

Pemberdayaan UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah Terdampak Pandemi Melalui Teknologi Produksi dan Pemasaran

¹Murhadi ✉, ¹Susi Widjajani, ¹Isnaeni Maryam

¹Universitas Muhammadiyah Purworejo

Informasi Artikel

Kata kunci:

Inovasi kemasan,
Inovasi pemasaran,
UMKM

ABSTRAK

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah yang berada di kampung Tambak wilayah Kabupaten Purworejo. Permasalahan yang dihadapi setelah terdampak Pandemi Covid-19 adalah menurunnya penjualan sebesar 80%. Akibatnya pengusaha UMKM geblek ini harus menanggung beban moral dengan merumahkan 7 orang karyawannya. Menurunnya jumlah produksi juga menyebabkan proses produksi dilakukan secara manual, sehingga mesin produksi yang telah dimiliki menjadi rusak dan tidak bisa berfungsi dengan baik. Pengemasan produk yang masih sederhana menyebabkan produk hanya mampu bertahan selama 7 hari dan kurangnya teknologi dalam pengemasan menyebabkan pemilik Geblek Tambak tidak dapat memperluas pemasarannya. Dari sisi pemasaran, selama pandemi Geblek Tambak hanya melayani pemesanan melalui media sosial dan hanya terbatas di wilayah Purworejo. Solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah: pertama, pelatihan inovasi teknologi pengemasan vakum frozen food agar produk bertahan lebih lama, dan perbaikan mesin produksi untuk memperlancar proses produksi. Kedua, pelatihan pemasaran secara online melalui website ataupun marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil kegiatan berupa inovasi kemasan produk Geblek Tambak Mbah Toipah dengan teknologi vakum frozen food agar produk Geblek menjadi lebih tahan lama. Serta inovasi pemasaran melalui toko online produk Geblek Mbah Toipah yang dirancang untuk memberikan kemudahan pengelolaan dari sisi pemilik dan kemudahan bertransaksi dari sisi pelanggan.



DOI: <https://doi.org/10.37729/gemari.v3i3.7194>

Corresponding Author:

Murhadi

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Jl. K.H.A. Dahlan 3, Purworejo, Jawa Tengah 54114, Indonesia

✉ email: murhadi@umpwr.ac.id

1. Pendahuluan

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang terdampak pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM menggambarkan bahwa sebanyak 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah terdampak pandemi virus corona (Widjajani *et al.*, 2021). Kebanyakan yang terkena dampak adalah usaha yang bergerak pada bidang makanan dan minuman. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi (Amri, 2020). Sekitar 37.000 UMKM telah melaporkan ke Kementerian Koperasi dan UKM bahwa mereka telah terdampak sangat serius akibat pandemi ini yang meliputi sekitar 56% telah melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan terhadap aspek pembiayaan, 15% melaporkan terkait dengan masalah distribusi barang, dan

4% melaporkan kesulitan dalam memenuhi bahan baku mentah (Crismawan, 2020). Pandemi ini menyebabkan banyak UMKM kesulitan melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas, dan gaji karyawan. Bahkan beberapa diantaranya terpaksa sampai harus melakukan PHK (Bahtiar, 2021). Selain itu, pandemi ini menyebabkan turunnya kinerja dari sisi permintaan, yaitu konsumsi dan daya beli yang selanjutnya mengganggu proses produksi.

Pembatasan kegiatan selama pandemi menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu para pelaku usaha harus mampu mengantisipasi perubahan peta kompetisi bisnis ini. Meskipun pada kenyataannya banyak UMKM khususnya di negara berkembang yang masih terbatas dalam penggunaan teknologi digital (Bai *et al.*, 2021). Sepinya pembeli dan turunnya omset penjualan menyebabkan UMKM harus berinovasi. Pemanfaatan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Para pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan merubah strategi pemasaran ke pemasaran digital supaya dapat tetap bertahan (Handayani *et al.*, 2021). UMKM pun dituntut bertransformasi ke bisnis *online* sebagai pengganti keterbatasan manusia di era pandemi. UMKM yang dapat bertahan adalah mereka yang dapat menyesuaikan diri dengan keadaan pandemi kemudian membuat perencanaan dan melakukan prosedur baru dalam bekerja (Santoso, 2020).

