

MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA ROTI DAN KUE ANEKA RASA SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN KURANJI

Linda Wati, Zeshasina Rosha Dan Rika Desiyanti
Universitas Bung Hatta Padang

Diterima 3 November 2014

Disetujui 29 Desember 2014

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Sasaran Iptek Bagi Masyarakat (IbM) adalah usaha kecil yang berada di Kecamatan Kuranji Kota Padang. IbM memilih dua mitra usaha kecil yang bergerak di bidang makanan yaitu usaha kue dan roti. Hasil survei ketempat mitra terlihat bahwa mereka belum memberikan kemasan dan label yang menarik terhadap produk kue dan roti yang diproduksi, mengemas produk-produknya dengan bungkus ala kadarnya seperti menggunakan plastik bening dan diberi tambahan label dari kertas. Berdasarkan hasil wawancara terhadap kedua mitra terungkap bahwa kesulitan yang dihadapi oleh mitra ini adalah keterbatasan pemasaran karena produk belum dikenal, kendala dalam produksi karena masih kurangnya peralatan dan belum menggunakan sistem pembukuan. Dalam mengatasi masalah-masalah ini, tim mengusulkan bahwa makanan yang dijual mitra harus diberi kemasan dan label yang menarik. Dalam kemasan dicantumkan komposisi bahan dan label halal. Hal ini bertujuan untuk menambah kepercayaan konsumen. Untuk mempromosikan kue dan roti buatan mitra dilakukan dengan mempromosikan dari mulut ke mulut dengan cara membantu memasarkan ke koperasi dan kantin kampus Universitas Bung Hatta. Memberikan Pelatihan Terhadap Sistem Pembukuan. Mitra perlu dilatih membuat pembukuan, sehingga nantinya bisa memisahkan bagian modal yang digunakan untuk operasional usaha dan bagian uang yang dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari. Metode pelatihan yang digunakan adalah memberikan pelatihan administrasi dan akuntansi dengan mengajarkan cara menghitung biaya produksi, rugi/laba dan membuat pembukuan untuk pengeluaran serta pendapatan. Penambahan modal dengan membelikan mixer kue dan mixer roti untuk memudahkan mitra melakukan proses pengocokan bahan baku utama. Mitra memiliki keterbatasan peralatan yaitu mixer yang digunakan masih mixer kecil, sehingga proses produksi menjadi lama.

Kata Kunci : Usaha kecil, Kemasan, Label, Sistem Pembukuan.

PENDAHULUAN

Kota Padang merupakan ibukota propinsi Sumatera Barat, yang terdiri dari 11 Kecamatan. Salah satu kecamatan diantaranya adalah Kecamatan Kuranji. Pasca gempa tahun 2009, kecamatan ini termasuk salah satu kecamatan yang sedang berkembang karena pindahnya pusat pemerintahan, sekolah serta perkantoran ke daerah By pass. Pemukiman barupun bermunculan di kecamatan Kuranji.

Pertambahan penduduk di Kecamatan ini mencapai 14.000 jiwa per tahun atau setiap hari rata-rata penduduk di Kecamatan Kuranji dan Pauh tersebut bertambah lebih dari 38 orang. Hasil ini didapat dari sensus penduduk yang dikeluarkan

BPS Kota Padang dalam dua tahun terakhir. Jika pada sensus penduduk tahun 2009 jumlah penduduk Kecamatan Kuranji tercatat sebanyak 123.000 jiwa. Maka pada sensus tahun 2010 penduduknya menjadi 126.000 jiwa atau bertambah 3.000 jiwa atau rata-rata 8,21 jiwa per hari. Dilihat dari penyebaran penduduk, Kecamatan Koto Tangah merupakan terbanyak sebesar 162.494 jiwa atau 19,49% dan Kecamatan Kuranji urutan kedua sebesar 15,18%. (BPS, Kota Padang).

