

Pemberdayaan Usaha Kecil Manisan Terong Ungu di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung

¹Siti Patimah, ²Ida Hindarsah, ³Maun Jamaludin

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan
Email: ¹Siti.fatimah@unpas.ac.id, ²Ida.hindarsah@unpas.ac.id, ³maun.jamaludin@unpas.ac.id

Article Info

Submitted: 3 March 2021
Revised: 14 June 2021
Accepted: 1 September 2021
Published: 20 October 2021 20
October 2021

Keywords: Empowerment,
Small Business, Purple Eggplant

Abstract

Purple eggplant is a processed food product that is produced in Warnasari Village, Pangalengan District, Bandung Regency. This sweet is unique because it is made from purple eggplant which is usually used as a complementary vegetable to eat. However, currently purple eggplant can be used as a processed snack, especially sweets. The problems faced by partners are related to marketing, production and finance issues. In terms of marketing issues, what he does is still very limited. The production process in terms of packaging is still very simple, not considering quality. In addition, in finance, where the determination of the selling price is carried out in an estimate so that partners do not know the profits. The implementation method carried out in service activities consists of planning where in planning activities there is team coordination, timing of activities, and coordination with partners. Furthermore, for the implementation, training and mentoring are carried out and ends with an evaluation. The results to marketing is not only direct marketing but partners need to do online marketing using the simplest way by using a mobile phone as the medium. Furthermore, for production partners are given equipment to support production, and to improve product quality partners need to know the laboratory results of candied purple eggplant related to nutritional content and expiration. In addition, for products, packaging does not always use a jar but can also use a standing foam and be labeled. After that, partners are given an understanding related to finances regarding determining the cost of production to determine the selling price, so that partners know how much profit they get

Kata kunci: Pemberdayaan,
Usaha Kecil, Terong Ungu

Abstrak

Manisan terong ungu merupakan produk olahan makanan yang diproduksi di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. Manisan ini terbilang unik karena berbahan dasar terong ungu yang biasa dijadikan sebagai sayur pelengkap makan. Namun, saat ini terong ungu dapat dijadikan sebagai olahan cemilan terutama

manisan. Permasalahan yang dihadapi mitra terkait dengan masalah pemasaran, produksi, dan keuangan. Berkaitan dengan masalah pemasaran, hal yang dilakukannya masih sangat terbatas. Pada proses produksi dalam hal kemasan masih sangat sederhana tidak mempertimbangkan kualitas. Selain itu dalam keuangan, di mana penentuan harga jual dilakukan secara taksiran sehingga mitra tidak mengetahui keuntungan yang diperoleh. Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian terdiri atas perencanaan di mana dalam kegiatan perencanaan adanya koordinasi tim, penentuan waktu kegiatan, dan koordinasi dengan mitra. Selanjutnya untuk pelaksanaan dilakukan pelatihan dan pendampingan serta diakhiri dengan evaluasi. Hasil pelaksanaan berkaitan dengan pemasaran tidak hanya dengan pemasaran langsung tetapi mitra perlu melakukan pemasaran secara *online* dengan menggunakan cara yang paling sederhana dengan menggunakan *Handphone* sebagai mediana. Selanjutnya untuk produksi mitra diberikan peralatan untuk mendukung produksi, dan untuk meningkatkan kualitas produk mitra perlu mengetahui hasil laboratorium manisan terong ungu terkait dengan kandungan gizi dan kedaluwarsa. Selain itu juga untuk produk, kemasan tidak selalu menggunakan toples tetapi juga dapat menggunakan *standing fouch* dan diberi label. Setelah itu mitra diberikan pemahaman berkaitan dengan keuangan mengenai penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual, agar mitra tahu berapa keuntungan yang diperolehnya.

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Pangalengan merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pangalengan terletak di sebelah selatan Kota Bandung dan terkenal akan beberapa objek wisata, seperti Situ Cileunca, perkebunan teh, dan kolam pemandian air panas Cibolang. Pangalengan juga dikenal sebagai daerah pertanian, peternakan, dan perkebunan. Sebagai daerah yang memiliki potensi lokal dimana masyarakatnya dapat memberdayakan dirinya dengan memanfaatkan sumber-sumber yang terdapat di daerah tersebut untuk kesejahteraan. Keberhasilan pemberdayaan akan sangat ditentukan oleh tingkat partisipasi dan kemampuan masyarakat setempat termasuk kelompok tani dengan mengandalkan sumber daya lokal dan sudah dimiliki wilayah setempat (Heryadi & Rofatin, 2020). Dengan kemampuan dan kekuatan yang dimiliki masyarakat tentunya mereka akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, apalagi ditunjang dengan sumber daya alam yang melimpah menjadi suatu kekuatan untuk masyarakat dapat mengelolanya. Sumber

