

Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Frozen Food Dapoer
Mama Ana Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Kota
Medan Sumatera Utara

Junus Sinuraya¹, Makmur Tarigan², Wiwin Sry A B³, Orli Binta Tumanggor⁴
Politeknik Negeri Medan^{1,2,3,4}

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Received : 2023-01-09 Revised : 2023-01-11 Accepted : 2023-01-30 <i>Keywords:</i> Frozen Food, Marketing, Website, Promotion, Production	Home Industry Frozen food, Medan Johor District is a home industry engaged in the culinary field of frozen food production. Competition in this industry continues to increase along with the emergence of other businesses in the Frozen Food sector. In facing very high competition, the frozen food business group in Medan Johor District, Medan City must be able to develop marketing strategies, produce quality frozen food and manage their business management capabilities. In line with the increasingly fierce competition in the frozen food business, there are several problems experienced by the frozen food group business in Medan, Johor sub-district, namely the marketing promotion strategy still relies on social media so that it has weaknesses including having to be online all the time, posting and updating promotions as often as possible , it is difficult to distinguish orders and comments, production problems, namely product packaging that still uses ordinary plastic besides being less attractive also does not meet quality frozen food product standards, there are still few frozen food variants, frozen food product storage is still mixed up, and frozen food business groups do not yet have own labels and logos making it very difficult to compete with the same business. In addition, issues of business management governance and financial management are still being carried out manually. Methods for implementing digital marketing platform implementation activities, labeling rebranding logos and information technology training to partners. The results of the activity of implementing a digital marketing platform for partners, product labeling and packaging as well as training in making financial reports using the application.
E-mail: -	©2023 Published by Cattleya Darmaya Fortuna

1. PENDAHULUAN

Home industri atau industri rumah tangga adalah suatu unit usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga yang mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi atau dari yang kurang nilainya menjadi yang lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota keluarga yang menanggung resiko (Suratiyah, 1991). Perkembangan industri rumahan Kota Medan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dan mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UMKM Kota medan yang tersebar tahun 2018.

Tabel 1. Data Rekapitulasi Jumlah UMKM Kota Medan 2018

Sektor Usaha	Jumlah UMKM	Persentase(%)
Produksi	301 Usaha	38,94
Kuliner	438 Usaha	56,66
Jasa	31 Usaha	4,02

Peternakan dan Perikanan	3 Usaha	0,38
Jumlah	773 Usaha	100

Pada tabel 1 sektor usaha kuliner memiliki persentase tertinggi di Kota Medan yakni 56,66%, tingginya persentase sektor usaha kuliner hal ini dikarenakan gencarnya pemerintah mendorong masyarakat menjadi entrepreneur yang sekaligus mampu membuka lapangan pekerjaan baru. Sektor usaha kuliner paling banyak menyerap tenaga kerja dan mampu bertahan ditengah-tengah krisis ekonomi yang melanda. Perkembangan usaha kuliner pada era revolusi industri 4.0 atau era digital secara umum masyarakat Kota Medan lebih menyukai makanan praktis, ekonomis, mudah dan cepat dalam penyajiannya dan konsumsi makanan masyarakat dipengaruhi juga gaya hidup masyarakat pada era ini. Frozen food atau makanan beku merupakan produk makanan yang dikemas dan diawetkan dengan cara pembekuan dan disimpan dalam freezer sehingga siap untuk diolah dan disajikan pada waktu tertentu. Menurut Correy(2006) dalam Anggraini(2010), tingkat konsumsi makanan beku/frozen food di Indonesia mencapai 30%, mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan tingkat konsumsi makanan beku di masyarakat Indonesia dikarenakan perubahan gaya masyarakat Indonesia, masyarakat Indonesia menyukai olahan makanan mudah diolah, praktis, tahan lama, higienis dan harga terjangkau. Gaya masyarakat Indonesia yang cenderung lebih suka konsumsi makanan yang praktis, cepat, dan harga terjangkau. Contoh produk frozen food yaitu Nugget, Bakso, Sosis, Pempek, Dimsum, French fries dan lain-lain.

