

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA CAMILAN SEHAT BERGIZI PADA INDUSTRI KECIL KREATIF DI KECAMATAN PARUNGKUDA SUKABUMI

Casban^{1,*}, Umi Marfuah², Siti Asmanah³, Erna Yuliana Wulaningsih⁴, Avivah Syahara⁵, Ria Janatin⁶

^{1,2,3,4,5,6} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Jalan Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta 10510

*E-mail: casban@umj.ac.id

ABSTRAK

Industri kecil kreatif sebagai penghasil produk camilan sehat dan bergizi menghadapi permasalahan tingkat penjualan yang masih rendah karena sistem pemasaran masih belum luas dan kemasan produk menggunakan plastik polos. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tim dosen bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam mengembangkan usaha industri kecil kreatif. Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah ibu-ibu kelompok PKK di wilayah RW 05 Desa Babakan Jaya Kecamatan Parungkuda Sukabumi. Pelaksanaan dilakukan pada tanggal 10 September 2022. Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah diskusi tentang manajemen usaha, memberikan pengetahuan kemasan produk dan aspek pemasaran, pelatihan pemberian merek kemasan produk. Tahap evaluasi dilakukan melalui tanya jawab, forum diskusi dan pengamatan. Hasil pendampingan tim dosen untuk mengembangkan usaha dalam aspek kemasan produk dengan membuat rancangan desain merek kemasan sebagai daya tarik produk. Usulan strategi pengembangan usaha dalam aspek pemasaran produk yaitu memperluas sistem penjualan produk melalui toko oleh-oleh atau warung, sistem pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan membuka penjualan dengan sistem online. Manfaat kegiatan pengabdian masyarakat untuk mitra yaitu dapat membuka wawasan dan konsep berfikir serta dapat meningkatkan kemampuan mitra untuk menerapkan strategi pengembangan usaha. Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat mendorong mitra menjadi wirausahawan yang sukses.

Kata kunci: Camilan, Industri kecil kreatif, Pengabdian masyarakat dan Pengembangan usaha

ABSTRACT

Creative small industries as producers of healthy and nutritious snack products face the problem of low sales levels because the marketing system is still not extensive and product packaging uses plain plastic. Community service activities for the lecturer team aim to provide assistance in developing creative small industry businesses. Partners in community service activities are women from the PKK group in the area of RW 05, Babakan Jaya Village, Parungkuda Sukabumi District. The implementation was carried out on September 10, 2022. The implementation phase of community service activities was a discussion on business management, providing knowledge of product packaging and marketing aspects, training on product packaging branding. The evaluation stage is carried out through questions and answers, discussion forums and observations. The results of the mentoring team of lecturers to develop businesses in the aspect of product packaging by designing packaging brand designs as product attractions. The proposed business development strategy in the aspect of product marketing is to expand the product sales system through gift shops or stalls, product marketing systems by utilizing social media and opening sales with an online system. The benefits of community service activities for partners are that they can open up insights and concepts of thinking and can improve the partner's ability to implement business development strategies. The impact of this community service activity can encourage partners to become successful entrepreneurs.

Keywords: Snacks, Creative small industries, Community service and Business development

1. PENDAHULUAN

Parungkuda adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat, Indonesia yang menjadi salah satu kecamatan yang dikenal dengan dunia industri. Wilayah kecamatan Parungkuda terdiri atas 8 desa yaitu Babakan Jaya, Langensari, Palasari hilir, Parungkuda, Bojongkokosan, Kompa, Pondokkaso landeuh dan Sundawenang. Lokasinya berada pada ketinggian 500 - 800 meter di atas permukaan laut.

Kondisi iklim yang masih dipengaruhi secara regional daerah yang beriklim tropis basah, Parungkuda memiliki curah hujan 2.962 mm/tahun dengan rata-rata hari hujan yaitu 115 hari hujan, hal ini yang menjadikan tanahnya subur dan cocok untuk pertanian, perkebunan, tambak ikan dan jenis usaha cocok tanam yang lainnya. Hasil pertanian yang dihasilkan cukup berlimpah seperti padi, singkong, ubi, pisang, kentang, jagung, buah pala. Jenis sayuran seperti kangkung, cesim, bayam dan lain-lain.

