebih higienis serta mampu meningkatkan kapasitas produk karena cuaca tidak menghalangi atau membatasi pembuatan produk kerupuk. Berikut ini mesin pengering produk dengan gas:

Selain memberikan pendampingan mengenai peningkatan daya jual juga memberikan pengetahuan tentang produk higienis. Pengetahuan tentang produk higienis ini dibantu oleh narasumber Ibu Novita Triwahyuni, S.KM, M Kes. yang berkompeten dalam bidang higienis produk.



Gambar 4. Sosialisasi Kehigienisan Produk

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bagi masyarakat di Kecamatan Bumi Waras Lampung secara umum berjalan dengan baik dan lancar. Program yang dilaksanakan berupa peningkatan Usaha Kerupuk Kemplang 32 guna meningkatkan pengetahuan produk higienis, sehingga dapat meningkatkan daya jual produk di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Habibullah. (2011). *Peran pendamping pada program keluarga harapan kabupaten karawang. Jurnal Informasi (Kajian Permasalahan Sosial Dan Usaha Kesejahteraan Sosial)*, 16(2), 101–116

[Kompas.com](https://money.kompas.com/read/2020/08/19/181331626/pendampingan-umkm-jadi-cara-tingkatkan-perekonomian-warga?page=all) dengan judul "Pendampingan UMKM Jadi Cara Tingkatkan Perekonomian Warga"<https://money.kompas.com/read/2020/08/19/181331626/pendampingan-umkm-jadi-cara-tingkatkan-perekonomian-warga?page=all>

Pramazuly, AN & Evadiani, Yuli. 2022. Penguatan Karakter *Sociopreneur* Kelompok UMK Desa Kresnowidodo Kabupaten Pesawaran. JM-PKM vol. 1 No. 2. Universitas Tulang Bawang.