Salah satu usaha makanan kecil yang terdampak pandemi dan harus bertahan dengan memanfaatkan teknologi digital di wilayah Purworejo adalah Geblek Tambak Mbah Toipah. Geblek merupakan salah satu makanan khas yang cukup digemari dari kabupaten Purworejo. Geblek berwarna putih, bentuknya serupa angka delapan, dan punya tekstur kenyal ketika dikunyah. Geblek ini dibuat dengan bahan yang cukup sederhana, yaitu tepung kanji (pati), bawang putih, dan garam. Walaupun terbuat dari bahan yang sederhana, namun proses pembuatannya membutuhkan ketelatenan yang cukup. Geblek lebih enak dihidangkan dan disantap ketika masih panas, karena apabila sudah dingin geblek akan terasa lebih keras dan hilang rasa gurihnya. Makanan khas ini sudah ada sejak zaman nenek moyang dan hingga kini masih digemari warga. Sebagai camilan di pagi atau sore hari, geblek juga sering dibawa sebagai oleh-oleh ke luar kota hingga luar pulau (Heksantoro, 2019).

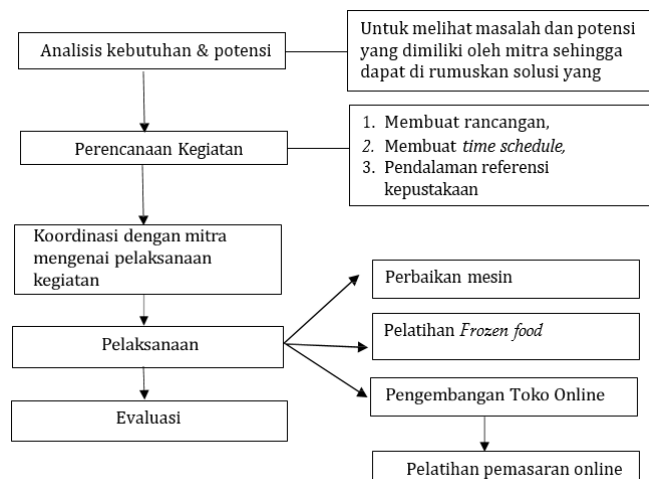
UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah berdiri sejak tahun 1975 dan saat ini telah dikelola oleh generasi ketiga keluarga mbah Toipah. Saat ini usaha Geblek Tambak sudah memiliki legalitas berupa PIRT dan status Halal MUI. Sebelum pandemi Covid-19 terjadi, UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah mempekerjakan 7 orang karyawan di bagian produksi dan 4 orang karyawan di bagian pemasaran. Dalam sehari, Geblek Tambak mampu memproduksi sampai 100 kg pati (tepung kanji) dengan omset Rp 90.000.000/bulan. Geblek Tambak Mbah Toipah menyediakan dua pilihan kemasan untuk produknya, yaitu kemasan plastik dan kemasan besek. Pemasaran dilakukan melalui dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. Pemasaran secara *online* melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp*. Sedangkan pemasaran *offline* dilakukan dengan cara konsinyasi dengan pedagang sayur di pasar dan pedagang sayur keliling area Purworejo dan Kulon Progo-Yogyakarta, serta memiliki 3 reseller pedagang sayur di Bekasi, Magelang, dan Temanggung. Namun setelah Pandemi Covid-19 terjadi, UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah mengalami penurunan omset sebesar 80% dan harus merumahkan 7 karyawannya. Turunnya omset penjualan menyebabkan proses produksi cukup dilakukan secara manual, sehingga menyebabkan mesin produksi rusak dan tidak bisa berfungsi dengan baik. Pengemasan produk yang masih sederhana menyebabkan produk tidak mampu bertahan lama, karena kurangnya teknologi dalam pengemasan produk. Keterbatasan pemilik dalam penggunaan teknologi menyebabkan produk Geblek Tambak Mbah Toipah belum mempunyai *blog*, *website*, maupun memasukan produk ke dalam *marketplace*.

