

PERLUASAN PASAR MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PORTOFOLIO PRODUK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA *FROZEN FOOD*

Rini Handayani¹, Handayani Tri Wijayanti²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti
Jl. Letjen Sutoyo No.43, Cengklik, Nusukan, Surakarta
Email : rini.handayani@stie-atmabhakti.ac.id

Abstrak

Tujuan dilakukan kegiatan program kemitraan masyarakat (PKM) adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan IRT *frozen food* Vidi dan Yuna Green House yang terletak di Karanganyar dan Sukoharjo. Industri ini bergerak di pengolahan pangan *frozen food*. Kendala yang dihadapi IRT tersebut antara lain adalah kualitas produk yang kurang baik karena memiliki daya tahan simpan produk yang pendek sehingga rantai distribusipun juga menjadi pendek. Hal ini menyebabkan pangsa pasar produk menjadi terbatas hanya disekitar lokasi IRT. Adapun metode pelaksanaan kegiatan PKM adalah dengan pelatihan dan pendampingan. Dengan metode tersebut diharapkan mitra PKM dapat memperoleh pengetahuan dan mampu menyelesaikan kendala yang dihadapi. Pangsa pasar yang semakin luas dengan produk yang lebih berkualitas diharapkan dapat membantu IRT semakin tumbuh dan berkembang. Kegiatan melibatkan 6 orang dari tim pelaksana PKM STIE Atma Bhakti dan 8 orang dari kedua mitra. Bagi masyarakat luas khususnya pelanggan mitra PKM dengan adanya kegiatan ini akan memberi manfaat tersedianya produk yang aman dikonsumsi karena kualitas produk menjadi lebih baik dengan adanya kemasan yang kedap udara sehingga membatasi mikroorganisme untuk berkembang dan dapat merusak produk.

Kata Kunci : *frozen food, kualitas produk, kualitas produk*

PENDAHULUAN

Secara global, sektor industri mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu pendorong utama dalam pertumbuhan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi maupun kemakmuran masyarakat dalam suatu negara (Badenhorst-Weiss & Cilliers, 2014; Nkosi *et al.*, 2013). Namun daya saing industri tersebut menjadi semakin berat dalam era globalisasi. Hal ini menjadi tugas semua kalangan untuk mengarahkan industri tersebut sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan berdaya saing tinggi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Kraja dan Osmani, 2013).

Di Indonesia, masyarakat yang modern dengan tingkat kesibukan yang tinggi menuntut adanya kesediaan makanan yang dapat diolah dengan mudah dalam waktu singkat. Makanan beku (*frozen food*) dapat menjadi peluang bisnis bagi industri kecil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Selain itu

saat ini, makanan beku telah menjadi idola masyarakat Indonesia dengan sasaran pada anak-anak sampai orang berusia lanjut. Hal ini menambah semakin luasnya potensi bisnis *frozen food* yang dapat menjanjikan keuntungan sangat besar.

Saat ini produsen *frozen food* semakin menjamur, namun industri ini masih dikuasai oleh industri besar yang memiliki teknologi dan proses produksi yang baik. Usaha *frozen food* mulai disentuh oleh industri rumah tangga (IRT). IRT mencoba merebut pasar *frozen food* walaupun skalanya masih sangat kecil. Di wilayah Surakarta, terdapat beberapa IRT yang sudah mulai memproduksi *frozen food* namun usaha tersebut masih memiliki beberapa masalah ataupun kendala. Untuk itu maka perlu dilakukan kajian mengenai masalah dan upaya pemecahan masalah tersebut sehingga IRT *frozen food* mampu berkembang dan berperan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu alasan pemilihan IRT *frozen food* dibanding dengan usaha skala besar adalah usaha ini lebih dekat dengan konsumen sehingga kebutuhan konsumen yang spesifik lebih dapat terpenuhi misalkan produk yang tanpa pengawet ataupun tanpa penguat rasa dimana masyarakat saat ini mengutamakan kesehatan keluarganya. Hal ini tentu saja sulit dipenuhi oleh usaha skala besar yang memproduksi dalam jumlah besar dengan rantai distribusi yang panjang sehingga usaha skala besar tidak dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumennya dengan maksimal.

