

STRATEGI PENINGKATAN CAPACITY PRODUCTION DAN DIGITAL MARKETING UMKM RINJANI SNACKS MELALUI PENERAPAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA

Sri Andaiyani¹⁾, Dessy Yunita²⁾, Hamira³⁾

^{1,3)} Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

²⁾ Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

sriandaiyani@fe.unsri.ac.id

Abstract

Indonesia's current economy is certainly continuing to develop in this digital era. The processing industry sector, especially the food and beverage industry subsector, continues to be developed because it is able to utilize the productive age population. MSME partner Rinjani Snack, located in Palembang city, is a target partner that is of particular concern in its development in the aspects of production, business management, and also financial literacy. Rinjani Snack partners have good potential to be developed through methods carried out both from socialization, training, use of appropriate technology, and also evaluation. The results of this PKM service are that partners have been able to market their products further and more widely through social media and e-commerce. And partners are able to increase production capacity more optimally by using the appropriate technology provided.

Keywords: Production Capacity, Financial Literacy, Appropriate Technology, MSMEs.

Abstrak

Perekonomian Indonesia saat ini tentunya terus menerus berkembang di era digital ini. Sektor industri pengolahan terutama subsektor industri makanan dan minuman terus menerus dikembangkan karena mampu mendayagunakan penduduk usia produktif. Mitra UMKM Rinjani Snack yang bertempat di kota Palembang, merupakan sasaran mitra yang menjadi perhatian khusus dalam pengembangannya di aspek produksi, manajemen usaha, dan juga literasi keuangan. Mitra Rinjani Snack memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan melalui metode yang dilakukan baik dari sosialisasi, pelatihan, penggunaan teknologi tepat guna, dan juga evaluasi. Hasil dari pengabdian PKM ini ialah bahwa mitra telah mampu untuk memasarkan produknya lebih jauh dan lebih luas lagi melalui media sosial dan e-commerce. Serta mitra mampu melakukan peningkatan kapasitas produksi dalam jumlah yang lebih besar dengan menggunakan teknologi tepat guna yang diberikan.

Keywords: Kapasitas Produksi, Literasi Keuangan, Teknologi Tepat Guna, UMKM.

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia selalu mengalami perkembangan yang baik dari waktu ke waktu terutama untuk membantu dalam membawa tujuan Indonesia sebagai negara maju. Salah satu yang menjadi fokus pemerintah dan juga masyarakat saat ini adalah dengan

melakukan industrialisasi yang semakin inovatif. Industri tentunya menjadi sektor yang memberikan kontribusi cukup besar dari segala hal, terutama dalam membantu para penduduk usia produktif (Eliza Noviriani et al., 2023)

Salah satu industri pengolahan yang berkembang hampir merata di seluruh wilayah Indonesia ialah

subsektor industri makanan dan minuman. Perkembangan industri makanan ini juga didukung oleh industri yang berasal dari rumah tangga dalam bentuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Syafi'i, 2023). Peningkatan UMKM sejak saat ini terus menerus dikembangkan dan disosialisasikan agar *trend* industri makanan ini terus maju dan memiliki implikasi yang positif bagi perekonomian Indonesia khususnya Sumatera Selatan. Selama ini, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur dengan pertumbuhan tercepat (Pitaloka et al., 2020).

Berdasarkan data dari BPS Sumatera Selatan (2024) Sumatera Selatan, industri makanan di Sumatera Selatan menyumbang kontribusi sebesar 9% dari total persentase industri pengolahan 17,84% terhadap PDRB Sumatera Selatan tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan memberikan peluang yang besar untuk mendorong pertumbuhan PDRB dalam sektor industri pengolahan (Amalia, 2023).

