

PENDAMPINGAN DALAM PENINGKATAN PENGELOLAAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH PEYEK MAK'A ABID JAKARTA

Anisa Rahmawati¹, Indrani Dharmayanti²

^{1,2}Manajemen Logistik Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta

Email: anisarara07@gmail.com¹

Abstract. *Increasing the competitiveness of Small and Medium Industries (IKM), especially in the food and beverage sector, is important to do. The food and beverage sector is one of the leading commodities in the country that needs to improve its competitiveness and has an important role in improving the national economy. To increase the competitiveness of food products, improvements can be made to the appearance of packaging and attractive promotions. In addition, it is also necessary to have an organized workplace that can increase work productivity. Peyek Mak'a Abid is one of the food IKMs located in Jakarta which still has some problems in running its industry. These problems include unattractive trademark logos, unattractive product packaging designs, lack of product photos used for marketing, and production sites that are not well organized. This assistance activity aims to improve the management of IKM Peyek Mak'a Abid by solving the problems experienced. The implementation method starts with a baseline assessment, continues with training, consultation and coaching, and ends with an evaluation. Mentoring activities are carried out both offline and online during the August-November 2022 period. The results of the assistance are in the form of making a new brand logo, labels for packaging displays, product photos, and making price lists as marketing tools, as well as implementing 5S in production sites.*

Keywords: *Small and Medium Industries, brand logo, 5S*

Abstrak. Peningkatan daya saing pada Industri Kecil dan Menengah (IKM), khususnya pada sektor makanan dan minuman penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan sektor makanan dan minuman merupakan komoditas unggulan serta memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional. Untuk meningkatkan daya saing pada produk makanan dapat dilakukan perbaikan pada tampilan kemasan serta promosi yang menarik. Selain itu juga diperlukannya tempat kerja yang terorganisasi yang dapat meningkatkan produktivitas kerja. Peyek Mak'a Abid merupakan salah satu IKM makanan yang berlokasi di Jakarta yang masih memiliki beberapa masalah dalam menjalankan industrinya. Permasalahan tersebut diantaranya adalah logo merek dagang yang kurang menarik, desain kemasan produk yang kurang menarik, belum adanya foto produk yang digunakan untuk melakukan pemasaran, serta tempat produksi yang belum terorganisasi dengan baik. Kegiatan pendampingan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan IKM Peyek Mak'a Abid dengan menyelesaikan permasalahan yang dialami. Metode pelaksanaan dimulai dengan *baseline assessment*, dilanjutkan dengan pelatihan, konsultasi dan *coaching*, dan diakhiri dengan evaluasi. Kegiatan pendampingan dilakukan secara luring maupun daring selama periode Agustus- November 2022. Hasil pendampingan berupa pembuatan logo merek baru, label untuk tampilan kemasan, foto produk dan pembuatan *price list* sebagai sarana pemasaran, serta penerapan 5R di tempat produksi.

Kata kunci : *IKM, logo merek, 5R*

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan dan pemerataan perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan industri dapat meningkatkan nilai suatu barang serta dapat menciptakan lapangan kerja sehingga terjadi penyerapan tenaga kerja (Kina, 2010). Pembangunan industri nasional menjadi industri tangguh yang dapat bersaing secara global menjadi prioritas pemerintah sesuai amanat dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 dan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional

(RIPIN) Tahun 2015-2035. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah mempunyai beberapa program prioritas, salah satunya adalah peningkatan daya saing dan produktivitas Industri Kecil dan Menengah (IKM) (Efendi et al., 2019). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah IKM di Indonesia mencapai 4,41 juta unit usaha. Jumlah tersebut mampu menyerap sebanyak 15,64 juta tenaga kerja (Kementerian Perindustrian, 2021). Oleh karena itu diharapkan IKM dapat menjadi peran yang strategis dalam pemulihan perekonomian daerah dan nasional pasca

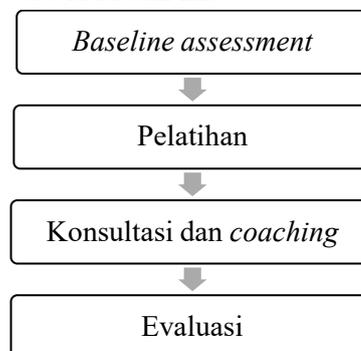
pandemi. Untuk itu diperlukan peningkatan IKM dengan meningkatkan produktivitas dan kinerjanya sehingga mampu untuk bersaing secara global. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai jual produk IKM adalah dengan tampilan kemasan produk dan merek yang menarik (Laida, 2018).