Analisis situasi terhadap mitra program kemitraan masyarakat (PKM) IRT Vidi dan Yuna Green House menunjukkan adanya permasalahan pada umumnya yang dihadapi oleh IRT *frozen food* yaitu keterbatasan pangsa pasar karena produk yang tidak tahan lama. Hal ini disebabkan karena keterbatasan IRT dalam melakukan pengemasan produk yang baik dan higienis. Kondisi ini menjadi kendala bagi mitra karena mitra dalam memproduksi *frozen food* yang berbahan dasar daging ayam tanpa menggunakan bahan *aditif* (penguat rasa dan pengawet) yang berisiko terhadap ketahanan produk dalam waktu yang terbatas. Produk tanpa penguat rasa dan pengawet menjadi nilai tambah bagi *image* kedua mitra dalam menjalankan bisnis *frozen food* mereka. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya untuk memperbaiki proses pengemasan produk tanpa mengurangi *image* mitra sebagai penghasil produk *frozen food* yang bebas zat *aditif* (MSG dan Pengawet).

Kegiatan PKM ini ditujukan khususnya untuk IRT *frozen food* Vidi dan Yuna Green House dengan harapan IRT tersebut bisa menjadi acuan bagi IRT *frozen food* lainnya yang memiliki permasalahan yang sama namun memiliki peluang usaha yang baik. Kemauan dan kesadaran yang tinggi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mengarahkan IRT untuk meningkatkan pengetahuan baru sehingga masalah dapat diselesaikan dan peluang pasar dapat dicapai.

Tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dengan dilakukannya kegiatan PKM ini adalah (1) meningkatnya kualitas produk melalui semakin panjangnya daya tahan produk sehingga dapat IRT

dapat memiliki rantai distribusi yang panjang dan luas (2) meningkatnya diversifikasi produk juga diharapkan mampu menambah omzet penjualan bagi mitra, (3) meningkatnya kemampuan pemasaran berbasis online sehingga produk lebih dikenal oleh masyarakat lebih luas, (4) meningkatkan kemampuan manajemen keuangan sehingga dalam menjalankan usahanya IRT menjadi lebih profesional dan dapat terukur kinerja yang dicapai.

Kegiatan PKM ini ditujukan khususnya untuk IRT *frozen food* Vidi dan Yuna Green House dengan harapan IRT tersebut bisa menjadi acuan bagi IRT *frozen food* lainnya yang memiliki permasalahan yang sama namun memiliki peluang usaha yang baik. Kemauan dan kesadaran yang tinggi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mengarahkan IRT untuk meningkatkan pengetahuan baru sehingga masalah dapat diselesaikan dan peluang pasar dapat dicapai.

METODE PELAKSANAAN

Serangkaian kegiatan PKM ini membutuhkan waktu kurang lebih 8 bulan mulai dari analisis situasi kondisi mitra, perencanaan program, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi terhadap apa yang telah dilakukan. Masing-masing tahapan kegiatan harus melibatkan tim pelaksana PKM STIE Atma Bhakti dengan mitra sampai dengan pelaporan hasil kegiatan PKM. Selama kegiatan PKM, mitra ikut berpartisipasi dalam (1) memberikan informasi mengenai data-data atau kondisi yang ada, (2) mendukung terlaksananya berbagai pelatihan dalam program PKM, (3) bersedia mempelajari berbagai pengetahuan baru yang diberikan oleh pelaksana program PKM, dan (4) bersedia melakukan koordinasi dengan tim pelaksana program PKM.

Pada analisis situasi, tim pelaksana PKM melakukan survey dan wawancara pendahuluan pada masing-masing mitra. Kegiatan ini mendapatkan tanggapan yang baik dari masing-masing mitra tersebut sehingga permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat terdeteksi oleh tim pelaksana PKM. Adapun kegiatan perencanaan program dilakukan oleh tim pelaksana

PKM STIE Atma Bhakti yang meliputi pembuatan materi pelatihan yang akan disampaikan kepada mitra, tempat dan waktu dilaksanakan pelatihan maupun pendampingan, siapa saja yang akan menjadi peserta pelatihan dan bagaimana kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan. Materi yang diberikan kepada mitra mencakup materi yang berkaitan dengan pengemasan produk, pemasaran berbasis online dan manajemen keuangan.

