

FAKTOR-FAKTOR YANG MENGHALANGI PENJUALAN REMPEYEK SKALA KECIL

Adelia Airin¹, Alycia Aditya², Audi Ramly³, Michael Marcelo⁴, Stanley Eltino .S⁵., dan Octavilla Theodora⁶ Antonius Puspos Kuntjoro^{7*}

1Program Studi Akuntansi Universitas Prasetiya Mulya; 2Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; 3Program Studi Branding, Universitas Prasetiya Mulya; 4Program Studi Ekonomi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; 5Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Prasetiya Mulya; 6Program Studi Hukum Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya

Abstract

Rempeyek is one of the complementary food from Indonesia that has unique form, different texture, and it also has many different topping to make a rempeyek. Beside rempeyek, rengginang is also our job as a Prasetiya Mulya student in Community Development subject to improve their business and our partner name is Ibu Lilis. The first problem is that Ibu Lilis didn't have a brand or logo, didn't have a good neat product, didn't have enough capital, lack of human resource, and lack of knowledge to make a financial records. The solution to increase small scale business and wider market were consignment strategy, create a new brand and logo, change the quality of the packaging to become more durable. Method that we used for this solution is SWOT. This is done by practicing directly with partners to provide knowledge about all aspects; marketing, finance, operations, and human resources to develop partner businesses to be more developed. Finally, The product that Ibu Lilis produced can grow to be better quality, have a structured financial report, and get higher profit than before.

Keywords: Distribution, Standardization, Practice

Abstrak

Rempeyek merupakan salah satu makanan pelengkap khas Indonesia yang berbentuk unik dan bertekstur renyah dengan berbagai macam topping di atasnya. Selain rempeyek, rengginang pun menjadi tugas kami sebagai mahasiswa Prasetiya Mulya dalam mata kuliah community development untuk mengembangkan bisnis mitra yang bernama Ibu Lilis. Masalah pada produk mitra tersebut yaitu produk mitra tidak memiliki brand atau logo, tidak memiliki kemasan yang rapi, tidak memiliki modal yang cukup, kurangnya sumber daya manusia, dan kurangnya pengetahuan untuk melakukan pencatatan keuangan. Solusi untuk meningkatkan penjualan produk skala kecil dan membutuhkan pemasaran yang luas yaitu dengan cara konsinyasi, pemberian brand dan mengubah kemasan yang lebih tebal untuk memperbaiki kualitas produk. Metode yang digunakan untuk solusi tersebut yaitu dengan metode SWOT. Hal ini dilakukan dengan praktik langsung kepada mitra untuk memberikan pengetahuan mengenai semua aspek; pemasaran, keuangan, operasional, dan sumber daya manusia untuk bisa mengembangkan bisnis mitra menjadi lebih maju. Pada akhirnya produk yang dihasilkan Ibu Lilis dapat berkembang dengan kualitas yang lebih baik, memiliki pencatatan keuangan yang baik, serta mendapatkan profit yang lebih tinggi daripada sebelumnya

Kata kunci : Distribusi, Standarisasi, Praktik

Pendahuluan

Awal mula kami, mahasiswa-mahasiswi angkatan 2016 Universitas Prasetiya Mulya, melakukan kunjungan ke Cianjur Jawa Barat adalah sebagai bagian dari *project* untuk mata kuliah *Community Development* (ComDev). Pada mata kuliah *Community Development* ini, kelompok diminta melakukan pengembangan pada bisnis yang dijalankan oleh mitra. Mitra yang didapatkan kelompok adalah Ibu Lilis Kecamatan pacet Kabupaten Cianjur, dengan bisnis utama yang beliau jalankan yaitu kredit barang berupa pakaian dan alat-alat rumah tangga. Bisnis sampingan yang beliau miliki yaitu bisnis Rempeyek dan rengginang, dimana kami ditugaskan untuk membantu mengembangkan bisnis sampingan tersebut.

Rempeyek atau peyek adalah sejenis makanan pelengkap dari kelompok gorengan. Secara umum, rempeyek adalah gorengan tepung terigu yang dicampur dengan air hingga membentuk adonan kental, diberi bumbu (terutama garam dan bawang putih), dan diberi bahan pengisi yang khas, biasanya biji kacang tanah atau kedelai. Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah. Ada beberapa macam variasi rengginang dengan cara pembuatan yang berbeda-beda, terutama pada bumbu yang ditambahkan, bentuk, dan juga ukurannya.