Sektor IKM makanan dan minuman merupakan salah satu komoditas unggulan dalam negeri yang dipacu pengembangannya (Kurniawan & Maemunah, 2019). IKM Peyek Mak'a Abid merupakan salah satu IKM pada sektor makanan dan minimum yang mempunyai produk berupa peyek. Peyek atau rempeyek merupakan makanan yang sudah dianggap sebagai salah satu makanan asli Indonesia. Makanan ini terbuat dari tepung terigu yang diolah dengan cara digoreng. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada IKM Peyek Mak'a Abid ditemukan beberapa permasalahan yang dikeluhkan oleh pemilik pada bidang pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan tempat produksi. Secara lebih rinci, permasalahan pada bidang pemasaran seperti logo merek dagang dan tampilan kemasan produk yang kurang menarik, serta belum adanya *price list* dan foto produk yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran secara *online*. Permasalahan tersebut terjadi dikarenakan pemilik tidak mempunyai kemampuan atau referensi yang baik terkait pengaruh tampilan kemasan produk dan merek yang menarik terhadap penjualan. Sementara itu, permasalahan pada pengelolaan keuangan belum pahamnya pemilik mengenai pemisahan uang pribadi dan uang untuk industri, sehingga sampai saat sebelum dilakukannya pendampingan uang pribadi dan uang untuk industri masih satu pintu. Selanjutnya, pada permasalahan pada pengelolaan produksi yang terjadi adalah belum terorganisasi tempat produksi dengan baik. Permasalahan yang sering terjadi adalah kurangnya bahan ketika produksi atau tidak adanya alat kerja pendukung, seperti gunting, ketika akan digunakan pada proses produksi. Hal tersebut tentunya mengakibatkan penambahan waktu produksi serta terhambatnya produktivitas kerja. Dari beberapa permasalahan tersebut, dilakukan pendampingan untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Kegiatan pendampingan ini bertujuan

untuk meningkatkan pengelolaan IKM Peyek Mak'a Abid yang berlokasi di Jakarta.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan kegiatan yang ditampilkan pada *flowchart* di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan *baseline assessment* untuk melakukan identifikasi kondisi awal pelaku IKM untuk diperbaiki dan ditingkatkan dari IKM. Kemudian IKM diberikan pelatihan dengan materi yang menambah nilai bagi IKM untuk mengelola usahanya. Adapun materi IKM terdiri dari higienitas dan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja), 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin), produktivitas, HPP (Harga Pokok Penjualan), pencatatan transaksi, pemasaran dan branding, dan cara untuk menjaga kualitas dan pelayanan. Selama pendampingan juga dilakukan konsultasi dan *coaching* baik daring maupun kunjungan langsung ke IKM. Evaluasi dilakukan pada akhir pendampingan untuk keberlanjutan program yang telah dilakukan serta rekomendasi rencana tindak lanjut.

Pendampingan dilakukan secara luring maupun daring pada IKM Peyek Mak'a Abid yang berlokasi Jl Kemang Utara VII G, Kecamatan Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan selama periode Agustus- November 2022. Peyek Mak'a Abid merupakan IKM makanan dengan produk utamanya adalah peyek didirikan pada tahun 2020. Peyek yang dijual mempunyai tiga varian utama yaitu peyek dengan *topping* udang rebon, kacang tanah, kacang dan kacang hijau. Pengelolaan Peyek Mak'a Abid dilakukan pemilik dan satu orang karyawan. Sementara itu, legalitas

usaha yang telah dimiliki Peyek Mak'a Abid adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal.

Berdasarkan hasil *baseline assessment* dan diskusi dengan IKM terdapat beberapa kondisi yang perlu mendapatkan perhatian dari Peyek Mak'a Abid

yaitu logo merek dan kemasan produk dari Peyek Mak'a Abid, foto produk dan *price list* untuk promosi, belum dipisahkannya keuangan pribadi dan industri, dan penataan tempat produksi. Rencana kegiatan yang diprogramkan dalam pendampingan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Permasalahan dan Solusi Perbaikan

Permasalahan	Solusi Perbaikan
Logo merek dan kemasan kurang menarik	Pembuatan logo merek baru dan pembuatan label untuk kemasan produk untuk IKM
Belum mempunyai konten untuk promosi digital yang menarik	Pembuatan <i>price list</i> produk IKM dan foto produk yang menarik untuk sarana promosi
Pemisahan uang pribadi dan uang untuk industri	Sosialisasi dan pendampingan terkait pemisahan uang pribadi dan uang untuk industri
Penataan tempat produksi kurang terorganisasi	Sosialisasi dan pendampingan penerapan 5R tempat produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil *baseline assessment* dan diskusi dengan pihak terkait, dilaksanakan beberapa program kegiatan sebagai berikut.

1. Pembuatan logo merek baru dan pembuatan label untuk kemasan produk untuk IKM

Salah satu bagian penting dalam strategi pemasaran dan *branding* sebuah produk adalah logo. Logo berfungsi sebagai identitas atau ciri khas suatu produk sehingga dapat menjadi pembeda dengan produk lain (Prasetyo & Putra, 2021). Dengan demikian produk dapat lebih mudah diingat.

