



PENGEMBANGAN PRODUK DAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN “IBU YATIM BERDAYA”

Widyastuti^{1*}, Dedi Nofiandi², Elmitra³

^{1,2,3}Universitas Perintis Indonesia

widyastuti@upertis.ac.id*

Article History:

Received: 25-12-2023

Revised: 31-12-2023

Accepted: 31-12-2023

Keywords: Peningkatan Kesejahteraan, Pengabdian Masyarakat, Yatim Berdaya

Abstract: “Ibu Yatim Berdaya” (IYB) merupakan program pemberdayaan ibu-ibu tangguh yang suaminya meninggal, memiliki anak, dan mempunyai keahlian yang dapat dijadikan usaha mandiri. Program IYB merupakan program dari organisasi kemanusiaan ASHPEN. Keterbatasan ASHPEN dalam pembinaan terhadap IYB, mendorong terlaksananya program pengabdian masyarakat. Masalah yang mendasar adalah kurangnya modal usaha dan peralatan untuk meningkatkan produksi, serta pemasaran yang kurang efektif. Karena itu program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah menambah modal usaha dan menambah alat produksi, serta strategi untuk meningkatkan pemasaran sehingga pendapatan akan meningkat. Kegiatan dilaksanakan dengan pengembangan produk dan pemasaran. Dari kegiatan yang dilaksanakan dapat diambil kesimpulan bahwasanya pengembangan produk dari masing-masing pelaku usaha, khususnya kemasan dari produk makanan dan minuman dan meningkatkan pemasaran dengan produk yang berkualitas, dapat meningkatkan omset dari usaha yang dilakukan oleh “Ibu Yatim Berdaya”, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjang pertumbuhan dan mengurangi pengangguran, disamping mendistribusikan hasil pembangunan. Ketika kiris melanda Indonesia tahun 1997, UMKM mampu berdiri kokoh. UMKM menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 60% dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat [1]. Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM adalah pemasaran, modal, inovasi dan pemanfaatan teknologi, penggunaan bahan baku, peralatan industri yang terbatas, penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, rencana pengembangan usaha, dan kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal [2]. Pemberdayaan UMKM diharapkan dapat membentuk pelaku usaha yang mandiri dan tangguh dalam menghadapi persaingan terutama dari produk global yang kini membanjiri pasar domestik [3].

“Ibu Yatim Berdaya” (IYB) merupakan program pemberdayaan ibu-ibu tangguh yang suaminya meninggal, memiliki anak, dan mempunyai keahlian yang dapat dijadikan usaha mandiri. Program IYB merupakan program dari organisasi kemanusiaan Anshorullah Peduli Negeri (ASHPEN). ASHPEN menemukan masalah dalam kehidupan anak-anak yatim, dimana mereka kehilangan ayah sebagai tulang punggung keluarga dan digantikan oleh ibu mereka. Keterampilan yang dimiliki oleh ibu sangat terbatas

mengakibatkan pendapatan yang diterima dari usaha yang dikerjakan juga terbatas. IYB bukan satu-satunya program yang dikelola oleh ASHPEN, sehingga kadangkala tidak terbina secara optimal karena ada program lain yang lebih prioritas disamping IYB juga tidak terbuka dalam mengutarakan permasalahan yang dihadapinya Karena hal tersebut menyebabkan tidak adanya peningkatan pendapatan dari IYB. Bagi mereka yang utama adalah kebutuhan pangan dan sekolah anak-anak mereka terpenuhi tanpa berpikir untuk mengembangkan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan. Tingkat pendapatan berbanding lurus dengan kesejahteraan rumah tangga [4]. Adanya pengaruh secara simultan pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap tingkat kesejahteraan keluarga [5]. Sehingga peningkatan pendapatan keluarga berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara signifikan [6]

