

Volume 4 Nomor 1, Maret 2022, Halaman 97 – 108.

Upaya Pemberdayaan Industri Kecil Menengah Pasca Covid-19 di Raffas Kitchen Indramayu

Nunung Nurhayati

Program Studi Manajemen, Universitas Wiralodra
Email: nunungnurhayatife@unwir.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 berdampak pada dunia industri, termasuk Industri Kecil Menengah Raffas Kitchen di Indramayu. Namun demikian, di era New Normal ini sangat di butuhkan adanya pemasaran produk secara digitalisasi sehingga menjadi solusi dan peluang besar dalam memasarkan produk Cheese Brownies, Fudgy Brownies, dan Cheese Cake milik Ibu Anindityas. Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada juga digunakan untuk memasarkan usahanya semakin meluas, bahkan pesanan yang diterima sudah keluar pulau, seperti ke Riau, Mataram, Balikpapan dan Pontianak. Tujuan pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk membantu mitra meningkatkan jumlah produksi melalui pemasaran secara online. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode partisipatif dan diskusi. Hasil kegiatan ini adalah mitra merasa senang karena produknya telah dipasarkan secara online dan pembuatan kartu ucapan terima kasih yang menarik diharapkan dapat memikat pelanggan untuk memesan kembali. Hasil tim pengabdian untuk mengoptimalisasi produksi dan pemasaran yang masih belum maksimal. Hal ini disebabkan karena sumber daya manusia dan pemasaran yang terbatas. Namun demikian dampak kegiatan pengabdian selama enam minggu sudah terlihat dengan bertambahnya jumlah produksi.

Kata Kunci: Industri kecil menengah, Era New Normal Covid-19, Partisipatif, Logo.

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an impact on the industrial world, including Small Industry players to prevent Raffas Kitchen in Indramayu. However, in the New Normal era, it is very necessary to digitize product marketing so that it becomes a great solution and opportunity in marketing Mrs. Anindityas' Cheese Brownies, Fudgy Brownies, and Cheese Cake products. Along with the development of existing technology is also used to market its business more widely, even the orders received have gone out of the island, such as to Riau, Mataram, Balikpapan and Pontianak. The purpose of implementing this service is to help partners increase the amount of production through online marketing. The implementation of this devotion uses participatory methods and discussions. The result of this activity is that partners feel happy because the product has been marketed online and the creation of an interesting thank you card is expected to lure customers to reorder. The results of the service team to optimize production and marketing are still not optimal. This is due to limited human resources and

marketing. However, the impact of six weeks of service activities has been seen with the increasing number of production.

Keywords: Small and medium-sized industries, New Normal Era Covid-19, Participation, Logo.

DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v4i1.58>

A. Pendahuluan

Program “IKM Indramayu Bangkit : Inovasi untuk Industri Kecil dan Menengah (IKM) melindungi bangsa dari Covid-19” yang digencarkan oleh pemerintah kabupaten Indramayu sangat berdampak bagi kemajuan IKM di Indramayu. Industri Kecil dan Menengah Raffas Kitchen merupakan salah satu usaha IKM di Indramayu yang berlokasi di Perumahan Griya Permata Indah JL. Kacer Blok A.13, Kecamatan Indramayu. Dimulai sejak tahun 2016 pada awalnya usaha pembuatan chesee Brownies hanya sekedar iseng setelah dirasa Chesee Brownies buatannya ternyata enak, Ibu Anindityas mencoba menawarkan Cheese Browniesnya lewat media sosial dan ternyata banyak yang ingin mencoba dan akhirnya berjalan sebuah usaha, Ibu Anindityas memberikan nama usahanya “Raffas Kitchen” nama tersebut terinspirasi dari nama anak pertamanya.

Seiring dengan perkembangan IKM Raffas Kitchen menambahkan produksinya sehingga produk yang dipasarkan sekarang yaitu Cheese Brownies, Fudgy Brownies, dan Cheese Cake. Perkembangan teknologi yang ada juga digunakan untuk memasarkan usahanya semakin meluas, bahkan pesanan yang diterima sudah keluar pulau, seperti ke Riau, Mataram, Balikpapan dan Pontianak.

