

## PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL MENENGAH JIWA RAGA (IKM JIRA)

HR Yuliani<sup>1)</sup>, Tjambolang Tjare A<sup>2)</sup>, Ranggina Dian<sup>3)</sup>, Ole Maria Assumpta Nogo<sup>4)</sup>  
Septiani Mimin<sup>5)</sup>, Zulham Nurul Fadhila<sup>6)</sup>, Janna Miftahul<sup>7)</sup>, Budiman Arif<sup>8)</sup>

<sup>1,3,4,5,6,7,8</sup> Teknik Kimia, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Jl. Perintis Kemerdekaan  
KM 10 Tamalanrea, Makassar, 90245

<sup>2</sup>Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Jl. Perintis Kemerdekaan KM  
10 Tamalanrea, Makassar, 90245  
E-mail: yulianih@poliupg.ac.id

### Abstract

Jiwa Raga Small and Medium Industry (IKM JIRA) produces food and beverages in the form of nuts, chips, fried onions, fish, ginger, spices and frozen food. The results of the field survey show that the production system does not use HSE, the packaging system, marketing and sales are still standard and bookkeeping is still conventional and manual. This community service aims to develop Jiwa Raga's small and medium industrial businesses by applying HSE and vacuum packaging to the production system, packaging and label design, online marketing and sales systems in digital and offline forms, and improving accounting management. This service will be carried out through the provision of materials, training and practice, as well as the provision of tools and packaging systems. The outcome of this community service (PKM) is the increased knowledge and skills of JIRA IKM team members, the application of HSE, packaging labels and a complete marketing and sales system, offline and online systems using social media in the form of Instagram (Iq) and marketplaces in the form of gofood, garbfood, and shopee with the SARABBA JIRA brand, the introduction of QRIS and bookkeeping management using Ms Excel.

**Keywords:** *IKM, JIRA, Sarabba, Marketplaces. Social media*

### Abstrak

Industri Kecil Menengah Jiwa Raga (IKM) JIRA) memproduksi makanan dan minuman berupa kacang, kripik, bawang goreng, ikan, jahe, bumbu masakan dan frozen food. Hasil survei lapangan menggambarkan sistem produksi tidak menggunakan K3L, kemasan, sistem pemasaran maupun penjualan bersifat standar dan konvensional serta manajemen pembukuan manual. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan pengembangan usaha industri kecil menengah Jiwa Raga melalui penerapan K3L dan kemasan vakum dalam produksi, desain dan label kemasan, sistem pemasaran dan penjualan secara digital maupun offline serta perbaikan manajemen pada pembukuan. Metode pelaksanaan pengabdian berupa pemberian materi, pelatihan dan praktek serta penyediaan alat dan sistem kemasan. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan maupun keterampilan anggota tim IKM JIRA, penerapan K3L, kemasan lengkap label dan sistem pemasaran dan penjualan menerapkan sistem offline dan sistem online memanfaatkan media sosial berupa Instagram (Iq) dan *marketplace* berupa *gofood*, *garbfood* dan *shopee* dengan branding SARABBA JIRA, pembayaran mengenalkan QRIS serta manajemen pembukuan menggunakan Ms Excel.

**Kata Kunci:** *IKM, JIRA, Sarabba, marketplace, sosial media.*

## PENDAHULUAN

Industri makanan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia sehingga perlu diperhatikan keberlangsungannya melalui proses distribusi serta menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan (Sadiku et al., 2019). Aspek distribusi dapat ditingkatkan dengan cara membangun hubungan dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan, optimalisasi pemanfaatan digital marketing dengan memberikan promosi dan mengevaluasinya, menambah variasi menu, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Menurut Anggundari et.al., (2023), aspek produksi dapat ditingkatkan dengan cara mencari mitra lain sebagai pemasok bahan baku dan menambah mitra kerjasama serta memperjelas SOP karyawan dan meningkatkan kualitasnya.