Analisis Situasi

Hasil studi pendahuluan di wilayah kecamatan Parungkuda terdapat beberapa kegiatan usaha industri kecil kreatif yang menjual produk camilan sehat dan bergizi seperti semprong, kue kacang, usus *crispy*, keripik balado, kentang mustopa, tempe oreg, keripik tempe, pisang sale, rengginang, opak enye dan berbagai jenis makanan tradisonal. Pangsa pasar dan sasaran konsumen yang diharapkan membeli produk yaitu masyarakat yang suka dengan makanan camilan yang sehat dan bergizi. Produk yang dihasilkan dipasarkan ke warung dan toko disekitar tempat tinggal. Sistem penjualan produk dilakukan melalui teknik komunikasi verbal secara langsung pada waktu bertemu dengan teman, rekan atau saahat dalam acara pengajian, pertemuan warga di lingkungan rumah, arisan dan kegiatan yang lainnya.

Pembuatan produk dilakukan oleh ibu-ibu untuk mengisi waktu luang dan untuk menambah penghasilan keuangan keluarga. Ibu-ibu rumah tangga adalah kelompok yang memungkinkan untuk diberdayakan dalam kegiatan usaha industri kecil kreatif, sehingga dapat menghasilkan produk yang mempunyai nilai ekonomi dengan kualitas produk yang terjaga dengan baik, produk yang sehat dan bergizi untuk menjaga penjualan produk yang

berkelanjutan dalam jangka panjang. Aktivitas dalam masyarakat terutama kelas menengah dan bawah, tugas seorang ibu selain menjadi ibu dan isteri, dapat berperan dalam membantu ekonomi keluarga. Keberadaan ibu-ibu ini merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan untuk memanfaatkan waktu luang dengan melakukan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan berguna bagi orang lain.

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka tim dosen dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupaya untuk memberikan pendampingan kepada ibu-ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu luang untuk mengembangkan usaha industri kecil kreatif dengan membuat produk yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, sehingga diharapkan dalam jangka panjang masyarakat dapat menjadi wirausahawan yang sukses. Kegiatan pendampingan oleh tim dosen sebagai upaya dapat membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan keluarga dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan perkapita dan daya beli masyarakat serta tumbuhnya perekonomian secara nasional.

Potensi Mitra

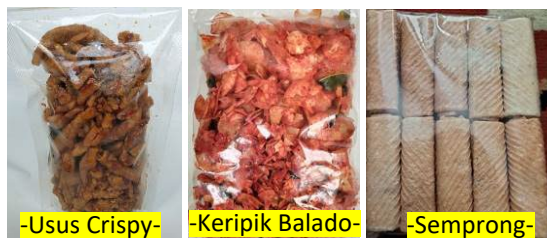
Industri kecil kreatif penghasil produk camilan sehat bergizi jumlahnya cukup banyak dengan berbagai aneka ragam jenis makanan. Usaha produk makanan sebagai salah satu jenis bisnis yang mempunyai prospek yang bagus dan selalu diminati masyarakat. Faktor tersebut dapat menjadi pendorong industri kuliner dapat berkembang pesat dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi dalam sistem pemasaran dan penjualan produk.

Pengembangan usaha menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan untuk menambah sumber pendapatan keuangan keluarga dan dapat mendorong perputaran roda perekonomian masyarakat yang bergerak dalam sektor usaha informal. Pengembangan usaha diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar sehingga dapat menunjang keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Pendampingan tim dosen dalam pengembangan usaha industri kecil kreatif adalah penerapan manajemen usaha

yang mencakup aspek pemasaran, penjualan dan merek dagang.