Di tahun 2022, tren frozen food semakin menjanjikan ke depannya yang mana pasarnya bisa mencakup hingga ke pelosok. Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanuddin Yasni, memprediksi di tahun 2025, nilai pasar frozen food bisa mencapai 200 triliun. Hal ini didukung oleh banyak UMKM yang terjun dan sukses jualan frozen food, ditambah adanya dukungan dari cold-chain delivery yang dapat mengirim makanan beku dengan fasilitas lengkap. Tingkat konsumsi makanan beku di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya berdampak semakin terbukanya peluang bisnis pasar produk makanan olahan beku(frozen food). Bisnis Frozen food menjadi tren usaha yang menjanjikan di New Normal, di era New Normal minat masyarakat terhadap makanan olahan beku(frozen food) semakin meningkat, frozen food yang sifatnya praktis, tahan lama, higienis, harga terjangkau sehingga frozen food dijadikan sebagai stock makanan di masa pandemi.

Bisnis frozen food semakin banyak diminati disegala kalangan dengan menawarkan produk frozen food andalan masing-masing. Dan banyak pelaku bisnis frozen food memperoleh keuntungan besar dan banyak juga pelaku usaha frozen food mengalami gulung tikar atau tidak beroperasi lagi, pada umumnya pelaku usaha frozen food bangkrut dikarenakan permasalahan strategi pemasaran kurang tepat, kualitas produk frozen food kalah saing dengan pelaku bisnis frozen food lainnya, variasi frozen food tidak berinovasi. Bisnis frozen food akan mencapai keberhasilan jika menguasai strategi pemasaran, memiliki kualitas frozen food bagus dan pelaku usaha melakukan inovasi-inovasi untuk mengembangkan usahanya.

Pemerintah tengah berupaya untuk mengoptimalkan kondisi perekonomian Indonesia, pandemi Covid-19 datang dengan segala dampak negatifnya. Seperti yang ketahui sekarang bahwa dampak dari pandemi ini sangat berpengaruh dalam segala aspek terutama pada kondisi kesehatan dan perekonomian. Sejak Pemerintah Indonesia mengimbau menerapkan Social Distancing dan melarang masyarakat berkerumun sebagai upaya melawan virus corona atau COVID-19. Satu diantara yang paling terdampak adalah bisnis kuliner. Berbagai usaha kuliner di berbagai tempat mulai tutup sementara karena kehilangan pelanggan. Masyarakat lebih banyak membeli bahan makanan untuk memasak

sendiri di rumah. Namun, ada juga diantaranya yang masih membeli melalui digital, atau sistem online. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pebisnis kuliner untuk tetap beroperasi dengan melayani pesan antar atau take away.

Dapoer mama ana merupakan salah satu industri rumah tangga yang digeluti oleh Ibu Mariana Harahap yang ada di kota Medan Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Propinsi Sumatera Utara, industri rumah tangga Dapoer Mama Ana memproduksi berbagai aneka frozen food yaitu varian kulit dimsum, kulit kebab, risol, dimsum, batagor, bakso dan nugget. Mitra Dapoer mama ana berdiri tahun 2010 dengan jumlah pekerja awal 2(orang) orang dengan target pemasaran masyarakat sekitarnya. Seiring waktu perkembangan usaha Dapoer mama ana memasarkan produk frozen food ke penjuru kota Medan dan bahkan sudah menjangkau luar kota Medan. Saat ini dapoer mama ana mempunyai tenaga kerja +5(lima) orang untuk memproduksi frozen food setiap hari dan gaji tenaga kerja dibayar harian. Pekerja rata-rata berpendidikan SMA dan berasal dari masyarakat setempat. Dalam satu hari mitra dapoer mama ana dapat memproduksi beraneka frozen food sekitar 50-100 paket pesanan setiap aneka frozen food. Produksi frozen food tergantung pemesanan konsumen, tenaga kerja dan mesin produksi.

