Pendampingan Usaha Rumahan Mie Pentil Dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Usaha

Rita Kusumawati*, Taufik Akbar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah *Yogyakarta,*
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
Email:kusumawatirita@umy.ac.id
DOI: 10.18196/ppm.44.781

Abstrak

Usaha pembuatan mie penthil milik Bu Temu Rahayu yang menjadi mitra pada program ini berproduksi di Dusun Nangsri, Srihardono, Pundong, Bantul. Dalam menjalankan usahanya, mitra menghadapi beberapa permasalahan diantaranya permasalahan pada aspek produksi yaitu alat produksi yang dimiliki mitra sudah tidak layak; sedangkan pada aspek pemasaran pasar yang terbatas, kadangkala produk tidak habis terjual, belum memiliki pemahaman akan pentingnya promosi, dan belum memiliki media promosi; permasalahan keuangan mitra belum memiliki pemahaman akan pengelolaan administrasi keuangan usaha dan belum memiliki catatan keuangan usaha. Tujuan program ini adalah membantu usaha mitra agar berkembang baik dan mengalami peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran. Selain itu, program ini diharapkan kedepannya mampu memberikan multiplier efek bagi usaha yang sejenis atau usaha yang terkait serta bagi masyarakat sekitar. Program kegiatan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan antara lain: pengadaan alat produksi, diversifikasi produk, pelatihan dan pendampingan manajemen usaha, pembuatan media promosi, pelatihan dan pendampingan promosi usaha, pelatihan dan pendampingan administrasi keuangan. Metode pelaksanaan kegiatan adalah: FGD, ceramah. demonstrasi, pelatihan dan pendampingan serta pengadaan alat. Hasil program ini adalah mitra memiliki peralatan produksi tambahan berupa mesin pres mie, memiliki pemahaman akan manajemen usaha dan pemasaran, memiliki media promosi, memiliki pemahaman pengelolaan administrasi keuangan usaha, serta memiliki catatan administrasi keuangan usaha.

Kata Kunci: mie penthil, pundong, usaha mikro,

Pendahuluan

Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar juga dikenal sebagai daerah tujuan wisata. Selain karena banyaknya tempat yang menarik dan indah, wisatawan yang berkunjung juga karena kuliner yang beraneka ragam dan menggugah selera banyak ditemui di Yogyakarta. Kuliner tadisional merupakan salah satu potensi warisan leluhur yang turut menopang keistimewaan yogyakarta selain bidang lainnya, seperti kesenian dan budaya. Jumlah makanan tradisinal mungkin tidak terhitung jumlahnya karena setiap daerah di Jogja mempunyai keunikan kuliner masing-masing. Salah satu kuliner tradisonal Yogya adalah mie penthil (Tuguwisata.com).

Mie Penthil ini merupakan makanan khas dari Pundong Bantul. Sebutan mie pentil diberikan karena tekstur mie yang kenyal dan bentuknya panjang, lebih besar dibandingkan mie biasa, mulur seperti pentil atau karet sepeda. Mie penthil memiliki rasa gurih juga sedikit kenyal, biasanya berwarna kuning atau putih (KRJogya.com).

Usaha pembuatan mie penthil ini bisa kita temui di daerah Pundong Bantul. Salah satunya adalah usaha milik ibu Temu Rahayu yang berproduksi di Dusun Nangsri, Kelurahan Srihardono, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Mitra memulai usaha pembuatan mie penthil sejak tahun 1998, dengan modal awal Rp. 1.000.000,-. Usaha pembuatan mie milik mitra termasuk usaha rumahan skala mikro dengan kapasitas produksi perhari 30 kg mie dengan pendapatan rata rata perhari sebesar Rp. 400.000,- atau pendapatan perbulannya rata-rata Rp. 12.000.000,- Dalam proses pembuatan mie, mitra menggunakan peralatan sederhana dan sudah cukup lama sehingga seringkali rusak dan menghambat proses produksi.