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah tingkat penjualan produk camilan masih rendah, salah satu faktor yang menjadi penyebabnya karena pemasaran produk menggunakan kemasan sederhana dengan plastik polos sehingga masih belum memberikan tampilan yang menarik. Foto kemasan produk yang dipasarkan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Produk camilan sehat bergizi

Mitra memiliki jumlah produksi yang tidak pasti karena disesuaikan dengan jumlah pesanan. Proses produksi dijalankan secara sederhana dengan menggunakan peralatan memasak sehari-hari sehingga mengalami kendala dalam pemesanan jumlah besar yang dilakukan dalam waktu dekat karena sarana produksi yang terbatas. Kendala lain yang terjadi adalah saat ini mitra belum memiliki konsep pemasaran yang cukup baik, sehingga produk yang dihasilkan hanya diketahui oleh kerabat dekat dan masyarakat sekitar. Aspek permasalahan yang lain selama ini mitra tidak melakukan pencatatan dan perhitungan mengenai biaya pembelian bahan baku, jumlah penjualan, data customer dan pendapatan bersih yang diperoleh.

Berdasarkan permasalahan yang dialami mitra maka dapat dibuat perumusan masalah yaitu bagaimana pengembangan usaha camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif dan memberdayakan ibu-ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keuangan keluarga.

Tujuan pengabdian masyarakat

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan pendampingan untuk mengembangkan usaha produk camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif dan memberikan motivasi ibu-ibu rumah tangga

untuk berwirausaha dalam meningkatkan pendapatan keuangan keluarga.

Solusi permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu tingkat penjualan produk camilan masih rendah karena penerapan manajemen usaha yang masih belum baik, maka solusi yang diambil adalah memberikan pendampingan untuk mengembangkan usaha produk camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif dan memotivasi ibu-ibu rumah tangga untuk berwirausaha dalam meningkatkan pendapatan keuangan keluarga. Pendampingan tim dosen dalam pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan pengetahuan tentang manajemen usaha yang mencakup aspek kemasan produk dan aspek pemasaran. Usaha yang berbasis home industry ini merupakan salah satu penggerak utama roda perekonomian (Sunarsi, dkk, 2019). Pengembangan produk yang bernilai tinggi dapat menambah pendapatan masyarakat serta membuka lapangan kerja bagi masyarakat (Suriadi, dkk, 2021).

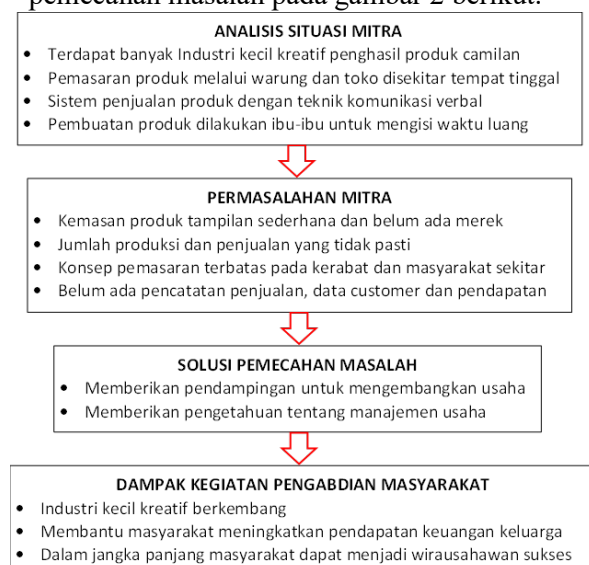
Pendampingan tim dosen yang akan dilakukan rencananya akan memberikan pelatihan ke mitra untuk merek kemasan produk dan untuk mempercepat informasi sampai kepada masyarakat dengan meningkatkan *branding* produk yang dijual oleh mitra. Kemasan produk yang dijual saat ini tidak ada merek dagang sehingga belum dapat memberikan kesan yang mendalam dalam ingatan konsumen untuk membeli kembali di waktu yang lain. Tingkat pengetahuan mitra yang cukup minim tentang *branding* terlihat kemasan produk masih belum dilengkapi tanggal kadaluarsa sehingga konsumen kurang tertarik membeli produk karena ada kekhawatiran produk makanan yang dibeli sudah kadaluarsa. Kemasan produk belum ada informasi sertifikasi produk yang dapat memberikan jaminan produk layak dan aman untuk dikonsumsi. Desain kemasan dan logo kemasan dapat menjadi daya tarik iklan, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian (Suwirmayanti, dkk, 2021). Media promosi produk yang akan dipasarkan dapat digunakan dengan melakukan pengembangan desain kemasan dengan tampilan yang menarik (Saryanti, dkk, 2020). Industri kecil membutuhkan persiapan dalam menerapkan penggunaan teknologi informasi untuk

mengoptimalkan proses produksi dalam memasuki era industri 4.0 pada kondisi saat ini (Sari dan Santoso, 2019).