Berdasarkan observasi awal usaha yang digeluti saudari Mariana Harahap cukup berkembang. Seiring persaingan usaha frozen food semakin ketat ada beberapa permasalahan pada mitra yaitu manajemen pemasaran, kemasan produk dan manajemen usaha tersebut. Manajemen pemasaran atau pemesanan yang dilakukan saudari Mariana Harahap menggunakan sosial media facebook sehingga menggunakan sosial media dalam pemasaran atau pemesanan memiliki kelemahan misalnya pemasaran terbatas hanya kepada teman pengguna facebook, posting promosi jualan cepat menghilang atau tenggelam, mesin pencari sulit untuk mengindeks, tidak ada fitur pencarian konten, sulit untuk mengelola data pembeli yang banyak dan kebenaran data pengguna facebook diragukan. Dengan adanya pandemic dan banjir bandang bulan Desember 2020 membuat usaha mitra semakin menurun, apalagi peralatan mesin produksi terendam banjir sehingga banyak peralatan tidak berfungsi lagi. Kemudian masih menggunakan kemasan plastik biasa dan belum menerapkan standar kemasan produk frozen food sehingga tampilan produk frozen food kurang menarik.

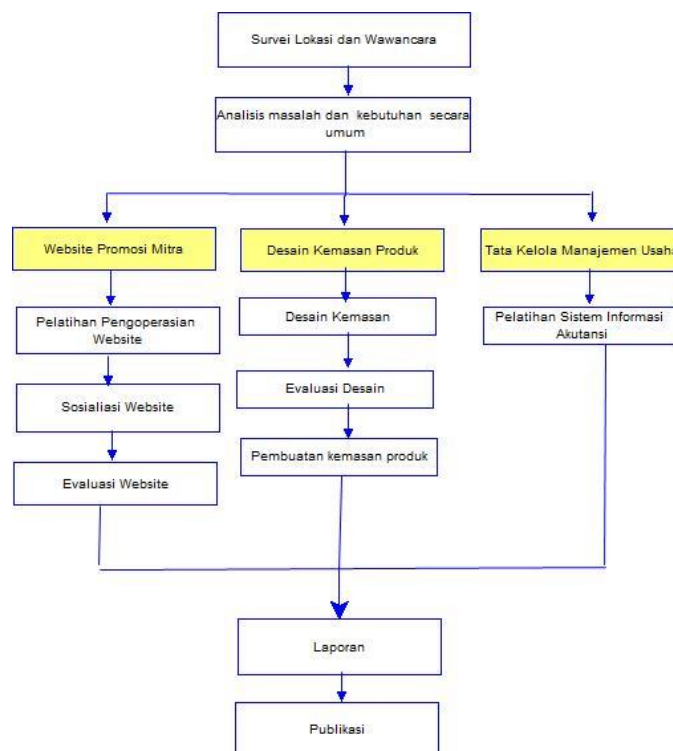
2. METODE

Production

Kemasan berfungsi sebagai untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan, sehingga lebih mudah disimpan, diangkut, dan dipasarkan. Kemasan juga memiliki fungsi sebagai identitas produk, daya tarik bagi pembeli, dan sarana promosi bagi konsumen. Kemasan yang baik akan meningkatkan daya jual dan daya saing produk

Frozen Food

Frozen food semakin menjanjikan ke depannya yang mana pasarnya bisa mencakup hingga ke pelosok. Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanuddin Yasni, memprediksi di tahun 2025, nilai pasar frozen food bisa mencapai 200 triliun. Hal ini didukung oleh banyak UMKM yang terjun dan sukses jualan frozen food, ditambah adanya dukungan dari cold-chain delivery yang dapat mengirim makanan beku dengan fasilitas lengkap. Tingkat konsumsi makanan beku di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya berdampak semakin terbukanya peluang bisnis pasar produk makanan olahan beku(frozen food).



