



This is an open article under the  
CC-BY-SA license

## **PACKAGING, BUNDLING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN USAHA BERSAMA DI SINGOSARI MALANG**

Rismawati<sup>1</sup>, Farida Idayati<sup>2</sup>, Yuliasuti Rahayu<sup>3</sup>, Sapari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> STIESIA Surabaya

[rismawati@siesia.ac.id](mailto:rismawati@siesia.ac.id)<sup>1</sup>, [faridaidayati@siesia.ac.id](mailto:faridaidayati@siesia.ac.id)<sup>2</sup>, [yuliasuti@siesia.ac.id](mailto:yuliasuti@siesia.ac.id)<sup>3</sup>, [sapari@siesia.ac.id](mailto:sapari@siesia.ac.id)<sup>4</sup>

Submitted : 06 Oktober 2022 Accepted : 30 Desember 2022 Published : 31 Desember 2022

**Abstrak** Pengabdian kepada masyarakat kali ini bertujuan untuk membantu dan memberikan pendampingan kepada ibu-ibu yang tergabung dalam Usaha Kecil Mandiri agar memiliki pengetahuan dan wawasan yang lebih banyak yang berkaitan dengan membangun produk atau usaha (*building product*), pengemasan (*packaging*) dan mengelola keuangan keluarga agar tidak tercampur dengan hasil usaha. Metode yang digunakan adalah wawancara dengan pelaku usaha binaan untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi selama membuka usaha, masalah pengemasan barang yang dihasilkan dan adanya modal yang terbatas serta pencatatan keuangan. Solusi yang diberikan adalah memberikan materi dan pendampingan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Pelatihan membuat kemasan yang baik, aman dan menarik serta membuat catatan harian yang terpisah dengan kepentingan keluarga telah dilakukan. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah 1) Perbaikan pengemasan produk dengan kemasan yang berbeda dengan produk lainnya yang sejenis agar lebih mudah dikenali bagi konsumen, 2) Dengan tanpa merk dagang masih bisa dikembangkan area penjualan produk ke wilayah yang lebih luas melalui whatsApp dan gosend, 3) para pelaku usaha binaan sudah mulai mempraktekkan mencatat semua transaksi yang berkaitan dagangannya.

**Kata Kunci** : *Building product, Packaging, Pengelolaan keuangan*

### **1. PENDAHULUAN**

Akhir-akhir ini masyarakat di Kelurahan Losari Kecamatan Singosari Kabupaten Malang mulai tumbuh kesadaran hidup berkelompok membentuk semacam paguyuban untuk mengoptimal-kan fungsi-fungsi usaha yang dimiliki individu-individu di masyarakat. Selama tiga tahun terakhir ini produk olahan makanan dan minuman yang dihasilkan kelompok usaha di daerah tersebut semakin berkembang dan

bervariasi, yang sebelumnya kegiatan ekonomi ini cenderung masih dilaksanakan secara perorangan sehingga belum banyak memberikan dampak positif bagi masyarakat. Usaha-usaha yang telah dikembangkan diantaranya adalah minuman kesehatan yang cocok sekali dikembangkan pada saat pandemi. Kerajinan tangan berupa handicraft juga berkembang pesat berupa konektor masker,

bermacam-macam model bros hijab, hiasan untuk hantaran pernikahan dan sejenisnya. Disamping itu banyak olahan makanan yang ikut menyemarakkan khasanah kuliner di antaranya bermacam-macam kue basah, telur asin, olahan bandeng presto dan masih banyak lagi ragam dan jenisnya.

Dari berbagai produk yang dihasilkan, pada dasarnya terdapat beberapa kendala antara lain:

- a. Masalah modal yang terbatas.
- b. Masalah pemasaran produk yang dihasilkan, pelaku usaha binaan merasa kesulitan memasarkan produknya baik di pasar tradisional maupun online. Di pasar tradisional terpaksa dititipkan ke pedagang di pasar, sementara yang online masih sebatas pesanan dengan menggunakan whatsapp.
- c. Masalah packaging (kemasan) yang masih banyak menggunakan bahan dari plastik yang tidak ramah lingkungan.
- d. Masalah brand (merk) yang tidak bisa diurus ke Departemen perdagangan karena sudah ada produk lain yang terlebih dahulu mematenkan produknya.
- e. Masalah hasil penjualan (keuntungan) yang masih tercampur dengan keuangan keluarga.

