



Peningkatan Produktivitas Produksi dan Kapabilitas Pemasaran melalui Pendampingan dan Pelatihan pada UKM Dian Jaya Karawang

**Risma Fitriani^{1,*}, Nadia Fasa¹, Adi Masliardi², Rosida Azizah¹, Moh. Rizha Fauzi Amin¹,
Mumun Fadhillah Abdurrohman¹**

¹Teknik Industri, Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur., Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361.

²Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Buana Perjuangan, HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur., Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361

Risma.fitriani@ft.unsika.ac.id

ABSTRAK

Sektor pangan merupakan salah satu sektor utama dalam perekonomian Indonesia, dengan demikian tingkat produktivitas dan kapabilitas para pelaku usaha di sektor pangan perlu ditingkatkan guna mendukung perekonomian berkelanjutan. Tempe memiliki harga yang terjangkau. Harga yang dirasa masih belum sebanding dengan proses produksi yang lumayan memakan waktu dan jangkauan pemasaran yang masih belum luas, sehingga mengakibatkan kurang seimbang proses selama produksi dengan pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UKM itu sendiri. Adanya dukungan pemerintah dan para akademisi menjadi harapan tersendiri bagi para pelaku UKM tempe guna meningkatkan produktivitas produksi dan kapabilitas pemasaran produk tersebut agar pendapatan bagi para pelaku UKM dapat meningkat. Dalam hal ini, salah satu UKM tempe yang menjadi mitra dalam pelaksanaan PKM ini adalah UKM tempe Dian jaya yang berlokasi di Kecamatan Kotabaru, tepatnya di Jl. Kp. Sukaseuri Barat No.74, di daerah Karawang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan bantuan teknologi inovasi alat produksi dan pemasaran dengan pelatihan agar produktivitas produksi tempe dapat meningkat dan UKM memiliki kapabilitas pemasaran berbasis digital dengan *Internet of Things* (IoT) yang optimal melalui pendampingan.

Kata kunci: Produktivitas Produksi, Digitalisasi Pemasaran

ABSTRACT

The food sector is one of the main sectors in the Indonesian economy, therefore the level of productivity and capability of business actors in the food sector needs to be increased to support a sustainable economy. Tempe has an affordable price. The perceived price is still not commensurate with the production process which is quite time consuming and the marketing reach is still not wide, resulting in a lack of balance between the production process and the income earned by the SMEs themselves. The support of the government and academics is a hope for tempe SMEs to increase production productivity and marketing capabilities of these products so that income for SMEs can increase. In this case, one of the tempe UKMs that is a partner in implementing this PKM is Dian Jaya tempe UKM which is located in Kotabaru District, precisely on Jl. Kp. West Sukaseuri No.74, in the Karawang area. This research aims to provide technological assistance for innovation in production and marketing tools with training so that tempe production productivity can increase and SMEs have optimal digital-based marketing capabilities with the Internet of Things (IoT) through mentoring.

Keywords: Production Productivity, Marketing Digitalization

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia dalam upaya pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional. Oleh karena itu, tingkat produktivitas produksi, kapabilitas manajemen maupun pemasaran produk sangat menentukan kemampuan UKM untuk meningkatkan pendapatannya (Al Hafiz et al., 2023).

Produktivitas adalah salah satu ukuran utama dari kemampuan suatu UKM untuk memanfaatkan sumber dayanya dalam menghasilkan barang yang ditargetkan. Produktivitas yang dihasilkan dapat mendorong suatu UKM untuk maju sehingga pencapaian dari UKM tersebut dapat terlihat. Pertumbuhan produktivitas dapat dikordinasikan sejalan dengan tujuan UKM, maka dari itu diperlukan pengukuran produktivitas. Banyak manfaat yang diperoleh ketika suatu UKM mampu mengukur produktivitas usahanya sendiri. Untuk dapat meningkatkan produktivitas, suatu UKM mungkin akan mengalami berbagai persoalan terlebih dahulu, salah satunya disebabkan oleh penggunaan sumber daya yang sebelumnya kurang memadai selama beroperasi harus diperbaiki agar menjadi efektif dan efisien (Nelfiyanti et al., 2021)

Selain itu, kemampuan untuk menyebarkan kombinasi sumber daya untuk mencapai tujuan disebut juga dengan kapabilitas (Irawan, 2020). Kapabilitas pemasaran berupa kemampuan UKM dalam melakukan berbagai kegiatan pemasaran yang akan memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Mawu et al., 2016).