Sistem pemasaran produk saat ini dilakukan melalui teknik komunikasi verbal sehingga produk yang dijual masih belum dikenal secara luas di masyarakat. Untuk meningkatkan pemasaran produk perlu ditunjang dengan komunikasi pemasaran yang berjalan dengan baik. Desain pemasaran yang sudah dirancang dengan memanfaatkan internet maupun media sosial dapat digunakan untuk mempermudah melakukan promosi produk ke konsumen, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik (Diaz, dkk, 2021). Peningkatan nilai (value) dari pemasaran produk menjadi lebih baik dengan pemanfaatan media sosial untuk membangun sistem komunikasi pemasaran dan memperluas relasi dengan perusahaan lain maupun jalur distribusi pemasaran produk (Arisandi & Pradana, 2018). Sistem pemasaran produk dapat memanfaatkan beberapa media sosial yang sering dipakai oleh konsumen. Media sosial yang dapat digunakan untuk promosi pemasaran produk dilakukan dengan membuat posting status pada *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram*. Pemasaran dengan menggunakan media sosial membutuhkan foto produk sebagai tampilan yang dipublikasikan sehingga konsumen dapat melihat tampilan bentuk produk yang akan dijual. Dalam upaya untuk melakukan penyesuaian dengan sistem digitalisasi menggunakan internet, sehingga diperlukan pemberdayaan pelaku usaha industri kecil untuk menerapkan teknologi informasi komunikasi dalam sistem pemasaran produk agar dapat menjangkau konsumen secara luas (As'ad, dkk, 2019). Perencanaan pemasaran digital sebagai media promosi produk untuk meraih konsumen global (Billah, dkk, 2021).

Sistem pemasaran dengan tampilan foto gambar makanan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Saat ini penggunaan teknologi kamera pada perangkat telepon genggam dapat menghasilkan karya fotografi yang dapat menceritakan banyak hal tanpa harus ada banyak kata-kata. Fotografi dapat diartikan dengan makna yang berbeda-beda berdasarkan relevansi daripada target *audience* (Adriyanto, dkk, 2020). Foto makanan dapat diunggah dalam bentuk hasil foto berkualitas visual menarik dan berbeda-

beda sesuai dengan kualitas handphone maupun teknik pengambilannya. Jenis makanan yang disebarakan melalui foto dengan beraneka macam dapat menghasilkan representasi yang beragam dari konsumen yang melihat tampilan makanan (Purwanto, dkk, 2018). Dalam Pemasaran sebuah produk kuliner dibutuhkan penyajian makanan yang baik dan tampilan foto makanan yang menarik sehingga dapat membantu meningkatkan usaha (Fuadilla, dkk, 2021), sehingga dapat diharapkan foto produk tersebut memiliki nilai komersial sekaligus menampilkan branding produk yang dipasarkan (Putra, dkk, 2013). Penyajian fotografi makanan sangat penting dengan memperhatikan unsur estetis dalam visual. Media promosi produk untuk menyampaikan pesan yang efektif dalam membangun image konsumen tentang produk dapat digunakan dengan menampilkan foto produk yang menggambarkan dalam berbagai perspektif (Dewa, dkk, 2017). langkah solusi pemecahan masalah pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Langkah pemecahan masalah

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah ibu-ibu kelompok PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) di wilayah RW 05 Desa Babakan Jaya Kecamatan Parungkuda Sukabumi. Peserta yang mengikuti kegiatan pendampingan mitra meliputi tim dosen dari Prodi Teknik Industri dan Prodi Akuntansi, staf tenaga kependidikan serta melibatkan mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan

pada tanggal 10 September 2022 untuk memberikan pendampingan pengembangan usaha camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif, tahap pelaksanaan kegiatan meliputi:

Tahap Persiapan

Tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan, dalam tahap persiapan ini ada beberapa langkah yang dilakukan yaitu (a) Pra survei merupakan tahap kegiatan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra (*mapping*). Mekanisme identifikasi dilakukan dengan observasi secara langsung dilapangan dan melakukan wawancara dengan mitra yang sudah mempunyai usaha camilan. (b) Pembuatan proposal merupakan tahap membuat rancangan alternatif solusi untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan memberikan usulan rancangan tindakan perbaikan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. (c) Persiapan pelatihan merupakan tahap untuk mempersiapkan bahan, materi, peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan memberikann pendampingan kepada mitra, Langkah dalam tahap pelaksanaan meliputi (a) *Focus group discussion* dengan mitra untuk menyamakan persepsi tentang manajemen usaha yang mencakup kemasan produk dan aspek pemasaran. Hal ini digunakan sebagai pedoman untuk merumuskan solusi pemecahan masalah yang dihadapi mitra. (b) Pelatihan manajemen usaha yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai materi yang mempelajari kemasan produk dan aspek pemasaran. Pendalaman materi disampaikan melalui forum tanya jawab. Pelatihan dapat dilakukan secara luring dengan menggunakan prokes sesuai ketentuan PPKM Covid-19 yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Pelatihan yang akan dilakukan dapat diikuti oleh keluarga dan teman mitra yang sering terlibat dalam usaha produk camilan. (c) Pelatihan pemberian merek kemasan produk merupakan tahapan kegiatan pendampingan kepada mitra tentang desain kemasan dan logo kemasan yang dapat menjadi daya tarik produk, cara pemberian merek dagang produk yang baik, serta menambahkan atribut merek kemasan

produk agar konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk.

Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk memperoleh informasi secara utuh mengenai target, sasaran yang sudah terpenuhi dan untuk memperoleh gambaran yang berhubungan dengan berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan evaluasi dilakukan melalui (a) Tanya jawab untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap pelatihan yang sudah disampaikan. (b) Forum diskusi antara tim dosen dengan mitra. (c). Hasil pengamatan tim dosen selama kegiatan berlangsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan tim dosen dengan melibatkan tenaga kependidikan dan mahasiswa. Ketua tim dengan keahlian dalam bidang majemen produksi mempunyai tugas untuk melakukan koordinasi kegiatan pengmas dengan mitra dan memberikan pengarahan tentang aspek proses produksi, sedangkan masing-masing dari anggota tim dosen memiliki kompetensi yang sesuai di bidangnya. Anggota dosen 1 dengan keahlian dalam bidang majamen rantai pasok mempunyai tugas untuk memberikan pengarahan tentang sistem penjualan dan strategi pemasaran produk. Anggota dosen 2 dengan keahlian dalam bidang akuntansi mempunyai tugas untuk memberikan pengarahan manajemen administrasi dan akuntansi. Anggota tendik mempunyai tugas dalam administrasi kegiatan dan pengurusan dokumen. Anggota mahasiswa mempunyai tugas membantu pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan pengmas dilakukan tim dosen dengan datang bersilaturahmi ke tempat mitra penghasil produk camilan untuk melakukan diskusi dan tanya jawab. Topik yang dibahas dalam kegiatan diskusi berkaitan dengan aspek produk, varian rasa, bahan baku, tenaga kerja, proses produksi, biaya produksi, jumlah produksi, harga jual, kemasan produk, sistem penjualan, stategi pemasaran dan manajemen administrasi. Kegiatan diskusi dilakukan di rumah mitra yang digunakan sebagai tempat usaha pembuatan produk camilan. Dokumentasi kegiatan pengmas pada gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan pengmas

Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik usaha camilan mengenai alasan mengapa lebih berminat membuat produk camilan antara lain kemudahan akses terhadap bahan baku, biaya produksi yang lebih murah, perlengkapan pembuatan camilan yang sederhana, tidak memerlukan keahlian khusus saat pengolahan, serta kemudahan dalam pemasaran karena produk makanan khas memiliki keunikan untuk pelanggan tertentu, namun demikian sifat usaha yang hanya berorientasi jangka pendek yaitu menjual ke teman, kerabat dan tetangga untuk konsumsi sehari-hari dan masih belum mempunyai perencanaan untuk pengembangan produk ke pasar yang lebih luas. Hasil diskusi yang dilakukan diperoleh temuan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu (1) Modal usaha terbatas untuk belanja bahan baku dan pembayaran upah pekerja sehingga proses produksi tidak dapat dilakukan setiap hari, penghasilan mitra lebih difokuskan dalam pemenuhan kebutuhan memasak sehari-hari. Mitra masih kurang memahami bagaimana mengelola usaha yang efisien, dengan memanfaatkan kelebihan dana pada saat pesanan lebih banyak dari biasanya, sehingga pada saat Mitra memerlukan modal kerja maka dana yang dibutuhkan ada cadangan untuk kebutuhan produksi pembuatan produk. Mitra masih sulit memisahkan pendapatan usaha dengan pendapatan rumah tangga lainnya. Mitra masih belum memahami secara benar mengenai pentingnya modal untuk kegiatan usaha, sehingga dalam persepsi yang ada pada mitra hanya berfokus pada nilai penjualan yang dihasilkan untuk menutup besarnya pengeluaran sudah dirasa cukup dalam hal ini mitra hanya berfokus pada titik break even saja. Mitra belum menerapkan pencatatan dengan metode akuntansi sederhana sehingga

dapat mengontrol masuk atau keluarnya dana dalam usahanya. (2) Tenaga kerja tidak tetap (serabutan) dengan kondisi ini mengakibatkan ketersediaan tenaga kerja dalam proses produksi pembuatan camilan sangat bergantung terhadap aktivitas kegiatan pekerja, sehingga apabila ada pekerjaan lain diluar yang sedang dilakukan pekerja maka proses produksi berhenti. (3) Upah pekerja yang terbatas dibawah standar upah yang layak hal ini mengakibatkan pekerja kurang tertarik untuk melakukan pekerjaan. (4) Kapasitas produksi terbatas sehingga jumlah produk yang dihasilkan masih belum mempunyai stok yang banyak, sehingga apabila ada pesanan produk dalam jumlah yang banyak, maka tidak bisa memenuhi permintaan konsumen. (5) Sistem penjualan masih terbatas melalui komunikasi dengan teman dan sahabat dekat di lingkungan sekitar rumah, sistem pemasaran produk masih belum membuka secara luas dengan menitipkan produk pada toko oleh-oleh atau warung makan karena perputaran uangnya agak lama dan menunggu produk laku dijual dan pembayarannya tidak kontan, sehingga harus mempunyai cadangan modal untuk pembelian bahan baku produksi. (6) Kemasan produk menggunakan plastik polos sehingga masih belum memberikan tampilan yang menarik. (7) Proses produksi menggunakan peralatan sederhana dengan ruangan yang kurang memadai dari aspek ventilasi udara, tata letak dan luas area yang terbatas sehingga kurang memberikan kenyamanan bagi pekerja selama melakukan pembuatan produk. (8) Sistem pemasaran produk camilan saat ini masih belum dilakukan secara luas sehingga produk yang dihasilkan hanya diketahui oleh kerabat dekat dan masyarakat sekitar. (9) Desain kemasan masih dikeluhkan oleh pemilik usaha karena masalah merek dan kemasan agar mampu menjaga keutuhan produk (tidak remuk) ketika produk sampai ke tangan konsumen.

Kegiatan diskusi antara tim dosen dan mitra ini membuka wawasan mitra bahwa permasalahan dan hambatan yang ditemui dapat dicarikan jalan keluar. Untuk mencari solusi pemecahan permasalahan yang dihadapi mitra, maka tim dosen memberikan pelatihan pemberian merek pada kemasan produk. Tahapan kegiatan pengmas yang dilakukan tim dosen dengan memberikan pendampingan kepada mitra tentang desain kemasan dan logo

kemasan yang dapat menjadi daya tarik produk. Pendampingan tim dosen pada aspek kemasan produk dengan melibatkan mahasiswa untuk membuat beberapa desain merek kemasan yang menampilkan informasi penting bagi konsumen yang mencakup nama produk, nama usaha, foto produk, varian rasa. Kemasan produk yang dipakai diharapkan mampu menjaga keutuhan produk dan tampilan yang menarik. Hasil rancangan desain merek kemasan produk yang dibuat oleh mahasiswa yang sudah disepakati oleh mitra pada gambar 3 berikut.