Wabah Covid-19 yang sedang marak tidak menyurutkan usaha Ibu Anin. Justru pesanan semakin meningkat. Namun demikian jumlah produksinya terbatas, dalam satu bulan produksi bisa mencapai 45 pcs cheese cake, 40 pcs fudgy brownies, dan 70 pcs chesee brownies hal ini dikarenakan Ibu Anin baru saja melahirkan. Pada situasi yang seperti ini juga Ibu Anin tidak bisa dulu menerima pesanan dari luar Pulau Jawa dikarenakan pengiriman yang tidak menentu.

Berdasarkan investigasi awal yang dilakukan melalui observasi dan diskusi langsung dengan nara sumber, didapatkan permasalahan sebagai berikut: Mitra IKM Raffas Kitchen pada awal usaha ini adalah pemilik usaha merasa kesulitan

dalam membagi waktu dikarenakan pada saat ini Ibu Anin juga mengelola butik miliknya. Selain itu, masalah yang dihadapi adalah kurangnya sumber daya manusia. Masalah lainnya adalah jasa ekspedisi yang cukup lama untuk pengiriman pesanan untuk customer diluar Pulau Jawa.

Oleh karena itu berdasarkan hasil analisis situasi dan diskusi dengan mitra tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu :

1. Belum ada manajemen waktu untuk melaksanakan produksi dengan jumlah produksi yang sangat banyak.
2. Jumlah sumber daya manusia yang masih kurang untuk membantu mencapai target produksi.
3. Pengiriman produk untuk pemesan diluar Pulau Jawa kadang – kadang mengalami kendala terkait dengan waktu pengiriman.
4. Pemasaran secara online belum optimal.

Kotler dan Keller (2012) mengungkapkan bahwa konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu product, price , place, dan promotion. Penjelasan mengenai bauran pemasaran akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar sehingga mendapatkan perhatian, dan sesuatu tersebut dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan dari konsumen. Produk yang ditawarkan oleh IKM Raffas Kitchen ini adalah Chesee Brownies, Fudgy Brownies and Cheese Cake yang terdiri dari berbagai varian rasa seperti original, nutella, silverqueen, blueberry, oreo, matcha, choco crunchy dan lainnya.

2. Harga (*Price*)

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga yang diberikan IKM Raffas Kitchen dari produk ini sesuai dengan kualitasnya dimana harga 1 pcs berkisar antara Rp. 50.000 sampai Rp. 95.000.

3. Tempat (*Place*)

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya. Lokasi dari usaha IKM Raffas Kitchen kurang begitu strategis dikarenakan usaha ini masih belum memiliki tempat usaha sendiri.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Promosi yang dilakukan oleh IKM Raffas Kitchen yaitu menawarkan produknya dengan mengiklankan produknya melalui instagram story artis dan media sosial seperti instagram, whatsapp, dan facebook.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka solusi yang ditawarkan pengusul ini meliputi:

1. Membuat akun Tokopedia dan Twitter untuk IKM Raffas Kitchen.
2. Memberikan arahan untuk IKM Raffas Kitchen dengan memilih sumber daya manusia yang baik.
3. Mengusulkan untuk membuat kartu ucapan terimakasih untuk pelanggan IKM Raffas Kitchen.

B. Metode

Metode partisipatif dan diskusi yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini. Pada metode partisipatif, penulis ikut berpartisipasi, dan bekerja di tempat mitra (Nurhayati, 2019, 2020, 2021, Mustanir 2019). Metode diskusi digunakan untuk pengambilan kesepakatan atas usulan – usulan yang disampaikan tim kepada mitra. Pendampingan kepada mitra diperlukan untuk mengembangkan usaha mitra (Nurhidayati., dkk, 2021). Mitra pengabdian ini yaitu IKM Raffas Kitchen milik Ibu Anindityas yaitu Raffas Kitchen. Pengambilan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan secara langsung supaya didapatkan data yang valid. Sedangkan metode wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan nara sumber yaitu pemilik IKM Raffas Kitchen.

