

Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jenang Krasikan Di Dusun Barongan Desa Jamuskauman Kecamatan Ngluwar Untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Digital

Pranita Siska Utami*¹, Muhammad Solikhin², M. Irfan Maulana³, Iqbal Dwi Pratama⁴, Saniya Salma Agustina⁵, Anita Yefti Arumsari⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*e-mail: pranita@unimma.ac.id¹, solikhin2405@gmail.com², maulirfan781@gmail.com³, pratamaiqbaldwi@gmail.com⁴, saniyyasalma3@gmail.com⁵, anitayeftiarumsari@gmail.com⁶

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menerapkan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi jenang krasikan (Ny. Pien) serta memperbaiki manajemen penjualan produk jenang. Metode kegiatan yang dilakukan dengan diseminasi penggunaan alat mesin vacuum, sosialisai tentang digital marketing, pelatihan foto produk serta pembuatan dan pendampingan produk halal. Program ini memberikan manfaat beragam, termasuk peningkatan produktivitas, menjaga kualitas produk yang lebih konsisten, dan memberikan akses data penjualan yang akurat dan terperinci. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah pemilik jenang krasikan memahami tentang desain kemasan yang baik dan mengimplementasikannya, Strategi pemasaran menjadi semakin luas dan pemesanan bisa melalui online dalam sebulan diharapkan produk dapat terjual sebanyak 80% dari total produksi, produk sudah tersertifikasi halal dan aman untuk dikonsumsi.

Kata kunci: Branding, Digital Marketing, Pemasaran

Abstract

This community service initiative leverages modern technology to enhance the efficiency and quality of AsSalwa honey production, as well as to improve the management of honey product sales. The method involves disseminating the use of filling machines and financial management systems. This program offers multiple benefits, including increased productivity in honey filling, maintaining a more consistent product quality, and providing access to accurate and detailed sales data through a Point of Sale (POS) system. The results obtained from this program demonstrate that honey owners can automatically fill honey into various packaging sizes using a filling machine. This machine is capable of filling liquid honey ranging from 100g to 2,500g. Additionally, the process of recording buying and selling transactions becomes more structured and well-documented. Partners can also estimate the profits obtained through one of the system's features. Through the combination of automatic filling and a POS system, this program has successfully improved product quality and enhanced the management capabilities of the honey business.

Keywords: Automatic packaging machines, Digital economy, POS systems

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berpengaruh terhadap pendapatan nasional sektor UMKM di Indonesia [1]. Berbagai UMKM tersebut memegang peran penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan produk domestik [2] Industri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) merupakan prioritas utama yang dilakukandalam mempercepat pembangunan perekonomian di Indonesia. Dengan melihat bahwa peran UMKM sedemikian besar, maka pemerintah terus membantu unit-unit UMKM untuk mempercepat laju mereka dalam mengembangkan usaha. Dukungan yang diberikan oleh pemerintah adalah berupa regulasi/peraturan, keringanan dalam hal perpajakan, kemudahan perizinan, perluasan jangkauan pasar, dan bantuan pendanaan berbunga ringan[3].

Jenang merupakan salah satu makanan tradisional yang memiliki sejarah panjang di Indonesia. Kehadiran jenang diyakini sudah ada sejak masa kerajaan-kerajaan di Indonesia. Penganan ini terbuat dari bahan-bahan seperti beras, ketan, atau umbi-umbian yang direbus

hingga menjadi kental dan biasanya diberi gula atau santan untuk rasa tambahan. Beras ketan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan bahan pangan Indonesia. Hasil olahan dari beras ketan ini diantaranya adalah tepung ketan. Di Sukoharjo, tepung ketan dijadikan sebagai salah satu bahan utama dalam pembuatan jenang (jenang dodol dan jenang krasikan)[4].

Sejarah jenang di Indonesia mencatat bahwa makanan ini telah ada sejak zaman dahulu kala dan telah menjadi bagian dari budaya kuliner yang khas di berbagai daerah. Jenang sering disajikan dalam berbagai acara keagamaan, ritual adat, perayaan, atau sebagai makanan harian. Tradisi pembuatan jenang biasanya melibatkan proses yang panjang dan menggunakan resep turun temurun dari generasi ke generasi. Meskipun saat ini mungkin telah mengalami berbagai modifikasi dalam penyajiannya, jenang tetap menjadi bagian penting dari keberagaman kuliner Indonesia dan dipertahankan dalam warisan budaya serta tradisi masyarakat setempat.

