

PELATIHAN DAN BIMBINGAN TEKNIS MANAJEMEN USAHA KERIPIK ENAK KEMBANGSARI

Luh Mitha Priyanka¹, I Nyoman Selamat², Komang Endrawan Sumadi Putra³

¹Jurusan Fisika dan Pengajaran IPA, Universitas Pendidikan Ganesha

²Jurusan Kimia, Universitas Pendidikan Ganesha

³Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha

email: luh.mitha@undiksha.ac.id

Abstrak

Pada situasi pandemi Covid-19 saat ini, *home industry* menjadi salah satu alternatif untuk menambah pendapatan rumah tangga. "Keripik Enak Kembang Sari" merupakan salah satu industri rumah tangga yang berlokasi di Banjar Kembang Sari, Desa Satera, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli-Bali. Secara umum, permasalahan utama yang dialami *home industry* "Keripik Enak Kembang Sari" berhubungan dengan sumber daya manusia (tenaga kerja). Melalui pelatihan dan bimbingan teknis manajemen usaha diharapkan keterampilan mitra meningkat dalam hal merancang *branding* kemasan, menyusun strategi bisnis, dan membuat pembukuan modern. Evaluasi pelaksanaan pelatihan berupa evaluasi terhadap keterampilan mitra dalam aspek manajemen usaha. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa skor rata-rata keterampilan peserta dalam merancang *branding* kemasan, menyusun strategi bisnis, dan membuat pembukuan modern berturut-turut yaitu 4,2; 3,9 dan 3,7 yang berada pada kategori baik

Kata kunci: pelatihan, bimbingan teknis, manajemen usaha, Keripik.

Abstract

In the current Covid-19 pandemic situation, home industry is an alternative to increase household income. "Keripik Enak Kembang Sari" is one of the home industries located in Banjar Kembang Sari, Satera Village, Kintamani District, Bangli-Bali Regency. In general, the main problems experienced by home industry "Keripik Enak Kembang Sari" are related to human resources (labor). Through training and technical guidance on business management, partners' skills were expected to increase in terms of designing packaging branding, formulating business strategies, and making modern bookkeeping. Evaluation for this training is in the form of a skills 'partners evaluation in business management aspect. The results of the service showed that the average skill scores of participants in designing packaging branding, developing business strategies, and making modern bookkeeping are 4.2; 3.9 and 3.7 which are in good category.

Keywords: training, technical guidance, business management, Keripik Enak Kembang Sari

PENDAHULUAN

Home industry tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat, dan mengedepankan buatan tangan. Oleh karena merupakan sektor industri kecil, modal yang digunakan juga kecil dengan tenaga kerja yang bukan profesional (Ananda, 2016). Pada situasi pandemi Covid-19 saat ini, *home industry* menjadi salah satu alternatif untuk menambah pendapatan rumah tangga. “Keripik Enak Kembangsari” merupakan salah satu industri rumah tangga yang berlokasi di Banjar Kembangsari, Desa Satera, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli-Bali. Kelompok usaha ini berdiri sejak 2019 yang dipelopori oleh Luh Putu Asrini beranggotakan 5 orang anggota PKK banjar setempat. Anggota kelompok ini adalah mereka yang terkena imbas pandemi Covid-19, karena sebagian besar keluarganya bekerja pada sektor pariwisata. Produk yang dihasilkan dari usaha ini berupa keripik pisang dan talas yang bahan bakunya mudah diperoleh di Banjar Kembangsari. Saat ini sistem penjualan dan *branded* “Keripik Enak Kembangsari” juga sangat sederhana (Gambar 1). Omzet penjualan untuk setiap anggota berkisar antara Rp750.000,00 sampai dengan Rp1.000.000,00 per bulannya.



Gambar 1. Profil Usaha Keripik Enak Kembangsari

Manajemen usaha *home industry* “Keripik Enak Kembangsari” selama ini masih menerapkan sistem manajemen yang cukup sederhana dan tradisional. Hal ini terlihat dari pengelolaan administrasi usaha hanya berupa catatan hasil produksi dan penjualan sehari-hari. Dari catatan tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan bisnis yang dijalankan hanya menggunakan konsep buat dan jual tanpa memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk keripik tersebut. Resiko dari pencatatan secara manual ini adalah kehilangan dan kerusakan data akibat sistem administrasi data tidak berkelanjutan. Resiko lain dari pencatatan manual ini adalah besarnya omzet yang diperoleh juga akan sulit ditentukan (Rahmayuni, 2017). Selain pencatatan manual, mitra pengabdian juga belum memiliki rencana strategi bisnis dalam menjalankan usaha keripik. Hal ini tentunya berimbas pada penjualan keripik yang masih dilakukan secara terbatas pada warung-warung di seputaran Banjar Kembangsari dengan harga jual produk bervariasi mulai dari Rp1.000,00 sampai dengan Rp5.000,00/bungkus (Gambar 2). Kemasan keripik juga dapat dikatakan