Gambar 1. Diagram Tahapan pelaksanaan Kegiatan

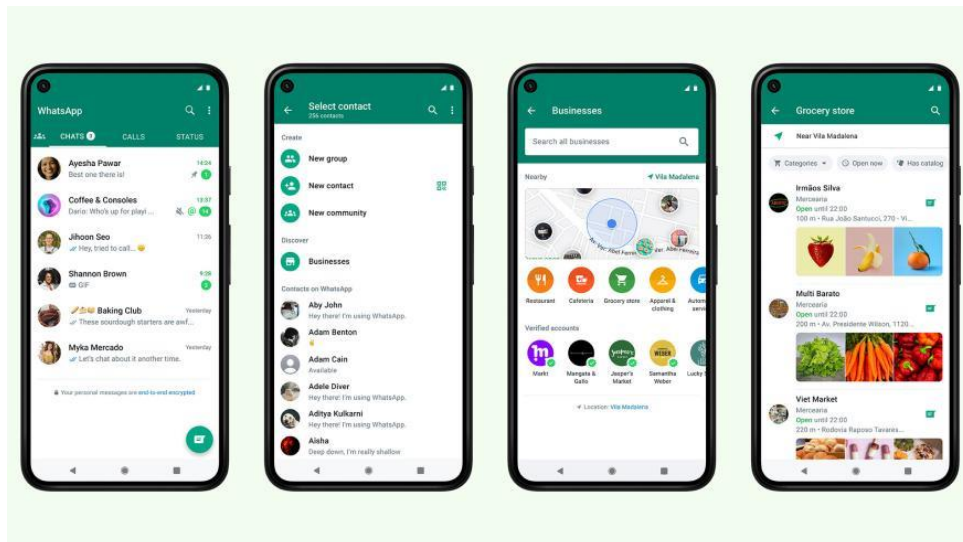
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapaun hasil pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Mitra menerapkan marketing digital dengan menggunakan aplikasi Sosial Media for Bussiness yang sebelumnya mitra tidak pernah menggunakannya karena tidak menguasai cara mengoperasikannya. Mengatasi permasalahan mitra selama ini pihak pelaksana menerapkan strategi marketing digital dengan menggunakan platform yaitu :

a. WhatsApp For Business

WhatsApp Business adalah aplikasi yang gratis dapat digunakan yang tersedia pada Android dan iPhone, dan didesain untuk pemilik bisnis kecil. WhatsApp Business akan membuat interaksi Anda dengan pelanggan menjadi lebih mudah dengan menyediakan fitur-fitur untuk mengautomasi, menyortir, dan membalas pesan dengan cepat. Aplikasi ini juga didesain seperti dan berfungsi sama dengan WhatsApp Messenger. Dapat menggunakannya untuk melakukan semua hal yang biasa lakukan, mulai dari pemesanan hingga mengirim foto. Sebagian fitur pada platform yang sediakan dalam aplikasi termasuk profil bisnis untuk mencantumkan informasi penting mengenai bisnis, seperti alamat, email, dan situs web Label untuk mengorganisasi serta menemukan chat dan pesan dengan mudah. Fitur pemesanan untuk merespons pelanggan dengan cepat.