Setiap daerah memiliki jenis jenang yang berbeda-beda, baik dari segi bahan baku, cara pengolahan, hingga rasanya. Misalnya, ada jenang dari Jawa Tengah yang terkenal, seperti jenang grendul, jenang abang, atau jenang ketan yang masing-masing memiliki ciri khas dan cara penyajian yang berbeda.

Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah Jenang yaitu UMKM Jenang Krasikan yang dimiliki oleh Bapak Deni Nurrohm yang berlokasi di Dusun Barongan, Jamuskauman Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. Usaha ini masih memiliki beberapa kendala yaitu kendala internal berupa tempat produksi masih belum memadai dan masih rendahnya penerapan teknologi yang digunakan, sehingga usaha yang di jalankan masih menghasilkan output yang kurang maksimal. Selain itu masih terdapat kendala eksternal berupa pemasaran yang masih dilakukan secara offline dan masih terbatas disetorkan ke pasar-pasar di wilayah Jawa tengah dan Yogyakarta sehingga pasar yang dijangkau masih kurang luas. Jenang Krasikan ini juga belum bisa bersaing dengan bisnis besar dikarenakan masih sangat minim dalam hal branding, sehingga kurang di kenal oleh konsumen dan tidak bisa bersaing di pasaran. Permasalahan yang berasal dari eksternal UMKM adalah terkait dengan kompetitor dan infrastruktur dalam memasarkan produknya. Melalui media sosial, para pelaku usaha dapat memasarkan produknya dalam kemasan yang lebih menarik dan menjangkau jaringan masyarakat yang lebih luas, sehingga kesulitan pemasaran dan potensi kehilangan pasar dapat teratasi[5].

2. METODE

Tahapan awal yang dilakukan dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, penulis melakukan Forum Group Discussion (FGD) dengan pemilik usaha jenang krasikan (Ny. Pien). Dalam diskusi tersebut mitra menjelaskan bahwa dalam menjalankan usahanya selama ini terdapat beberapa kendala diantaranya yaitu lamanya proses pengemasan produk, variasi ukuran kemasan yang minimal serta persoalan rekap penjualan madu dan belum mengimplementasikan teknologi digital.

Selanjutnya, tim melakukan diskusi internal untuk merumuskan dan merancang solusi yang akan diterapkan. Kegiatan dilanjutkan dengan riset mesin pengemasan produk secara otomatis. Melalui beberapa pertimbangan dan perbandingan antara 1 produk dengan produk yang lain, tim mendapatkan mesin pengisi cairan otomatis yang ideal untuk diimplementasikan pada kelompok usaha madu AsSalwa (Gambar 1) yang dibeli dari salah satu platform marketplace.

Selain mesin pengisi cairan otomatis tersebut, tim juga merancang sistem PoS untuk kegiatan transaksi kelompok madu AsSalwa. Sebelum melakukan proses pengembangan sistem, tim menganalisis kebutuhan fungsional sistem fitur-fitur yang akan dibangun pada sistem PoS. Hasil analisis sistem diperoleh beberapa fitur penting yang akan dibangun yaitu sistem dilengkapi dengan login agar tidak sembarang orang dapat mengakses sistem tersebut. Selain itu, fitur yang lain yaitu halaman manipulasi serta penambahan dan penyuntingan produk madu, halaman kasir sebagai fitur mempermudah proses transaksi dan halaman report/laporan untuk melakukan rekap stok produk dan penjualan.



Gambar 1. Mesin vacuum fresh container

Sistem dikembangkan ini berbasis website, sehingga nantinya ketika kelompok madu AsSalwa ini sudah semakin berkembang pesat dan membuka cabang pada kota lain, sistem ini masih dapat diakses. Hasil rancangan seperti terlihat pada Gambar 2. Melalui 2 tahapan penyelesaian masalah tersebut diharapkan berbagai kendala yang dihadapi kelompok usaha madu AsSalwa dapat teratasi dan mampu meningkatkan kualitas produk dan hasil penjualan madu AsSalwa. Kegiatan terakhir adalah diseminasi penggunaan alat mesin filling (Gambar 3) dan penggunaan sistem manajemen keuangan (Gambar 4).