Logo IKM Peyek Mak'a Abid sebenarnya sudah ada, namun masih kurang terlihat menarik karena didominasi warna hitam untuk produk makanan. Untuk logo yang baru dilakukan perubahan dari segi warna dan bentuk sehingga lebih terlihat menarik. Warna merah pada logo yang baru dipilih karena dapat dengan cepat menarik perhatian. Selain itu warna merah pada logo produk makanan dapat dimanfaatkan untuk membangkitkan nafsu makan (Farida et al., 2020). Pada logo baru juga ditambahkan nama produk dan tahun berdiri IKM sehingga dapat memberikan identitas pada IKM tersebut.



Gambar 2. Logo merek lama IKM



Gambar 3. Logo merek baru IKM



Gambar 4. Label untuk kemasan produk IKM

2. Pembuatan *price list* produk IKM dan foto produk yang menarik yang dapat digunakan untuk promosi secara digital.

Promosi secara *online* atau digital melalui media sosial dilakukan bentuk pemasaran yang mudah dan murah yang dapat dilakukan untuk IKM. Selain itu pasar yang dapat dijangkau dapat lebih luas (Dwi Astuti Zebua, 2020). Pihak IKM Peyek Mak'a Abid sendiri telah secara aktif melakukan promosi digital akan tetapi hanya terbatas pada status di Whatsapp. Hal ini mengakibatkan hanya sedikit orang yang mengetahui produk IKM. Instagram dan Tiktok dipilih untuk dijadikan media digital promosi instagram tambahan selain Whatsapp karena dinilai tepat untuk mempromosikan produk karena fitur-fitur pada kedua media tersebut beragam dan dapat menarik perhatian public (Pramesti et al., 2022). Untuk melakukan promosi pada media digital diperlukan konten yang menarik, sehingga pada kegiatan pendampingan masyarakat dilakukan foto produk dan pembuatan *price list* yang menarik. Foto produk dan *price list* dapat membantu IKM Peyek Mak'a Abid dalam melakukan promosi secara digital.



Gambar 5. *Price list* dan foto produk untuk sarana promosi

3. Sosialisasi dan pendampingan terkait pemisahan uang pribadi dan uang untuk usaha dilakukan supaya laporan keuangan untuk produksi dapat dengan mudah dipantau.

Apabila uang pribadi dan uang untuk industri tidak dipisahkan uang untuk industri dapat digunakan untuk keperluan pribadi juga, sehingga laporan keuangan menjadi rancu dan berantakan (Dewi & R.Pandin, 2019). Hal ini direalisasikan dengan pemisahan dompet dan pemisahan rekening untuk keuangan pribadi dan keuangan industri. Selain itu selama pendampingan pihak IKM juga membuat pembayaran melalui *barcode* yang dapat memudahkan pembayaran karena di Jakarta sendiri sudah sangat umum untuk *cashless* (pembayaran tanpa uang tunai).



Gambar 6. *Barcode* untuk pembayaran pada IKM

4. Sosialisasi dan pendampingan penerapan 5R tempat produksi. 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin) merupakan suatu metode penataan dan pemeliharaan lokasi kerja secara intensif yang bersal dari Jepang yang digunakan untuk memelihara ketertiban, efisiensi, dan kedisiplinan di lokasi kerja serta untuk meningkatkan kinerja tempat kerja secara menyeluruh. Istilah 5R diadopsi dari istilah Jepang 5Syang merupakan singkatan dari *Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu*, dan *Shitsuke* (Aini & Made Sriasih, 2021). Ringkas (*Seiri*) adalah kegiatan menyingkirkan barang-barang yang tidak diperlukan pada tempat kerja sehingga segala barang yang ada di tempat kerja hanya barang yang benar-benar dibutuhkan dalam aktivitas kerja. Rapi (*Seiton*) adalah kegiatan untuk meletakkan barang sesuai posisi yang ditetapkan sehingga siap digunakan ketika diperlukan. Resik (*Seiso*) adalah kegiatan membersihkan peralatan dan tempat kerja sehingga segala peralatan kerja tetap terjaga dalam kondisi yang baik. Rawat (*Seiketsu*) merupakan

kegiatan yang dilakukan untuk menjaga kondisi pada tahap sebelumnya. Selanjutnya, yang terakhir adalah Rajin (*Shitsuke*) yaitu menumbuhkan sikap kedisiplinan pribadi dalam menjalankan seluruh tahapan 5R. Penerapan 5R sudah seharusnya dilakukan secara bertahap dan sesuai urutan. Hal ini dikarenakan apabila pada tahap awal, yaitu Ringkas, tidak dilakukan dengan baik maka pada tahap selanjutnya tidak dapat dilakukan secara maksimal.