Perpindahan pusat pemerintahan, pemukiman masyarakat menyebabkan semakin berkembangnya industri kecil dan menengah (UKM) di Kecamatan Kuranji. Jenis industri yang berkembang ada seperti industri makanan,

minuman, pengrajin, dan jasa. Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

Melihat dari perkembangan di Kecamatan Kuranji dan pertumbuhan usaha kecil yang ada di Kecamatan Kuranji serta lokasi Kampus 2 Universitas Bung Hatta yang berada di kecamatan tersebut, maka program *Ipteks bagi Masyarakat* (IbM) ini ditujukan kepada usaha kecil yang berada di wilayah Kecamatan Kuranji. Usaha kecil yang dipilih sebagai mitra adalah dua usaha yang bergerak di bidang makanan yaitu usaha roti dan kue. Dasar pemilihan usaha ini karena roti dan kue merupakan makanan yang disukai oleh masyarakat. Dengan dibangunnya sekolah, kampus, kantor dan kompleks perumahan di kecamatan ini, merupakan pasar yang potensial untuk memasarkan makanan seperti roti dan kue.

Mitra 1 adalah sebuah usaha kecil yang membuat roti. Usaha ini sudah berdiri 6 tahun. Roti yang dijual dibungkus dengan plastik biasa dan belum diberi merek serta label. Usaha roti Daslan belum mempunyai izin Dinas kesehatan dan tidak memiliki sertifikat halal. Keterbatasan modal untuk pembelian bahan baku dan peralatan membuat usaha roti ini belum bisa membuka toko sendiri untuk menjual rotinya.

Mitra 2 adalah usaha kue yang merupakan industri rumah tangga yang sudah berdiri selama 2 tahun dan memiliki izin dari Kelurahan. Kue buatan mitra ini diberi nama Flora cake. Meskipun sudah mempunyai merek dan kemasan, tetapi kemasan yang dibuat tidak menarik dan tidak mencantumkan label yang berikan informasi tentang komposisi bahan serta kadaluarsa. Usaha kue ini memiliki izin dari Dinas Kesehatan tetapi belum memiliki sertifikat halal. Peralatan yang digunakan oleh mitra ini dalam membuat kue adalah mixer dan oven. Dalam proses produksi, usaha kue ini masih menggunakan alat yang sederhana, sehingga kesulitan dalam membuat dalam jumlah yang besar. Keterbatasan peralatan membuat usaha kue ini sulit meningkatkan jumlah produksi. Mitra ini masih menggunakan mixer biasa, sehingga sulit untuk menambah kapasitas produksi.

Permasalahan

Berdasarkan hasil kunjungan ketempat mitra serta wawancara langsung dengan pemilik, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut :

1. Mitra menghadapi berbagai hambatan dalam persaingan dalam dunia usaha. Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan menembus pasar. Hal ini disebabkan karena mitra memiliki modal terbatas, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah. Hal ini menyebabkan pelanggan yang dipunyai tidak bertambah.
2. Kendala pemasaran yang dihadapi oleh mitra adalah kemasan. Kemasan produk menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan sulitnya memasarkan produk. Biasanya mitra kurang begitu peduli dengan kemasan yang digunakan, sehingga mereka hanya mengemas produk-produknya dengan bungkus ala kadarnya seperti menggunakan plastik bening dan diberi tambahan label dari kertas. Mereka tidak menyadari bahwa kemasan produk yang mereka tawarkan ternyata memberikan pengaruh besar terhadap angka penjualan produk mereka. Apalagi para pelaku usaha kecil yang saat ini banyak bermunculan, mereka hanya fokus untuk menciptakan suatu produk namun tidak memperhatikan kemasan produk yang digunakannya. Kemasan yang sering digunakan hanyalah kemasan plastik biasa yang tidak berbeda dengan pelaku bisnis lain. Menurut Mitra, walaupun kemasan merupakan hal yang penting namun mitra masih mengemas dengan plastik biasa. Mitra masih belum bisa membuat kemasan yang menarik untuk produknya. Disamping itu pemberian kemasan yang menarik dianggap akan meningkatkan biaya.
3. Dalam kemasan produk belum dicantumkan label halal dan komposisi produk. Pencantuman ini sangat penting karena masyarakat memerlukan kepastian tentang kandungan dari makanan tersebut, karena akan menambah kepercayaan kepada produk. Menurut Mitra, keterbatasan pengetahuan membuat mitra kesulitan dalam membuat label. Mitra sudah mempunyai merek, tetapi belum dicantumkan dalam kemasan.