Indusri Kecil Menengah Jiwa Raga (IKM JIRA) adalah salah satu industri rumah tangga membuat produk makanan dan minuman serta minyak. IKM JIRA terletak di Jl. Pelita Taeng No 117, Desa Taeng, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. Industri ini menjual produk berupa kacang langkose, ubi, pisang, bakwan, minuman sarabba, minyak, ikan, abon, keripik jahe, bumbu dan berbagai makanan tradisional. Dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk hingga pemasaran dilakukan oleh ibu-ibu yang merupakan Anggota IKM JIRA untuk mengisi waktu luang dan menambah penghasilan keluarga. Anggota IKM JIRA memiliki potensi untuk diberdayakan dalam kegiatan usaha IKM kreatif sehingga menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi, kualitas produk terjamin baik, sehat dan bergizi guna keberlangsungan penjualan produk secara kontinyu dalam jangka panjang. Pengembangan usaha IKM JIRA adalah hal yang penting dilakukan untuk menambah pendapatan penjualan sehingga anggota IKM dapat sejahtera serta mendorong perputaran roda perekonomian masyarakat khususnya di desa Taeng di sektor usaha, meningkatkan pengetahuan serta menyerap tenaga kerja.

Pengolahan makanan dipastikan higienis dan penerapan Keselamatan Kesehatan Kerja dan Lingkungan (K3L) termasuk pekerja. Hal ini sesuai dengan KEPMENKES No 1908 adalah orang yang secara langsung berhubungan dengan makanan dan peralatan mulai tahap persiapan, pembersihan, pengolahan, pengangkutan sampai penyajian (Yuliani, 2019). Berdasarkan pengamatan, penerapan K3L di IKM JIRA belum sesuai dengan aturan tersebut, dan dapat ditampilkan pada Gambar 1.1.



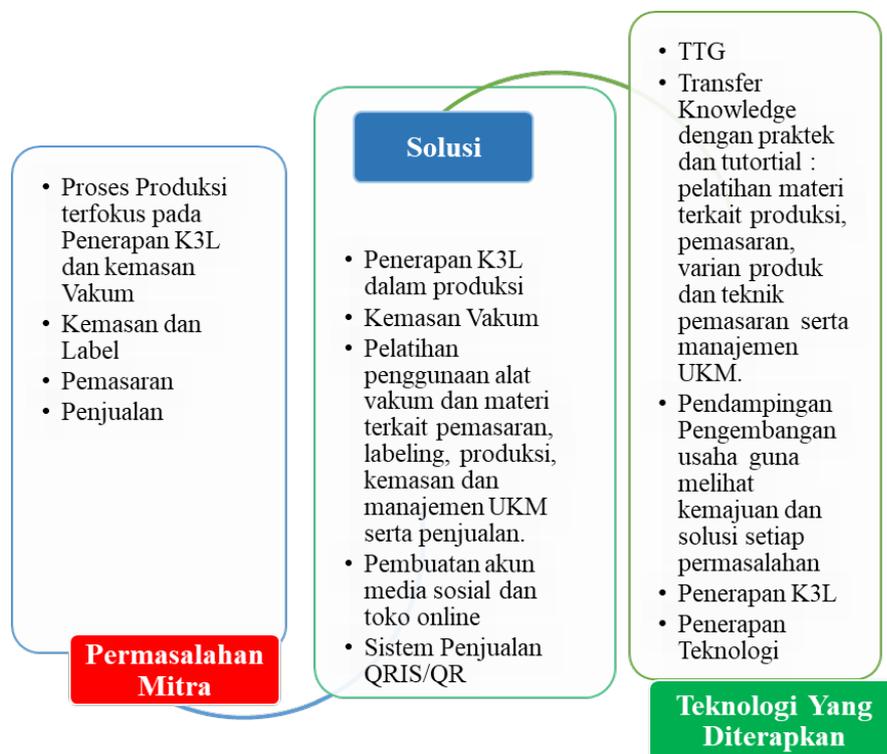
Gambar 1. Proses pengolahan di IKM Jiwa Raga