Gambar 1. Proses Pembuatan Mie

Produk mie penthil yang dihasilkan mitra selama ini hanya dijual di pasar Bantul atau bisa dikatakan pasarnya terbatas. Pada musim penghujan, kadangkala produk mie yang dihasilkan pasar tidak habis terjual. Tentu saja hal ini dapat membuat usaha mitra mengalami kerugian. Mitra belum memanfaatkan media promosi secara optimal. Hal ini karena msih kurangnya pemahaman-pemahaman terkait pentingnya melakukan promosi usaha. Promosi atau yang diistilahkan sebagai komunikasi pemasaran menurut Kotler&Keller (2016) sarana yang digunakan perusahaan yang berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Promosi menurut Ebbert & Griffin (2014) merupakan teknik mengkomunikasikan informasi mengenai produk dan menjadi bagian dari bauran komunikasi, yaitu pesan keseluruhan yang dikirimkan perusahaan kepada pelanggan. UMKM perlu melakukan promosi untuk mengkomunikasikan produk yang dihasilkan dan harapannya penjualan meningkat.

Gambar 2. Tempat usaha sekaligus rumah tinggal dan Ruang untuk proses produksi mie penthil

Permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah masih terbatasnya kemampuan mitra dalam pengelolaan keuangan usaha. Selama ini mitra masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Salah satu kunci sukses usaha adalah terletak pada pengeloaan

(manajemen) keuangan usaha. Wardi, Gusmarila, & Liviawati (2020) menyatakan pengelolaan keuangan bagi UMKM penting dilakukan agar UMKM tersebut mampu menunjukkan kinerjanya dalam mengelola bisnis secara transparan dan akurat dan untuk keberlanjutan usaha ke depannya. Sandy (2017) menyatakan pentingnya pencatatan keuangan usaha diantaranya adalah: memudahkan pemilik untuk mengurai masalah terkait usaha, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait jalannya usaha agar memudahkan pemilik dalam mengontrol jalannya usaha dan sebagai bahan untuk mengajukan tambahan modal kepada investor atau pemberi pinjaman.

Secara ringkas permasalahan yang dihadapi mitra dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Prioritas Masalah di Wilayah Mitra

Aspek	Masalah yang dihadapi mitra
Produksi/opersional	• Alat yang sudah tidak layak pakai dan terbatas
Pemasaran	• Pasar masih terbatas di wilayah Bantul. Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. Selain itu, mitra belum memiliki media promosi. Metode promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode "*words of mouth*".
Keuangan	• Mitra belum memiliki pengetahuan tentang pengelolaan usaha yang baik, sistem pencatatan keuangan masih tidak baik, mitra masih mencampurkan uang hasil usaha dengan uang pribadi.

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra, maka program KKN PPM di daerah Ngentakrejo, Lendah Kulonprogo ini akan fokus pada program " Pendampingan Usaha Rumahan Mie Pentil Dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Usaha". Tujuan dari program ini adalah untuk membantu mitra dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi baik permasalahan produksi, masalah administrasi keuangan maupun pemasaran yang mengarah pada perluasan pasar. KKN-PPM merupakan suatu bentuk kombinasi pengabdian dosen dan mahasiswa bagi masyarakat dalam rangkaian aktivitas di lapangan. Sebagai media sosialisasi dan pengabdian masyarakat dalam bentuk nyata antara dosen-mahasiswa dan masyarakat yang sinergis mendorong potensi yang ada dalam masyarakat untuk lebih produktif dan bermanfaat berkelanjutan dan berkemajuan. Adanya program KKN-PPM ini diharapkan tidak hanya bersifat program kerja sementara, namun diharapkan berkelanjutan dan berkesinambungan sehingga totalitas hasil yang diharapkan dapat secara nyata dirasakan.