Di Kota Palembang, terdapat sebuah industri makanan ringan yang menarik perhatian dengan produk-produk inovatifnya yang unik dan berpotensi untuk menjadi UMKM yang unggul. Tentunya, penting sekali untuk mengetahui kinerja industri dari UMKM agar mendapatkan output yang maksimal diikuti dengan keuntungan yang besar dengan biaya produksi yang rendah (Novalia et al., 2023)

Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) "Rinjani Snack", diketahui bahwa usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2006 dan berlokasi di Jalan Tanjung Barangan, Lorong Tanjung Palam No.2, Kecamatan Ilir Barat 1, Kota Palembang. Saat ini, Rinjani Snack

telah memiliki PIRT dengan nomor: 440.45/KHS/0305/DPMPSTSP-PPK/2021 dan sertifikasi halal No. ID16110000157391021. Ibu Istiningih, pemilik usaha Rinjani Snack, menyatakan bahwa ia memiliki sepuluh tenaga kerja yang berasal dari tetangga sekitar rumahnya.

Jika dilihat dari aspek produksi, mitra hanya mampu memproduksi produk mereka rata-rata 3-5kg per hari. Selanjutnya, hasil tersebut dikemas dalam bentuk kemasan *pouch zipper* 250gr dan 500gr. Rendahnya kapasitas produksi UMKM *Rinjani Snack* dikarenakan alat-alat produksi yang digunakan masih manual. Hal ini menyebabkan terbatasnya kemampuan pemilik usaha untuk memproduksi atau menerima pesanan dalam skala besar. Maka dari itu, investasi modal tetap seperti mesin-mesin penting untuk dilakukan agar kapasitas produksi dapat meningkat (Hamirah, 2020).

Dari aspek pemasaran, produk *Rinjani Snack* dipasarkan kepada pelanggan tetap *Rinjani Snack* yang meliputi toko-toko tradisional, rumah makan, dan konsumen rumah tangga. Saat ini, *Rinjani Snack* diketahui hanya memasarkan produk mereka melalui metode *word-of-mouth* dan media sosial WhatsApp. Sehingga, cakupan pemasarannya masih tergolong rendah. Pemasaran sangat penting untuk dilakukan dengan maksimal agar produk yang dijual UMKM dapat dikenal secara luas oleh masyarakat (Yunita, 2020) Pemasaran yang baik akan meningkatkan jumlah pesanan bagi para pelaku usaha UMKM.

Selanjutnya, ditinjau dari aspek manajemen usaha UMKM *Rinjani Snack* masih sangat minim untuk memahami penggunaan input-input produksi dan memperkirakan keuntungan dari setiap produk yang akan dijualnya. Pada umumnya

manajemen usaha diperlukan untuk membantu produsen mengalokasikan input produksi yang dimilikinya agar menghasilkan output yang maksimal (Andaiyani, 2022)

Selain itu, pengetahuan keuangan digital dari pelaku UMKM Rinjani Snack masih sangat rendah. Hal ini penting untuk diberikan sosialisasi guna mencegah kejahatan di dunia keuangan digital (Muthia et al., 2022). Dengan memberikan pemahaman mengenai keuangan digital saat ini, tentunya akan mempermudah pelaku UMKM untuk melakukan transaksi ataupun permodalan usahanya (Andaiyani, Adnan, et al., 2022) Literasi keuangan digital merupakan tanggung jawab seluruh *stakeholder* agar masyarakat dari seluruh kalangan dapat mengenal keuangan digital secara maksimal.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertujuan untuk memberikan sosialisasi, pelatihan, dan solusi dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra. Seiring berkembangnya teknologi digital saat ini, tentunya tidak menutup kemungkinan bahwa produksi dan pemasaran dapat dilaksanakan secara digital melalui peningkatan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha Rinjani Snack.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melibatkan peran penting dari mitra yaitu industri rumah tangga "Rinjani Snack" dengan jumlah anggota kelompok sebanyak 10 orang. Mitra terlibat aktif mulai dari persiapan pelaksanaan sampai dengan evaluasi kegiatan. Tentunya, dalam melakukan kegiatan ini dilakukan beberapa metode pelaksanaan yang runtut.