Kemasan merupakan wadah dan pencegah kontaminasi serta memudahkan distribusi produk. Pemilihan dan system kemasan disesuaikan dengan jenis produk sehingga untuk olahan frozen IKM-JIRA menggunakan kemasan jenis *vacuum sealer* untuk menjaga cita rasa dan kualitas makanan namun tidak maksimal kinerja alat sebab masih standar. Label produk menjadi daya tarik produk sehingga konsumen tertarik. Menurut Suwirmayanti (2021), desain dan label kemasan dapat menjadi sarana promosi, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. Menurut Sudjana, (2020) label dan kemasan ini mempercepat informasi sampai kepada masyarakat dengan meningkatkan branding produk yang dijual oleh mitra. Kemasan saat ini masih bersifat standard dan label belum ada informasi terkait kuantitas, penyimpanan, alamat/kontak produksi/pemesanan dan lainnya. Peraturan PP No 69 tahun 1999 pasal 2-3; 17-18 dan UU no 18 tahun 2012 pasal 97(3), kemasan pangan diharuskan mempunyai label yang menampilkan sekurang-kurangnya informasi yaitu (1) nama produk, (2) daftar bahan digunakan, (3) berat bersih, (4) nama dan alamat produsen / perusahaan, (5) tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa, (6) nomor izin edar dan (7) asal usul bahan pangan tertentu. (Peraturan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah., 2020)

Perkembangan teknologi informasi berkembang pesat dan salah satu pendekatan strategis yang dapat diambil oleh para Industri kecil menengah (IKM) adalah pemasaran produk melalui digital marketing. Menurut Haryanti (2019) dan Gumilang (2019), penggunaan media digital lebih mudah dikenali pelanggan, memudahkan proses promosi produk dan transaksi secara online. Pada praktiknya di IKM JIRA, sistem manajemen ataupun pencatatan bersifat konvensional yakni tulis tangan, sehingga risiko terjadinya *human error* seperti data kembar (*redundant*), kesalahan pencatatan, dan juga kehilangan data proses pencarian data memakan waktu atau terlamat bahkan bisa hilang.

Sistem manajemen akan dibuat secara digital yang berkaitan langsung dengan informasi pemasaran dan informasi penjualan (Hidayat, 2021).

Pemasaran IKM JIRA menitikpkan ke warung sekitar, arisan dan pengajian serta pameran. Pendampingan IKM ini akan dikembangkan menggunakan digital yang tentu saja ada keterkaitan manajemen dan sistem penjualan\_pembayaran. Konsumen akan mendapatkan informasi terkait produk dan harga sehingga memudahkan ketika ingin memesan makanan/ minuman dan pembayaran secara lansung yang bagian akhir akan tercatat /terekap secara langsung pendapatan IKM JIRA. Pengabdian ini bertujuan pengembangan usaha industri kecil menengah Jiwa Raga (IKM-JIRA) melalui pendampingan dalm produksi, pemasaran dan pembukuan dengan penerapan K3L dan kemasan vakum dalam produksi, desain kemasan dan label, sistem pemasaran dan penjualan secara digital serta perbaikan manajemen (pembukuan). Pemberian materi, praktek dan simulasi, media sosial menggunakan sesederhana mungkin sehingga mudah dipahami. Gambaran IPTEK ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Gambaran IPTEK

## METODE PENELITIAN

Permasalahan yang dihadapi IKM JIRA dikelompokkan dan dianalisis yang pelaksanaannya menggunakan dua metode yaitu Teori dan Paraktek. Tutorial berupa teori singkat dan bahasa sederhana yang muda dipahami mitra terkait K3L, kemasan, label, pemasaran online serta manajemen pembukuan. Simulasi kemasan, media sosial, peralatan dan pembukuan dibuat simple sehingga anggota IKM JIRA handal dan terampil. Metode kegiatan pengabdian yaitu :