belum dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Padahal penampilan produk merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh *home industry* untuk dapat meningkatkan jumlah pelanggan (Irrubai, 2015). Dalam hal promosi, mitra juga masih melakukan dengan cara sederhana yakni dengan menginformasikan tentang produk “Keripik Enak Kembang Sari” dari orang ke orang serta testimoni konsumen yang sudah pernah mengonsumsi keripik ini. Strategi bisnis direncanakan untuk mendukung pertumbuhan usaha (*growth oriented strategy*). Strategi bisnis ini meliputi cara untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan, kuantitas produk dan penetrasi pasar, permodalan, dan promosi produk lokal secara massif (Putri, dkk., 2012). Pencatatan keuangan dengan sistem manual, kemasan kripik yang masih sederhana, dan kurangnya strategi bisnis yang menjanjikan menyebabkan pelatihan dan pendampingan pada aspek manajemen usaha ini diharapkan dapat membantu mitra dalam menyusun rencana strategi bisnis usaha keripik dengan menerapkan konsep pemasaran modern yang menitikberatkan pada kepuasan konsumen. Dalam penyusunan rencana strategi bisnis tersebut, mitra juga akan didampingi dalam mengembangkan strategi pemasaran meliputi pengembangan produk dari segi *branding* dan pengemasannya, penetapan harga, pemilihan saluran

distribusi, serta pemilihan sarana promosi yang modern. Dengan demikian, produk “Keripik Enak Kembang Sari” diharapkan dapat masuk berbagai segmen pasar yang ada. Selain penyusunan strategi bisnis, mitra juga akan didampingi dalam mengelola keuangan usaha sehingga perputaran aliran kas usaha tetap terjaga dalam keadaan sehat.



Gambar 2. Penjualan Keripik di Warung Seputaran Banjar Kembang Sari

Secara umum, permasalahan utama yang dialami *home industry* “Keripik Enak Kembang Sari” berhubungan dengan sumber daya manusia (tenaga kerja). Kualifikasi pendidikan tenaga kerja yang hanya tamatan SD dan SMP menjadi salah satu faktor kurangnya pengetahuan mereka dari aspek manajemen. Dalam hal manajemen pemasaran, tenaga kerja hanya menggunakan pembukuan sederhana (tradisional) untuk mencatat keseluruhan manajemen produksi. Secara rinci permasalahan yang terjadi pada *home insudtry* Keripik Enak Kembang Sari beserta dampak yang ditimbulkan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan dan Dampak yang Dialami *Home Industry* Keripik Enak Kembang Sari

No	Permasalahan	Dampak
1	Kreativitas mitra dalam <i>membranding</i> kemasan produk sangat kurang	Daya saing produk rendah karena kurang menarik dan tidak mudah diingat oleh konsumen
2	Mitra tidak memiliki perencanaan strategi bisnis	Produk yang dihasilkan tidak diterima oleh pasar
3	Sistem pemasaran yang dijalankan oleh mitra masih sederhana dan tradisional	Dampaknya adalah pemasaran produk terbatas
4	Manajemen keuangan menggunakan sistem pembukuan sederhana	Dampaknya adalah aliran kas (cashflow) usaha tidak diketahui secara pasti dan terperinci

METODE

Permasalahan yang dialami mitra dari aspek manajemen, perlu segera dicarikan solusi agar tidak meluas. Oleh karenanya, Tim pengabdian Universitas Pendidikan Ganesha merancang suatu kegiatan guna memecahkan permasalahan yang ada. Dalam pelaksanaan program ini tim pelaksana menggunakan strategi pemberdayaan terpadu, sinergis dan berkelanjutan. Beberapa pendekatan yang digunakan diantaranya: pendidikan, kolaboratif dan partisipatif serta gabungan dari dua atau lebih pendekatan sesuai kompleksitas masalah yang ada. Metode-metode penerapan *lpteks* yang digunakan diantaranya adalah edukasi, *bimtek*, pelatihan dan pendampingan.