Kegiatan ini dilakukan di bertempat di mitra Yuna Green House yaitu di Sedahromo Lor RT 04 RW 06, Pabelan, Kartosuro, Kabupaten Sukoharjo pada tanggal 9-10 Mei 2018 dan 12 Mei 2018. Pelatihan tersebut dimulai dilakukan pada pukul 14.00 – 17.00 WIB. Dipilihnya waktu pada siang hari karena pada siang hari tersebut aktivitas produksi pada mitra pada umumnya sudah mulai berkurang sehingga kegiatan pelatihan tidak mengganggu kegiatan operasional mitra. Pelatihan diikuti oleh kedua mitra yaitu dihadiri oleh 8 orang dan 6 tim pelaksana PKM STIE Atma Bhakti. Tim pemateri pelatihan seluruhnya dari tim pelaksana PKM STIE Atma Bhakti yaitu Dr. Rini Handayani, SE.,M.Si dan Handayani Tri Wijayanti, SE.,M.Si. Selain itu terdapat 4 orang dari anggota tim pelaksana kegiatan PKM yang membantu kelancaran kegiatan pelatihan yaitu Sabar, Dhandi Hananto, Akmal Apriyanto dan Widiastuti.

Penyampaian materi pelatihan dilakukan dengan metode ceramah yaitu memaparkan ide dan pengetahuan mengenai proses pengemasan produk dengan bantuan alat *vaccum sealer*, perbaikan proses produksi dengan *food processor*, pemasaran berbasis online dan manajemen keuangan. Setelah dilakukan pemaparan materi maka dilanjutkan dengan tanya jawab dari peserta dan diselingi dengan diskusi terhadap masalah yang dihadapi mitra. Setelah dilakukan pelatihan, tahapan selanjutnya adalah pendampingan. Pada kegiatan pendampingan ini, tim pelaksana PKM akan membantu lebih intens mitra untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

HASIL DAN DISKUSI

Kualitas dan diversifikasi portofolio produk dilakukan dengan memberikan alat *vaccum sealer* dan pelatihan cara pengemasannya sehingga menghasilkan produk dengan kemasan yang kedap udara dan tidak mudah terkontaminasi dengan udara bebas yang mengandung mikroorganisme yang dapat merusak produk *frozen food*. Pelatihan cara pengemasan dengan alat *vaccum sealer* membutuhkan plastik kemasan khusus yang memiliki tingkat elastisitas dan daya kerat yang kuat, serta kecermatan dalam menyedot udara dari dalam plastik kemasan sebelum di-*sealing*/dipress. Untuk itu, mitra mempraktikkan secara langsung dan berulang-ulang cara pengemasan dengan alat *vaccum sealer* sampai menghasilkan kemasan yang presisi dan udaranya tersedot maksimal. Dengan harga yang relatif sama dengan kemasan sebelumnya, mitra dengan menggunakan plastik *vaccum* tersebut memperoleh nilai tambah berupa waktu display produk lebih panjang dan bentuk lebih fleksibel sehingga dapat mengurangi ukuran suatu kemasan produk dan ruang simpannya. Selain itu pemberian alat *food processor* dan pelatihan produksi dengan standar operating produksi (SOP) setiap produk *frozen food* yang diproduksi dilakukan untuk menjaga stabilitas rasa, bentuk dan kualitasnya.

Adapun perluasan pangsa pasar usaha *frozen food* dilakukan dengan melakukan pelatihan pemasaran online. Mitra selama ini memasarkan produknya secara *direct selling* melalui penjualan outlet dan online menggunakan media sosial facebook dan instagram. Pelatihan pemasaran online memberikan pengetahuan dan melatih mitra mendaftarkan, mendisplay produk, dan mengelola toko online pada Tokopedia. Peningkatan kemampuan manajemen keuangan dilakukan dengan mengadakan pelatihan tentang bagaimana mengelola kas, perhitungan biaya produksi, penentuan harga jual, serta pencatatan dan penyusunan laporan keuangan sederhana sesuai dengan kaidah akuntansi. Mitra dilatih untuk mengelola kas secara terpisah antara kas untuk kebutuhan rumah tangga dan kas untuk

kebutuhan bisnisnya. Selanjutnya, mitra dilatih untuk mengidentifikasi beberapa biaya langsung yang berkaitan dengan proses produksi, pemasaran, dan administrasi bisnis frozen food. Berdasarkan identifikasi biaya tersebut, mitra diberikan pemahaman dan latihan untuk mencatat transaksi bisnisnya secara manual terlebih dahulu, dan selanjutnya mengarsipkan berdasarkan tanggal terjadinya.