daya alam yang dimiliki dari hasil pertanian dapat diolah menjadi berbagai pangan yang dapat diproduksi kembali. Amir Machmud (2016: 179) menjelaskan bahwa pertanian adalah kegiatan produksi dalam bercocok tanam yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebagai daerah pertanian banyak hasil pertanian yang dihasilkan diantaranya adalah terong ungu. Terong ungu biasa diolah sebagai bahan masakan, namun terong ungu juga dapat diolah menjadi camilan. Olahan camilan ini bisa dibuat berbagai macam diantaranya adalah manisan.

Terong ungu merupakan salah satu jenis tanaman sayuran yang digemari oleh masyarakat karena selain memiliki rasa yang enak, juga banyak mengandung vitamin dan gizi seperti vitamin A, vitamin C, kalium, fosfor, zat besi, protein, lemak, dan karbohidrat. Selain itu terong juga mempunyai khasiat sebagai obat karena mengandung alkaloid solanin dan solasodin yang berfungsi sebagai bahan baku kontrasepsi oral (Haruna & Maruapey, 2015).

Salah satu manisan terong ungu yang dibuat oleh salah seorang mitra yang terletak

di Kampung Munjul Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan ini merupakan usaha kecil. (Fajar, 2015) menyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.

Usaha manisan terong ungu berdiri sejak tahun 1989, diawal usahanya mitra melakukan penjualan secara berkeliling di tempat-tempat keramaian, seperti di pasar, pusat perbelanjaan, dan menyimpan di warung-warung. Usaha manisan terong saat itu cukup banyak diminati, karena manisan terong ungu ini memang manisan yang jarang dijual selain oleh mitra. Sehingga saat itu mitra tidak memiliki pesaing. Menurut mitra usahanya mulai turun ditahun 2010an, karena mulai muncul manisan terong ungu yang lain. Sebelum adanya pesaing mitra memproduksi setiap hari, dalam satu hari memproduksi sebanyak 10 kg-15 kg. Setelah adanya pesaing mitra hanya memproduksi rata-rata 10 kg dan itupun tidak setiap hari. Produksi 10 kg dapat menghasilkan 20 bungkus dengan komposisi perbungkusnya 50 gram. Harga jual perbungkus Rp40.000 dari harga yang ditentukan tersebut diperoleh penjualan sebanyak Rp800.000. Penjualan tersebut diperoleh tidak menentu, karena produk baru habis lebih dari 1 minggu. Dalam 1 minggu mitra memperoleh pendapatan dari penjualan berkisar Rp2.400.000 s.d. Rp3.000.000. Dalam menjalankan usahanya mitra hanya dibantu oleh suami dan dua anaknya, namun usaha yang

dijalankan mitra tidak mengalami perkembangan justru malah mengalami kemunduran, hal ini disebabkan karena adanya manisan terong lain yang dijual dipasaran.

Sebuah usaha atau industri selain mampu menghasilkan produk yang berkualitas juga harus mampu bagaimana cara memasarkan produk agar para konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan (Ulfah, Mustoffa, & Wijianto, 2020). Bila sebelumnya mitra secara rutin memproduksi manisan terong, namun saat ini mitra hanya menjual jika ada pesanan. Biasanya pesanan yang paling banyak pada saat menjelang hari raya besar seperti Idulfitri dan Iduladha, selain itu juga di acara pernikahan, khitanan, acara kesenian, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Jika dilihat dari perkembangan yang dijalankan mitra, usaha yang selama ini dijalankan tidak diwariskan kepada anaknya karena memang tidak diminati, sehingga usaha yang dijalankan selama ini hanya untuk pemenuhan kebutuhan keluarga. Sehingga pengelolaan usaha yang dijalankannyapun sangat sederhana. Mitra tidak pernah menerapkan manajemen usaha dengan baik di dalam pengelolaan usaha.