Program IYB di bawah binaan ASHPEN mempunyai lebih dari 20 pelaku usaha. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dipilih empat pelaku usaha. Masalah yang mendasar adalah kurangnya modal usaha dan peralatan untuk meningkatkan produksi, serta pemasaran yang kurang efektif. Karena itu program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah menambah modal usaha dan menambah alat produksi, serta strategi untuk meningkatkan pemasaran sehingga pendapatan akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, program pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mengembangkan produk dari masing-masing usaha dan juga pengembangan pemasaran sehingga pendapatan pelaku usaha akan meningkat. Keberlangsungan usaha dapat terus diawasi oleh mitra (ASHPEN), sehingga setelah pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini selesai dilakukan, pelaku usaha dapat terus meningkatkan pendapatannya.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan merupakan kategori Ekonomi Digital, dengan skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP), dimana dilakukan pembuatan dan pengembangan layanan berbasis teknologi untuk mitra sasaran. Untuk mencapai tujuan pelaksanaan program, dilakukan dengan:

1. Pelaksanaan program di Kota Bukittinggi Propinsi Sumatera Barat.
2. Pemilihan pelaku usaha yang terlibat dengan kriteria:
 - a. Merupakan usaha pokok dari pelaku usaha.
 - b. Mempunyai motivasi dan kreatifitas untuk pengembangan usaha.
 - c. Usaha yang dilakukan dapat dilanjutkan setelah program berakhir.
 - d. Pelaku usaha yang terpilih adalah; penjual kopi bubuk, makanan ringan rempeyek, penjahit baju, dan bordir mukena.
3. Pembelian alat-alat dan bahan yang dibutuhkan untuk menambah jumlah produksi.
4. Pengembangan bentuk kemasan, untuk mendapatkan produk dengan bentuk yang lebih menarik untuk dapat dipasarkan secara *online*.
5. Mendaftarkan merek toko online pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI).
6. Pelatihan pembukuan sederhana.
7. Promosi dari produk-produk yang dihasilkan.
8. Partisipasi mitra.
9. Evaluasi dan monitoring secara langsung setiap bulan selama empat bulan.

Secara garis besar, metode yang dilaksanakan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerja Program Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat, merupakan tempat dari mitra (ASHPEN) yang bekerjasama dengan tim pengabdian masyarakat. Mitra memilih pelaku usaha, berdasarkan kriteria yang diminta. Karena itu terpilih empat pelaku usaha yaitu Jun's Coffea dan Mukena Aisyah di kelurahan Bukit Apit, Rahmi Rempeyek di Kelurahan Tarok Dipo, dan Alexander Konveksi di Kelurahan Tengah Jua, keempat pelaku usaha berada di Kota Bukittinggi (Gambar 2). Masing-masing pelaku usaha dilakukan identifikasi atas masalah yang dihadapi dalam berusaha. Permasalahan mendasar yaitu kurangnya modal dan peralatan untuk meningkatkan produksi, disamping juga pemasaran yang jalan di tempat. Berdasarkan hal tersebut dilanjutkan dengan solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian Masyarakat. Tim Pengabdian Masyarakat terdiri dari Ketua dan Anggota yang berasal dari Prodi Farmasi Universitas Perintis Indonesia, dengan melibatkan mahasiswa. Masalah prioritas dari masing-masing pelaku usaha adalah:

1. Usaha penjualan kopi, kemasan sangat sederhana menggunakan plastik bening transparan, sehingga kurang menarik apabila ditawarkan dalam penjualan. Modal yang terbatas, sehingga pembelian kopi kurang optimal, kopi dipasarkan dalam bungkus kecil. Solusi yang ditawarkan, mengganti kemasan dengan yang lebih menarik dengan varian berat 150 dan 500 g per bungkus. Penambahan modal dalam hal pembeian serbuk kopi, tergantung dari permintaan pasar.
2. Usaha rempeyek menggunakan plastik bening, apabila pemesanan dalam jumlah banyak, tidak dapat dilaksanakan karena keterbatasan alat produksi. Solusi yang ditawarkan mengganti kemasan dengan yang lebih menarik untuk mempertahankan kualitas kerenyahan rempeyek dan pembelian peralatan produksi untuk yang lebih besar untuk dapat meningkatkan produksi dan waktu pengerjaan yang lebih efisien.
3. Usaha penjahitan baju, alat yang digunakan masih peninggalan suami dan ada beberapa bagian yang kurang layak pakai. Keterampilan dalam mendesain, mendorong pelaku untuk dapat membuat baju sendiri untuk dipasarkan, karena selama ini hanya menerima upah jahit dengan pendapatan yang terbatas. Solusi yang ditawarkan memperbaiki alat-alat yang rusak, dan menambah modal dengan pembelian kain untuk pembuatan baju.
4. Upah jahit bordir mukena, selama ini hanya menerima upah bordir sebagian dari mukena dengan upah yang terbatas. Bila ada tambahan mesin putih dan dasar mukena,