Kegiatan usaha utama yang ditekuni Ibu Lilis adalah memberikan kredit terhadap penduduk di desa sebelah. Barang-barang yang dikreditkan Ibu Lilis bermacam macam, ada baju, lemari, dan alat-alat elektronik. Disamping itu, Ibu lilis mempunyai usaha sampingan, yaitu berbagai macam kerupuk. Awal mula Ibu Lilis membuat produk makanan rengginang, kerupuk, dan rempeyek bermula dari adanya makanan-makanan yang bersisa di dalam rumah beliau. Beliau melihat kesempatan tersebut sebagai peluang bisnis yang dapat menguntungkan. Rempeyek yang dihasilkan Ibu Lilis biasanya menggunakan kacang tanah, kacang kedelai, dan udang rebon. Ibu Lilis juga biasanya menggunakan tepung yang beliau buat sendiri atau membeli tepung siap pakai di pasar. Pengembangan usaha rengginang Ibu Lilis bermula dari banyaknya permintaan dari konsumen yang menginginkan variasi rengginang Ibu Lilis sehingga beliau menambahkan variasi rengginang dan kerupuk ketan dan nasi.

Impian jangka pendek yang ingin dicapai Ibu Lilis adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari usaha sampingannya. Selama ini, Ibu Lilis tidak dapat memasarkan produk ke warung disekitarnya dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia. Selain itu, karena selama ini metode penjualan yang dilakukan Ibu Lilis hanya menitipkan pada adik ipar beliau, yang mengetahui tentang produk Ibu Lilis hanya para pembeli yang makan di warung adik iparnya tersebut. Warung adik ipar beliau pun jauh dari jalan raya, sehingga tidak ada pembeli baru yang mengetahui-nya.

Kebanyakan bisnis kecil dan rumah tangga di Indonesia menghadapi berbagai permasalahan yang serupa, sebagaimana yang juga dihadapi bisnis Ibu Lilis Kecamatan pacet Kabupaten Cianjur. Diantara permasalahan yang sering ditemukan adalah sisi permodalan yang berkaitan dengan transportasi kurang layak dan sumber daya manusia yang tepat, sehingga pengusaha tidak dapat memasarkan produk lebih jauh lagi. Segi promosi yang diterapkan pengusaha kriuk krius Teh Lilis juga sangat kurang, dengan tidak adanya merek serta kemasan yang baik. Pemasaran produk yang baik memerlukan distribusi pemasaran yang tepat agar industri rumah tangga dapat berkembang, sehingga penelitian tentang distribusi saluran pemasaran rempeyek (rengginang, rengginang) penting dilakukan.

Menurut Swastha dan Irawan terdapat berbagai macam saluran distribusi barang konsumsi, diantaranya:

(1) Produsen – Konsumen, bentuk saluran distribusi ini merupakan yang paling pendek dan sederhana karena tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung; (2) Produsen – Pengecer – Konsumen, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja; (3) Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen, saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan saluran distribusi tradisional. Di sini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja; (4) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen, di sini, produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar; (5) Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen, dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan (Bagus, 2009).

Pemasaran merupakan faktor yang sangat mempengaruhi dan menjadi dasar untuk mencapai kesuksesan bagi setiap usaha yang dilakukan baik oleh setiap organisasi atau perusahaan maupun juga setiap individu. Sehingga dapat diartikan maju mundurnya organisasi atau perusahaan sangat ditentukan kemampuannya dalam memasarkan produknya (Didik, 2008).

Penjualan rengginang produksi Ibu Lilis lebih banyak mencakup di luar daerah Cianjur dan rempeyek lebih banyak mencakupi penjualanan di daerah Cianjur, oleh karena itu kami ingin memfokuskan kepada penjualan rempeyek. Maka dari itu, kami berusaha membantu Ibu Lilis untuk mencapai cita-citanya dengan memberikan beberapa solusi *marketing* salah satunya adalah dengan membantu Ibu Lilis meluaskan pendistribusian produknya, yaitu dengan mencari warung-warung untuk konsinyasi rempeyek produksi bu Lilis. Kami juga menemukan solusi *marketing* untuk produk rengginang, agar dapat meningkatkan kesadaran merek di masyarakat Indonesia, kelompok memiliki cara dengan menggunakan *sticker* yang direkatkan kepada kedua produk tersebut agar produk yang diproduksi Ibu Lilis dapat dibedakan dari kompetitor. Untuk memenuhi kebutuhan produksi, kami juga berencana mengefisiensikan waktu produksi agar Ibu Lilis dapat memproduksi lebih banyak. Maka dari itu kami berencana membelikan alat presser agar proses *packing* dapat lebih cepat, sehingga bisa menghemat waktu.