Tahapan pertama yang

dilakukan adalah sosialisasi, dimana pada tahap ini mitra UMKM diberikan informasi mengenai program pengabdian yang dilakukan. Tahapan kedua adalah tahapan pelatihan yang dimana bertujuan untuk meningkatkan nilai produksi dan juga pemasaran di era digital. Melalui pelatihan diharapkan bahwa dapat membantu UMKM melakukan simulasi agar mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan (Nurendah et al., 2023)

Tahapan ketiga adalah penerapan teknologi dimana mitra diharapkan dapat mengoperasikan mesin-mesin teknologi produksi agar dapat meningkatkan kapasitas produksi. Penggunaan teknologi tepat guna yang sesuai dapat membantu mitra UMKM mengembangkan usahanya terutama menambah pendapatan mitra UMKM (Effendi, 2023).

Tahapan terakhir adalah pendampingan dan evaluasi, yang dimana hasil dari produksi produk keripik yang telah jadi di evaluasi peningkatan dan kekurangan yang masih ada. Selanjutnya, diukur berapa banyak kemajuan yang telah dibentuk dari adanya pengabdian PKM ini. Evaluasi menjadi bagian akhir yang paling penting karena perlu untuk mengetahui apakah program yang dilakukan ini perlu diperbaiki atau diinovasi. (Zunaidi, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermitra dengan UMKM Rinjani Snack dimana UMKM ini telah memiliki 10 Karyawan. Selain itu, kegiatan ini melibatkan peran partisipasi dari 7 mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya. Keterlibatan mahasiswa ini merupakan bagian dari program kampus

merdeka. Selanjutnya, rangkaian kegiatan pengabdian akan diuraikan secara detail.

Tahapan pertama dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan edukasi atau bekal untuk pengembangan UMKM Rinjani Snack. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 21 Agustus 2024. Pelatihan ini memberikan pemahaman kepada mitra pentingnya untuk meningkatkan skala produksi. Upaya yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan factor-faktor produksi.

Mitra sangat antusias dalam berdiskusi mengenai rencana pengembangan usaha kedepannya seperti peningkatan produksi dan perluasan pemasaran. Mitra menjelaskan proses produksi dalam unit usahanya dengan detail. Permasalahan tersebut ialah dimulai dari aspek produksi, pemasaran, manajemen usaha, dan juga keuangan digital.



Gambar 1. Diskusi Pelatihan dan Sosialisasi Pengembangan Mitra

Selanjutnya tahap kedua adalah pelatihan dan pendampingan manajemen usaha serta pembuatan *e-commerce* seperti akun shopee dan Instagram. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu, 28 Agustus 2024. Pemilik usaha Rinjani Snack juga dibimbing untuk dapat menggunakan aplikasi *media social* seperti *whatsapp business*, *shopee* dan Instagram. Serta, mitra UMKM Rinjani Snack diberikan pemahaman terkait pengelolaan

keuangan, menghitung total biaya, memperkirakan harga jual dan estimasi laba yang akan diperoleh. Seperti yang diketahui bahwa pengguna media sosial tentunya sangat banyak dan beragam. Maka dari itu, peningkatan pemasaran melalui media sosial secara berkala akan meningkatkan penjualan dari pelaku usaha (Silajadja et al., 2023)



Gambar 2. Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan E-commerce

Kegiatan ketiga yang dilakukan adalah pelatihan teknologi dan inovasi pada hari Minggu tanggal 1 September 2024 di Lr.Palam, Tanjung Barangan, Bukit Baru, Palembang. UMKM Rinjani snack mendapat hibah mesin-mesin produksi elektrik seperti untuk mesin otomatis penggiling adonan, pengupas kentang, pemotong kentang, dan peniris minyak. Mitra UMKM diberikan pelatihan dan praktik menggunakan alat-alat produksi seperti pemotong kentang dan peniris minyak. Cara menggunakan mesin produksi dipraktikan oleh mahasiswa dan selanjutnya langkah-langkah menggunakan mesin dipraktikan kembali oleh para pegawai yang dibimbing oleh para mahasiswa. Peralihan menggunakan mesin produksi ini bertujuan untuk membantu mempercepat pekerjaan serta mengefisiensikan waktu produksi.



