

Edukasi dan Pendampingan Usaha Pembuatan Tekwan dan Pempek untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Sedwan Yukna Imogiri

Erni Ummi Hasanah¹, Tsulist Anaa Mushlihatun², Buddewi Sukindrawati³

¹ Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta

² Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta

³ Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra, Yogyakarta

Email: erni_uh@janabadra.ac.id

ABSTRAK

Hadirnya pandemi Covid-19 sejak awal tahun 2020 memberikan dampak negatif terhadap berbagai kegiatan bisnis di Indonesia khususnya bagi para pemilik usaha UMKM. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya omzet penjualan produk serta berhentinya kegiatan beberapa UMKM yang terpaksa harus menutup usaha karena tidak memiliki biaya operasional akibat dampak pandemi yang berkepanjangan. Saat ini gelombang Covid sudah mulai melandai dan terjadi fase transisi dari pandemi menjadi endemic, menumbuhkan kembali harapan baru serta optimisme bagi para pelaku usaha untuk bangkit. Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bentuk kerja sama yang dilaksanakan antara dosen dan mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UJB Kelompok R-9 yaitu memberikan edukasi dan pendampingan terhadap salah satu pemilik usaha kuliner frozen di wilayah Imogiri Bantul yang terkena dampak Covid 19. Metode dilaksanakan dengan melalui observasi, wawancara dilanjutkan dengan pemberian edukasi dan pendampingan terkait proses produksi, *packaging*, manajemen dan pemasaran. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat membantu membangkitkan kembali motivasi dan meningkatkan kinerja pemilik UMKM serta menambah pengetahuan dalam menjalankan bisnis kuliner dengan baik dan berkelanjutan.

Kata kunci: Manajemen, pendampingan, proses produksi, pemasaran.UMKM

ABSTRACT

The presence of the Covid-19 pandemic since the beginning of 2020 has had a negative impact on various business activities in Indonesia, especially for MSME's business owners. This can be seen from the declining turnover of product sales and the cessation of the activities of several MSME's who were forced to closed their businesses because they did not have operational costs due to the prolonged impact of the pandemic. Currently, the Covid wave has begun to slant and there is a transition phase from pandemic to endemic, regenerating new hope and optimism for business owners to rise. This community service activity program is a form of collaboration carried out between lecturers and students. The activities carried out by UJB KKN students Group R-9 are providing education and assistance to one of the frozen culinary business owners in the Imogiri area of Bantul who has been affected by Covid 19. The method is carried out through observation, interviews followed by providing education and assistance related to the production process, packaging, management and marketing. Through this activity, it is hoped that it can help revive motivation and improve the performance of MSME's owners as well as increase knowledge in running a culinary business properly and sustainably.

Keywords: Management, mentoring, production process, marketing.UMKM

1. PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia sedang berada pada fase transisi dari pandemi Covid-19 ke fase endemi yang lebih dapat dikendalikan melalui proses vaksinasi, artinya masyarakat dituntut harus hidup berdampingan bersama virus Covid-19. Seperti diketahui dampak pandemi terhadap Indonesia tidak hanya menyerang sektor kesehatan, tetapi juga merugikan negara pada sektor lainnya seperti ekonomi.

Pada fase-fase sulit ini telah banyak dilakukan upaya dan kebijakan agar masyarakat tetap dapat bertahan dan melanjutkan kehidupannya. Beruntungnya Indonesia sudah masuk fase endemi, yang kemudian transisi ini membawa masyarakat untuk berusaha memulai kehidupan yang baru, salah satunya melalui upaya peningkatan perekonomian.

Langkah yang dapat dilakukan yakni melalui penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia, karena UMKM memiliki peranan cukup besar dalam menopang perekonomian pada masa sulit. Hal ini terbukti bahwa sektor ini mampu bertahan pada masa krisis atau pandemi yang melanda Indonesia [1].

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia dengan menempati urutan ke 5 (lima). Hal ini sejalan dengan Badan Pusat Statistik (BPS) 2020 mencatat, jumlah industri mikro dan kecil (IMK) berdasarkan provinsi Jawa Tengah dengan jumlah IKM terbanyak yakni sebesar 89.162 usaha, Jawa Timur sebanyak 828.482 usaha. Diikuti oleh Jawa Barat dengan jumlah IKM sebanyak 625.943 usaha. Berikutnya, jumlah IMK di Bali tercatat sebanyak 149.516 usaha dan di Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah IMK sebanyak 137.499 usaha [2].