Solusi dari permasalahan yang dipriorotaskan untuk diatasi dalam KKN PPM disajikan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Masalah, Solusi, dan Target Luaran

No	Masalah	Solusi	Target Luaran
1.	Peralatan produksi yang dimiliki sudah tidak layak pakai dan masih terbatas	Mitra diberi bantuan hibah alat produksi	Luaran yang akan dihasilkan melalui program ini adalah: adanya tambahan alat produksi berupa alat press mie dan oven Partisipasi mitra: Menggunakan dan merawat alat produksi.
2.	Terbatasnya pasar dan mitra tidak memiliki media promosi.	Terbatasnya wilayah pemasaran dan seringnya ada produk yang tidak terjual terutama di musim hujan ini diatasi dengan beberapa solusi yaitu: ● Melakukan diversifikasi produk dengan membuat varian mie penthil yang tahan beberapa hari sehingga bisa tahan lama dan bisa dijual ke luar wilayah bantul. ● Pembuatan media promosi baik *offline* maupun *online* ● Pelatihan dan pendampingan promosi usaha	Luaran yang dihasilkan melalui program ini adalah mitra memiliki: ● Varians mie baru setengah kering. ● Media promosi ● Pemahaman akan pentingnya promosi bagi usaha
3.	Rendahnya pemahaman akan pengelolaan keuangan usaha	Meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha dengan cara: ● Pelatihan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha. ● Pendampingan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha	Cacatan administrasi keuangan usaha

Metode Pelaksanaan

a. Persiapan dan Pembekalan

Pelaksanaan kegiatan KKN-PPM ini dimulai dengan kegiatan observasi yang dilakukan pada bulan Desember 2020. Observasi dilaksanakan beberapa kali untuk menggali informasi dan permasalahan yang dihadapi mitra. Sebelum penerjunan dilakukan, tim KKN UMY memberikan

pembekalan kepada mahasiswa terkait dengan pemahaman bermasyarakat dan pengetahuan yang terkait yang dibutuhkan selama KKN. Selain itu, dosen pembimbing juga memberikan pengarahan terkait dengan program-program yang perlu dilakukan utnuk mengatasi permasalahan yang ada di lokasi KKN.

b. Pelaksanaan

Langkah langkah pelaksanaan program untuk mencapai hasil yang diharapkan disajikan dalam tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Program, Metode, dan Langkah Operasional

NO	Program	Metode	Langkah Operasional
1.	Penambahan alat produksi	Pengadaan alat produksi	Membantu mitra dalam pengadaan alat produksi
2.	Diversifikasi produk	a. Ceramah b. Demontrasi c. Pendampingan	Memberikan pelatihan pembuatan mie setengah kering sekaligus praktek pembuatan mie setengah kering.
3.	Pembuatan Media promosi	a. Diskusi b. Demonstrasi	Membuat media promosi di facebook dan instagram.
4.	Pelatihan dan Pendampingan Promosi	a. Ceramah b. Demontrasi c. Pendampingan	Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang promosi usaha dan cara promosi yang memungkinkan untuk dilakukan oleh usaha mikro dalam rangka memperluas pasar untuk produk yang dihasilkan.
5.	Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan usaha	a. Ceramah b. Demontrasi c. Pendampingan	Memberikan pemahaman dan ketrampilan pengelolaan keuangan usaha serta pencatatan administrasi keuangan usaha.

Hasil dan Pembahasan

Penambahan alat produksi

Dalam rangka mendukung mitra untuk meningkatkan kapasitas usahanya, mitra diberikan bantuan berupa hibah alat cetak mie. Peralatan cetak mie yang dimiliki mitra sebelumnya, sudah tidak bisa berfungsi maksimal sehingga berdampak pada proses produksi. Dengan adanya mesin cetak mie yang baru ini, mitra lebih efisien dalam hal waktu dalam proses produksi mie penthil.

Gambar 3. Penyerahan Hibah Alat Cetak Mie

Pembuatan *Brand* UMKM

Brand merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan bisnis. Dengan adanya *brand* yang dimiliki, maka produk yang dijual akan lebih dikenal, konsumen lebih mudah dalam pencarian produk, dan menjadi tambahan nilai tersendiri bagi pelaku UMKM jika telah memiliki satu brand tersendiri.

American Marketing Association mendefinisikan *brand* (merek) sebagai "nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing".