Gambar 3. Hibah Mesin Produksi dan Bahan Baku Produksi

Harapannya dengan adanya hibah dari mesin-mesin teknologi ini dapat meningkatkan kapasitas produksi dari mitra. Tentunya, dengan meningkatkan kapasitas produksi dalam skala usaha rumah tangga dapat membantu dalam peningkatan penjualan yang lebih maksimal lagi dengan menerima orderan dari mencapai skala yang lebih besar (Mubarokah, 2023).

Hasil dari pelatihan hari ke 3 adalah Mesin pemotong kentang terbukti mampu membantu menyelesaikan pekerjaan memotong kentang yang bisa dikerjakan sehari 15 kg menjadi 50 kg. hal ini terbukti mampu mengefisiensikan waktu produksi sehingga dapat menghasilkan banyak produk dalam 1 hari produksi. Mesin peniris minyak juga mampu menghasilkan keripik-keripik yang kering dan tidak berminyak seperti, keripik pita, keripik Malaysia, peyek kacang, keripik kencur dan keripik ubi ungu.

Tabel 1. Evaluasi Hasil Produksi akhir Setelah Kegiatan

N o.	Produk	Sebelum Kegiatan PKM	Setelah Kegiatan PKM
1.	Keripik Malaysia	3-5 kg	15kg
2.	Kentang	3-5kg	15kg

	Mustofa		
3.	Keripik Pita Bawang Original	3-5kg	15kg
4.	Keripik Pita Bawang Pedas	3-5kg	15kg
5.	Keripik Kencur Bawang	3-5kg	15kg
6.	Peyek Kacang dan Teri	3-5kg	15kg
7.	Stick Keju	3-5kg	15kg

Selanjutnya, pada hari senin tanggal 9 September 2024 telah dilakukan pengambilan foto produk untuk publikasi dan promosi ke media social. Kegiatan ini dilaksanakan di Laboratorium Pemasaran dan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. Narasumber merupakan anggota pengabdian yaitu Ibu Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A.

Materi yang disampaikan berupa teknik pengambilan foto dan strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM Rinjani Snack. Produk yang difoto merupakan hasil produksi rinjani snack yang sudah dikemas dengan *packaging* baru yang lebih efisien serta dilengkapi dengan stiker menarik. Tentunya dengan menggunakan desain *packaging* yang baru dan menarik membuat konsumen akan lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan namun tidak menghilangkan tujuan awal dari produk tersebut (Sonhaji Arif et al., 2023)



Gambar 4. Hasil Foto Produk

Evaluasi dari kegiatan pengabdian yang dilakukan bersama mitra UMKM Rinjani Snack ialah bahwa kegiatan ini sangat membantu pelaku UMKM karena mendukung peningkatan kapasitas produksi, pemasaran, dan juga pendapatan dari mitra. Kegiatan yang telah dilakukan sangat membantu mitra dikarenakan kapasitas produksi yang meningkat secara pesat. Kemudahan dalam pemasaran juga tercapai karena melalui media sosial dan juga *e-commerce*. Pengelolaan keuangan dan permodalan juga lebih mudah dikarenakan telah didapati pemahaman keuangan digital dari pelatihan yang dilakukan. Sehingga, kegiatan yang dilakukan layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan secara berlanjut untuk membentuk mitra “Rinjani Snack” yang berkembang pesat dan sukses.