Program *Community Development* yang dijalankan kelompok tentunya ingin memberikan solusi yang terbaik, yang sesuai dengan keadaan bisnis dan lingkungan bisnis yang dihadapi mitra. Sehingga, dari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh Ibu Lilis dalam mengembangkan bisnisnya, diharapkan kedepannya solusi tersebut bisa memberikan efek jangka panjang yang baik.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya pada pendahuluan, kami merumuskan masalah-masalah tersebut menjadi beberapa poin yang terdapat di bawah ini:

- a. Aspek pemasaran, mitra tidak memiliki *brand* maupun logo pada produk yang dimilikinya, sehingga sulit untuk memiliki identitas *brand* dan orisinalitas. Mitra juga tidak mengerti penggunaan *smartphone* yang berakibat pada sulitnya pengembangan usaha melalui *social media*. Mitra juga hanya memiliki satu warung konsinyasi sebagai media untuk menjual rempeyeknya dan tidak ada media lainnya untuk menjual rengginang dan renggining kecuali melalui *word of mouth*.
- b. Aspek operasi, kemasan yang digunakan oleh mitra untuk membungkus produk, tidak memiliki kemasan yang rapi dan kurang memenuhi standarisasi untuk dapat dijual kepada warung makan yang ada disekitarnya. Mitra juga tidak memiliki alat *press* untuk menutup rapat *packaging*, sehingga mitra masih menggunakan lilin untuk proses pengemasan yang akhirnya memperlambat proses pengemasan tersebut. Mitra juga tidak memiliki timbangan digital sehingga penimbangannya kurang tepat dan kurang menghemat waktu.
- c. Aspek sumber daya, mitra tidak memiliki sumber daya yang mencukupi mulai dari sumber daya modal, manusia, dan waktu. Sumber daya modal yang dimiliki sangat terbatas dikarenakan mitra memiliki usaha primer yaitu kredit pakaian dimana modal yang ia miliki digunakan untuk menjalankan bisnis primernya tersebut. Hal ini mengakibatkan *cash on hand* mitra sangat terbatas. Keterbatasan sumber daya modal ini berdampak pada kesulitan dalam merekrut sumber daya manusia yang berfungsi untuk meringankan pekerjaan mitra. Mitra juga tidak memiliki waktu yang banyak karena beliau juga berprofesi sebagai ibu rumah tangga sehingga harus mengurus 2 anaknya yang masih duduk di bangku SD.
- d. Aspek keuangan, mitra tidak memiliki pengetahuan mengenai pencatatan akuntansi yang kemudian mempengaruhi manajemen keuangannya. Sejauh ini, mitra hanya mengetahui bahwa ia menerima keuntungan dari penjualan produk-produknya, namun ia tidak mengerti bagaimana cara untuk mengembangkan usahanya dari uang yang diputar dalam usahanya ini.

Telaah Literatur

Untuk mendukung pengetahuan kelompok dalam menyusun Jurnal ini, kelompok menggunakan pengetahuan yang bersumber baik dari internet maupun jurnal lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang akan dijelaskan pada bagian metode serta hasil dan pembahasan. Berikut ini merupakan jurnal yang dipakai kelompok, yang dibagi berdasarkan beberapa aspek:

Merek

Merek menjadi faktor penting dalam bisnis karena merupakan bagian dari brand, yang merupakan kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk. Menurut Lamb (2001) Merek adalah suatu nama, istilah, simbol, desain atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasi produk para penjual. Dengan adanya merek, barang yang diproduksi oleh seseorang dapat dikenali oleh konsumen karena memiliki faktor pembeda dengan produk yang dibuat orang lain. Menurut Kotler (2001), Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek.