1. Tahap persiapan : Hasil survey lapangan dikelompokkan dan dibuat materi sesuai permasalahan dan SDM yang tersedia di IKM JIRA.
2. Tahap pelaksanaan
  - a. Produksi : Tutorial, FGD dan penerapan K3L serta penggunaan alat pelindung diri, bekerja aman, serta upaya menghindari cedera di dapur produksi.
  - b. Proses pengemasan dan pemberian label  
Ceramah, diskusi dan pelatihan mengenai penggunaan *vaccum sealer* untuk pengemasan makanan beku (*frozen food*) dan pemberian label produk sesuai dengan standart undang-undang yang berlaku.
  - c. Pemasaran dan penjualan  
Melakukan FGD dan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk ditautkan pada *marketplace* sehingga mempermudah jangkauan masyarakat terhadap produk IKM JIRA
  - d. Manajemen UKM  
Melakukan pelatihan sistem pembukuan dengan cara menghubungkan sistem penjualan dan pemasaran dengan *software* Ms. Excel untuk membantu perhitungan neraca keuangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi permasalahan mitra diawali survey terhadap kondisi mitra dan terdapat empat kendala yang dialami mitra IKM JIRA pada bidang produksi, pemasaran, penjualan dan pembukuan yaitu keselamatan dan kesehatan kerja dan lingkungan (K3L), pengemasan dan pemberian label, pemasaran, penjualan dan manajemen IKM. Hasil survey terhadap kondisi mitra ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1.  
Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra

No	Persoalan Mitra	Aspek
1	Pekerja tidak menggunakan APD saat produksi	Produksi
2	Pekerja tidak mendapatkan pelatihan mengenai bahaya yang ada di sapur produksi dan SOP bekerja yang aman	
3	Produk frozen food masih menggunakan kemasan plastik biasa yang tidak kedap udara	Pengemasan dan Label
4	Label produk belum lengkap dan kurang informatif	
5	Belum memanfaatkan media online untuk penjualan produk	Pemasaran,
6	Pembayaran hanya menggunakan uang <i>cash</i>	Penjualan dan Sistem Pembayaran
7	Belum ada pengelola yang bertanggung jawab menangani promosi dan mengelola keuangan	Manajemen IKM

Sumber: Data Penulis

Ketujuh masalah hasil survey sesuai Tabel 1, ada empat aspek yang perlu dikembangkan oleh mitra, yakni aspek produksi, pengemasan, pemasaran dan manajemen IKM JIRA.

#### 1. Produksi

Tim memberikan ceramah terkait titik yang berpotensi akan menimbulkan kecelakaan kerja di IKM JIRA yaitu lantai licin, alat dapur tajam/panas, gas yang terletak di ruangan dan sirkulasi udara selama proses produksi. Potensi bahaya ini dapat dikurangi dengan pengenalan bahaya, cara mengatasi apabila terjadi bahaya saat produksi berlangsung. Higienis selama bekerja dilakukan dengan praktek menggunakan APD yang tepat dan pemasangan ke anggota JIRA.



Gambar 3. Pelatihan K3 dan penyerahan APD kepada IKM JIRA

## 2. Pengemasan dan label produk

Pada pendampingan ini tim memberikan tutorial, pelatihan dengan praktek langsung serta bantuan kepada IKM JIRA berupa alat *vaccum sealer* bertujuan agar produk tahan dan awa terjaga. Pelatihan mendesain beberapa label yang sesuai aturan dengan menambahkan beberapa komponen lain seperti no kontak produsen dan nilai gizi per takaran sehingga daya tarik konsumen. Label merupakan sarana promosi, dibuat semenarik dan informative sehingga konsumen lebih mengenal produk.