Pihak – pihak yang terlibat dalam perkembangan IKM Raffas Kitchen di Indramayu yaitu suplyer dan karyawan. Suplyer sebagai penyedia bahan baku sedangkan karyawan sebagai sumber daya manusia yang mendukung kegiatan produksi. Berikut ini adalah kegiatan yang telah dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian dalam aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, Produksi, Keuangan, dan Pemasaran.

a. Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Melayu SP. Hasibuan MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Selama kegiatan dalam manajemen sumber daya manusia kami menemukan beberapa masalah antara lain:

1. Kurangnya jumlah SDM atau karyawan yang bekerja di IKM Raffas Kitchen.
2. Ada beberapa media sosial yang belum dilakukan.
3. Belum adanya SOP (Standart Operational Procedure).

b. Manajemen Produksi

Irham Fahmi (2012) mendefinisikan manajemen produksi adalah sebuah ilmu manajemen yang membahas secara menyeluruh bagaimana pihak manajemen produksi perusahaan menggunakan ilmu dan seni yang dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai hasil produksi yang diinginkan.

Dalam proses produksi yang ada di IKM Raffas Kitchen beberapa bahan yang digunakan harus beli diluar daerah Indramayu seperti cream cheese, box untuk cheese brownies, dan kardus packing. Oleh karena itu hal ini menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan dan dihindari untuk terjadi kesalahan karena untuk box dan kardus packing minimal order harus 1000 pcs.

c. Manajemen Keuangan

Menurut James Van Horne (1994): Manajemen Keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva dengan tujuan menyeluruh. Pengelolaan keuangan juga diperlukan untuk unit usaha pada tingkat UMKM (Wiralestari & Friyani, 2019).

Manajemen keuangan pada IKM Raffas Kitchen ini masih hanya sekedar menulis harga bahan, penjualan, serta keuntungan saja.

d. Manajemen Pemasaran

Menurut Buchori dan Djaslim (2010), manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi. Salah satu pemasaran yang dapat digunakan adalah pemasaran online (Dewi, S., R, dkk, 2021). Dalam memasarkan produknya Raffas Kitchen menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, whatsapp, dan Shope. Selain itu Ibu Anindityas juga mempromosikan produknya lewat group Whatsapp yang isinya terdiri dari pembisnis dan Ibu Anindityas juga mempromosikan produknya lewat endorse artis

C. Hasil dan Pembahasan

Pada pengabdian ini, tim pengabdian menggunakan metode partisipatif. Tim terjun langsung dalam melaksanakan praktek di tempat produksi cheese brownies dan membantu dalam pembuatan dan pemasaran produk. Sebelum melaksanakan pengabdian pemilik tempat produksi (Anindityas), memberikan berbagai informasi dimulai dari sejarah berdirinya, proses pembuatan, dan proses pemasaran.

Pada hari Kamis, 12 Agustus 2021 Ibu Anin mengabari kami bahwa hari Jumat, 13 Agustus 2021 akan melakukan produksi dan para tim melaksanakan pengabdian untuk pertama kalinya. Semua tim menuju rumah Ibu Anindityas pukul 10.00 WIB, pada hari itu tim pengabdian membantu serta melihat bagaimana proses produksi yang ada.



Gambar 1. Membantu Produksi IKM Raffas Kitchen

Pada Gambar 1, tim pengabdian bersama mahasiswa membantu pembuatan kue di Raffas Kitchen. Minggu kedua pengabdian tidak diadakan terlebih dahulu dikarenakan Ibu Anin tidak enak badan. Selanjutnya dilakukan diskusi untuk melakukan persiapan dan perencanaan kegiatan selanjutnya.



Gambar 2. Diskusi tim pengabdian

Hasil diskusi yang terlihat pada Gambar 2 adalah persiapan pembuatan kemasan dan pengambilan data wawancara. Pada hari Rabu, 25 Agustus 2021 tim pengabdian dihubungi kembali oleh ibu Anin, dan memberitahukan bahwa produksi dilakukan kembali pada Kamis 26 Agustus 2021. Tim segera kembali melakukan pengabdian pada hari itu dengan membantu membuat kemasan cheese brownies. Pada hari yang sama, juga dilakukan wawancara dengan pemilik . Selain itu tim pengabdian memberikan usulan kepada Ibu Anindityas untuk membuat greeting card atau kartu ucapan terimakasih. Setelah Ibu Anindityas menyetujui usulan dari tim pengabdian maka segera membuat kemasan.