Sedangkan pemasaran secara *offline*, sempitnya daerah pemasaran dikarenakan masa kadaluarsa produk yang tergolong pendek yaitu hanya mampu bertahan selama 7 hari. Hal tersebut menjadi hambatan pemilik usaha untuk memperluas pemasaran ataupun memasukkan produk ke sebuah swalayan.

Secara garis besar permasalahan yang terjadi pada UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah ini adalah terkait dengan aspek produksi dan pemasaran. Dalam aspek produksi dibutuhkan perbaikan mesin dan inovasi pengemasannya agar produk geblek lebih menarik dan bertahan lebih lama. Dari aspek pemasaran pemanfaatan teknologi digital menjadi hal yang penting, selain adanya pembatasan selama masa pandemi, juga agar jangkauan pemasaran menjadi semakin luas. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu mitra mengatasi kendala yang dihadapi akibat masa pandemi Covid-19 dengan meningkatkan kapasitas produksi melalui implementasi teknologi *frozen food*, serta memperluas jangkauan pemasaran dengan menerapkan metode pemasaran global melalui toko *online*.

2. Metode

Kegiatan ini merupakan implementasi dari Program Kemitraan Masyarakat dengan sasarannya adalah UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah. UMKM ini dijadikan sasaran karena menjadi salah satu UMKM yang terdampak imbas dari pandemi Covid-19. UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah di jadikan mitra dalam kegiatan ini karena belum mengimplementasikan teknologi produksi menggunakan metode *frozen food* dan belum memasarkan produknya melalui saluran toko *online*. Adapun metode pelaksanaan kegiatannya dapat dilihat dalam [Gambar 1](#).



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan awal yang dilakukan yaitu melakukan analisis kebutuhan dan potensi pengembangan lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat masalah dan potensi yang dimiliki oleh mitra agar dapat dirumuskan solusi yang paling tepat. Kegiatan selanjutnya adalah merencanakan kegiatan berupa merancang kegiatan, menentukan jadwal, dan pendalaman referensi kepustakaan. Melakukan koordinasi dengan mitra terkait pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan. Serta melaksanakan kegiatan inti yaitu perbaikan mesin produksi, pelatihan kapasitas produksi dengan *frozen food*, pengembangan dan pelatihan toko *online* serta evaluasi. Pelaksanaan kegiatan tetap memperhatikan protokol kesehatan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perbaikan Mesin Produksi Geblek

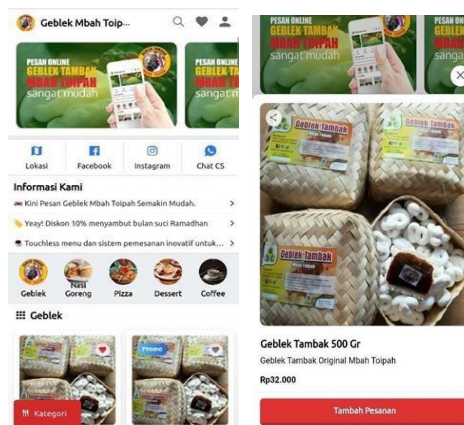
Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan membantu mitra yang terkendala dalam kelancaran proses produksi karena mesin produksinya rusak. Akibat menurunnya jumlah produksi menyebabkan mesin produksi tidak pernah dioperasikan, karena jumlah produksi yang kecil sehingga cukup dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan mesin produksi rusak karena tidak pernah dipakai dalam waktu yang cukup lama. Sehingga kegiatan yang dilakukan adalah membantu proses perbaikan dengan mengganti komponen yang rusak agar dapat dioperasikan kembali. Dokumentasi perbaikan mesin produksi ditampilkan pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Proses Perbaikan Mesin Produksi