4. Mitra tidak memahami sistim pembukuan. Sehingga dalam mencatat penjualan, masih menggunakan sistim sederhana. Hal ini menyebabkan tidak jelasnya pengeluaran dan pemasukan dalam usahanya. Menurut Mitra, mereka belum membuat sistem pembukuan karena tidak mengerti. Selama ini mereka baru melakukan pencatatan sederhana.
5. Masih kekurangan peralatan dalam proses pembuatan roti dan kue. Mitra masih menggunakan mixer yang biasa digunakan oleh rumah tangga. Untuk mengembangkan usaha mereka perlu peralatan yang lebih modern seperti mixer yang besar. Menurut mitra, salah satu kesulitan mereka adalah masalah modal untuk membeli peralatan, karena keuntungan yang mereka dapat dipergunakan untuk kehidupan sehari-hari.

Target dan Luaran

Program IbM diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan menghasilkan luaran yang terukur dan berkelanjutan. Adapun target luaran yang diharapkan dari program IbM ini adalah :

1. Aspek Manajemen

- a. Membuat desain kemasan yang menarik, sehingga dapat membedakan dari produk makanan yang sejenis
- b. Pemberian label pada kemasan meliputi komposisi, kadaluarsa, izin dinas kesehatan dan sertifikat halal
- c. Mengurus sertifikat halal
- d. Mempromosikan produk dari mulut ke mulut dengan cara membantu memasarkan ke koperasi dan kantin kampus Universitas Bung Hatta.
- e. Memberikan pelatihan mengenai sistim pembukuan. sehingga bisa mengatur arus kas masuk dan keluar. Hal ini akan membantu keuangan usaha.

2. Aspek Produksi

Menambah peralatan untuk meningkatkan proses produksi dengan membelikan mixer kue dan mixer roti. Dilihat dari proses pembuatan roti dan kue, mereka membutuhkan mixer yang besar sehingga bisa meningkatkan jumlah produksi dan menekan biaya listrik.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil kajian dan identifikasi yang telah dilakukan ternyata banyak persoalan/hambatan yang dihadapi oleh kedua mitra usaha kecil di Kecamatan Kuranji dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan kedua mitra. ada beberapa masalah yang perlu segera dicarikan solusinya. Masalah yang menjadi prioritas adalah masalah kemasan, pelabelan, pembukuan, promosi dan peralatan.

Saat ini kesadaran konsumen terhadap produk yang akan dibeli makin lama makin tinggi, seiring dengan meningkatnya peran media dan proses edukasi produk oleh produsen. Kasus seperti keracunan makanan, halal tidaknya makanan, keinginan untuk melakukan pemeliharaan makanan kesehatan atau diet mendorong konsumen harus lebih mengetahui kandungan nutrisi atau bahan baku lainnya yang ada dalam suatu produk. Hal itu telah menyadarkan konsumen untuk memperhatikan suatu produk lebih baik. Maka peran pengemasan dan pelabelan sebagai bagian dari produk yang memberikan informasi tentang produk dan produsen menjadi sangat penting.