Persaingan dunia usaha yang ketat, mengharuskan UKM untuk lebih menunjukkan kemampuan beradaptasi dan fleksibilitas dalam menghadapi pesaing dan mendekati pelanggan. Maka dari itu, kegiatan pemasaran ini menjadi lebih penting beriringan dengan peningkatan produktivitas. Kapabilitas pemasaran ini sebagai proses terintegrasi yang dirancang untuk menerapkan kumpulan pengetahuan, keterampilan dan sumberdaya dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan nilai tambah, dan untuk memenuhi kebutuhan kompetitif. Para pelaku UKM harus dapat berusaha meningkatkan kemampuan bersaing melalui pemahaman terhadap inovasi

yang nantinya dapat berpengaruh terhadap peningkatan kapabilitas pemasaran yang merupakan bagian penting dari UKM, terlebih banyaknya penggunaan IoT akhir-akhir ini.

Salah satu bidang usaha yang ada di Desa Sarimulya Kotabaru Kabupaten Karawang ini adalah UKM pembuatan tempe. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berfokus pada salah satu mitra dari kelompok masyarakat umum yang produktif, yaitu kelompok masyarakat yang bergerak pada bidang produksi tempe. Produksi tempe tersebut berlokasi di Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Mitra (kelompok masyarakat umum) yang dimiliki oleh Bapak M. Soleh ini yaitu usaha tempe yang berdiri sekitar 20 tahun mulai dari tahun 2003 sampai saat ini. Penggunaan peralatan, proses produksi, dan pemasaran yang masih sangat sederhana menyebabkan sulitnya UKM tersebut bersaing dengan industri yang lebih besar yang telah menerapkan cara berproduksi yang baik dan benar (Al Hafiz et al., 2023). Proses produksi tempe ini setiap harinya membutuhkan 200 kg – 400 kg (2-4 Kuintal) kedelai yang dilakukan melalui beberapa kali proses pengolahan menggunakan peralatan yang masih manual dengan harga Rp 7.000 per kemasan. Proses produksi yang dilakukan mitra masih sederhana dan menggunakan tenaga manusia dengan jumlah pekerja sebanyak 7 orang. Selain itu, dengan alur proses produksi saat ini memerlukan waktu sekitar 1-2 hari dan ketelatenan agar mendapatkan hasil tempe dengan kualitas baik. Penggunaan alat yang masih tergolong sederhana dan proses pengolahan yang dilakukan berulang kali dalam satu kali produksi membuat prosesnya menjadi kurang efektif dan efisien. Selain itu dan juga dipengaruhi oleh faktor cuaca sering kali memengaruhi kualitas dari tempe, sehingga produksi masih dikatakan belum produktif. Adapun, proses pencatatan transaksi yang dilakukan pada pabrik tempe ini masih secara manual Berikut Gambar 2.

merupakan mitra di Desa Sarimulya, Kecamatan Kotabaru

2. METODE PELAKSANAAN



Berdasarkan hasil dari identifikasi permasalahan yang telah dilakukan oleh Tim berikut merupakan beberapa permasalahan yang ada pada produksi Tempe Mitra, yaitu: (1) Mesin perebusan dan perendaman masih terpisah dan manual sehingga kurang efektif. (2) Tempat penyimpanan hasil produksi yang belum optimal atau masih menggunakan bambu. (3) Pemasaran yang masih tradisional. Oleh karena itu, permasalahan ini diangkat karena adanya pengaduan dari Mitra kepada Tim PKM untuk segera ditemukannya solusi. Maka, solusi yang diberikan, adalah: (1) Untuk meningkatkan efektivitas produksi maka penggunaan mesin perebusan dan perendaman diusulkan untuk menjadi mesin 2in1. (2) Tempat penyimpanan hasil produksi diusulkan diganti menggunakan besi guna menjaga kualitas hasil produksi. (3) Pemasaran yang lebih tertata dan meningkatkan kapabilitas pemasaran mitra berbasis IoT sebagai solusi dari pemasaran yang masih tradisional.

Adapun, tujuan kegiatan PKM ini yaitu untuk meningkatkan keberdayaan mitra dari kelompok masyarakat umum produktif dengan memberikan bantuan teknologi inovasi alat produksi dan pemasaran dengan pelatihan agar produktivitas produksi tempe dapat meningkat dan UKM memiliki kapabilitas pemasaran yang optimal melalui pendampingan. Hal ini akan memanfaatkan peran ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini guna menjaga kualitas tempe baik dari segi produksi atau pemasarannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pertama dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat kepada UKM Dian Jaya dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai produktivitas proses produksi dan

digitalisasi pemasaran. Pelatihan dilakukan dalam upaya meningkatkan kapabilitas, pemahaman dan pengetahuan mitra mengenai produktivitas dalam proses produksi dan digitalisasi pemasaran. Pelatihan dilakukan secara luring di salah satu tempat makan bernama Mat Petci di Cikampek. Materi yang disampaikan yaitu mengenai produktivitas proses produksi dan digitalisasi pemasaran. Pelatihan dilakukan dengan dipimpin oleh seorang moderator dan narasumber yang sudah ahli di bidang terkait.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