Gambar 4. Rancangan desain merek produk

Tahapan kegiatan pendampingan kepada mitra dalam aspek pemasaran dari tim dosen memberikan beberapa usulan untuk mengembangkan usaha dengan memperluas penjualan produk camilan. Usulan strategi penjualan yang dapat diterapkan yaitu adalah (1) Memperluas sistem penjualan produk melalui toko oleh-oleh atau warung makan di sekitar wilayah Kecamatan Parungkuda. Sistem yang dapat diterapkan dengan menjalin kerjasama dengan pemilik toko atau warung untuk menitipkan produk camilan dalam jumlah tertentu dan pembayaran diterima setelah produk laku terjual. Kelemahan sistem penjualan ini yaitu perputaran uang cukup lama karena pembayaran akan diterima setelah produk laku terjual, sehingga mitra harus mempunyai modal cadangan untuk proses produksi berikutnya. (2) Memperluas sistem pemasaran produk yang dapat dilakukan dengan pemanfaatan media sosial (social media) seperti misalnya *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* ataupun aplikasi lainnya. (3) Membuka penjualan dengan sistem *online*, dengan penerapan sistem ini maka pemilik usaha harus memonitor secara aktif terhadap pesan atau komen yang disampaikan pelanggan dan merespon dengan cepat setiap pesanan yang dibuat pelanggan *online*.

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat tim dosen dalam memberikan pendampingan pengembangan usaha camilan dilakukan dengan tanya jawab dan forum diskusi antara tim dosen dengan mitra serta hasil pengamatan tim dosen dapat diketahui faktor eksternal yang dapat memberikan pengaruh terhadap kemampuan mitra dalam mengembangkan usaha camilan berasal dari faktor modal usaha yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan usaha sebagian berasal dari modal sendiri atau pinjaman dari teman. Mitra masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan bantuan pinjaman modal dari lembaga pemerintahan atau lembaga keuangan yang dapat memberikan kemudahan dan keringanan dalam pembayaran kredit. Modal sebagai hal utama untuk menjalankan kegiatan produksi sehingga ketersediaan besaran modal yang dimiliki akan sangat menentukan keberlangsungan kegiatan usaha. Faktor utama dalam melakukan pengembangan usaha camilan ditentukan dari besaran modal yang dapat memenuhi biaya operasional proses produksi. Hal lain yang mempengaruhi kemampuan mitra dalam mengembangkan usaha camilan karena masih belum menerapkan pencatatan dengan metode akuntansi sederhana sehingga belum ada pencatatan pendapatan dan pengeluaran dana dalam kegiatan operasional usahanya, sehingga mitra masih sulit memisahkan pendapatan usaha dengan pendapatan rumah tangga.

Faktor lain berasal dari tenaga kerja yang diperlukan untuk mengembangkan produk terbatas sebagai tenaga kerja tidak tetap (serabutan) sehingga proses produksi pembuatan camilan ditentukan oleh ketersediaan waktu dan kemauan dari pekerjanya, hal lain dipengaruhi dari faktor besarnya upah yang dibawah standar upah yang layak sehingga pekerja tidak secara serius bekerja hanya untuk mengisi waktu luang.

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha camilan adalah adanya produk dari para pesaing. Pada umumnya produk yang dihasilkan oleh setiap jenis usaha camilan banyak dihasilkan oleh pesaing bisnis yang lain. Hal ini menyebabkan tingkat kompetisi antara produk yang dihasilkan menjadi sangat tinggi, sehingga harus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan pesaing.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan tim dosen dapat memberikan manfaat dan nilai tambah untuk mitra untuk membuka wawasan dan konsep berfikir dalam aspek kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra sehingga dapat memproduksi produk camilan yang mempunyai nilai ekonomis. Dalam aspek pemasaran dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat perencanaan pemasaran ke wilayah yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Dalam aspek kemasan produk dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mitra untuk mendesain merek kemasan produk. Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan perkapita dan dapat mendorong mitra menjadi wirausahawan yang sukses.