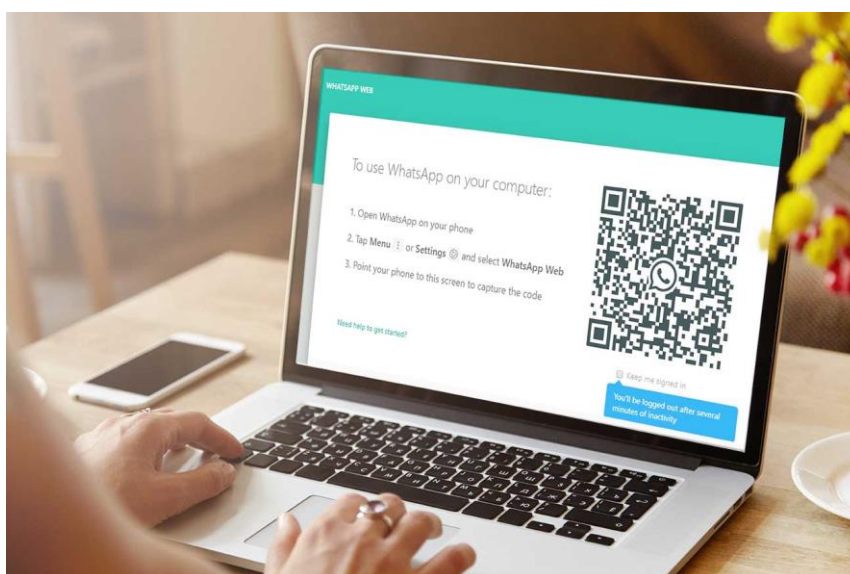


Gambar 2. Whatapp for Bussiness

b. WhatsApp for Web

Untuk memudahkan mengelola usaha mitra juga menerapkan dengan WhatsApp for Web bisa sangat bermanfaat tatkala Anda sedang melakukan aktivitas di depan PC ataupun Laptop atau pemesanan jumlah yang banyak. Pada pengabdian ini tim melakukan pengenalan WhatsApp Business kepada mitra yaitu UKM Dapoer Mama Ana dimulai dari sosialisasi instalasi aplikasi, koneksi aplikasi WhatsApp business kepada data pelanggan, mahasiswa Polmed membantu mengarahkan teknik penggunaan aplikasi media sosial ini kepada mitra. Mitra cukup familiar penggunaan WhatsApp hanya untuk komunikasi selama ini dan tidak mengetahui ternyata bisa digunakan untuk menunjang penjualan online yang saling terkait dengan media sosial lainnya seperti Facebook, dan Instagram.

Mitra bisa mengatur waktu kapan memesan produk online dan offline. Sehingga memudahkan calon pelanggan melakukan pemesanan produk.



Gambar 3. WhatApp for Web



Gambar 4. Pengenalan WhatsApp for Web Kepada Mitra

2. Mitra mempunyai labeling untuk produk frozen food
Labeling dan logo pada produk ukm dapoer mama ana selama ini masih sangat sederhana dan kurang sentuhan brand kekinian. Maka disini tim pengabdian melakukan re-branding label dan logo dapoer mama ana. Branding yang baik akan memudahkan konsumen untuk brain mainded terhadap ciri khas produk dapoer mama ana. Karena menarik memiliki ciri khas dan warna yang kekinian.
Pangsa pasar produk ukm frozen food dapoer mama ana adalah kalangan menengah dan ibu - ibu usia produktif. Labeling diberikan sentuhan warna pastel peach muda memberikan kesan melayani dengan penuh kasih, ikon ibu muda vector dengan nuansa kartun yang merupakan jenis logo yang sedang trend saat ini. Ada sentuhan kartunis di logonya. Sentuhan warna merah dan orange memberikan kesan ceria, ramah dan antusias. Pemilihan font jenis hand script merupakan type font yang sedang diminati para owner bisnis kekininan karena memiliki nilai estetika dan nuansa elegan.