Meskipun kemasan produk menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif, namun harus diperhatikan pula desain dan bentuk kemasan yang diminati para konsumen. Kemasan produk yang menarik memberikan nilai tambah pada produk yang di pasarkan. Tak jarang kemasan yang unik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Sebagian besar produk harus dikemas dan diberi label. Banyak pemasar menyebut kemasan (*packaging*) sebagai P ke lima beserta produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Sebagian besar pemasar melakukan pengemasan dan pelabelan sebagai bagian penting dari strategi produk. (Kotler, Keller 2009).

Pengemasan (*packaging*) sebagai semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk (Kotler, Amstrong 2008).

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat kemasan produk:

- a) Menciptakan kemasan produk yang unik dan menarik
Mitra dibantu untuk mendesain kemasan untuk produk roti dan kue yang dibuat. Kemasan akan dirancang menarik dan belum dipakai oleh produk lain. Sehingga produk yang ditawarkan memberikan kesan lebih menarik dan lebih unik dibandingkan produk lain dengan jenis usaha yang sama.

- b) Sesuaikan desain kemasan dengan isi produk
Dibuat desain kemasan yang disesuaikan dengan isi dalam kemasan. Untuk produk roti dan kue maka kemasan luar produk bisa didesain dengan menampilkan gambar animasi roti atau kue yang menarik. Sehingga konsumen tidak salah memilih produk yang mereka inginkan.

Pelabelan penting dalam pemasaran. Label bisa membawa nama merek atau sejumlah informasi (Kotler, Keller, 2009). Label melaksanakan beberapa fungsi yaitu mengidentifikasi produk, menggambarkan produk, dan mempromosikan produk.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pelabelan.

- 1) Pemberian merek dan label
Pemberian merek dan label untuk produk roti dan kue yang dihasilkan mitra. Hal ini akan menambah kepercayaan, keyakinan dari konsumen dan membedakan produk mitra dengan pesaing
- 2) Membuat komposisi atau daftar ingredien pada produk roti dan kue
Ingredien penyusun termasuk Bahan Tambahan Makanan (BTM) dicantumkan secara lengkap. Hal bertujuan untuk menambah rasa aman konsumen terhadap komposisi produk.
- 3) Nama, alamat, dan nomor telpon mitra
Dalam isi label perlu dicantumkan nama, alamat, dan nomor telpon mitra untuk memudahkan konsumen menghubungi mitra.
- 4) Pencatuman Tanggal kadaluwarsa
Harus dicantumkan "Sebaiknya digunakan sebelum" ditempatkan pada tempat yang mudah dibaca.
- 5) Mencantumkan label halal

Promosi yang dilakukan untuk mengenalkan dan memberikan informasi tentang produk kue dan roti mitra adalah dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut. Cara ini dianggap efektif karena tidak memerlukan biaya yang besar. Kue dan roti mitra dipromosikan dengan cara membantu memasarkan ke koperasi dan kantin kampus Universitas Bung Hatta. Kampus universitas Bung Hatta yang tersebar di tiga lokasi dan jumlah mahasiswa yang banyak merupakan pasar yang potensial.

Memberikan Pelatihan Terhadap Sistem Pembukuan Mitra perlu dilatih membuat pembukuan. Sehingga nantinya bisa memisahkan bagian modal yang digunakan untuk operasional usaha dan bagian uang yang dapat digunakan

untuk keperluan sehari-hari. Metode pelatihan yang digunakan adalah memberikan pelatihan mengenai administasi dan akuntansi. Dimana mitra diajarkan cara menghitung biaya produksi, rugi/laba dan membuat pembukuan untuk pengeluaran serta pendapatan. (Mustafa, 2013). Penambahan Modal (peralatan) dengan membelikan mixer roti dan mixer kue untuk memudahkan mitra melakukan proses pengocokan bahan baku utama. Mitra memiliki keterbatasan peralatan yaitu mixer yang digunakan masih mixer biasa.