Gambar 2. Sosialisasi pengenalan digital marketing



Gambar 3. Pelatihan foto produk



Gambar 4. Pedampingan pembuatan sertifikasi halal

Selain proses pelatihan, penulis juga membuat manual book penggunaan mesin filling serta melakukan konfigurasi sistem keuangan agar dapat diakses dengan mudah tanpa menggunakan koneksi internet. Melalui proses pelatihan ini diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha madu AsSalwa menjadi lebih baik lagi.

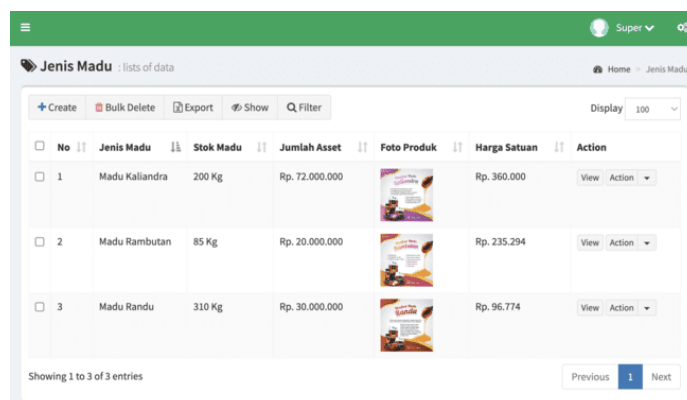
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa capaian. Tabel 1 menunjukkan selisih perbedaan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pengemasan 1 produk sangat signifikan. Selain proses pengemasan yang saat ini menjadi lebih cepat, jumlah ukuran dari setiap kemasan menjadi lebih tepat, karena mesin filler akan berhenti secara otomatis ketika sudah mencapai jumlah yang sudah ditentukan. Melalui penggunaan alat filling ini, ukuran dan bentuk kemasan dapat lebih bervariasi karena mesin ini mampu mengisi cairan madu dari ukuran 100gr hingga 2500gr. Dengan jenis produk yang semakin beragam, dapat lebih menarik minat para calon pembeli untuk dapat memilih bentuk dan kapasitas madu sesuai keinginan dan ketersediaan uang untuk membeli.

Tabel 1. Perbandingan sebelum dan sesudah menggunakan mesin pengemas otomatis

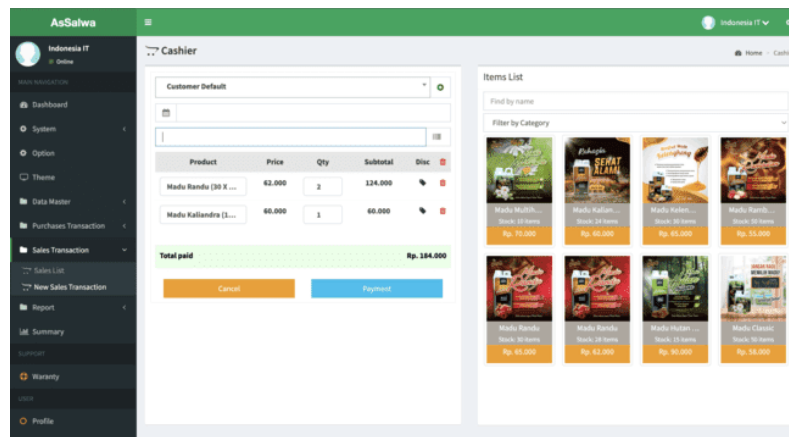
No	Sebelum menggunakan Mesin	Setelah menggunakan Mesin
1	Ukuran dan variasi produk sedikit yaitu hanya terbagi dalam 3 ukuran (350gr, 500gr dan 1000gr).	Terdapat penambahan berbagai varian selain dari varian yang sudah ada yaitu 250gr, 350gr, 500gr, 1000gr
2	Proses pengemasan 1 produk memerlukan waktu 10-15 menit	Proses pengemasan 1 produk hanya memerlukan waktu 1-2 menit.
3	Tampilan produk kurang menarik	Dengan adanya tambahan variasi ukuran, membuat bentuk kemasan produk menjadi lebih bervariasi dan menarik pelanggan.