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Pelatihan dan pendampingan pembuatan *branding* kemasan produk.
2. Bimbingan teknis tentang menyusun perencanaan strategi bisnis yang baik.
3. *Bimtek* tentang perencanaan sistem pembukuan modern.

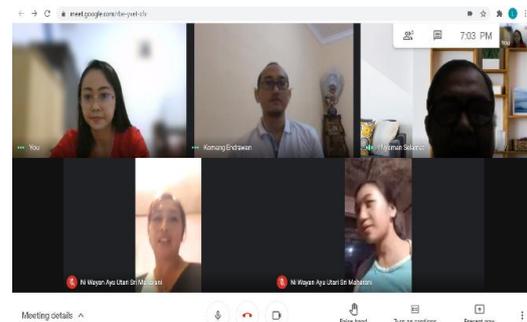
Evaluasi kegiatan program dilakukan selama pelatihan dan pendampingan berlangsung menggunakan skala likert seperti pada tabel 2.

Tabel 2. Evaluasi Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha Keripik Enak Kembangsari

No	Kegiatan	Indikator Penilaian	Instrumen
1	Pelatihan dan pendampingan pembuatan <i>branding</i> kemasan	<ul style="list-style-type: none"> • Nama produk keripik • Desain label produk keripik • Informasi pada label produk keripik 	Lembar observasi dengan skala likert Skor 1 = sangat kurang Skor 2 = kurang Skor 3 = cukup Skor 4 = baik Skor 5 = sangat baik
2	Bimbingan teknis tentang menyusun perencanaan strategi bisnis yang baik	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk keripik • Saluran distribusi produk • Sarana promosi produk 	Lembar observasi dengan skala likert Skor 1 = sangat kurang Skor 2 = kurang Skor 3 = cukup Skor 4 = baik Skor 5 = sangat baik
3	Bimtek tentang perencanaan sistem pembukuan modern	<ul style="list-style-type: none"> • Laba rugi • Penjualan • Biaya-biaya 	Lembar observasi dengan skala likert Skor 1 = sangat kurang Skor 2 = kurang Skor 3 = cukup Skor 4 = baik Skor 5 = sangat baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan rapat koordinasi bersama ketua ibu-ibu PKK yang memiliki *home industry* Keripik Enak Kembangsari. Pertemuan awal tim pengabdian masyarakat (3 orang dosen dan 1 orang mahasiswa) dengan mitra tim pengabdian bertujuan untuk menyampaikan rencana kegiatan dan meminta masukan dari mitra pengabdian (Gambar 3).



Gambar 3. Rapat Koordinasi Awal dengan Mitra

Menindaklanjuti hasil koordinasi awal, mitra memiliki permasalahan dari segi aspek produksi berkaitan dengan variasi produk dan dari aspek

manajemen usaha. Permasalahan dari segi produksi telah diselesaikan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan sebelumnya untuk meningkatkan variasi produk dan kualitas produk menggunakan mesin yang telah dipinjamkan. Dari segi manajemen usaha, kegiatan pelatihan dilakukan pada Sabtu, 3 Juli 2021. Pelatihan ini difokuskan dalam hal edukasi dan bimbingan teknis tentang strategi bisnis, pemasaran, dan pembukuan (keuangan). Strategi bisnis yang diberikan dalam pelatihan meliputi strategi dalam menentukan harga produk, *branding* kemasan agar lebih menarik, dan penentuan saluran distribusi yang tepat. Selain itu, mitra juga dikenalkan akan strategi pemasaran melalui pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Sedangkan untuk sistem pembukaan penting untuk dibuat agar mengetahui keseluruhan transaksi yang dilakukan sehingga keuntungan produksi dapat diketahui dengan pasti.

Kegiatan yang pertama yaitu pelatihan dan pendampingan dalam membuat *branding* kemasan. Pada kegiatan ini mitra diberikan pelatihan cara membuat *branding* kemasan yang tidak hanya untuk menarik konsumen namun juga untuk memuat informasi penting produk keripik yang dihasilkan. Kemasan yang menarik merupakan salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Hal ini dikarenakan kemasan dapat sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk (Cenadi, 2000). Hasil dari kegiatan ini berupa kemasan produk Keripik Enak

Kembangsari yang lebih menarik (Gambar 4).