Kelemahan yang dihadapi oleh pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator. Kelemahan yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain kurangnya permodalan baik jumlahnya maupun sumbernya, kurang kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran (Suci S. R., 2017). Hal ini juga terjadi pada usaha manisan terong, di mana selama menjalankan usaha mitra hanya melakukan produksi dengan peralatan yang sederhana tanpa melakukan pengembangan produksi, baik kualitas produk maupun cara penyajian serta menerapkan beberapa hal yang terkait dengan produksi. Selain itu juga mitra dalam melakukan pemasaran masih menggunakan cara-cara lama, padahal di era globalisasi saat ini pemasaran yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh mitra dengan menggunakan media sosial. Tetapi mitra memang tidak memahami dengan cara sederhana dalam bentuk media sosial. Selain itu juga di dalam penentuan harga jual mitra tidak pernah memperhitungkan keuntungan yang



Gambar 1. Manisan Terong Ungu

diperoleh, karena wilayah tempat mitra menjual pendapatannya rendah. Sehingga kalau dijual dengan menentukan harga pokok penjualan sebagai perbandingannya, maka produknya tidak akan laku. Untuk itu mitra menjual hanya dengan keuntungan sedikit, yang jika dihitung sebenarnya balik pokok. Untuk mitra yang penting produknya terjual.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada pemilik usaha manisan terong ungu ini untuk melakukan pemberdayaan agar usaha yang dijalankan yang sudah cukup lama ini bisa diteruskan oleh ahli warisnya atau anaknya. Adapun maksud dan tujuan pemberdayaan usaha kecil manisan terong ini adalah a) untuk memberikan pemahaman kepada usaha manisan terong ungu cara produksi, b) untuk memberikan pemahaman kepada usaha manisan terong ungu cara pemasaran, dan c) untuk memberikan pemahaman kepada terong ungu cara menentukan harga pokok produksi. Manfaatnya dengan memahami apa yang akan disampaikan kepada mitra diusahakan mitra dapat menjalankan usahanya lebih baik sehingga usaha manisan terong ungu ini dapat memberikan kemanfaatan kepada mitra untuk peningkatan kesejahteraan keluarga.

2. METODE

Metode Pelaksanaan

1. Perencanaan

Berdasarkan analisis situasi, maka pelaksana menentukan perencanaan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan produksi, pemasaran, dan keuangan. Adapun tahapan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Pada tahap awal dilakukan koordinasi tim yang terdiri dari 3 orang dosen dan 1 orang mahasiswa, koordinasi dilaksanakan sebanyak 3 kali pada saat sebelum kegiatan dilaksanakan, akan dilaksanakan kegiatan, dan sesudah kegiatan dilaksanakan.
- b. Pada tahap koordinasi awal mendiskusikan kegiatan yang akan dilaksanakan. Mulai dari pembagian tugas tim, diantaranya pemberian materi, pemberian peralatan produksi, koordinasi dengan pihak desa dan mitra, penentuan waktu pelaksanaan baik pelatihan, dan pendampingan.
- c. Pada saat akan melaksanakan kegiatan tim koordinasi dengan mitra dan



Gambar 2. Metode pelaksanaan

pihak desa sekaligus juga observasi untuk menentukan tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan. Kemudian tim juga menginformasikan kepada mitra dan pihak desa kegiatan yang akan diberikan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan serta pemberian peralatan produksi. Selain itu juga mitra diminta untuk memberikan produk yang akan di uji ke laboratorium berkaitan dengan kandungan gizi dan kedaluwarsa.

2. Pelaksanaan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan edukasi bagi pelaku UMKM sebagai produsen (Kartina, Nurjannah, & Nurmasiha, 2020). Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa metode diantaranya pelatihan dan pendampingan.

- a. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 3 Januari 2020, bertempat di aula desa di mana kegiatan ini juga dilaksanakan bersamaan dengan tim lainnya yang saat itu juga melakukan kegiatan. Adapun materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan mengenai *marketing on line*, produksi materi yang disampaikan berkaitan dengan pengolahan produk, kemasan, dan label selanjutnya keuangan materi yang disampaikan mengenai penentuan harga pokok produksi, di mana akan diberikan penjelasan berkaitan dengan biaya-biaya yang harus dikumpulkan pada saat proses produksi
- b. Pendampingan dilaksanakan setelah kegiatan pelatihan, adapun kegiatan dilaksanakan pada tanggal 27 Maret 2020. Sebelum melakukan kegiatan pendampingan yang berkaitan dengan pemasaran, produksi, dan keuangan. Terlebih dahulu tim akan menyerahkan alat-alat produksi untuk menunjang kegiatan produksi mitra. Dilanjutkan dengan pendampingan produksi berkaitan dengan kemasan dan label. Setelah itu memberikan informasi kepada mitra hasil laboratorium mengenai

kandungan gizi dan kedaluwarsa. Setelah selesai pendampingan produksi dilanjutkan dengan pendampingan mengaplikasikan pemasaran menggunakan *Handphone* serta bagaimana mitra mampu untuk menentukan harga jual serta berapa keuntungan yang diperoleh.

3. Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana pasca program pelatihan dan pendampingan berkaitan dengan pemasaran, produksi, dan keuangan di usaha manisan terong. Evaluasi dan *monitoring* ini dilaksanakan untuk melihat hasil dari pelaksanaan kegiatan sampai seberapa jauh mitra memahami dan perbedaannya sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Hasil kegiatan ini juga akan menjadi rujukan bagi pihak-pihak terkait untuk terus dapat memberikan kemanfaatan baik bagi mitra maupun pihak tertentu seperti pemerintah setempat maupun pemerintah Kabupaten Bandung khususnya (Patimah, Kania, Adnani, & Jamaludin, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Manisan terong ungu merupakan produk unik yang tidak ada atau bahkan jarang diproduksi oleh masyarakat disekitarnya Desa Warnasari. Manisan terong ini hanya diproduksi oleh mitra saja yang sudah berjalan cukup lama. Namun, usaha ini tidak berkembang karena pengelola usaha yang dilakukan oleh mitra sangat sederhana. Diharapkan anak-anak mitra mau meneruskan usaha yang selama ini dijalankannya. Berkaitan dengan hal tersebut tim berupaya untuk dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dan anak-anaknya agar usaha yang dijalankannya dapat berkembang. Adapun pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan berkaitan dengan pemasaran, produksi dan keuangan (Harga Pokok Produksi).

Pemasaran yang selama ini dilakukan hanya berkisar di wilayah sekitar, selain itu juga penjualan dilakukan jika ada pesanan. Mitra sulit

untuk melakukan pemasaran karena memang produknya hanya dikenal oleh orang-orang sekitar saja. Upaya pernah dilakukan dengan memasarkan produk di pasar, namun untuk saat ini kurang diminati. Sehingga pemasaran hanya di rumah saja, dan produksi dilakukan kalau ada pesanan saja. Di dalam kegiatan produksi yang dilakukannya sangat sederhana sekali, bahkan untuk kemasan hanya dilakukan apa adanya, tanpa menggunakan hal-hal yang bisa membuat pembeli tertarik. Selama inipun, mitra tidak pernah tau berapa keuntungan yang diperolehnya, karena memang hanya untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Selain itu juga untuk penentuan harga jual dilakukan berdasarkan perkiraan saja. Berdasarkan hal tersebut, maka tim berkoordinasi untuk bisa memberikan pelatihan atau lebih jelasnya memberikan arahan kepada mitra di dalam melakukan kegiatan usahanya agar bisa lebih berkembang. Produk makanan yang dibuat mitra ini dikemas sangat sederhana, hanya menggunakan tempat biasa untuk produknya yaitu dengan menggunakan toples biasa yang dikelilinginya digunakan perekat lakban dan tanpa label. Mitrapun tidak tahu bahwa produk yang dihasilkannya ini tahan untuk berapa lama. Mitra hanya menyampaikan berdasarkan perkiraan saja, menurutnya kalau tidak dimasukkan ke lemari pendingin hanya bertahan sampai 3 bulan, tetapi kalau dimasukkan ke lemari pendingin bisa lebih dari 6 bulan. Selain itu juga kandungan produk yang dihasilkan mitra tidak paham, apakah produk merupakan makanan sehat atau malah sebaliknya.