Gambar 5. Re-Branding Labeling Mitra

3. Mitra dapat mengoperasikan Microsoft Office untuk membuat Laporan keuangan

4. KESIMPULAN

Adapun yang menjadi kesimpulan pada pelaksanaan pengabdian ini sebagai berikut: Kendala pemasaran yang dilakukan dapat dilakukan menggunakan social for business WhatsApp Business Web adalah anak aplikasi WhatsApp yang khusus diperuntukkan bagi para pelaku usaha. Anda dapat memanfaatkan WhatsApp Bussiness Web untuk mendukung bisnis Anda. Penggunaan via web ini paling bermanfaat dalam tata kelola produk, pemasaran, promosi, dan aktivitas komunikasi. Packaging dan labeling dalam rangka memasarkan produk makanan sangat penting untuk dilakukan dimitra Dapoer Mama Ana. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk, juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Pemanfaatan aplikasi Microsoft Excel dalam menyusun laporan keuangan sederhana bagi usaha dapat memudahkan pengelolaan data usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1.] Nurlinda, Sinuraya, Junus. Asmalidar (2020), Efektifitas Pemanfaatan Teknologi Informasi berbasis Online Sebagai Alternatif Mempertahankan Kinerja Keuangan UMKM Di Masa Pandemi Covid 19, Penelitian PDK
- [2.] Sinuraya, Junus. "Pengukuran Kualitas Website Dengan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus Website Politeknik Negeri Medan)." Jurnal Teknovasi: Jurnal Teknik dan Inovasi 6.2 (2019): 51-59.)
- [3.] Sinuraya, Junus. "Perancangan Aplikasi Keuangan Restoran Terintegrasi Pada Warung Arya berbasis Akutansi." Jurnal Teknovasi: Jurnal Teknik dan Inovasi 6, no. 1 (2019): 81-93.
- [4.] Prastiwi, W.D., Santoso, S.I. and Marzuki, S., 2017. Preferensi Dan Persepsi Konsumsi Produk Nugget Sebagai Alternatif Konsumsi Daging Ayam Pada Masyarakat Di Kecamatan Secang Kabupaten Magelang. Agromedia, 35(1)
- [5.] Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. Jurnal Visi Komunikasi, 16(01), 71-90.
- [6.] Rekapitulasi Koperasi dan UMKM Kota Medan Tahun 2018
- [7.] Sumaryati, E., Su'i, M. and Sofi, N.H., 2021, December. INOVASI KEMASAN "FROZEN FOOD SINJU "UNTUK MEMPERTAHANKAN MUTU PRODUK SELAMA PENYIMPANAN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA, DI KELURAHAN ARJOSARI, KECAMATAN BLIMBING, MALANG. In Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH) (pp. 843-846).
- [8.] VH, E.S., Mulyani, S. and Utomo, S.B., 2021. Peningkatan Kualitas Dan Kuantitas Produk Frozen Food Melalui Penggunaan Meat Grinder Dan Vacuum Sealer (Uk Frozen Food Linda Desa Joho Mojolaban Sukoharjo). In Seminar Nasional Kimia dan Pendidikan Kimia (SN-KPK) (Vol. 13, No. 1, pp. 147-152).
- [9.] Handayani, R. and Wijayanti, H.T., 2018. PERLUASAN PASAR MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PORTOFOLIO PRODUK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA FROZEN FOOD. SENADIMAS.
- [10.] Wahyuningsih, R.S.H. and Rahmawati, A., 2021. PERIJINAN USAHA INDUSTRI RUMAH TANGGA SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLAAN USAHA. In Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat.
- [11.] Afriza, E.F., Nurdianti, R.R.S., Sartika, S.H. and Nirbita, B.N., 2022. Peningkatan keterampilan pengolahan frozen food dalam rangka menumbuhkan perekonomian dan mewujudkan ketahanan pangan. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), pp.159-164.

Doi : <https://doi.org/10.54209/jumas.v2i01.36>

- [12.] Siswanti, S., Anandito, B.K. and Affandi, D.R., 2021. IbM Industri Rumah Tangga Ayam Ungkep di Gembongan, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 2(1), pp.15-20.
- [13.] Sophia, H., Dahliaty, A., Nugroho, T.T. and Helianty, S., 2020, December. Inovasi produk olahan Singkong menjadi Singkong Frozen untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. In *Unri Conference Series: Community Engagement* (Vol. 2, pp. 488-493).
- [14.] Iqles, R., 2022. ANALISIS PENDAPATAN DAN KEUNTUNGAN HOME INDUSTRY FROZEN FOOD (STUDI PADA USAHA KEBAB DUREN DAENG MAPPAKOE DI KOTA BENGKULU) (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- [15.] Setiarso, O., Arintoko, A. and Rahayu, S.N.P., 2020, June. PENINGKATAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA TANI MELALUI USAHA OLAHAN PRODUK PERTANIAN PADA KWT ARUM LESTARI DI DESA PANDAK KECAMATAN BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed* (Vol. 9, No. 1).