Sebagian besar dari industri mikro dan kecil (IMK) tersebut bergerak dibidang kuliner. Dimana kuliner menjadi salah satu dari lima belas sub sektor di dalam ekonomi kreatif yang merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang memadukan kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan citarasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen [3].

Saat ini masih ada masalah-masalah yang menghambat pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, termasuk di dalamnya jumlah dan kualitas orang kreatif yang masih belum optimal, ketersediaan sumber daya alam yang belum teridentifikasi dengan baik, keseimbangan perlindungan dan pemanfaatan sumber daya budaya, minimnya ketersediaan pembiayaan bagi orang-orang kreatif, pemanfaatan pasar yang belum optimal, ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif serta kelembagaan dan iklim usaha yang belum sempurna [4].

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS, kuliner memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap total PDB Industri Kreatif. Nilai ini merupakan yang terbesar dibandingkan kontribusi subsektor lainnya. Laju pertumbuhan unit usaha kuliner memiliki nilai rata-rata pertumbuhan (1.48%) yang berada di atas nilai rata-rata industri kreatif (0.98%) dan nasional (1.05%). Laju pertumbuhan unit usaha ini tidak sebanding dengan laju pertumbuhan tenaga kerja subsector kuliner (0.26%) yang justru berada jauh di bawah rata-rata pertumbuhan tenaga kerja industri kreatif (1.09%) maupun nasional (0.79%), kondisi ini menunjukkan bahwa unit usaha yang tumbuh memang berada pada tingkat kecil dan menengah yang tidak menyerap banyak tenaga kerja [5].

Produk Sedwan_Yukna adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner makanan olahan dan berlokasi di Jalan Imogiri Barat KM 4, Glagah Lor, Tamanan, Bantul, Yogyakarta. Berdiri sejak tahun 2018, Sedwan Yukna merupakan usaha pembuatan dan penjualan produk makanan olahan frozen yakni Tekwan dan Pempek. Tekwan dan Pempek sendiri merupakan makanan khas yang berasal dari Kota Palembang dan cukup banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Produk olahan ini dipasarkan secara offline di wilayah Yogyakarta dan kota-kota disekitarnya masih secara tradisional. Sedangkan penjualan online masih sangat minim dilakukan dan belum intensif. Peralatan produksi yang dimiliki juga belum lengkap dan mencukupi untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan masyarakat yang semakin banyak. Selain itu manajemen usaha khususnya manajemen keuangan masih dilakukan secara sederhana dan manual.

Seperti diketahui bahwa mitra usaha yaitu Sedwan_Yukna juga tidak luput dari imbas pandemic Covid-19. Menurut pemilik, akibat adanya Covid-19 penjualan produknya mengalami penurunan yang sangat signifikan. Jika sebelumnya penghasilan yang diperoleh dalam 1 bulan berkisar antara Rp 1.800.000 s/d Rp 2.000.000, setelah pandemi hanya mencapai kisaran Rp 800.000 s/d Rp1.500.000. Bahkan pemilik sempat menghentikan proses produksi karena tidak mampu membeli bahan baku.

Berdasarkan analisis dan kondisi diatas, sebagai upaya pengabdian terhadap masyarakat, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pendampingan dan edukasi pengembangan usaha, yakni melalui perbaikan proses produksi, *packaging*, manajemen dan *marketing*. Sehingga pemilik usaha dapat memperbaiki kinerja usahanya melalui

penambahan kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk serta melebarkan *marketing channel* yang dimiliki, yang diharapkan dapat membantu meningkatkan omset dan pendapatannya di masa yang akan datang.

Dalam penulisan ini, kinerja merujuk pada pengertian hasil yang diperoleh UMKM. Kinerja merupakan catatan hasil yang diproduksi (dihasilkan) atas fungsi pekerjaan tertentu atau aktivitas-aktivitas selama periode tertentu. Dari defenisi tersebut, pengertian kinerja juga terkait dengan produktivitas dan efektivitas. Produktivitas merupakan hubungan antara jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dengan jumlah tenaga kerja, modal dan sumber daya yang digunakan dalam produksi itu [6]. Dalam buku *The Basic of Performance Measurement*, merekomendasikan pengukuran kinerja dengan 6 (enam) aspek, yaitu:

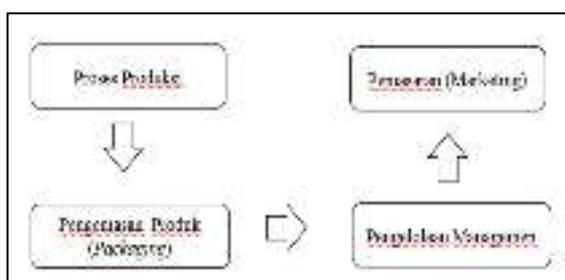
- a) Produktivitas terkait dengan kemampuan dalam menghasilkan produk barang dan jasa.
- b) Kualitas dalam memproduksi barang dan jasa yang dihasilkan memenuhi standar kualitas.
- c) Ketepatan waktu (efektivitas) yaitu waktu yang diperlukan dalam menghasilkan produk barang dan jasa tersebut.
- d) Putaran waktu / distribusi merupakan waktu yang dibutuhkan dalam setiap proses distribusi.
- e) Penggunaan sumber daya yaitu sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk barang dan jasa tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam upaya mencapai tujuan dari pengabdian masyarakat ini, pengabdian dilakukan melalui identifikasi dan observasi masalah dengan cara melakukan interview dan kunjungan langsung ke tempat usaha yang beralamatkan di Jalan Imogiri Barat KM 4,

Glagah Lor, Tamanan, Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ada pun program yang dilakukan adalah dengan edukasi dan pendampingan pembuatan Tekwan dan Pempek.

Hasil dari identifikasi masalah bisa disimpulkan kedalam 4 poin penting yaitu terkait dengan masalah proses produksi, pengemasan (*packaging*), manajemen dan pemasaran produk. Seperti yang di ilustrasikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Proses Pendampingan dan Edukasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pendampingan dan edukasi yang diberikan kepada pemilik usaha adalah sebagai berikut:

3.1. Proses Produksi

Pada proses produksi ini diberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana membuat dan memproses produk olahan tekwan dan pempek dengan cara pengolahan yang benar dan menggunakan bahan baku yang berkualitas serta terjamin kebersihannya.



Gambar 2. Bahan Baku Dan Pengolahan Produk

3.2. Pengemasan Produk (*Packaging*)

Jika sebelumnya produk hanya dikemas dengan plastik bening biasa, maka dalam pendampingan ini diberikan edukasi dan solusi mempergunakan kemasan yang lebih menarik. Yaitu menggunakan kemasan *standing pouch* dan kemasan mika. Kemudian juga melampirkan nama produk dan *ingredient* yang jelas agar konsumen merasa yakin dengan kualitas dan bahan baku yang dipergunakan. Dengan *packaging* yang lebih modern, diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen.



Gambar 3. Hasil *Packaging* Produk Baru Yang Lebih Modern

3.3. Pengelolaan Manajemen

Pemilik usaha mengalami kesulitan dalam melakukan manajemen terutama dalam pengelolaan manajemen yang dilakukan masih menggunakan catatan buku dan manual serta belum menggunakan fasilitas komputerisasi secara praktis. Dalam pengabdian ini diberikan pelatihan bagaimana mempergunakan software sederhana yang mampu membantu pencatatan sistem keuangan secara efisien misalnya penggunaan buku besar dan buku kecil serta pengelolaan *cash flow*.



Gambar 4. Edukasi Pengelolaan Manajemen Yang Lebih Baik

3.4. Pemasaran Produk (Marketing Offline dan Online)

Banyaknya permasalahan yang timbul akibat adanya Pandemi Covid-19 termasuk dalam proses pemasaran produk, oleh karena itu pemilihan tips & trik merupakan hal yang penting dilakukan untuk bisa memenangkan persaingan dalam kondisi di tengah pandemic dengan segala keterbatasannya. Dimasa pandemi, proses jual beli banyak dilakukan dengan metode *online*, pada *platform marketplace* atau media digital Sehingga bisa menjangkau seluruh wilayah di Indonesia. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial, *marketplace*, ataupun media digital harus menggunakan strategi yang tepat agar mampu menarik perhatian pelanggan sehingga akan meningkatkan pembelian [7]. Permintaan produk tekwan dan pempek ini cukup tinggi

namun karena system pemasaran yang dilakukan secara offline dan online belum efisien sehingga pemanfaatan semua *marketing channel* harus di maksimalkan. Selain menggunakan *platform* media social sebagai alat pemasaran yaitu melalui penggunaan Facebook ads, Instagram juga melalui jasa layanan makanan online seperti Go-food atau Shopee Food. Selain itu juga membuat foto produk yang lebih menarik, menyebarkan leaflet atau brosur serta banner yang di pajang di depan tempat usaha.