dapat memproduksi sendiri mukena untuk dipasarkan. Solusi yang ditawarkan, membeli mesin jahit putih dan pembelian dasar mukena.



Gambar 2. Pelaku Usaha “Ibu Yatim Berdaya”

Alat-alat produksi yang dibutuhkan, serta bahan yang dibeli, bertujuan untuk meningkatkan produksi dari produk (Gambar 3). Peralatan yang ditambah berupa kompor gas khusus dan kualii untuk pembuatan rempeyek dalam skala yang lebih besar dan lebih efisien dalam waktu pengerjaan; mesin jahit putih beserta perlatannya satu set untuk dapat membordir mukena, dan produk siap untuk dipasarkan; dan penggantian dinamo dan meja jahit yang lebih layak. Bahan-bahan yang ditambahkan sebagai modal produksi antara lain penambahan pembelian serbuk kopi, bahan baku rempeyek, dan kain atau bahan baku pembuatan baju dan mukena. Penambahan peralatan dan bahan baku untuk meningkatkan produksi, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan pada masing-masing produk. Pemberdayaan usaha kecil dengan mengelola jiwa kewirausahaan diharapkan mampu untuk menciptakan pelaku usaha yang mandiri, serta tangguh dalam menghadapi persaingan, terutama dari produk-produk global yang saat ini membanjiri pasar domestik [3].



Gambar 3. Peralatan dan Bahan Baku Produksi

Produk yang dihasilkan dari pelaku usaha merupakan produk dengan ciri khas tersendiri. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset dan pendapatan. Banyak produk lokal yang dapat dijadikan ciri khas dalam menjual suatu produk dengan persaingan yang kecil, untuk itu perlu adanya jiwa berwirausaha [7]. Jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan berpengaruh terhadap kemandirian usaha baik secara langsung maupun melalui perilaku kewirausahaan [8].