Pembahasan

Kegiatan pemberdayaan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan dan pendampingan, untuk lebih jelasnya tahapannya sebagai berikut:

A. Pelatihan

1) Pelatihan Pemasaran

Pelatihan pemasaran yang disampaikan kepada mitra berkaitan dengan pemasaran. Disampaikan bagaimana cara-cara pemasaran sederhana tetapi dengan menggunakan media, di mana dengan menggunakan media ini pemasaran menjadi semakin luas. Sosial media merupakan konten

yang berisi informasi yang sangat mudah diakses oleh berbagai pihak. Saat ini, praktik pemasaran melalui sosial media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan *brand* suatu perusahaan (Rubiyanti, Tovani, & Wibowo, 2020). Hal ini disesuaikan dengan pemahaman mitra. di mana kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh mitra selama ini hanya dari mulut ke mulut. Maka tim pun hanya memberikan pemahaman kepada mitra untuk memperluas pemasaran dengan menggunakan media yang bisa menggunakan WA. Hal ini disampaikan karena mitra dengan keadaan yang sangat sederhana sekali yang memang tidak memahami teknologi. Maka sangat tidak memungkinkan dengan menggunakan *digital marketing*.

2) Pelatihan Produksi

Untuk pelatihan produksi, mitra diminta untuk menjelaskan terlebih dahulu cara pembuatan manisan terong ungu. Mitra dengan semangatnya menjelaskan cara produksi mulai dari persediaan bahan baku, bahan penolong sampai alat-alat bantu yang dibutuhkan untuk produksi. Terong ungu yang dijadikan sebagai bahan baku utama menurutnya harus dengan kualitas yang bagus, hal ini dilakukan agar pada saat produk akan dikemas mudah untuk dipotong dan disusunya. Setelah mitra menjelaskan cara-cara



Gambar 3. Kegiatan pelatihan

produksi, baru setelah itu disampaikan bahwa di dalam proses produksi ada hal-hal penting yang perlu dilakukan agar produk yang ditawarkan itu benar-benar menjadi minat konsumen. Di dalam proses produksi bukan saja hanya mengolah bahan baku menjadi barang jadi, tetapi saat proses ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu: 1. Cara produksi yang dilakukan harus sehat, 2. *Lay out* proses produksi harus diperhatikan, dan 3. Alat-alat pendukung harus bersih dan hal-hal sederhana sebagai pendukung proses produksi.

Selain itu juga, mitra diberikan penjelasan agar cara pengemasan produk bisa dibuat dengan takaran yang lebih kecil. Misalnya tidak semua produk yang dijual dengan dimasukan dalam toples, tetapi dalam kemasan kecil. Karena manisan yang dibuat oleh mitra, benar-benar manis. Dikhawatirkan konsumen tidak niat membeli dengan jumlah banyak, sementara komposisi yang dijual mitra semuanya sama. Maka disarankan agar mitra bisa membuat kemasan dan komposisi lebih sedikit misalnya 100 gram dan manisan terongnya dipotong dengan ukuran yang lebih kecil. Selain itu juga untuk lebih menarik, maka manisan mitra di sarankan untuk diberi label. Program yang bisa dilakukan untuk menata dan menyiapkan manajemen produksi dari UMKM tersebut pertama membuat merek atau label dari UMKM tersebut. Hal ini penting dilakukan agar produk yang dihasilkan tersebut dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat dan kemudian menunjang strategi pemasaran (Faidati & Khozin, 2020).

Selain kegiatan pelatihan, dalam kegiatan pemberdayaan ini juga dilakukan pendampingan.

3) Pelatihan Keuangan

Saat ini masih banyak pelaku usaha yang masih belum melakukan pencatatan transaksi keuangan. Alasan UMKM tidak melakukan pencatatan antara lain adalah proses ini dianggap sesuatu yang sulit dan tidak penting dan mereka menganggap bahwa tanpa adanya laporan keuangan pun perusahaan tetap berjalan lancar dan selalu memperoleh laba (Pristi, Wijayanti, Hidayah, & Ayutika, 2020).

Hal yang disampaikan pada mitra terkait dengan keuangan sederhana, hanya disampaikan hal yang paling mendasar saja. Di mana Mitra yang memang memiliki latar belakang pendidikan hanya SD, tidak terampil untuk membuat catatan, maka diberikan pemahaman mengenai adanya pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha yang dijalankan. Selama itu, mitra tidak pernah paham berapa keuntungan yang diperolehnya. Mitra hanya menyampaikan, tidak pernah terpikir untuk mengembangkan usaha lebih besar lagi. Untuk mitra yang penting usaha yang dijalankan bisa menyalurkan keahliannya, bisa membuat sesuatu yang beda. Uang yang selama ini diperoleh dari hasil penjualan produkpun tidak seberapa. Menurutnya untuk sekali produksi saja paling banyak sehari hanya 10 kg, dengan harga jual Rp65.000. Untuk menentukan harga pokok produksi tim memberikan gambaran kepada mitra sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1.