Brand

Menurut Angela Oscario (2013), Brand adalah aset yang paling berharga bagi sebuah bisnis. Nilai sebuah brand melebihi gabungan seluruh properti, dan peralatan yang dimiliki sebuah bisnis. Brand tentunya sangat berpengaruh. Karena dengan adanya brand, produk yang kita buat dapat dikenal dengan mudah oleh konsumen. Brand tentunya harus memiliki ciri tersendiri yang menggambarkan produk itu sendiri maupun gaya hidup para penggunanya. Walter Landor, pendiri Landor Associates, lebih spesifik mengatakan bahwa brand diciptakan dalam pikiran. Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Rantai Distribusi

Rantai distribusi merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para pebisnis. Menurut Kho B (2007) Rantai distribusi adalah "*serangkaian kegiatan yang meliputi Koordinasi, penjadwalan dan pengendalian terhadap pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk maupun layanan jasa kepada pelanggan*". Maka bisa dikatakan bahwa rantai distribusi merupakan keseluruhan proses dari bisnis itu sendiri. Dengan memperhatikan rantai distribusi, maka dapat meminimalisir kesalahan yang akan dihasilkan pada bisnis tersebut. Lebih lanjut lagi, dengan memperhatikan rantai distribusi yang ada, pebisnis dapat meminimalisir biaya yang terbuang (*sunk cost*) dari kesalahan yang ditimbulkan.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2007:347), Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan Fungsi – fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk merupakan bagian yang penting pada produk yang kita buat. Kualitas produk terkadang menjadi salah satu penentu apakah konsumen mau membeli barang kita atau tidak. Kualitas

produk juga menjadi salah satu pembeda yang membuat produk yang kita buat lebih unggul dibandingkan pesaing.

Konsinyasi

Menurut Utoyo Widayat, konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi. Dapat dikatakan, Konsinyasi merupakan salah satu bentuk kolaborasi antara produsen dan agen. Agen akan membantu produsen untuk menjual hasil produksinya, kemudian memberikan hasil penjualan tersebut pada produsen. Namun, terdapat harga yang harus dibayarkan ketika menitipkan produksi tersebut pada agen.

Manajemen Keuangan

Menurut EF Brigham dan JF Houston, manajemen keuangan adalah aktivitas pemilik dan manajemen untuk menghasilkan laporan keuangan yang akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja dalam suatu perusahaan sehingga manajer mampu merencanakan apa yang akan dilakukan kedepannya. Dan berfungsi sebagai bahan pengambilan keputusan bagi para investor apakah akan melakukan investasi atau tidak. Maka dari itu, keberadaan manajemen keuangan dalam berbisnis juga penting. Tentu dengan ketidakhadiran manajemen keuangan dalam bisnis, pastinya akan menyulitkan untuk keberlangsungan bisnis tersebut kedepannya.

Sumber Daya Manusia

Menurut S Samsuni dan Al-Falah, Manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan terhadap sumber daya manusia dalam organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dengan adanya sumber daya manusia, pekerjaan yang berat untuk dikerjakan seorang diri akan terasa lebih mudah. Apalagi bila bisnis tersebut memang membutuhkan sumber daya manusia yang banyak. Tentunya dibutuhkan pengaturan untuk sumber daya manusia yang ada. Menurut S Samsuni (2017), sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang ada dalam organisasi memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Berhasil atau tidaknya tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Metode

Dari perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, tentunya dibutuhkan metode yang tepat sehingga mampu menyelesaikan persoalan tersebut. Berikut ini merupakan metode yang kami pakai dalam menyelesaikan masalah tersebut:

<p style="text-align: center;">Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. First Mover advantage 2. Efisien dalam memproduksi produk (bisa memproduksi lebih cepat). 3. Tidak menggunakan bahan pengawet. 4. Higienis 5. Sudah terkenal oleh pembeli. 	<p style="text-align: center;">Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang sumber daya manusia 2. Kurangnya fasilitas produksi 3. Bergantung pada cuaca. 4. Masih menggunakan cara tradisional (produksi) 5. Kualitas tidak konsisten 6. Tidak memiliki brand identity 7. Tidak mempunyai pencatatan keuangan 8. Proses penyelesaian produksinya lama 9. Buta aksara 10. Tidak mengikuti perkembangan teknologi
<p style="text-align: center;">Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih bisa berkembang 2. Ada potensi market di luar kota 3. Mempunyai koneksi yang luas 	<p style="text-align: center;">Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dititu oleh pesaing. 2. Banyak substitusi produk yang dapat menggantikan 3. Hama (eg kucing)