HASIL YANG DICAPAI

Pada tahapan awal kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pengurusan izin usaha (IRt) kepada mitra 1 Yeyen bakery. Mitra 2 Flora Cake sudah mempunyai izin usaha. Setelah mengurus izin usaha kemudian dilanjutkan dengan mengurus label sertifikat Halal. Sertikat halal diperlukan untuk menambah keyakinan konsumen. Tahap berikutnya adalah dengan merancang kemasan merek serta label kepada kedua mitra yaitu kemasan roti dan kue. Desain kemasan yang dirancang disesuaikan dengan isi dalam kemasan. Untuk produk roti dan kue maka kemasan luar produk bisa didesain dengan menampilkan gambar animasi roti atau kue yang menarik. Sehingga konsumen tertarik untuk membeli.

Tahap Berikutnya adalah melanjutkan pengurusan Label halal untuk kedua mitra. Label halal ini akan dicantumkan pada kemasan. Mitra akan dibuatkan kemasan untuk roti dan kue. Kemasan yang didesain menarik akan menimbulkan minat konsumen untuk membeli. Kemasan kue dibuat kotak dari karton yang sudah di desain dengan dilengkapi merek dan label. Kemasan roti dibuat dari plastik yang dilengkapi dengan merek dan label.

Selanjutnya memberikan Pelatihan Sistem Pembukuan kepada mitra dan Usaha kecil. Pelatihan ini diadakan di Kelurahan Korong Gadang Kecamatan Kuranji. Peserta pelatihan bukan hanya mitra saja tetapi juga usaha kecil yang berdomisili disekitar kelurahan Korong Gadang.

Diharapkan dengan pelatihan ini bisa membuat pembukuan sederhana bagi usaha kecil. Biasanya usaha kecil tidak melakukan sistem pembukuan, biasanya mereka hanya melakukan pencatatan biasa. Perusahaan yang tidak begitu besar dan sederhana proses produksinya, sebaiknya menggunakan sistem akuntansi yang sederhana berdasarkan pada sistem persediaan periodik, pencatatan persediaan yang digunakan dalam proses produksi, penentuan barang yang masih

dalam proses, dan barang yang telah terjual, didasarkan pada perhitungan fisik periodik yang biasanya dilakukan pada akhir tahun. (Mustafa, 2013).

Pada pelatihan ini diajarkan cara membuat Neraca, dan Laporan Laba Rugi. Setiap peserta diberikan modul untuk pedoman peserta dalam mengikuti pelatihan yang diberikan. Pada sesi tanya jawab, terlihat antusias dari peserta dengan beberapa pertanyaan, antara lain bagaimana cara memisahkan keuangan industri dengan keuangan rumah tangga dan membuat neraca sederhana.

Tahap berikutnya adalah memberikan penambahan modal untuk meningkatkan kapasitas produksi roti dan kue. Penambahan modal dengan membelikan mixer kue dan roti. Selama ini mitra masih memakai mixer yang kapasitas kecil, sehingga sulit untuk memproduksi dengan jumlah yang besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi terutama Pengabdian Kepada Masyarakat sangat dibutuhkan masyarakat terutama untuk transfer ilmu pengetahuan.
2. Industri kecil masih kesulitan dalam masalah modal dan pemasaran produk.
3. Produk yang dihasilkan usaha kecil harus dikemas dan diberi label.

Saran

Saran lebih ditujukan pada Pemerintah Daerah untuk lebih mengayomi masyarakat industri kecil maupun rumah tangga yang berada di daerah mereka. Diharapkan industri kecil dan rumah tangga tersebut bisa berkembang sehingga menambah *income per kapita* dari daerah itu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- BPS Kota Padang. 2009.
- Brigham, Houston, 2010, *Dasar-dasar manajemen Keuangan*, Salemba Empat Jakarta
- Mustafa, 2013, *Contoh Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Sederhana*
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Jusup, Al.Haryono. 2005. *Dasar-Dasar Akuntansi Jilid 2*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Prenhalindo.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I Edisi XII*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II Edisi XII*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke-13*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Ke-13*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mustafa, 2013, *Contoh Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Sederhana*