Gambar 4. Detail label produk IKM JIRA



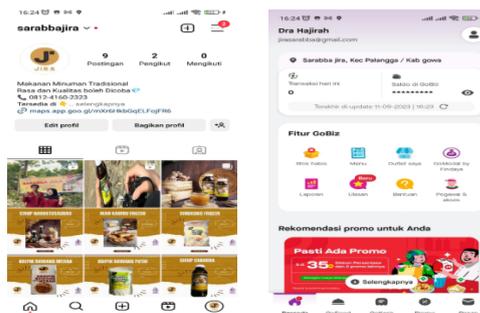
Gambar 5. Proses pelabelan produk

## 3. Pemasaran dan penjualan produk

Peningkatkan jangkauan masyarakat maka tim membuat poster serta penunjuk arah sebagai sarana pemasaran. Sistem penjualan juga dilakukan secara media *online* seperti Instagram dan Facebook dapat dijadikan sarana promosi. Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan penggunaan marketplace yang telah disediakan seperti Shopee, Gofood dan Grabfood.dengan brand SARABBA JIRA. Penitipan produk juga dilakukan di toko pusat oleh oleh khas Sulawesi kabupaten Gowa. Pembayaran dilakukan secara non tunai melalui transfer, virtual account dan QRIS.



Gambar 6. Penunjuk arah ke lokasi produksi



Gambar 7. Promosi IKM JIRA pada media sosial dan marketplace

#### 4. Manajemen IKM JIRA

Pembukuan manual yang selama ini diterapkan dapat menimbulkan beberapa kesalahan seperti double input dan kesalahan hitung akibat human error. Praktek manajemen pembukuan dilakukan menggunakan Ms Excel dengan penginputan secara langsung sehingga memudahkan tim IKM pemantauan jumlah produksi, terjual, stok dan pendapatan.

#### SIMPULAN

IKM JIRA mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari segi produksi, pemasaran dan manajemen. Anggota IKM JIRA mengenal bahaya-bahaya di bagian produksi, penggunaan vacuum sealer, menerapkan K3 dan menggunakan APD selama bekerja di dapur serta mengemas lengkap dengan label. Sistem pemasaran dan penjualan secara online media sosial berupa Instagram (iG) dengan sistem digital bernama SARABBA JIRA menggunakan marketplace berupa Shopee, Gofood dan Grabfood. Promosi dan penjualan secara offline tetap dilakukan melalui pemasangan flyer di tempat strategis serta produk dititipkan di toko oleh oleh khas Sulawesi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu Politeknik Negeri Ujung Pandang yang telah memfasilitasi dalam hal pendanaan hibah PKM. IKM JIRA selaku mitra kegiatan dan paling kami banggakan Tim Pengabdian yang setia dari awal hingga akhir kegiatan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggundari, W. C., Suroso, A. I., & Setiawan, B. (2023). Strategi dan Model Bisnis Usaha Kuliner Pasca Pandemi: Studi Kasus Rumah Makan XYZ. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.239>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (n.d.). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT. DANAR HADI SURAKARTA.
- Hidayat, E. N. (2021). PENGEMBANGAN ECOBUSINESS BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(3), 397–404.
- Peraturan, P. (2020). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Indonesia: (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020. Nomor 214
- Sadiku, M. N. O., Musa, S. M., & Ashaolu, T. J. (2019). *Food Industry: An Introduction*. <http://www.economywatch.com/world->
- Sudjana. (2020). *Ecodemica*, Vol. No. April 2016. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Suwirmayanti, P., Hadi, R., Permana, P., Sukerti, N. K., Setiawan, R., Aria, N., & Vijaya, C. (2021). Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini.
- Yuliani, HR. (2019). *E\_Learning K3L*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Yuliani, HR. (2021). *Penerapan i MS Excel dalam Pelajaran Matematika*. Yogyakarta: Deepublish.