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi manisan terong ungu tersebut, maka dapat diperoleh harga pokok produksi terong ungu satu toples atau dengan berat sekitar 500 gram seharga Rp44.100.

Tabel 1. Penentuan Harga Pokok Produksi

Jenis biaya produksi	Banyaknya	Harga	Jumlah yang dibagi	Jumlah
Bahan baku :				
Terong	1 Kg	Rp. 10.000		Rp. 10.000
Bahan baku pembantu :				
Gula pasir	1 Kg	Rp.14.500	-	Rp. 14.500
Sitrun	1 Btl	Rp. 5.000	5.000/3= Rp. 1700	Rp. 1700
Pewarna	1 Btl	Rp.6.000	6.000/3= Rp. 2000	Rp. 2.000
Kapur	1 Bks	Rp.5.000	5.000/3= Rp. 1700	Rp. 1.700
Air		Rp.5.000	5.000/3= Rp. 1700	Rp. 1.700
Jumlah				Rp. 31.600
Biaya Tenaga Kerja :				
· Gaji	1 orang	Rp.10.000		Rp. 10.000
Jumlah				Rp. 10.000
Biaya Operasional Pabrik :				
· Biaya Air	1 Bulan	Rp.5000/bln	5.000/2 = Rp. 2500	Rp. 2.500,-

Tabel 2 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Harga	Quantiy	Total
Penjualan	65000	50	3250000
HPP	44100	50	2205000
Laba Kotor			1045000
Biaya			
B. Pemasaran			100000
B. Air			30000
			130000
			Laba Bersih
			915000

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diperoleh keuntungan bersih setelah dikurangi biaya-biaya setahun dari produksi manisan terong ungu sebesar Rp914.000 atau Rp 914.000 : 50 toples = Rp18.280/toples.

B. Pendampingan

Setelah kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 3 Januari 2020 maka pada tanggal 27 Maret 2020 tim melakukan kunjungan kembali untuk melakukan pendampingan berkaitan dengan pemasaran, produksi, dan keuangan sebagai berikut:

1) Pemasaran

Berkaitan dengan pendampingan pemasaran, mitra yang memang

sudah tua dan tidak paham cara menggunakan HP maka pendampingan dilakukan kepada anak mitra. Saat itu anak mitra diberikan penjelasan dan langsung menggunakan fitur WA untuk mempromosikan produk melalui WA. Dalam hal ini, karena HP yang digunakan terbatas, sehingga kegiatan pendampingan hanya dengan cara memotivasi agar anak mitra terus berupaya melakukan pemasaran menggunakan media.

2) Produksi

Hal yang dilakukan berkaitan dengan produksi tim menyerahkan beberapa peralatan usaha untuk menunjang usaha terutama produksi mitra dan kegiatan pendampingan.



Gambar 4 Label Manisan Terong Ungu

Sebelum kegiatan pendampingan dilaksanakan maka tim menyerahkan beberapa peralatan berupa kompor gas berserta selangnya, panci, serok, ember, dan timbangan. Selain itu juga menyerahkan plastik *standing* ukuran 100 gr sebanyak 100 lb untuk kemasan dan label sebanyak 100 lb. Selain itu juga Tim menyerahkan hasil pengujian gizi dan kedaluwarsa. Setelah serah terima barang, maka berikutnya tim melakukan kegiatan pendampingan cara pengolahan manisan terong dari proses pengapuran hingga kemasan.

Tidak ada upaya dari mitra untuk membuat kemasan yang berbeda, dalam melakukan kemasan mitra selalu menggunakan keler/toples dengan berat 500 gram. Dengan rasa yang cukup manis, ini akan membuat pembeli terkesan terlalu banyak. Sehingga mitra harus lebih kreatif untuk membuat kemasan dengan berat yang tidak terlalu besar. Misalnya mitra membuat kemasan yang lebih kecil dengan menggunakan plastik *standing pouch* ukuran 12 x 20 cm atau 24 x 22 cm dengan berat 100 gram. Untuk ukuran

manisan terong bisa disesuaikan jangan terlalu besar. Selain itu juga ditambah dengan menggunakan label, label yang diberikan tim untuk usaha mitra adalah usaha manisan Terong Ungu Bu Enok. *Branding* sebagai strategi dalam persaingan global yang menghasilkan desain, citra merek, dan kesan yang menarik minat konsumen. Mengingat saat ini konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga estetika dari produk yang akan di beli (Dewi, Anwar, Yustin, Sani, & Fauzi, 2020).