3.2. Pengembangan Toko Online

Pengembangan toko *online* merupakan proses yang cukup panjang karena menyesuaikan dengan kebutuhan Mitra. UMKM mitra memerlukan platform teknologi informasi yang mudah digunakan dan dapat dioperasikan dengan fasilitas yang ada. Saat ini secara sistem toko *online* yang dikembangkan sudah memenuhi standar minimal yang diperlukan dan terdapat fitur tambahan yang akan mempermudah mitra dalam memasarkan produknya. Toko *online* yang dikembangkan dapat diakses melalui geblekmabha.toipah.com. Meskipun pengembangannya berbasis web, tetapi toko *online* yang dikembangkan coba dioptimasi untuk diakses melalui mobile. Tampilan depan toko *online* geblek mbah toipah ditampilkan pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Tampilan Awal Toko Online Geblek

Saat pengunjung ingin melakukan pemesanan, pengunjung akan memilih salah satu produk yang diinginkan. Dengan menekan tombol Tambah Pesanan maka produk yang di pilih akan masuk ke keranjang belanja. Detail produk dapat dilihat pada Gambar 4. Setelah produk masuk ke keranjang belanja dan tidak memilih produk lain lagi, pengguna akan di minta untuk melengkapi data pengiriman dan metode pengiriman yang di inginkan. Form pemesanan dan pemilihan metode pengiriman dapat dilihat pada Gambar 4.

The image shows two side-by-side screenshots of a mobile application's ordering interface. The left screenshot, titled 'Keranjang Belanja' (Shopping Cart), displays a product 'Geblek Tambak 500 Gr' for Rp32.000. Below the product, there is a 'Form Pemesanan' (Order Form) with fields for Name (Murhadi), WhatsApp number (6281802796184), and Email (moerhadie@gmail.com). It also shows the location as Indonesia and the delivery method selected as 'Kurir' (Courier). The right screenshot, titled 'Ojek Online', shows a map with a location pin and a summary of the order. The summary includes a delivery time of 16/08/2021 17:30, a subtotal of Rp32.000, and a total amount of Rp43.978 after discounts. Both screenshots have a red button at the bottom labeled 'Pesan Sekarang' (Order Now).

Gambar 4. Form Pemesanan, Pemilihan Metode Pengiriman, dan Pin Lokasi

Pemilihan metode pengiriman disediakan melalui kurir dan melalui ojek *online*. Jika memilih melalui kurir maka ongkos kirim akan disesuaikan dengan kebijakan masing-masing kurir yang di pilih. Jika memilih Ojek *Online*, maka ongkos kirim akan disesuaikan dengan jarak pemesan dengan lokasi toko Geblek Tambak Mbah Toipah. Penghitungan jarak dilakukan dengan penentuan jarak secara otomatis dengan GPS pemesan. Untuk memudahkan pengiriman, jarak maksimal pemesan yang memilih menggunakan ojek online di batasi yaitu maksimal 40 km dari lokasi Geblek Tambak Mbah Toipah. Namun jarak maksimal ini dapat di sesuaikan dengan kebutuhan jika di rasa terlalu jauh, pemilik dapat melakukan pengaturan jarak maksimal. Jika semua isian sudah dilakukan dengan benar, selanjutnya pengguna mengklik tombol pesan sekarang untuk melanjutkan pemesanan. Saat melakukan pesan sekarang, maka rincian pemesanan akan di *direct* ke WhatsApp yang selanjutnya akan terkirim ke pemilik Geblek Tambak Mbak Topiah sehingga pemilik langsung mengetahui jika ada pesanan masuk. Pesan yang muncul melalui WhatsApp ini dapat terlihat pada Gambar 5.