Tabel 2. Analisis Permasalahan dan Solusi Perbaikan

Solusi Perbaikan	Perubahan dan Perbaikan yang dicapai
Pembuatan logo merek baru dan pembuatan label untuk kemasan produk untuk IKM	Logo lebih mudah diingat oleh <i>customer</i> . Warna logo juga lebih menarik perhatian pembeli ketika pihak IKM melakukan bazar.
Pembuatan <i>price list</i> produk IKM dan foto produk yang menarik untuk sarana promosi	Adanya bahan konten untuk promosi secara digital. Kemudahan dalam menjawab <i>customer</i> terkait harga produk.
Sosialisasi dan pendampingan terkait pemisahan uang pribadi dan uang untuk industri	Adanya rekening dan dompet yang berbeda yang masing-masing digunakan untuk penyimpanan uang pribadi dan uang untuk industri.
Sosialisasi dan pendampingan penerapan 5R tempat produksi	Tempat produksi lebih terorganisasi serta efisiensi waktu dan tenaga ketika proses produksi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan IKM Peyek Mak’a Abid memberikan perhatian pada permasalahan logo merek dan kemasan produk, pemisahan keuangan pribadi dan industri, serta penerapan 5R pada tempat produksi. Pendampingan terkait masalah logo merek dan kemasan produk dilakukan dengan pembuatan logo baru yang lebih menarik perhatian. Selain itu juga dilakukan foto produk dan pembuatan *price list* yang dapat digunakan untuk memudahkan dalam melakukan pemasaran secara digital. Pendampingan terkait masalah pemisahan keuangan pribadi dan industri dilakukan dengan pemisahan dompet dan rekening. Selanjutnya, untuk pendampingan penerapan 5R di tempat produksi dimulai dengan sosialisasi dan dibuatkan poster untuk membantu IKM dalam melakukan tahapan-tahapan 5R.



Gambar 7. Pendampingan dan sosialisasi kegiatan pengabdian

Dari solusi perbaikan yang telah diberikan selama pendampingan telah terdapat beberapa perubahan pada IKM Peyek Mak’a Abid yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Rekomendasi yang dapat dilakukan untuk pelaksanaan pendampingan selanjutnya adalah dapat melakukan pendaftaran merek dagang ke HKI (Hak Kekayaan Intelektual) dan melakukan pemasaran produk melalui *market place* yang saat ini masih terkedala masalah jumlah SDM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan baik. Selain itu ucapkan terima kasih penulis tujuan kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) Politeknik APP Jakarta yang telah memberikan izin, fasilitas, pembiayaan, serta membantu terlaksananya kegiatan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada IKM Peyek

Mak'a Abid selaku mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, & Made Sriasih. (2021). Sosialisasi Pemahaman Budaya 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Dan Rajin) di Pt Narmada. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), 519–523. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i4.1252>
- Dewi, I. P., & R.Pandin, M. K. (2019). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen*, 4(2), 1–12.
- Dwi Astuti Zebua, W. (2020). *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Pendampingan IKM dalam Promosi Usaha Melalui Media Sosial*. 1–6. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Efendi, S., Guridno, E., Sugiono, E., & Sufyati. (2019). Penguatan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24036/011085220>
- Kementerian Perindustrian, R. I. (2021). *Berperan Pulihkan Ekonomi Nasional, IKM Dipacu Masuk Rantai Pasok Global*. Siaran Pers, Kementerian Perindustrian. <https://kemenperin.go.id/artikel/22765/Berperan-Pulihkan-Ekonomi-Nasional,-IKM-Dipacu-Masuk-Rantai-Pasok-Global>
- Kina. (2010). Peranan Industri Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *KINA Edisi 4*, 4(1), 1–50.
- Kurniawan, D. A., & Maemunah, H. (2019). Peningkatan Pendapatan Dan Daya Saing Produk Pada Usaha Mikro Melalui Strategi Packing, Branding Dan Online Marketing. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i1.466>
- Laida, E. (2018). GEMA Industri Keci Menengah Media Informasi & Promosi Industri Kecil Menengah. *Direktorat Jenderal Industri Kecil Dan Menengah*.
- Pramesti, D. A., Khoiriyah, L., Antono, D. T., Asmoro, D., Pratiwi, O. A., & Valdano, M. (2022). Digital marketing for optimizing the bamboo handicrafts marketing in IKM 'Mandiri Bambu Craft.' *Community Empowerment*, 7(1), 28–32. <https://doi.org/10.31603/ce.5580>
- Prasetyo, D., & Putra, R. W. (2021). Perancangan logo dari usaha makanan “gerobak cemil” sebagai brand identity. *Jurnal Pantarei*, 5(2).