4. KESIMPULAN

Pendampingan tim dosen kepada mitra untuk mengembangkan usaha industri kecil kreatif dalam aspek kemasan produk dengan membuat rancangan desain merek kemasan yang dapat menjadi daya tarik produk. Usulan strategi pengembangan usaha dalam aspek pemasaran produk yang dapat diterapkan yaitu memperluas sistem penjualan produk melalui toko oleh-oleh atau warung, sistem pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan membuka penjualan dengan sistem *online*. Manfaat kegiatan pengabdian masyarakat untuk mitra yaitu dapat membuka wawasan dan konsep berfikir serta dapat meningkatkan kemampuan mengembangkan usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Mengucapkan banyak terima kasih kepada Rektor UMJ, LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat) UMJ atas bantuan dana dan fasilitas yang sudah diberikan. Ucapan terima kasih dipersembahkan teruntuk Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri UMJ atas dukungan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan tim dosen.

DAFTAR PUSTAKA

Adriyanto, A. T. Prasetyo, I. and Sari, T. P. (2020). Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan Berbagai Olahan

Pisang di Kelurahan Panggung Lor. Jurnal Riptek, vol. 14, no. 1, pp. 11–13.

Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, vol.1, no.2, pp.109–116. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.263>

As'ad Sonief, A., Nuraini, Y., & Arief Setyabudi, S. (2019). Digitalisasi Industri Kecil Dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Journal of Innovation and Applied Technology. Vol.5, no.1, pp.842–847.

<https://doi.org/10.21776/ub.jiat.2019.005.01.5>.

Billah, M., Susilowati, T., Ismawan, F.H., Aini, M. R. N., Yogaswara, R.R, (2021). Pengembangan usaha rengginang melalui pelatihan perencanaan pemasaran digital di desa tiripan. Jurnal Abdimas Teknik Kimia. vol. 02 no. 1, pp.36-39

Dewa, W. A. Mumpuni, I. D. dan Akhriza, T. M. (2017). IbM Industri Kuliner Rumah Tangga Kue Kering di Tompokersan Kota Lumajang. Peduli – Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat. vol.1, no. 2, pp. 20–25.

Diaz, R.A.N., Novayanti, P.D., Pande, I.M.S.A., Diaz, K.W.W., Dewi, A.R.C., (2021). Pengembangan Branding dan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Jus Buah. Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. vol.2, no.1, pp.1-10
DOI:10.28989/Kacaneegara.v4i2.819

Fuadillah, S., Amalia, A.A., Nur. W. W., (2021). Pelatihan food photography bagi kelompok UKM kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat. vol. 4, no. 2, pp.151-158.

Purwanto, YS. Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkung Kota Bandung. Jurnal Dharma Bakti Ekuitas, vol. 2, no. 2, pp. 205-211.

- Putra, IRP. Bahruddin, M. Dewanto, TH. (2013). Pembuatan Buku Fotografi Makanan (Studi Kasus Obyek Wisata Jawa Timur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol.1, no.1, pp.50-56.
- Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, vol.3, no.1, pp.37-42. <http://jurnal.unsur.ac.id/index.php/JMT> SI
- Saryanti, I. G. A. D., Mandasari, E., & Sidhiantari, I. G. A. P. I. (2020). Pengembangan dan Pemanfaatan Desain Kemasan sebagai Media Promosi pada UKM Heavenine. *Journal of Community and Development*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.47134/comdev.v1i1.1>
- Sunarsi, D., dkk. (2019). Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat BAKTIMAS*, vol.1, no.4, pp.188-193.
- Suriadi, I., Sriningsih, S., Hailudin, Arini, G.A., Wijimulawiani, B.S., (2021). Pelatihan Pengembangan Usaha Jagung dan Singkong Bagi Masyarakat di Desa Pringgesele Lombok Timur. *Jurnal Gema Ngabdi*. Vol. 3 No.2 pp:131-135.
- Suwirmayanti, N.L.G.P., Hadi, R., Permana, P.A.G., Sukerti, N.K., Risky Setiawan, I.K. and Aria Chandra Vijaya, I.G.N. (2021). Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*. Vol.3, no.2, pp.75-82. DOI:<https://doi.org/10.30864/widyabha> kti.v3i2.256.