Fig 1: SWOT Rempeyek Ibu Lilis

Dalam rangka menyelesaikan masalah yang ditemukan selama kegiatan PKM, kelompok mencoba melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan solusi dari masalah-masalah yang ditemukan dan sudah dijelaskan di bagian sebelumnya. Kemudian, kelompok memakai bagan SWOT untuk mengenal lebih dalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang ada pada produk rempeyek Ibu Lilis. Setelah mengetahui lebih dalam mengenai produk Ibu Lilis, kelompok mulai mencoba menyelesaikan masalah yang ada.

Masalah pertama yang ingin diselesaikan adalah mengenai tidak adanya brand untuk aspek pemasaran. Merek adalah suatu nama, istilah, simbol, desain atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasikan produk para penjual (Lamb, 2001). Sedangkan brand merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk barang dan/atau jasa tidak terlepas dari merek yang dapat diandalkan. Merek juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek (Kotler, 2001). Dari sini, kelompok mulai melakukan branding dengan membuat merek untuk produk ibu Lilis., yaitu berupa logo dan juga nama produk "Kriuk-kriuk Teh Lilis". Kami membuat nama *brand* tersebut karena produk-produk yang dihasilkan Ibu Lilis memiliki tekstur yang renyah dan gurih sehingga *brand* tersebut dapat dikenal masyarakat dengan mudah sebagai makanan dengan khas tekstur yang renyah dan gurih. Berikut adalah tampilan dari logo tersebut:



Dengan membuat merek ini, diharapkan bahwa produk yang dibuat oleh ibu Lilis memberikan suatu ciri yang khusus dan spesial dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Selain itu juga, diharapkan produk akan mempunyai daya tarik tersendiri dan berdampak pada loyalitas pelanggan. Sehingga di masa depan, hal ini akan membuka kesempatan bagi mitra untuk menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi di masa mendatang.

Masalah selanjutnya yang dicoba untuk diselesaikan adalah masalah operasional, dalam hal ini pada aspek produksi. Masalah yang ada adalah tidak konsistennya produk yang dibuat. Karena mitra tidak menggunakan standarisasi berat per bungkus, sehingga berat per bungkusnya berbeda-beda. Untuk menyelesaikan masalah ini, kelompok memberikan timbangan digital untuk mitra, dan juga menentukan berat yaitu 45g sebungkusnya, yang terdiri dari 3 keping rempeyek. Selain itu, mitra masih menggunakan lilin untuk menyegel bungkus rempeyek, renggining, dan juga rengginang. Ini memakan waktu yang cukup lama, sehingga produksi menjadi tidak efisien. Terlebih lagi sampai saat ini mitra masih mengerjakan semuanya sendiri, belum ada bantuan SDM. Untuk menyelesaikan masalah ini, kelompok membelikan *sealer* (alat *presser*) untuk Ibu Lilis. Kami memilih solusi tersebut karena makanan kemasan seharusnya memiliki standar berat yang sama sehingga tidak ada makanan dengan produk yang sama memiliki berat yang berbeda-beda, hal ini dapat dianggap sebagai *quality control* yang buruk atau tidak memiliki standar operasional yang baik. Selain itu, alat *sealer* juga membantu dalam menjaga keawetan dari produk makanan Ibu Lilis karena alat *sealer* dapat meminimalisir udara yang masuk ke dalam kemasan tersebut.