Selain dihasilkan peningkatan kualitas produk kemasan madu AsSalwa, penulis juga membantu meningkatkan kualitas transaksi dan rekap data melalui aplikasi PoS. Gambar 5 memperlihatkan halaman list katalog produk yang dimiliki oleh kelompok usaha madu AsSalwa. Melalui katalog produk tersebut, pemilik usaha madu AsSalwa dapat memantau jumlah stok, serta dapat mengubah data semua produk. Penulis menyediakan 2 atribut harga untuk setiap produknya yaitu cogm dan price. Atribut cogm digunakan untuk menampung harga modal/harga beli, sedangkan atribut price digunakan untuk merekap harga jual madu. Melalui 2 atribut tersebut, sistem nantinya dapat memunculkan estimasi keuntungan yang diperoleh melalui proses pengurangan harga jual dikurangi modal. Sistem PoS ini sudah dilengkapi dengan fitur barcode (optional) yang akan mempercepat proses transaksi. Namun demikian, pemilik madu belum memiliki alat scanner, sehingga sistem PoS akan tetap dioperasikan tanpa scan barcode.



Gambar 5. Halaman list katalog produk AsSalwa

Lain daripada itu, Gambar 6 memperlihatkan tampilan halaman transaksi seperti mesin kasir. Admin cukup mengklik pada produk yang akan dibeli customer. Kuantitas produk akan secara otomatis berkurang sesuai dengan jumlah produk yang akan dibeli. Melalui penerapan sistem PoS ini, kelompok usaha madu AsSalwa dapat memantau tingkat penjualan produk untuk pengambilan keputusan dalam prioritas stok barang. Dengan begitu tidak lagi terjadi kesalahan penyediaan stok terhadap beberapa produk madu yang kurang laku.



Gambar 6. Halaman transaksi

4. KESIMPULAN

Melalui program pengabdian masyarakat pada kelompok usaha jenang krasikan (Ny. Pien), salah satunya dengan menerapkan mesin vakum telah meningkatkan kualitas produk. Selain itu, dengan menerapkan mesin vakum ini dapat memaksimalkan ketahanan jenang krasikan. Selain tingkat kualitas produk yang semakin baik dan jenang krasikan sudah memiliki sertifikat halal maka produk makanan tersebut layak untuk dikonsumsi dan aman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah membantu mendanai program pengabdian masyarakat kepada mitra kelompok usaha jenang krasikan (Ny. Pien).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. M. Hamza and D. Agustien, "Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 8, no. 2, pp. 127–135, Jul. 2019, doi: 10.23960/jep.v8i2.45.
- [2] J. X. Ilmu Ekonomi Vol Jilid X, T. Hal, U. Muhammadiyah Malang, A. Dwi Ananda, and D. Susilowati, "PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS INDUSTRI KREATIF DI KOTA MALANG."
- [3] F. Prastiwi, ²ainur Komariah, ³rahmatul Ahya, and ⁴ Sutarmo, "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH SEKTOR INDUSTRI JENANG KRASIKAN MENGGUNAKAN METODE (SWOT) (STUDI KASUS DI SENTRA INDUSTRI JENANG DESA TANGKISAN)," *JAPTI: Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri*, vol. 1, no. 2, pp. 96–109, 2020, [Online]. Available: www.journal.univetbantara.ac.id/index.php/japti
- [4] P. Produk *et al.*, "1 st E-proceeding SENRIABDI 2021 Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian kepada," *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, vol. 1, no. 1, pp. 777–788, 2021.

- [5] B. Maharani, A. L. Fendisty, U. L. Masjidin, D. Ardiyan, N. D. Rizky, and N. Hidayah, "Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 4, pp. 434–440, Jun. 2021, doi: 10.33084/pengabdianmu.v6i4.1926.