Pelatihan yang diberikan tidak serta merta dapat dilakukan oleh para mitra oleh karena itu mitra masih membutuhkan pendampingan secara kontinu untuk dapat menyusun laporan keuangan sederhana secara periodik. Berdasarkan data pencatatan transaksi yang dilakukan oleh mitra, mitra dapat menghitung biaya produksi dan mengevaluasi penentuan harga jualnya selama ini apakah sudah sesuai dengan tingkat keuntungan yang diharapkan atau tidak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dicapai dalam pelaksanaan PKM pada mitra IRT *frozen food* Vidi dan Yuna Green House hingga tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keterampilan mitra dalam mengemas produk *frozen food* yang diproduksinya dengan alat *vaccum sealer* meningkat signifikan, indikatornya adalah waktu yang digunakan untuk mengemas relatif lebih cepat, bentuk kemasan fleksibel, dan tidak ada rongga udara dalam kemasan.
2. Media pemasaran produk mitra secara online bertambah dengan didaftarkan sebagai toko online pada Tokopedia.
3. Kualitas bahan baku meningkat dengan pengolahan alat *food processor* yang mampu menggiling daging dalam jumlah yang lebih banyak, lebih lembut, dan dalam waktu yang relatif singkat.

4. Tersedianya SOP produksi yang menjamin hasil pengolahan frozen food lebih stabil dalam rasa, bentuk, dan kualitasnya.
5. Pemilik memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan bisnisnya.
6. Pencatatan transaksi bisnisnya lebih tertib dan terpisah dengan keuangan keluarga, serta dapat disusun menjadi laporan keuangan sederhana.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi.
2. LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah.
3. LPPM STIE Atma Bhakti, Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Badenhorst-Weiss, J.A. & Cilliers, J.O. 2014. Competitive Advantage Of Independent Small Businesses In Soweto. *Southern African Business Review*, Vol.18. No.3. pp:1-21.
- Nkosi, E. Bounds, M. & Goldman, G. 2013. Skills required for the management of Black-owned small enterprises in Soweto. *Acta Commercii*, 13(1), Art. #186, 10 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/ac.v13i1.186>.
- Wolmarans, H., and Meintjes, Q., 2015. Financial Management Practices In Successful Small And Medium Enterprises (SMEs). *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*. Vol.7. pp: 88-146.
- Tsironia, T., Giannoglou, M., Platakou, E., and Taoukis, P., 2015, Training of SMEs For Frozen Food Shelf Life Testing And Novel Smart Packaging Application For Cold Chain Monitoring, *International Journal of Food Studie*, Vol. 4., pp. 148-162.

LAMPIRAN

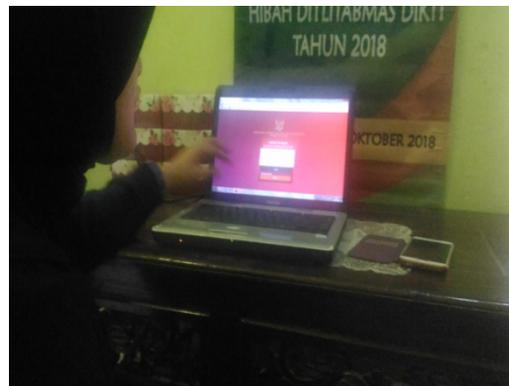
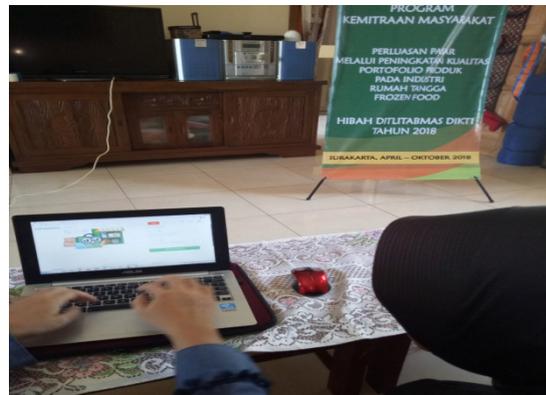
A. Hibah Alat Bantu Kemasan dan Produksi



B. Foto Produk yang dikemas dengan vacuum sealer



C. Foto Kegiatan Pendampingan



D. Foto Kegiatan Pelatihan