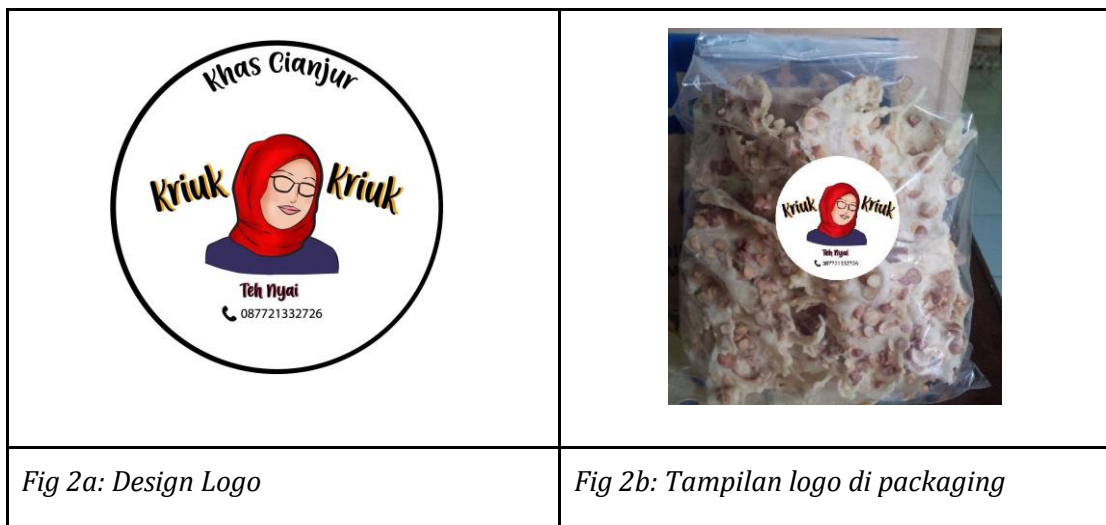
Fig 3 timbangan dan alat presser

Tidak kalah pentingnya dari proses pemasaran dan juga produksi, adalah rantai pendistribusian, yang dapat diartikan sebagai *serangkaian kegiatan yang meliputi Koordinasi, penjadwalan dan pengendalian terhadap pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk maupun layanan jasa kepada pelanggan (Kho B, 2017)*. Masalah awal yang dihadapi adalah bahwa mitra kami hanya memiliki 1 warung untuk menitipkan produknya, sehingga *demand* yang ada sangatlah terbatas. Untuk menyelesaikan masalah ini, kelompok berkeliling mencari dan mendatangi warung makan di sekitar rumah mitra untuk menitipkan rempeyek yang diproduksi mitra. Dari sekitar 30-40 warung, hanya 4 warung yang menerima produk mitra kami. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing, yang ternyata sudah lebih dulu menitipkan produknya pada warung makan di area sekitar rumah mitra. Kami memilih solusi ini karena Ibu Lilis masih memiliki sisa produksi rempeyek yang dapat dijual, sehingga pemilihan warung konsinyasi dapat membantu menjual seluruh hasil produksi Ibu Lilis.

Masalah terakhir yang coba diselesaikan oleh kelompok adalah dari sisi keuangan. Mitra tidak pernah melakukan pencatatan sebelumnya. Hal ini menjadi masalah yang semakin serius ketika diketahui bahwa mitra tidak pernah memisahkan antara uang pribadi dan juga uang untuk usahanya, atau pun untuk usahanya yang lain. Untuk menyelesaikan masalah ini, kelompok mencoba untuk mengajarkan mitra cara melakukan pencatatan di setiap transaksi. Untuk mempermudah, kami juga membuat template pembukuan. Dengan melakukan pencatatan, maka mitra bisa mengetahui keuntungan yang didapatkan dari usahanya, dan juga menghitung harga baru jika suatu saat terjadi kenaikan harga bahan baku. Kami menggunakan solusi ini karena pencatatan keuangan merupakan salah satu hal yang penting dalam berbisnis, terutama untuk menghitung *profit/loss*. Pemberian *template* juga dapat membantu karena latar belakang mitra yang tidak pernah mendapat pelajaran mengenai pencatatan keuangan sebelumnya.

Hasil dan pembahasan

Dalam hal pemasaran, kami memutuskan untuk membuat logo dari siluet Ibu Lilis sendiri, setelah melakukan *brainstorming* tentang logo yang menarik untuk dipakai pada produk-produk yang dihasilkan Ibu Lilis sehingga memberikan nilai tambah atau *brand image* pada produk tersebut. Nama *brand* yang telah kami buat bernama “Kriuk-Kriuk Teh Lilis” yang memiliki arti bahwa produk-produk yang dihasilkan Ibu Lilis bertekstur renyah dan enak. Menurut Angela Oscario (2013), Brand adalah aset yang paling berharga bagi sebuah bisnis. Bahkan nilai sebuah brand melebihi gabungan seluruh properti, dan peralatan yang dimiliki sebuah bisnis. Walter Landor, pendiri Landor Associates, lebih spesifik mengatakan bahwa brand diciptakan dalam pikiran. Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan.