Tahapan selanjutnya dilakukan dengan membuat perancangan alat perebusan dan perendaman 2in1. Alat dirancang dalam rangka mengefektifkan waktu, mengurangi kelelahan mitra, dan meningkatkan hasil maupun kapasitas produksi mitra. Perancangan alat dibuat dengan menyesuaikan kebutuhan mitra dalam proses produksi. Dengan adanya alat tersebut, maka produksi mitra dapat meningkat dari sebelumnya. Sebelumnya, disetiap harinya mitra hanya bisa memproduksi tempe dengan mengolah kacang kedelai sebanyak 200 kg saja. Setelah adanya alat, mitra dapat melakukan produksi tempe dengan mengolah kacang sebanyak 400 kg. Alat yang dirancang dapat melakukan proses perebusan dan perendaman secara langsung sebanyak 200 kg kacang kedelai. Dengan meningkatnya hasil produksi mitra, hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan mitra juga. Pendapatan mitra meningkat sebanyak 100%. Dengan memproduksi bahan baku kacang kedelai sebanyak 200 kg, mitra dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 1.000.000 setiap harinya. Setelah digunakannya alat perebusan dan perendaman 2in1, hasil produksi mitra bertambah menjadi 400 kg setiap harinya sehingga pendapatan mitra bertambah dengan total keuntungan Rp. 2.000.000 setiap harinya.

Selain alat perebusan dan perendaman 2in1, dibuat juga rak penyimpanan hasil produksi. Rak dibuat dari bahan besi dalam rangka meningkatkan kebersihan hasil produksi. Rak yang dibuat akan digunakan dalam proses penyimpanan dan fermentasi kacang kedelai menjadi tempe. Rak dengan berbahan besi dalam meningkatkan higienisitas tempe hasil produksi mitra.



Gambar 3. Alat Perebusan dan Perendaman 2in1 serta Rak Penyimpanan Tempe Terbaru

Dilakukan juga digitalisasi pemasaran pada sistem pemasaran mitra. Digitalisasi pemasaran dibuat melalui sosialisasi dan pelatihan mengenai sistem pemasaran dalam meningkatkan kapabilitas mitra mengenai digitalisasi pemasaran berbasis IoT. Mitra dibuatkan *marketplace* dalam memasarkan produk tempe serta dibuat pula inovasi kemasan tempe terbaru dalam rangka menarik minat pelanggan.



Gambar 4. Kemasan Terbaru Produk Tempe UKM Dian Jaya Karawang

4. KESIMPULAN

Pendampingan dan pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan produktivitas produksi dan kapabilitas pemasaran UKM Dian Jaya Karawang dengan hasil luaran yang terdiri dari alat perebusan dan perendaman 2in1 yang mampu meningkatkan hasil produksi mitra 2 kali lipat dari sebelumnya, alat perebusan dan perendaman 2in1 mampu meningkatkan pendapatan mitra dari sebelumnya, pembuatan

rak berbahan besi mampu meningkatkan higienisitas hasil produksi mitra, dan kapabilitas, pemahaman, serta pengetahuan mitra mengenai digitalisasi pemasaran berbasis IoT meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafiz, D. A., Fitriani, R., & Wahyudin, W. (2023). Analisis Produktivitas pada PT XYZ Menggunakan Metode Objective Matrix. *Jurnal Serambi Engineering*, 8(2), 5759–5767. <https://doi.org/10.32672/jse.v8i2.5912>
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha.... *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 103–116.
- Mawu, I. P. P., Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2016). Analisis pengaruh kompetensi pengetahuan pemasaran dan orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran dan kinerja pemasaran (Studi pada wirausaha industri rumah kayu Kota Tomohon). *Jurnal EMBA*, 4(3), 173–183.
- Nelfiyanti, N., Almanda, D., Ariasih, R. R. A., Ahyadi, H., & Setiawan, A. (2021). (*Penerapan Peningkatan dan Pemahaman Postur Kerja Ergonomi bagi Pekerja Pengukuran dalam Mengatasi Keluhan MSD di UMKM SA2RIRI*). 1–7. <https://doi.org/10.24853/jpmt.6.1.1-7>