Gambar 5. Contoh Iklan Melalui Platform Instagram

Selain itu juga terdapat beberapa hal penting yang perlu ditingkatkan oleh pemilik usaha dimana produk Sedwan_Yukna memiliki dua keunggulan yang akan menjadi pembeda dengan produk yang sudah ada di pasar yaitu:

- 1.) Belum adanya pesaing yang menjual produk sejenis di wilayah tersebut hal ini tentu akan lebih memudahkan pemilik usaha untuk mengembangkan pangsa pasar.
- 2.) Bahan tambahan yaitu saos Tek wan dan Pempek bersumber dan dikirim langsung dari Palembang. Hal ini menjadikan produk ini tetap dapat mempertahankan keaslian dan rasa yang otentik.

Hasil edukasi dan pendampingan yang dilakukan oleh pengabdian ini, dapat meningkatkan produktifitas dari kegiatan usaha dengan yang sebelumnya hanya mampu memproduksi 4 (empat) hingga 5 (lima) kali

dalam sebulan, kini dapat berproduksi 8 (delapan) kali dalam sebulan.

Tentu saja, meningkatnya produksi juga akan meningkatkan kinerja usaha dari Sedya_Yukna. Oleh karena itu dibutuhkan ketepatan waktu dalam proses produksi, upaya untuk memenuhi kebutuhan ini dapat dimini malisir dengan menambah jumlah tenaga kerja untuk membantu proses produksi..

Bertambahnya jumlah produksi dan sumber daya yang dibutuhkan, maka bertam bah pula jumlah modal atau biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi, yang sebe lumnya membutuhkan modal dalam sekali produksi hanya 450.000,00. Kini bisa mencapai 800.000,00 sampai dengan 900.000,00.

Dari penjelasan diatas, peningkatan jumlah produksi yang dilakukan oleh Sedwan_Yukna, tentu saja berdampak pada penambahan jumlah sumber daya yang berasal dari masyarakat sekitar. Hal ini juga akan mampu menambah jumlah pendapatan masyarakat yang dipekerjakan. Artinya usaha ini mampu bangkit kembali dan berhasil jika dikelola secara baik.

4. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Melalui edukasi dan pendampingan berkelanjutan yang dilakukan oleh pengabdi, dengan ikut terlibat langsung dalam proses produksi pembuatan Tekwan dan Pempek mampu memberikan dampak signifikan terha dap produktivas dan meningkatkan kinerja dari usaha kuliner Sedwan Yukna. Kegiatan edukasi dan pendampingan ini juga disambut positif oleh pemilik usaha dan masyarakat sekitar karena dengan naiknya omset prod uksi menyebabkan kebutuhan tenaga kerja juga bertambah. Hal ini memberikan kesemp atan dan peluang kerja bagi masyarakat di

sekitar tempat usaha dan membantu meng gerakan kembali roda perekonomian yang mati suri karena dampak pandemi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksana kan dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan berguna bagi pengem bangan kegiatan usaha mitra yaitu Sedwan Yukna. Mitra mendapatkan pengetahuan baru tentang bagaimana mengelola usaha kuliner yang dijalannya dan juga tentang pengelolaan manajemen keuangan dan pemasaran dengan lebih baik. Mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi dan penghasilannya serta memberi kan peluang kerja baru bagi masyarakat di sekitarnya.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepa da Ibu Cena Meydia selaku pemilik usaha (UMKM) Sedwan Yukna dan kelompok KKN R-9 Universitas Janabadra untuk kontribusinya dalam penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. Hasanah, E and D. Wahyudi, "Perilaku Konsumen Pengguna Marketplace Dalam Collaborative Consumption," *Pros. Semin. Nas.*, 2021.
- [2] Badan Pusat Statistik, "Profil Industri Mikro Kecil 2020," Jakarta, 2020.
- [3] D. Wahyudi, "Model Pembelajaran Dalam Pelatihan Kewirausahaan Bagi Anak Putus Sekolah," 2013.
- [4] R. F. Wilantara and H. Susilawati, M, *Strategi dan kebijakan pengembangan UMKM: (upaya meningkatkan daya saing UMKM nasional di era MEA).*

- Refika Aditama, 2016.
- [5] M. Lazuardi, *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional*. PT. Republik Solusi.
- [6] J. L. Harbour, *The Basics of Performance Measurement*, 2nd ed. Productivity Press, 2009.
- [7] L. Tria, H. Hutami, and A. D. Cahya, “Pelatihan Bisnis Donat Serta Paparan Strategi Pemasaran Digital Dan Pengembangan Wirausaha Pada Masa Pandemi Di Dusun Sendangmulyo,” *J. BUDIMAS*, vol. 04, no. 01, pp. 1–6, 2022.