Pengertian lain menjelaskan bahwa *brand* adalah identifikasi produk, jasa, orang atau tempat, ditambah sedemikian rupa sehingga pembeli atau pengguna merasakan keunikan, dan nilai tambah yang berkelanjutan dan relevan sesuai dengan kebutuhan mereka. (Rahman et al., 2017).

Pada program ini, pembuatan *brand* UMKM ditujukkan untuk kedua UMKM yang dibina, yaitu mie pentil adapun fokus pembuatan *brand* pada UMKM adalah pada pembuatan nama dan logo. Dengan dilakukan diskusi dengan pemilik UMKM dalam pemilihan nama, telah ditentukan nama untuk UMKM mie pentil yaitu "Mie Pentil Temu".

Gambar 4. Brand MieTemu

Pembuatan Media Promosi Instagram dan Facebook

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting bagi sebuah usaha. Sebuah usaha yang berhasil adalah mampu merencanakan aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi. Pemasaran yang dilakukan tanpa memperlihatkan wujud dari produk berupa foto akan mengurangi intensitas kemauan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan,# karena konsumen tidak mengetahui seperti apa gambaran produk yang ditawarkan. Begitu pula dengan promosi, tanpa adanya promosi maka penjualan tidak akan diketahui secara luas oleh konsumen.

Pada program ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan dilakukannya beberapa foto produk yang dihasilkan akan memudahkan UMKM dalam mengenalkan kepada konsumen dengan apa yang ditawarkan, dengan foto produk juga akan lebih meyakinkan konsumen karena ada wujud nyata yang diperlihatkan. Pada promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang sebelumnya telah dipersiapkan seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp Business*. Jenis promosi yang dilakukan adalah melakukan ajakan kepada teman dan secara umum mengenai produk yang dijual, juga menampilkan video promosi yang dipublikasikan melalui media sosial.

Strategi promosi bertujuan dalam peningkatan volume penjualan. Kesesuaian minat konsumen dengan konten promosi yang dijalankan akan menimbulkan permintaan terhadap suatu produk. Peningkatan permintaan inilah yang akan mendorong proses produksi yang diakibatkan

adanya kenaikan penjualan. Indikator strategi promosi yang jitu dapat dilihat dari peningkatan volume penjualan setelahnya. (Khairani & Pratiwi, 2018)

Gambar 5. Proses Pembuatan Konten Foto Produk dan IG Mietemu

Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan *E-Commerce* Kepada Mitra

Program ini dilakukan dengan mengarahkan mitra UMKM mengenai penggunaan media sosial dan *E-Commerce* sebagai lapak *online* UMKM dalam menjalankan pemasaran, beberapa *platform* yang digunakan diantaranya ialah; *Facebook Marketplace*, *Instagram*, *WhatsApp Business*, dan *Shopee*. Hal-hal yang dilakukan dalam menjalankan program meliputi persiapan, dengan membuat akun untuk pemilik UMKM (*Facebook Marketplace, Instagram, WhatsApp Business,* dan *Shopee*), dilanjutkan dengan pengenalan fitur yang terdapat didalam platform agar pemilik UMKM kedepannya bisa mengelola sendiri akan media sosial dan *E-commerce* yang telah ada.

Media sosial dan *E-Commerce* yang telah dipersiapkan diawal langsung dilanjutkan dengan pengguloadan foto produk yang telah disediakan, sekaligus penentuan harga jual yang dicantumkan pada produk.

Pemasaran dengan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media internet. Pemasaran produk usaha kecil dan menengah melalui *e-commerce* dapat menguntungkan konsumen dengan memperoleh produk yang lebih murah karena melalui *e-commerce* usaha kecil dan menengah dapat memangkas saluran distribusi yang otomatis berdampak pada pengurangan harga. Selain biaya operasional yang murah, *e-commerce* sangat mungkin memberikan pendapatan yang bisa jadi sulit diperoleh melalui cara yang konvensional. Karena pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat melayani banyak pembeli dalam waktu yang bersamaan dan pembelipun tidak perlu antre menunggu untuk dilayani, mereka dapat langsung memilih produk dan menyelesaikan proses pembayaran tanpa perlu menunggu pembeli lain yang terlebih dahulu datang. (Akhmad, 2015).