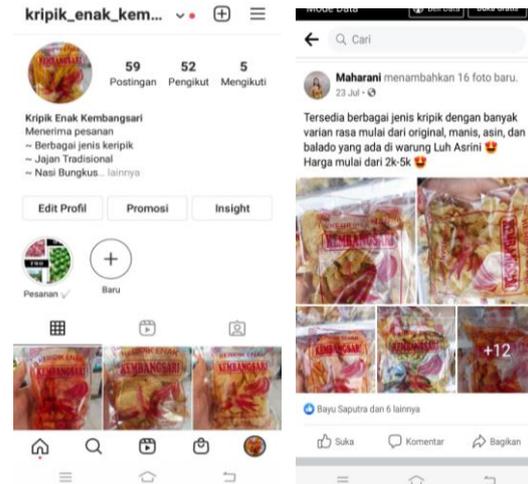


Gambar 4. *Branding* Produk Keripik Enak Kembangsari

Kegiatan selanjutnya adalah bimtek penyusunan strategi bisnis. Berbagai jenis strategi bisnis yang sering dilakukan diantaranya dapat berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau joint venture (Faruq, 2014). Strategi bisnis yang baik akan menyebabkan produk yang dihasilkan lebih mudah diterima konsumen. Strategi yang coba diperkenalkan kepada mitra diantaranya strategi penentuan harga produk, saluran distribusi produk, dan promosi serta pemasaran produk. Penentuan harga produk sebelumnya hanya berdasarkan modal pembelian bahan baku. Namun kini mitra diberikan pengetahuan bahwa dalam menentukan harga produk perlu memperhatikan berbagai hal seperti besarnya pendapatan yang ingin diperoleh, jumlah biaya yang diperlukan

untuk menghasilkan produk, mengetahui harga pesaing, menentukan calon pelanggan, dan mengetahui *trend* yang ada.

Dari sisi pemasaran, sebelum diberikan pelatihan, pemasaran produk hanya terbatas dari orang ke orang dan warung di seputaran Banjar Kembang Sari. Kini dengan bimtek yang telah diberikan, diharapkan saluran distribusi produk semakin merambah ke luar Banjar Kembang Sari. Selain itu dengan semakin berkembangnya teknologi, media sosial menjadi salah satu saluran *profitable* yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk. Para ahli berpendapat, bahwa konsumen telah menjadi lebih banyak informasi mengenai *product knowledge* suatu produk atau jasa karena meningkatnya penggunaan internet terutama media baru yaitu media sosial (Singh, Veron, Jackson, & Cullinane, 2008:283; Mangold & Faulds, 2009; Kaplan & Haenheim-A, 2010:60; Kaplan & Haenheim-B, 2012:102). Setelah mendapatkan bimtek terkait strategi bisnis dan pemasaran, kini Keripik Enak Kembang Sari telah mulai melakukan promosi melalui media sosial (Gambar 5).



Gambar 5. Promosi Produk Keripik di Media Sosial

Kegiatan yang terakhir adalah melakukan pelatihan pembukuan modern. Pembukuan adalah proses pencatatan secara teratur dengan tujuan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang harta, kewajiban, modal, pendapatan dan biaya. Solikah, M, (2017). Pembukuan modern ini penting dibuat untuk melihat kondisi dan perkembangan bisnis, termasuk keuntungan dan kerugian yang dialami. Dengan ini, pembukuan dapat dijadikan patokan dalam merancang strategi bisnis kedepannya (Gambar 6).



Gambar 6. Bimtek Perencanaan Sistem Pembukuan Modern.

Kegiatan pelatihan dan bimtek yang diberikan kepada mitra diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dimiliki. Selama kegiatan, mitra sangat antusias mengikuti pelatihan dan berharap tetap diberikan pendampingan dalam menjalankan berbagai solusi pada aspek manajemen usaha. Evaluasi kegiatan dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui lembar observasi untuk mengamati kemampuan mitra

dalam membuat *branding* kemasan, merancang strategi bisnis dan pemasaran, serta menyusun pembukuan modern. Hasil evaluasi dianalisis menggunakan skala likert Skor rata-rata keterampilan peserta dalam merancang *branding* kemasan, menyusun strategi bisnis, dan membuat pembukuan modern berturut-turut yaitu 4,2;3,9 dan 3,7 yang berada pada kategori baik (Tabel 3).