SIMPULAN

Pengabdian yang telah dilakukan oleh tim pengabdian terhadap mitra UMKM Rinjani Snack telah memberikan peningkatan yang baik. Peningkatan kapasitas produksi dari yang hanya bisa memproduksi kurang dari 5 kg per harinya, saat ini mitra telah mampu memproduksi lebih dari 10 kg. Aspek pemasaran dari mitra juga sudah menjadi lebih luas dengan melalui media sosial yang lebih menarik. Aspek manajemen usaha mitra juga telah berkembang menjadi lebih maksimal dengan inovasi *packaging* dan juga perhitungan biaya produksi yang lebih baik membantu mitra lebih mudah untuk memproduksi dan mendapatkan keuntungan maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan

kepada kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi sesuai kontrak Pengabdian Nomor 111/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 yang telah membiayai kegiatan pengabdian ini. Terima kasih juga kepada LPPM Universitas Sriwijaya yang telah mendukung PKM ini dan tim mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini (Cindy Priscilla, Angut Saputra, Mayang Intan Syarifina, Junifer Tamin, Intan Aditya Ningrum As, Jesen, dan Andiko Saputra) yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., Hanapia, A. Y., Kadarisman, E., & Sukarso, A. (2023). *ANALISIS PENGARUH SEKTOR INDUSTRI PANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA TAHUN 2001-2022*.
- Andaiyani, S., Adnan, N., Yunisvita, Y., & Riswan, M. (2022). Does financial inclusion reduce income inequality in South Sumatra, Indonesia? *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 4(1).
- Andaiyani, S., Yunisvita, Y., & Hidayat, A. (2022). Peningkatan Manajemen Usaha Industri Kue Kering Melalui Hampers Pack Di Desa Kota Daro. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 258–265. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.16106>
- BPS. (2024). Sumatera Selatan dalam Angka 2024. *2024 DALAM ANGKA*, 42, 2024.

- Effendi, R. (2023). SOSIALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA BAGI USAHA INDUSTRI SEKALA RUMAH TANGGA. *Communnity Development Journal*, 4(4).
<https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Eliza Noviriani, Lailatul Mukaromah, Ee Zurmansyah, & Munandar. (2023). Studi Literatur Industrialisasi Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(1).
<https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i1.587>
- Hamirah, H. (2020). *The Influence of Labor and Investment in Small Scale Industry to the GDRP in South Sumatra Province*.
- Mubarokah, S., Widhiyanta, N., Usniyah Sari, M., Safik Ritonga, A., Dewi, S., Muhandhis, I., Atmojo, S., Harist Murdani, M., Studi Teknik Mesin Universitas Wijaya Putra, P., Raya Benowo No, J., & Timur, J. (2023). PEMANFAATAN MESIN TEKNOLOGI TEPAT GUNA UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI UMKM KUE KEMBANG GOYANG DI DAERAH SIDOARJO (Vol. 02, Issue 01).
- Muthia, F., Dewi, N., Saputri, M., Andaiyani, S., & Novriansa, A. (2022). Can Risk Tolerance Moderate Financial Literacy and Internet Banking Behavior During Covid-19. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 26, 2443–2687.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v2i2.6814>
- Novalia, N., Maulana, A., Kurniawan, M., & Arriyanto, M. N. (2023). *Kinerja Industri Kecil Pengolahan Kopi Di Kota Palembang*.
<https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.1643>
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Husaeni, F. (2023). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Mendukung Bauran Promosi UMKM Kota Bogor*.
<https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.1643>
- Pitaloka, C. P., Jumiati, A., & Wibisono, S. (2020). *Analisis Keterkaitan dan Multiplier Efek Sektor Industri Pengolahan Terhadap Perekonomian Nasional*.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEK>
- Silajadja, M., Magdalena, P., Nugrahanti, T. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM Utilization of Social Media (Digital Marketing) for MSME Product Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2).
- Sonhaji Arif, K., Febrianti, D., Arif, S., Nur Fitriyah, R., Purwanti, L., Nur Indah Sari, V., & Al Akhyar, Z. (2023). Nusantara Community Empowerment Review Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness dari UMKM Keripik Gadung. *NCER*, 1(1), 1–6.
<https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/>
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN DAN KEUNGGULAN BERSAING: STUDI KASUS PADA INDUSTRI MAKANAN

DAN MINUMAN. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.
<https://doi.org/10.58344/jii.v2i6.3140>

Yunita, D. (2020). *The Effect of Social Media Users Behavior on Customer Engagement*.

Zunaidi, A. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*.