Gambar di atas merupakan logo yang telah kami buat untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Ibu Lilis. Logo tersebut berguna sebagai identitas produk Ibu Lilis. Kami juga memberikan nomor telepon beliau untuk mempermudah konsumen mengetahui kontak Ibu Lilis.

Dalam hal operasional, masalah pertama yang ingin dibenahi adalah mitra tidak memiliki standarisasi untuk berat setiap produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2007:347), Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan Fungsi – fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Dari permasalahan tersebut kami membuat standar ukuran berat untuk rempeyek seberat 45 gram dan kerupuk ketan seberat 500 gram serta untuk rengginang dan renggining menggunakan takaran 50 buah setiap bungkusnya. Selain itu, kami juga telah menggunakan alat *press* plastik sebagai pengganti lilin untuk menutup segel setiap produk. Hal ini terbukti berhasil dilakukan karena produk yang dihasilkan dapat bertahan lebih lama daripada menggunakan lilin. Kami juga menggunakan plastik yang lebih tebal untuk memperbaiki kualitas setiap produk. Hal ini terbukti berhasil karena *packaging* yang dipakai telah mengurangi kecacatan produk seperti *packaging* yang rusak dan lain-lain. Proses *improvement* yang kami lakukan ini juga berhasil dalam hal kecepatan produksi karena dalam sekali produk mitra biasanya dapat memproduksi 50 bungkus rempeyek dengan cara lama. Tetapi setelah adanya alat *press* serta timbangan, mitra dapat memproduksi 75 bungkus sekali produksi.

Selain itu, rantai pendistribusian mitra masih sedikit dan hanya mengandalkan kenalan saja. Karena itu, kami mencari konsinyasi warung untuk memecahkan masalah tersebut sehingga rempeyek yang dihasilkan oleh mitra dapat tersebar dan dikenal oleh masyarakat sekitar Sukanagalih. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah konsinyasi diartikan sebagai kegiatan penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijual dengan pembayaran kemudian (jual titip). Menurut Utoyo Widayat, konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi. Kami telah mendapatkan 4 warung yang menerima konsinyasi dari produk rempeyek mitra dan dapat memaksimalkan jumlah produksi untuk dapat dijual ke pasaran. Hal ini terbukti meningkatkan pendapatan Ibu Lilis yang biasanya hanya menjual rempeyek 10 buah per hari namun saat ini dapat menjual 75 bungkus per hari.

Dalam aspek keuangan, mitra tidak melakukan pencatatan atau pembukuan dalam hasil penjualan maupun pembelian bahan baku. Pencatatan keuangan merupakan aspek yang penting dalam hal penjualan maupun pembelian. Sampai saat ini mitra tidak mengetahui pasti jumlah keuntungan maupun kerugian yang diperoleh dari hasil penjualan. Kami memberikan pengajaran kepada mitra untuk melakukan pencatatan dan pembukuan dari hasil penjualan maupun pembelian. Selain itu, kami memberikan *template* untuk mempermudah mitra memahami proses pencatatan keuangan karena terbatasnya pengetahuan mitra terhadap pencatatan keuangan. Hal ini berhasil kami lakukan setelah kami memberikan pelatihan dan memberikan buku yang telah kami isi dengan contoh pencatatan dan *template* yang telah kami sediakan. Saat ini, mitra telah mengerti bagaimana melakukan pencatatan keuangan dan sudah terampil menghitung penjualan produk maupun pembelian produk. Menurut EF Brigham dan JF Houston, manajemen keuangan adalah aktivitas pemilik dan manajemen untuk menghasilkan laporan keuangan yang akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja dalam suatu perusahaan sehingga manajer mampu merencanakan apa yang akan dilakukan kedepannya. Dan berfungsi sebagai bahan pengambilan keputusan bagi para investor apakah akan melakukan investasi atau tidak.