Selain proses produksi, kemasan, dan label, tim juga melakukan uji coba laboratorium. Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan Tim terhadap produk hasil olahan mitra yang di sampaikan ke Teknik Pangan Unpas yang dilakukan pada tanggal 8 Januari 2020 dan berakhir 29 Januari 2020, di mana uji yang dilakukan adalah pengujian informasi nilai gizi dan masa uji kedaluwarsa diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil pengujian dari Laboratorium Teknik Pangan Unpas, dapat dilihat bahwa manisan terong ungu yang diolah oleh mitra dengan parameter kandungan lemak, protein, karbohidrat, dan kalori. Diantara parameter tersebut kandungan parameter kalori adalah yang paling tinggi dengan hasil sebesar 197,9545. Karena manisan terong ini mengandung gula, setelah itu diikuti oleh kandungan karbohidrat, dan kandungan lainnya dengan parameter yang semakin kecil kandungannya.

Tabel 3. Hasil Pengujian

No	Parameter	Satuan	Hasil	%AKG/100g	Metode
1	Lemak	%,b/b	0,3261	0,3664	SNI 01-2891-1991
2	Protein	%,b/b	15,362	23,276	SNI 01-2891-1991
3	Karbohidrat	%,b/b	472,187	128,312	SNI 01-2891-1991
4	Kalori	Kkal/100g	1,979,545	98,977	LTP-IK-7.5-01-1.0

Sumber: Laboratorium Teknik Pangan Unpas, 2020

Tabel 4 Hasil Pengujian Kedaluwarsa

No	Parameter	Suhu	Hasil	Metode
1	Masa kedaluwarsa	25°C ± 2	126,35	LTP-IK-7.5-01-1.0

Sumber : Laboratorium Teknik Pangan Unpas, 2020

Menurut mitra, untuk manisan selain terong sebagai bahan utama yang paling penting adalah gulanya yang memang takaran setengah dari takaran bahan utamanya. Jadi kalau terongnya 1 kg maka gulanya ½ kg. Sehingga bisa terlihat dari hasil lab kandungan tertinggi memang ada pada kalorinya yaitu kandungan gula. Hal ini juga dilakukan agar manisan bisa tahan lama.

Selain itu juga, hal yang dilakukan adalah pengujian kedaluwarsa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat bahwa masa kedaluwarsa manisan terong dengan hasil 126,35. Artinya bahwa masa kedaluwarsa manisan terong hanya dalam waktu 126 hari atau 3 bulan. Sehingga dengan adanya pengujian laboratorium, mitra paham bahwa olahan manisannya memiliki kedaluwarsa yang hanya memiliki batas waktu selama 3 bulan.

3) Pendampingan Keuangan

Pendampingan berkaitan dengan keuangan, di mana pengetahuan mitra yang terbatas, mitra hanya diupayakan untuk terus bisa mengelola keuangan secara baik. Pada saat kunjungan ke 2, di mana mitra tidak pernah mengetahui sama sekali berkaitan dengan pengelolaan keuangan apalagi dengan penentuan harga pokok produksi. Setidaknya ada tambahan pengetahuan yang didapat dari kegiatan pendampingan dengan cara perhitungan produk yang dihasilkan mitra. Ternyata selama ini mitra sama sekali hanya sedikit sekali keuntungan yang diperolehnya. Karena, jumlah pesanan yang diterimanya hanya di dapat dengan jumlah yang tidak banyak.

C. Evaluasi

Selain itu juga dalam kegiatan pemberdayaan usaha kecil manisan terong ungu, diperoleh hasil kegiatan sebelum dan sesudah kegiatan pemberdayaan

Tabel 5. Sebelum dan Sesudah Kegiatan Dilaksanakan

No.	Sebelum	No.	Sesudah
Pemasaran			
1	Pemasaran dari mulut ke mulut dan berdasarkan pesanan	1	Pemasaran melalui media sosial dengan menggunakan WA
Produksi			
2	<ul style="list-style-type: none"> Kemasan (<i>Packaging</i>) menggunakan Toples plastik Produk tidak menggunakan label Kuantitas dalam toples dikira-kira Tidak diketahui kandungan gizi dan kedaluwarsa produk 	2	<ul style="list-style-type: none"> Kemasan dengan ukuran sedang menggunakan <i>standing pouch</i> Produk menggunakan label Menggunakan timbangan pemberian dari Tim Mengetahui kandungan gizi dan kedaluwarsa produk
3	<ul style="list-style-type: none"> Menentukan harga jual di kira-kira Tidak pernah mengetahui untung rugi 	3	<ul style="list-style-type: none"> Menentukan harga jual dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi Mengetahui berapa keuntungan dan kerugian yang diperoleh