Gambar 4. Pengembangan Kemasan Bubuk Kopi dan Rempeyek

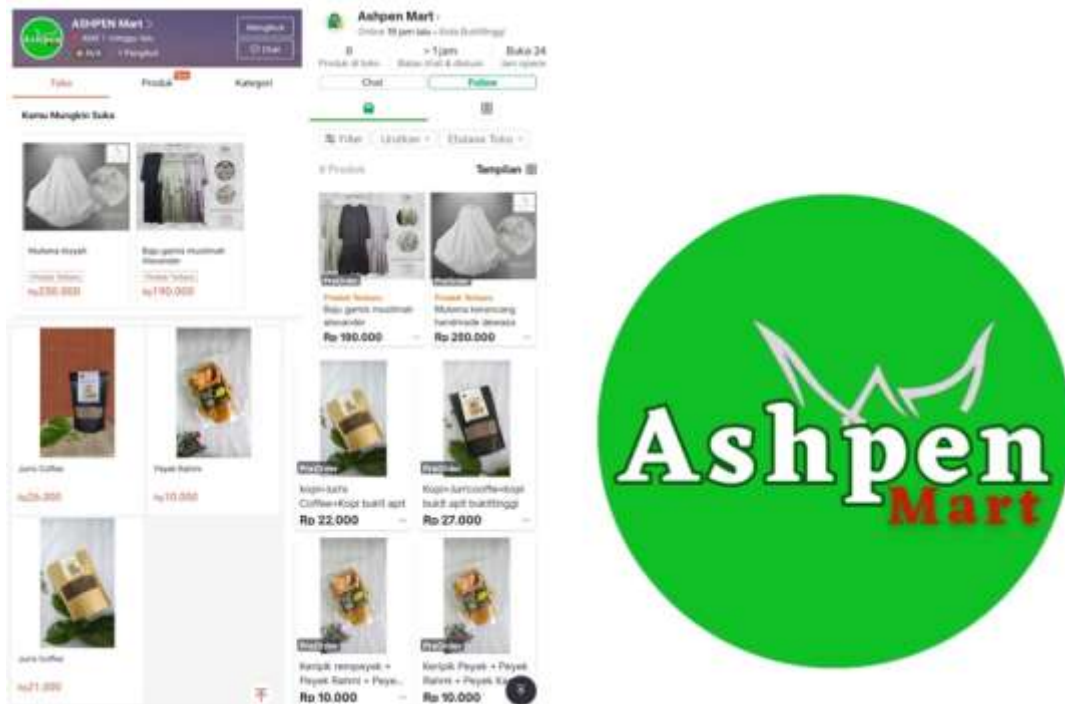
Pengembangan produk yang berkualitas dapat meningkatkan omset dari penjualan karena konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Kualitas produk dapat ditingkatkan dengan membuat kemasan yang menarik dan dapat mempertahankan kualitas produk, memberikan label atau merek dagang supaya mudah untuk dipromosikan, khususnya untuk produk makanan dan minuman. Perubahan kemasan dapat dilihat pada Gambar 4. Kemasan dapat mempertahankan bau, dan cita rasa dari kopi dan rempeyek. Pembuatan stiker untuk kemasan tetap menggunakan merek dari pelaku usaha. Penambahan modal dalam pembuatan baju dan mukena, juga meningkatkan dari jumlah produk yang dihasilkan. Selama ini hanya menerima upah jahit dan bordir, setelah program, dapat menjual produksi sendiri dari baju dan mukena (Gambar 5).



Gambar 5. Baju dan Mukena dari Pelaku Usaha

Pemasaran dikembangkan dengan cara dipasarkan secara *online*, disamping juga pemasaran secara konvensional. Jika kualitas produk, waktu pengiriman, sistem pembayaran, dan respon penjual selalu ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dijual *online* [9]. Kepercayaan terhadap barang, kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan harga mempengaruhi keputusan dalam pembelian *online* [10]. Waktu dan tempat yang fleksibel, harga disesuaikan dengan kualitas produk, mudah melakukan transaksi, pilihan jenis barang yang lebih banyak dan kenyamanan dalam memilih produk merupakan faktor yang mempengaruhi peningkatan pemesanan produk *online* [11].

Produk yang telah dikemas, siap untuk dipasarkan dengan nama toko “Ashpen Mart” (Gambar 6). Ashpen Mart diharapkan menjadi *branding* untuk produk-produk yang dihasilkan oleh “Ibu Yatim Berdaya”. Empat pelaku usaha sebagai pionir untuk ibu-ibu lain di IYB. Semua produk yang dihasilkan oleh IYB dapat dipasarkan pada toko *online* ini. Dengan bekerjasama pada beberapa *marketplace*, diharapkan terjadinya peningkatan omset, sehingga kesejahteraan juga meningkat. Pada akhir program target *marketplace* tempat pemasaran adalah tiga. Dengan antusiasnya mitra, *marketplace* tempat pemasaran saat ini adalah empat yaitu Shopee, Tokopedia, Bli Bli, dan Lazada. Pemanfaatan teknologi pemasaran yang semakin berkembang dengan menggunakan beberapa *marketplace*, sehingga tidak ada biaya untuk sewa toko, tetapi produk dapat dilihat oleh seluruh masyarakat Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (70%) masyarakat Kota Semarang pernah melakukan transaksi penjualan *online*, dan didominasi oleh perempuan (58%). Jenis produk sebagian besar adalah kelompok barang (90%), terutama pakaian dan fashion (63%) [12]. Kolaborasi pelaku usaha dengan bekerjasama pada *platform*, *marketplace*, dan media sosial sangat membantu sebagai media pemasaran, promosi dan penjualan *online* dimasa pandemik *Covid-19* bagi pelaku UMKM [13]. Penjualan *online* mempunyai pengaruh terhadap peningkatan omset penjualan dan pendapatan [14]. Promosi media situs jual beli *online* memiliki hubungan yang kuat serta memiliki pengaruh yang tinggi terhadap peningkatan penjualan produk UKM [15].