Tabel 3. Hasil Kegiatan

No.	Item Keterampilan	Skor rata-rata
I. Keterampilan merancang <i>branding</i> kemasan		
1.	Nama produk keripik	4,4
2.	Desain label produk keripik	4,3
3.	Informasi pada label produk keripik	4,0
Skor rata-rata keseluruhan		4,2
Kategori		
II. Keterampilan menyusun strategi bisnis		
1.	Harga produk keripik	4,2
2.	Saluran distribusi produk	3,7
3.	Sarana promosi produk	3,8
Skor rata-rata keseluruhan		3,9
Kategori		
III. Keterampilan membuat pembukuan modern		
1.	Laba rugi	3,5
2.	Penjualan	3,7
3.	Biaya-biaya	3,9
Skor rata-rata keseluruhan		3,7
Kategori		

Manajemen adalah ilmu, proses dan seni yang terdiri dari Tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia

dan sumber-sumber lainnya (Batlajery, 2016). Manajemen berperan penting untuk semua kegiatan yang dilakukan oleh setiap organisasi baik usaha kecil maupun usaha besar. Manajemen usaha merupakan kemampuan untuk mengelola atau mengatur usaha yang tidak hanya mengandalkan

kemampuan memproduksi, namun juga kemampuan memasarkan, menghitung rugi-laba, dan kemampuan mengatur SDM atau karyawannya (Wulandari & Sodik, 2019). Berbagai penelitian telah banyak dilakukan untuk meningkatkan kemampuan manajemen usaha dan strategi bisnis kepada mitra (Santoso, dkk 2020; Wicaksono & Pamungkas, 2020; Sohidin & Kristanto, 2017; Septyanto & Handrani, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan bimtek yang dilakukan dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola bisnis yang dimiliki.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan manajemen usaha yang dilakukan kepada *home industry* Keripik Enak Kembanghari telah meningkatkan keterampilan peserta pelatihan dalam merancang *branding* kemasan, menyusun strategi bisnis, dan membuat pembukuan modern. Skor rata-rata keterampilan peserta dalam merancang *branding* kemasan, menyusun strategi bisnis, dan membuat pembukuan modern berturut-turut yaitu 4,2;3,9 dan 3,7 yang berada pada kategori baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada DRPM Kemenristek-BRIN atas pendanaan kegiatan yang dilakukan dan mitra pengabdian “*Home Industry* Kripik Enak Kembanghari”

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, R. 2016. Peran Home Industri dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang). *JPM FISIP* Vol.

3(2),1-14.

Batlajery, S. 2016. Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen pada Aparatur Pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*. 7(2). 135-155.

Cenadi, C.S. 2000. Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Nirmla*. 2(1), 92-103.

Faruq, M.A. 2014. Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 7(3), 173-198

Irrubai, M.L. 2015. Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*. Ed. 13, 15-30.

Kaplan, & Haenheim, M. 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *The Business Horizons*, 53, 59-68.

Kaplan, & Haenheim, M. 2012. Invited Comment on The Theme of the Special Issue Social Media: Back to the Roots and Back to the Future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101-104.

Putri, D.D.P, Mulyani, A., dan Satriani, R. 2012. Strategi Pemasaran Keripik Pisang dalam Rangka

- Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *SEPA*. 8(2), 162-167.
- Rahmayuni, S. 2017. Analisis Komparasi Proses Laporan Keuangan secara Manual dan Menggunakan Aplikasi Komputer Akuntansi. *SNITT-Politeknik Negeri Balikpapan*, 148-152.
- Santoso, A., Witjaksono, & Kurniawati, E. 2020. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pembuatan Merk. *Journal of Appropriate Technology for Community Service*. 1(1), 14-20.
- Septyanto, D., & Hendrani, A. 2017. Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha Kecil dan Menengah di Lingkungan Kelurahan Paninggilan. *Jurnal Abdimas*. 3(2), 59-64.
- Singh, Veron, Jackson, & Cullinane. 2008. Blogging: A New Play in Your Marketing Game Plan. *The Business Horizons*, 51, 281-292.
- Sohidin & Kristanto, E. 2017. Pelatihan Manajemen Usaha dan Sistem Informasi Akuntansi pada UMKM Clothing di Surakarta. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. 3(2), 1-9.
- Solikah, M., Astuti, P., & Paramitha, D.A. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wirausahawan Terhadap Pentingnya Pembukuan dan Laporan Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi FE*. 2(1), 12-21.
- Wicaksono, G., & Pamungkas, T.S. 2020. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pengelolaan Keuangan pada Kelompok Tani Kopi Desa Solor Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(1), 78-83.
- Wulandari, W., & Sodik. 2019. *Manajemen untuk Usaha Kecil*. Malang: Badan Penerbitan Universitas Widyagama Malang.