The image shows a WhatsApp message interface. The left side displays a message from the user with order details: 'Saya mau pesan produk ini: 1. Geblek Tambak 500 Gr, Qty: 1 pcs, Berat: 500g, Harga: Rp32.000'. It also includes the user's profile data: Name: Murhadi, Email: moerhadie@gmail.com, No WA: 6281802796184, and the address: Indonesia, https://maps.google.com/?daddr=7.73885219058935,109.99678355876723. The total order amount is Rp43.978. The right side shows a 'Select mode of payment' screen with options for Bank transfer, Card, E-Wallet (OVO, ShopeePay, DANA, LinkAja), and Retail Store (Alfamart). The total amount is Rp 43.978.

Gambar 5. Rincian Pesan Masuk ke Whatsapp dan Fasilitas Pembayaran

Pemesan dapat melanjutkan proses pemesanan dengan melakukan pembayaran dimana instruksi pemesanan sudah dikirim melalui email pemesan. Dengan menekan tombol Pay Now pada email maka akan di *redirect* ke halaman pembayaran pihak ke 3 yang disediakan oleh sistem. Fasilitas pembayaran yang dapat dipilih terlihat pada [Gambar 5](#). Dengan beragam fasilitas pembayaran yang disediakan diharapkan semua pihak akan merasakan manfaat dari adanya sistem ini. Dari sisi pemilik Geblek Tambak Mbah Toipah dapat memantau pesanan melalui WhatsApp dan dari sisi pemesan juga akan dipermudah dengan sistem pemesanan yang ringkas dan pilihan pembayaran yang beragam.

3.3. Pengadaan Fasilitas Pendukung Pengawet Makanan Dengan Vacuum

Keluaran yang sudah dicapai yaitu pengadaan fasilitas pendukung untuk meningkatkan kapasitas produk dengan teknologi vacuum. Seperti yang umum diketahui bahwa produksi geblek yang dilakukan secara konvensional tidak bertahan lama, sehingga perlu teknologi produksi dengan mengemas geblek secara vacuum.

3.4. Kemampuan Pengemasan Geblek dengan Metode Vacuum

Tim pengabdian melakukan pelatihan pengemasan produk geblek dengan menggunakan metode vacuum. Metode ini adalah metode pengawetan makanan dengan menghilangkan udara yang ada dalam kemasan geblek, sehingga menunda tumbuhnya jamur pada geblek. Dengan metode ini maka geblek akan lebih tahan lama dan dapat dipasarkan ke luar daerah. Pelatihan di ikuti oleh pemilik dan karyawan Gtambak mbah Toipah. Saat pelatihan, tim pengabdian menjelaskan cara kerja alat vacuum dan sealer, cara merangkai alat dan cara penggunaan alat. Selanjutnya pemilik dan karyawan Geblek Tambak Mbah Toipah mencoba satu persatu mengoperasikan alat tersebut. Kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada [Gambar 6](#).



Gambar 6. Pelatihan Pengemasan Dengan Vacuum

3.5. Pelatihan Toko Online

Pelatihan toko *online* merupakan pelatihan kedua yang dilakukan untuk membekali pemilik dan karyawan Geblek Tambak Mbah Toipah agar dapat mengelola dan memanfaatkan toko *online* dengan baik. Dalam pelatihan ini, tim mengundang nara sumber yang memiliki kompetensi lain untuk memberikan materi tentang strategi pemasaran di masa pandemi COVID-19. [Gambar 7](#) memperlihatkan kegiatan pelatihan *online*.



Gambar 7. Pelatihan Toko Online dan Strategi Pemasaran di Era Covid-19

3.6. Dampak Sosial Ekonomi Kegiatan Terhadap Mitra

Dampak yang dirasakan oleh UMKM Geblek Mbah Toipah dengan adanya kegiatan PKM ini disajikan dalam [Tabel 1](#).