Gambar 6. Penjualan *Online* pada Ashpen Mart

Pendaftaran merek toko *online* dan logo Ashpen Mart (Gambar 6) masih dalam proses pengajuan pada DJKI. Dengan adanya pendaftaran merek diharapkan tidak adanya *branding* yang sama dalam hal merek dan logo. Pengelolaan toko *online* dan pendaftaran merek dilakukan oleh mitra, dengan pembiayaan dari program pengabdian masyarakat. Selama program berlangsung penjualan *online* belum nampak peningkatan omset secara signifikan. Hal ini disebabkan karena toko *online* baru terbentuk pada akhir bulan September 2023, sehingga produk belum dikenal secara *online*.

Pembukuan sederhana dilakukan untuk melihat perkembangan atau peningkatan omset dari pelaku usaha. Hal ini perlu dilakukan karena target dari program ini adalah adanya peningkatan omset. Dari empat bulan pelaksanaan terlihat adanya peningkatan pendapatan tiap bulan (Tabel 1). Omset yang didapatkan sebagian besar masih dalam penjualan secara konvensional. Penjualan *online* belum optimal dalam menghasilkan omset, hal ini disebabkan karena masih barunya toko *online* di *marketplace*, juga belum dikenal karena penjualan yang masih sedikit. Strategi untuk meningkatkan penjualan *online* adalah promosi secara terus menerus, agar pembelian dari luar kota dilakukan secara *online*. Sebelum dilaksanakan program pendapatan rata-rata dari usaha yang dilakukan masih di bawah empat juta, bahkan upah yang diterima dari menjahit kurang dari dua juta, tetapi setelah adanya program, terjadi peningkatan yang signifikan, dimana penjualan bubuk kopi mengalami peningkatan sampai hampir lima kali dari omset sebelum program. Hasil ini sangat memuaskan, sehingga IYB yang lain juga termotivasi untuk meningkatkan kualitas produk, agar dapat meningkatkan omset. Terjadinya turun naik dari omset karena daya beli dari konsumen yang juga berfluktuatif.

Monitoring dan evaluasi dari program pengabdian masyarakat dilaksanakan setiap bulan, dari bulan Juli sampai dengan Oktober 2023 untuk melihat perkembangan produk dan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Adanya kendala pertama dalam hal pembukuan, dimana kadangkala tidak tercatat, dapat diselesaikan dengan bantuan dari ASHPEN, setiap minggu ASHPEN mengunjungi IYB untuk memastikan pengeluaran dan pemasukan telah tertulis dengan benar. Dalam setiap monitoring dan evaluasi yang dilakukan semua masalah dan kendala yang terjadi di lapangan dicarikan solusinya. Kurangnya pemahaman ASHPEN dalam hal penjualan *online*, khususnya pembuatan toko *online* pada *marketplace*, dibantu oleh tim pengabdian masyarakat. Promosi yang dilakukan bersama-sama antara Tim Pengabdian Masyarakat, ASHPEN, dan pelaku usaha, agar dapat meningkatkan omset pelaku usaha.