dilaksanakan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

4. SIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemberdayaan dilaksanakan dalam upaya untuk memberikan pemahaman berkaitan dengan pemasaran secara *online* yang dilakukan secara sederhana dengan menggunakan *handphone* dengan fitur WA sehingga manisan terong ungu dapat dipasarkan lebih luas bukan hanya di Desa Warnasari, tetapi juga ke daerah lain. Selain itu juga memberikan pemahaman cara produksi, diantaranya kemasan dan label serta ditambah dengan uji laboratorium mengenai kandungan gizi dan kedaluwarsa. Selain itu juga untuk menunjang usahanya mitra diberikan peralatan produksi untuk olahan manisan terong ungu. Serta hal lain yang dapat memberikan peningkatan dalam usahanya mitra diberikan pemahaman mengenai penentuan harga pokok produksi agar mitra dapat mengetahui berapa keuntungan yang diperoleh dari hasil

penjualan manisan terong ungu. Serta saran yang dapat disampaikan, sebaiknya usaha manisan terong ungu yang dijalankan oleh mitra bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari tetapi juga dapat terus dikembangkan menjadi usaha yang dapat dikenal bukan saja di Desa Warnasari tetapi juga dikenal ke wilayah atau kota lain.

5. PERSANTUNAN

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dekan Fisip Unpas yang telah memfasilitasi untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan. Pusat Pengabdian dan Penelitian Fisip Unpas yang telah memberikan penugasan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian. Serta Kepala Desa Warnasari dan Pembina PKK yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian serta tak lupa juga kepada pelaku usaha manisan terong ungu yang telah memberikan kesempatan dan meluangkan waktunya untuk terselenggaranya kegiatan pengabdian.

REFERENSI

- Dewi, A. P., Anwar, T. M., Yustin, Y., Sani, A. H., & I Fauzi, M. (2020). Penguatan Pemasaran Produk UMKM Ashfa Madu Borobudur melalui Strategi *Product Branding*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 155.
- Faidati, N., & Khozin, M. (2020). Pemberdayaan Komunitas UMKM 'Usaha Mandiri Sakinah' Nogotirto, Gamping, Sleman, DIY Menuju UMKM yang Berdaya Saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia ; Berdikari*, 91.
- Fajar, M. (2015). *UMKM di Indonesia dalam Perspektif Hukum Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Haruna, B., & Maruapey, A. (2015). Petumbuhan dan Produksi Tanaman Terong (*Solanum melongena* L.) pada Berbagai Dosis Pupuk Organik Limbah Biogas Kotoran sapi. *Agroforestri*, 218.
- Heryadi, D. Y., & Rofatin, B. (2020). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Berbasis Sumber Daya Lokal untuk Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Petani. *Journal of Empowerment Community*, 168.
- Kartina, Nurjannah, & Nurmasiha. (2020). Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM dan Masyarakat Atas Produk Halal dan Aman melalui Program Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Juata Laut Tarakan Kalimantan Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 17.
- Patimah, S., Kania, T. N., Adnani, I., & Jamaludin, M. (2020). Pemberdayaan Pelaku Usaha melalui Pengelolaan Usaha Wisata di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kaibon Abhinaya*, 34-35.
- Pristi, E. D., Wijayanti, I., Hidayah, N., & Ayutika, R. D. (2020). Implementasi Pencatatan Transaksi Keuangan Berbasis *Android*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Dikemas*, 16.

- Rubiyanti¹, R., Tovani, T., & Wibowo, A. (2020). Strategi Kewirausahaan dan *Digital Marketing* Produk Teh Binahong di Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat DIKEMAS*, 79.
- Salim, G. (2010). *Panduan Bisnis Lengkap*. Jakarta: Sinergi Media.
- Suci, S. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Economos*, 52.
- Ulfah, I. F., Mustoffa, A. F., & Wijianto. (2020). Strategi Pemasaran pada UMKM Kerajinan Anyaman Plastik di Desa Karanggebang Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat DIKEMAS*, 27.