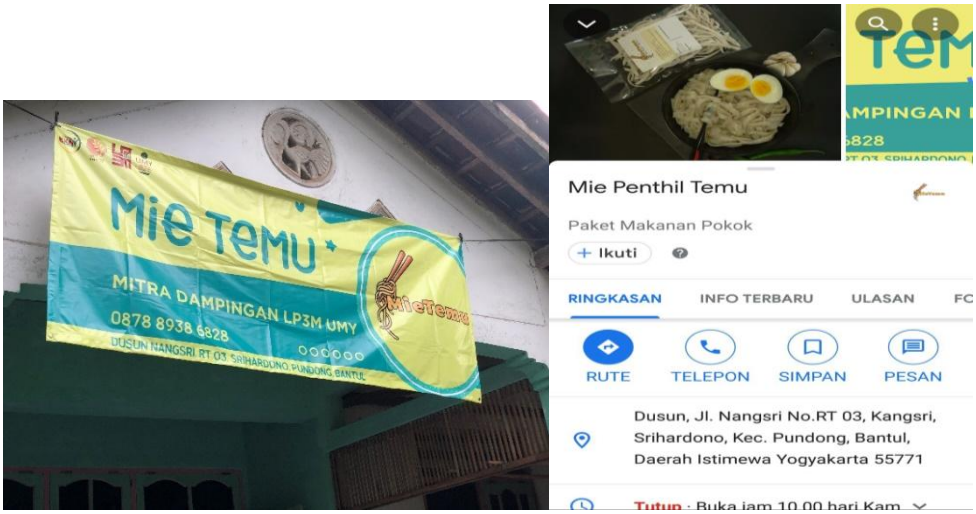
Tujuan dari diadakannya program ini adalah sebagai upaya dalam memperluas target segmentasi pasar yang diantaranya meliputi daerah sekitar tempat produksi, yaitu daerah Pundong dan Bantul, Deaerah Istimewa Yogyakarta dan tidak menutup kemungkinan seluruh Indonesia. Maka dari itu, dibuatnya media sosial dan *E-Commerce* Lapak *Online*.

Membuat Penanda Lokasi UMKM

Penanda lokasi atau penanda nama UMKM merupakan sebuah media informasi yang berisi nama UMKM. Manfaat penanda lokasi sebagai media komunikasi bisnis menjadi faktor penting kesuksesan dalam menginformasikan *brand* perusahaan. Penanda lokasi bisa berfungsi sebagai media jalan pintas untuk mengundang pengunjung untuk membeli dan memakai produk yang ditawarkan atau dijual. (Khairani & Pratiwi, 2018).

Pada program pembuatan penanda lokasi dibedakan menjadi dua, yaitu penanda lokasi secara langsung, yaitu berupa spanduk yang dipasangkan pada depan rumah tempat produksi dan penanda lokasi secara digital, yaitu melalui *google maps*. Program ini dianggap begitu penting karena setelah konsumen mengetahui adanya produk dari UMKM ini, maka langkah selanjutnya yang dilakukan konsumen jika tidak ingin membeli produk secara *online* adalah dengan mendatangi langsung ke tempat penjualan. Oleh karena itu, diadakannya program pembuatan penanda tempat pada UMKM.

Dengan fungsi yang beragam, pada penanda lokasi melalu *Google Maps* diberikan fitur lain seperti pemberian foto produk, foto lokasi, jam kerja, kontak yang dapat dihubungi dan lainnya yang dianggap sebagai penunjang dalam pemasaran produk.