Tabel 1. Dampak Kegiatan PKM terhadap Mitra

Kegiatan	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Perbaikan Mesin Produksi	Komponen mesin produksi rusak	Mesin produksi dapat digunakan kembali
Toko Online untuk Pemasaran Produk	Belum memiliki <i>platform</i> khusus.	Memiliki toko online melalui website
Pengadaan Peralatan Pendukung <i>Vacuum sealer</i> .	Kemasan produk sederhana dengan plastik biasa	Dikemas dengan dengan teknologi vakum sehingga tahan lama
Renovasi Tanda Pengenal tempat usaha	Kondisi papan nama sudah luntur dan tidak terbaca	Papan nama lebih jelas dan menarik
Pelatihan kemasan dengan <i>Vacuum sealer</i>	Belum mampu mengemas dengan metode <i>vacuum</i> .	Mampu mengemas dengan metode <i>vacuum</i> .
Pelatihan toko <i>online</i>	Belum memiliki toko online	Memiliki toko online dan mampu mengoperasikannya.

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar. Pihak mitra memiliki kontribusi yang besar dalam memberikan arahan dan informasi. Mitra memiliki informasi yang valid terhadap permasalahan yang di hadapi hingga mampu menentukan solusi yang tepat. Mitra juga kooperatif dalam memberikan data yang dibutuhkan oleh tim pelaksana sehingga proses pelaksanaan berjalan dengan lancar. Hanya saja karena pelaksanaan kegiatan di masa pandemi COVID-19, pelaksanaan kegiatan harus beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi. Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran dan teknologi pengemasan di jadwalkan pada minggu pertama bulan Juli dan pelatihan pengelolaan toko online pada Minggu ketiga bulan Juli. Tetapi harus dilaksanakan mundur karena terkendala Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah, dan juga adanya *Lockdown* di wilayah rumah produksi Geblek Tambak Mbah Toipah.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini telah tercapai. Kendala yang dihadapi oleh UMKM Geblek Tambak Mbah Toipah untuk meningkatkan kapasitas produksi tercapai melalui inovasi kemasan produk dengan teknologi *frozen food* dengan menggunakan vakum yang mampu membuat geblek menjadi lebih tahan lama, sehingga membuka peluang untuk dipasarkan ke luar daerah. Tujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran pun terpenuhi ketika toko online melalui website mulai diterapkan di usaha ini. Toko Online ini dirancang dengan memberikan kemudahan pengelolaan dari sisi pemilik dan kemudahan pemesanan dari sisi pelanggan. Dengan tercapainya tujuan-tujuan ini akan berdampak bagi peningkatan usaha Geblek Tambak Mbah Toipah. Naiknya omset produksi dan penjualan diharapkan mampu mengembalikan kelangsungan usahanya, dan juga kembali dapat mempekerjakan karyawan-karyawan yang telah dirumahkan akibat dari pandemi Covid-19 ini. Saran yang disampaikan dari kegiatan ini adalah perlu perencanaan pelaksanaan yang simultan antara pengembangan sistem dengan pengembangan konten yang akan digunakan dalam toko online. Selain itu juga perlu melihat hasil evaluasi dari penggunaan platform teknologi dalam memasarkan produk UMKM sehingga dapat di duplikasi oleh UMKM lain.

Daftar Pustaka

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1). Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19–24.
- Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small- enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1989–2001. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.035>
- Crismawan, A. B. (2020). *Pengaruh Covid19 Terhadap UMKM Di Indonesia*. Genial. <http://genial.id/read-news/pengaruh-covid19-terhadap-umkm-di-indonesia>
- Handayani, E., Sari, P. P., & Islami, M. J. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(2), 113. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4622>
- Heksantoro, R. (2019). *Nikmat! Makan Geblek yang Gurih Hangat Ditemani Secangkir Kopi*. detikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4743309/nikmat-makan-geblek-yang-gurih-hangat-ditemani-secangkir-kopi>.
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E- Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 36–48.
- Widjajani, S., Baraba, R., & Handayani, R. (2021). Peran karakteristik wirausahawan dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha di masa pandemi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 25–34. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.4098>