Gambar 3. Pembuatan Kemasan Produk IKM Raffas Ktchen

Pada hari Sabtu, 28 Agustus 2021 dilakukan pembuatan kartu ucapan dengan design yang dibuat sendiri oleh salah satu anggota tim. Pembuatan kemasan dibuat lebih menarik dan mengikuti model atau desain yang baru.

Pada hari Selasa, 31 Agustus 2021 tim pengabdian memberikan hasil kartu ucapan terimakasih yang sudah dibuat dan Ibu Anin bersedia menerima desain kartu ucapan terima kasih dan kemasan yang sudah didesain pada produk cheese brownies.

Pada hari Rabu, 1 September 2021 dilaksanakan kegiatan seperti biasanya, yaitu membantu proses produksi. Selain itu, tim pengabdian ikut belajar cara packing untuk pesanan diluar kota Indramayu.



Gambar 4. Packing untuk keluar kota Indramayu

Gambar 4 merupakan tampilan kemasan yang dipakai untuk mengirimkan produk ke luar kota. Pada hari Sabtu, 4 September 2021 dilakukan kembali kegiatan untuk membantu Ibu Anin dan wawancara dilakukan kembali kepada Ibu Anin untuk menanyakan yang belum sempat kami tanyakan pada wawancara pertama. Pada hari Rabu, 8 September 2021 tim pengabdian membantu proses produksi hingga proses packing. Pada hari Jumat, 10 September 2021 kami kembali melakukan pengabdian dan tim pengabdian bersama Bu Anin melakukan diskusi kecil dan sepakat untuk membuat akun Tokopedia untuk Raffas Kitchen.

Program Kerja yang Direncanakan dan Dilaksanakan.

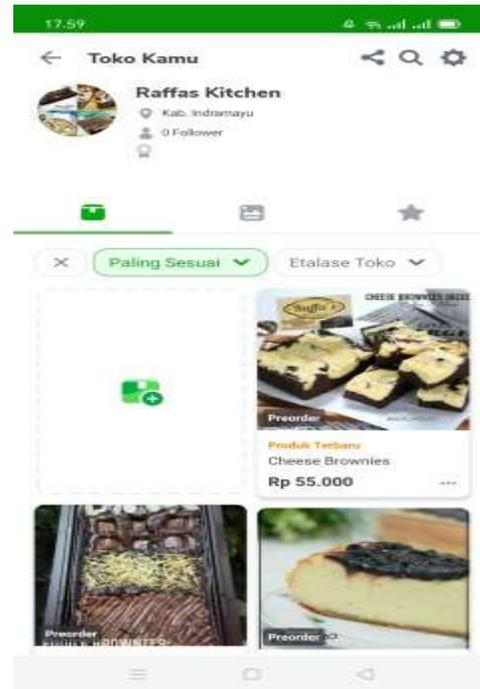
Berdasarkan penjelasan di atas, tentang permasalahan yang dihadapi, tim pengabdian menentukan bahwa program kerja yang akan dilakukan yaitu penambahan kartu ucapan terimakasih dan pemasaran.

Pada program kerja pemasaran, tim akan memasarkan produk melalui media sosial seperti membuat instagram story. Selain itu tim juga memberikan usul kepada pemilik yaitu Ibu Anin untuk membuat akun Tokopedia dan Twitter untuk

memperluas Industri Kecil dan Menengah (IKM) tersebut. Dengan program ini, tim berharap program kerja yang akan dilakukan dapat membantu meningkatkan produksi dan memperluas usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) Raffas Kitchen. Gambar 6 dan Gambar 7 adalah tampilan pemasaran melalui Online Raffas Kitchen hasil tim pengabdian dan Ibu Anin



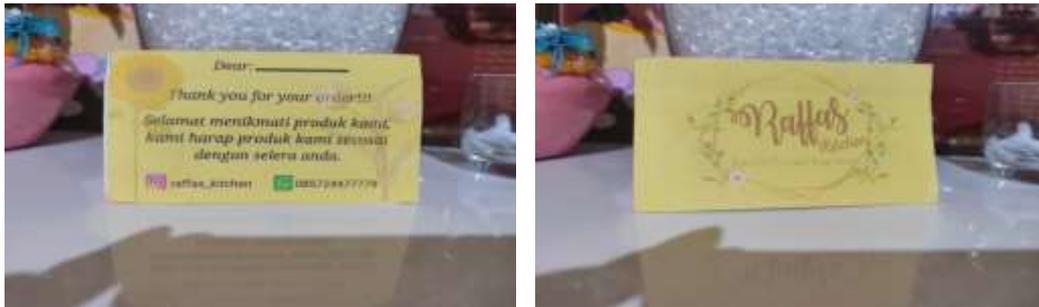
Gambar 6. Pemasaran Online Melalui Twitter