Dalam aspek sumber daya, mitra memiliki kesulitan dalam modal serta sumber daya manusia. Modal yang dimiliki mitra tidak cukup untuk mengembangkan usahanya lebih luas serta beliau tidak memiliki karyawan dalam membantu proses produksi karena tidak adanya modal. Menurut S Samsuni dan Al-Falah, Manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan terhadap sumber daya manusia dalam organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini kami telah mencari 1 orang karyawan untuk membantu proses produksi mitra dengan honor Rp 35.000,-. Akan tetapi, sampai saat ini, mitra belum membutuhkan karyawan karena setelah kami mengembangkan beberapa aspek pemasaran dan operasi, proses produksi mitra dapat lebih efektif dan efisien sehingga jumlah produksi mitra lebih banyak dari sebelumnya. Mitra sudah menyetujui dengan adanya tambahan karyawan, namun belum

dilaksanakan karena jumlah produksi masih mencukupi kebutuhan *demand* dari masyarakat maupun warung konsinyasi. Mitra akan mulai mempekerjakan karyawan setelah mendapat 10 warung konsinyasi. Sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang ada dalam organisasi memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Berhasil atau tidaknya tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan fungsinya. (S Samsuni, 2017)

Simpulan

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kami, mahasiswa angkatan 2016 Universitas Prasetya Mulya pada Community Development 13 februari 2019 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aspek pemasaran, menggunakan konsinyasi sebagai media pemasaran dapat meningkatkan kuantitas dan memperluas penjualan rempeyek hasil mitra.
2. Aspek operasi, mitra mempunyai standarisasi operasional yang terukur terhadap rengginang, kerupuk ketan, dan rempeyek dengan menggunakan timbangan dan alat *press* plastik.
3. Aspek sumber daya, menggunakan karyawan untuk membantu proses pengembangan bisnis mitra setelah mendapatkan 10 warung sebagai konsinyasi agar proses produksi menjadi lebih efisien.
4. Aspek keuangan, memberikan pengetahuan tentang pencatatan keuangan dengan memberi *template* penjualan dan *template* pembelian untuk mengetahui keuntungan dan kerugian yang dihasilkan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Sehingga kegiatan kegiatan Program Kreatif Mahasiswa (PKM) ini sudah bisa berjalan dengan lancar dari awal hingga selesai. Walaupun kami menyadari bahwa kami masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan pengetahuan. Sebagai rasa terima kasih dan hormat kami, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, antara lain:

1. Orang tua tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara material dan non material.
2. Ibu Lilis yang sudah menerima kami untuk membantu selama kegiatan berlangsung.
3. Bapak Antonius Puspo, selaku pembimbing yang selalu memberi masukan dan saran untuk kelompok kami.
4. Kak Riko dan Kak Witha sebagai fasilitator yang selalu mendukung dan membantu kami selama berlangsungnya kegiatan ini.
5. Pihak-pihak lain yang belum disebutkan.

Daftar Pustaka

- Kho, Budi. "Pengertian Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan)." *Ilmu Manajemen Industri*, 17 Mar. 2018, ilmumanajemenindustri.com/pengertian-supply-chain-management-manajemen-rantai-pasokan/.
- Citra, Jeff. "5 MANFAAT BRANDING BAGI BISNIS." *Total Gifts Indonesia 5 MANFAAT BRANDING BAGI BISNIS Comments*, www.totalgiftsindonesia.com/5-manfaat-branding-bagi-bisnis/.
<https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/rempeyek>
- Jurnal : "Peningkatan Kualitas Produksi Rengginang Ketan Menggunakan Teknologi Pengereng Buatan"*
pengarang : Saptariana, Meddiati Fajri Putri , Titin Agustina, Universitas Negeri Semarang
<https://media.neliti.com/media/publications/108889-ID-identifikasi-distribusi-saluran-pemasara.pdf>
- Oky Ardiyanta (2013). *Analisis Strategi Distribusi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT.Salama Nusantara* . Tugas Akhir D3, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Agus Widyarto (2012). "Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Vol. 16 no. 2, Desember 2012.
- Sri Padmantyo dan Asep Saputra (2017). "Peran Management Rantai Pasokan Terhadap Kualitas Produk dan Efisiensi Distribusi". *Seminar Nasional dan The 4th Call for Syariah Paper*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. ISSN 2460-0784.
- Muhammad Nizar (2018). "Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tutur". *Iqtishoduna*, Universitas Yudharta Pasuruan. Vol. 7 No. 1, April 2018.

Lampiran