Gambar 6. Alamat Usaha Mie Temu

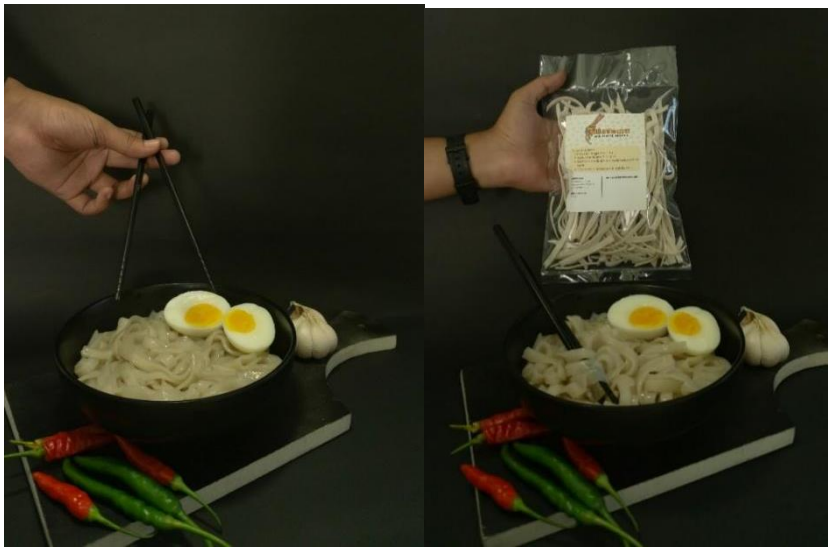
Inovasi Produk

Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru, inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. (Curatman A., Rahmadi, Maulany, S., Ikhsani, 2016) Keunikan produk sebagai hasil inovasi secara temporer akan membawa persaingan yang lebih besar (Nizam et al., 2020).

Program ini merupakan upaya dalam peningkatan kualitas produk yang telah ada sebelumnya, inovasi produk penting dilakukan pada UMKM bukan hanya memperbaiki tampilan produk, tapi juga bagian dalam dari produk itu sendiri yaitu komposisi, bentuk dan juga rasa.

Inovasi pada mie pentil dilakukan inovasi yang serupa mulai dari perbaikan kemasan sampai dengan inovasi produk. Namun pada percobaan, inovasi produk mie pentil menjadi kering lebih

sulit dan lebih membutuhkan waktu yang banyak mengingat terdapat proses pengeringan di dalamnya.



Gambar 7. Foto Produk Makanan

Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan usaha

Dalam menjalankan usahanya selama ini mitra belum melalukan pencatatan administrasi keuangan usaha dengan baik karena minimnya pengetahuan mitra terkait pengelolaan keuangan usaha. Karena itu dalam program ini, mitra diberikan pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan usaha. Pelatihan dan pendampingan ini bertujuan agar mitra dapat menyusun pencatatan keuangan secara jelas sehingga bisa mengontrol pengeluaran dan pemasukan. Materi yang diberikan ke mitra adalah pencatatan transaksi usaha yang sederhana berupa pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha..

Gambar 8. Pendampingan Pengelolaan Usaha

Simpulan

Simpulan yang dapat diambil setelah program ini berjalan adalah:

1. Terbangunnya kesadaran mitra untuk melakukan inovasi produk yang dihasilkan.
2. Terbangunnya kesadaran mitra untuk melakukan penca tatan administrasi keuangan usaha.

3. Mitra memiliki tambahan ketrampilan menggunakan media sosial utk mempromosikan produknya.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:
1. LP3M UMY yang mendanai program pengabdian ini.
2. Bu Temu Rahayu selaku mitra dalam program ini.
3. Kelompok KKN 137 UMY.
3. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan program pendampingan ini.

Daftar Pustaka

Ebbert, R. J., & Griffin, R. W. (2014). *Pengantar Bisnis.* Jakarta: Erlangga.

https://www.krjogja.com/wisata/kuliner/mie-penthil-mie-legend-dari-pundong-selain-miedes/, diakses pada tanggal 20 Januari 2021 jam 21.00.

Kotler , P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* England: Pearson Education Limited.

Sandy, W. (2017). *https://widytaurus.wordpress.com.* Retrieved from https://widytaurus.wordpress.com/2017/11/16/tata-kelola-administrasi-keuangan-sederhana-untuk-umkm-dan-kelompok-usaha-bersama/

Wardi, J., Gusmarila , e. p., & Liviawati. (2020). Pentingnya Penerapan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis vol 17 no 1*, 56-62.