Gambar 7. Pemasaran Online melalui Tokopedia

Pada program kerja penambahan kartu ucapan terima kasih pada kemasan, desain kartu dibuat dengan menyesuaikan warna kemasan serta didalam kartu tersebut berisi kata-kata “Selamat menikmati produk kami, kami harap produk kami sesuai dengan selera anda”. Kartu ucapan tersebut dapat dilihat di Gambar 8.

Selain itu didalam kartu tersebut juga terdapat kontak whatsapp dan akun instagram Raffas Kitchen. Harapan diberikan kartu ucapan terimakasih yang telah diletakkan di dalam kemasan dapat membuat perasaan pelanggan lebih baik. Tim pengabdian berharap, kartu ucapan terima kasih yang sudah dicetak maupun dalam bentuk file dapat digunakan seterusnya oleh pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM).



Gambar 8. Tampilan Kartu Ucapan Terima Kasih



Gambar 9. Produk Raffas Kitchen dengan Tampilan yang Baru

Gambar 9 merupakan tampilan baru dari produk Raffas Kitchen. Tampilan yang menarik serta kartu ucapan yang cantik diharapkan dapat meningkatkan produksi Raffas Kitchen.

D. Kesimpulan

Pada kegiatan pengabdian ini yang di laksanakan kurang lebih 40 hari dimulai dari 10 Agustus 2021 sampai 20 September 2021 pada IKM Raffas Kitchen tim pengabdian sudah berusaha sebaik mungkin, namun luaran dari hasil pengabdian ini belum maksimal. Beberapa produk yang dihasilkan oleh tim yaitu ucapan terima kasih dan pemasaran online kerjasama antara tim pengabdian dengan Ibu Anindiyas Putri Handayani S.I.Kom.

E. Ucapan Terima kasih

Ucapan terimakasih kami berikan kepada seluruh tim pengabdian yang telah membantu pelaksanaan pengabdian ini. Terima kasih kepada pemilik Raffas Kitchen, yaitu Ibu Anindiyas Putri Handayani S.I.Kom yang telah bersedia

bekerjasama dengan tim pengabdian. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya
- Dewi, S. R., Andari, Masitoh, M. R., & Octaviani, S. (2021). Pelatihan Pembukuan Keuangan Dan Pemasaran Online Bagi. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 79–86.
- Fahmi, Irham. 2012. “Analisis Kinerja Keuangan” , Bandung: Alfabeta
- Horne, James C. Van dan Sinaga, Marianus, 1994, Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Jilid Kedua, Edisi Keenam. Erlangga : Jakarta
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa Dalam Perencanaan Metode Partisipatif. *Jurnal Moderat*, 5(3), 227–239. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13076.24968>
- Nurhidayati, A., Tahwin, M., & Yudianto, A. (2021). Pendampingan Pengelolaan Dan Pengembangan Pisbol Rizquna. *Abdi Wiralodra*, 3(2), 95–109.
- Nurhayati, N. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Abdi Wiralodra : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 95–111. DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v1i2.8>
- Nurhayati, N. (2020). Pemberdayaan dan Pengembangan Industri Kecil Menengah di Kabupaten Indramayu: Krupuk Kulit. *Abdi Wiralodra : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 16–26. DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v2i1.20>
- Nurhayati, N. (2021). Usaha Peningkatan Pemasaran Keripik Pisang NVN Melalui Desain Produk dan Online Shop. *Abdi Wiralodra : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–33. DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v3i1.34>
- Nurhayati, N. (2021). Pemberdayaan dan Pengembangan Industri Kecil Menengah Pabrik Tempe, Tahu, dan Oncom. *Abdi Wiralodra : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 150–159. DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v3i2>
- Wiralestari, W., & Friyani, R. (2019). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Aplikasi Lamikro Pada Usaha Kuliner Tm Cemal Cemil. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 3(1), 62–66. <https://doi.org/10.22437/jkam.v3i1.7011>