Tabel 1. Omset Penjualan Produk

No.	Produk	Omset per Bulan (Rp) Tahun 2023				
		Sebelum	Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Serbuk Kopi	3.600.000	14.000.000	14.060.000	13.615.250	15.898.750
2.	Rempeyek	2.400.000	5.410.000	4.200.000	4.190.000	4.720.000
3.	Baju (upah)	1.500.000	3.950.000	3.550.000	3.540.000	3.675.000
4.	Mukena (upah)	1.900.000	3.165.000	3.230.000	3.585.000	4.050.000
Total		9.400.000	26.525.000	25.040.000	24.930.250	28.343.750

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan bahwasanya pengembangan produk dari masing-masing pelaku usaha, khususnya kemasan dari produk makanan dan minuman dan meningkatkan pemasaran dengan produk yang berkualitas, dapat meningkatkan omset dari usaha yang dilakukan oleh “Ibu Yatim Berdaya”, sehingga juga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini didanai dari Hibah Pengabdian Masyarakat Skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula, Bidang Akademik, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Tahun Anggaran 2023. Ucapan

terima kasih juga kami sampaikan kepada Mitra, Organisasi Kemanusiaan Anshorullah Peduli Negeri (ASHPEN) yang bertempat di Kota Bukittinggi atas partisipasinya dalam program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmadi, F., Sunyoto, S. & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh perdagangan online terhadap perilaku masyarakat Kota Semarang. *J. Riptek*, 1 (2): 107–118.
- [2] Cahya, A.D., Aminah, A., Rinaja, A.F. & Adelin, N. (2021). Pengaruh penjualan online di masa pademi Covid-19 terhadap UMKM menggunakan metode wawancara. *JESYA J. Ekon. Ekon. Syariah*, 4 (2): 857–863.
- [3] Destiani, T., Zainuddin, M.Z., & Manan, L.O.A. (2020). Pengaruh penjualan secara online terhadap minat beli masyarakat Kota Kendari. *Sultra J. Econ. Bus.*, 1 (1): 1–13.
- [4] Hamid E.S. & Susilo, Y.S. (2011) Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *J. Ekon. Pembang.*, 12 (1): 45–55.
- [5] Hendarwan, D. (2018). Menumbuhkan jiwa, perilaku dan nilai kewirausahaan dalam meningkatkan kemandirian bisnis. *Manag. Business, Account.*, 17 (2): 59–68.
- [6] Ismiwati, B. & Septiana, N.K. (2022) Analisis tingkat pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga nelayan di Desa Batulayar Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat. *EKONOBIS*, 8: 1116–1132.
- [7] Kara, A. (2016). Pengaruh promosi penjualan pakaian online shop Elevenia di BBM grup terhadap minat beli mahasiswi. *JISIP J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit.*, 5 (1): 44–49.
- [8] Mulia, R.A. & Saputra, N. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Kota Padang. *J. El-Riyasah*, 11 (1): 67–83.
- [9] Mulja, V.F. & Sembel, J.S. (2021). Peningkatkan kemandirian usaha para pelaku UMKM melalui perilaku kewirausahaan. *Feed. J. Hum. Resour.*, 1 (2): 84–95.
- [10] Putra, A.S. & Astuti, H. (2021). Pengaruh layanan penjualan online terhadap keputusan pembelian konsumen. *J. Ekon. Manaj. dan Sos.*, 4 (2): 49–60.
- [11] Sovania, E. & Selliamanik, I. (2019). Pengaruh promosi media situs jual beli online terhadap peningkatan penjualan produk UKM. *J. Appl. Bus. Econ.*, 5 (4): 262–273.
- [12] Statistik-Indonesia. (2022). *Indikator Kesejahteraan Rakyat 2022*. BPS-Statistics Indonesia.
- [13] Utaminingsih N.L.A. & Suwendra, I.W. (2022). Pengaruh pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap kesejahteraan keluarga di Kelurahan Karangasem. *EKUITAS J. Pendidik. Ekon.*, vol. 10, no. 2, pp. 256–263, 2022.
- [14] Wahbi, A.A., Syahrudi, N. & Ariwibowo, P. (2020). Pengaruh pendapatan terhadap kesejahteraan keluarga pada industri konveksi di Kampung Bulak Timur Depok Jawa Barat. *J. Ilmu Manaj. dan Akunt.*, 8 (1): 52–60.
- [15] Wulansari, D.A. (2015). Pengaruh penjualan online terhadap omzet penjualan Butik Zieta Desa Sewulan Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun. *Equilib. J. Ilm. Ekon. dan Pembelajarannya*, 3 (2): 134–143.