Dalam hal pemasaran produk yang dihasilkan, pelaku usaha binaan harus menghadapi persaingan yang semakin tajam, sehingga sebagai seorang produsen

tidak boleh terpaku oleh bentuk produk yang menawarkan manfaat dasarnya saja, namun produk tersebut harus memiliki tingkat produk tambahan yang meliputi tambahan jasa dan manfaat yang akan membedakannya dari produk pesaing (Kotler, 2000).

Kegiatan belanja pada awalnya dilakukan oleh konsumen dimotivasi oleh motif yang bersifat rasional, yakni berkaitan dengan manfaat yang diberikan produk tersebut (nilai utilitarian). Nilai lain yang mempengaruhi kegiatan belanja yang dilakukan oleh konsumen adalah nilai yang bersifat emosional. Konsumen dalam melakukan pembelian menunjukkan perilaku yang berbeda-beda. Impulse buying adalah salah satu yang mendorong calon pelanggan untuk bertindak karena daya tarik atas sentiment atau gairah tertentu, daya tarik disini berkaitan dengan pemajangan barang yang menarik sehingga seseorang berhasrat untuk melakukan suatu pembelian.

Seiring perkembangan keterampilan produksi, kebutuhan terhadap kemampuan komunikasi pemasaran produk juga makin mendesak. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah dengan menunjukkan contoh-contoh sukses di wilayah lain (Farid & Sonni, 2019). Berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat telah dilakukan pihak perguruan tinggi untuk program pemasaran-digital- yang dilakukan oleh

pemerintah Kabupaten Malang. Maka di Kecamatan Singosari juga sudah mulai diperkenalkan *marketplace* untuk keperluan pemasaran digital. Pemasaran digital menjadi tuntutan pemasaran produk di era 4.0 ini. Manfaat pemasaran digital adalah mengenalkan produk desa secara luas tanpa batas geografis dan melakukan promosi yang menarik, sehingga meluaskan jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan (Sukmasetya *et al.*, 2020; Susanto *et al.*, 2020).

Persoalan kemudian timbul yakni hambatan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas dalam mengisi *marketplace*. Meski *marketplace* masih diintegrasikan pada *website* Kelurahan Losari Kecamatan Singosari, namun pengelolaan dan *input* data produk masih mengalami kendala. Berbagai pelatihan dan pendampingan unggah produk pada *marketplace* dilakukan melalui kegiatan pengabdian masyarakat oleh perguruan tinggi. Meski upaya pemberdayaan telah dilakukan, masih ada saja dijumpai permasalahan dalam *marketing*, yakni kreativitas mengembangkan ide kemasan. Ada kemasan yang terbuat dari plastik yang ekonomis dan tahan air, atau dari bahan lainnya seperti kertas dan *aluminium foil*. Sementara di luar sana, pada pemasaran produk secara global, masyarakat dan konsumen sudah mulai peduli pada kemasan ramah

lingkungan (Nguyen *et al.*, 2020; Prakash & Pathak, 2012; Relawati *et al.*, 2020).

Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam adalah melalui desain kemasan. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan “pemicu” karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat memengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan. Kemasan telah menjadi alat pemasaran sebab peran kemasan bisa menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen dan sebagai alat komunikasi bagi pihak perusahaan atau produsen (Klimchuck & Krasovec, 2007:33). Ada banyak dimensi yang mempengaruhi bagaimana dan mengapa desain kemasan menarik konsumen. Suatu perspektif desain murni (memindahkan variabel pemasaran lain seperti harga, lokasi dan kesetiaan merek) terdapat elemen-elemen penting yang menangkap perhatian konsumen dengan sangat baik dan menerobos kerumunan visual dalam kompetisi ritel.

Salah satu prinsip dasar dalam akuntansi adalah prinsip entitas ekonomi, dimana harus dilakukan pemisahan antara asset perusahaan dengan asset pribadi (Bahri, 2016:3). Dalam prinsip ini seseorang yang melakukan usaha,

dipandang sebagai suatu unit usaha yang berdiri sendiri dan harus terpisah dari kepentingan pribadi pemiliknya. Semua transaksi yang terjadi harus merupakan tanggung jawab perusahaan sehingga laporan keuangan yang dibuat menggambarkan kondisi keuangan yang sesungguhnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaku usaha binaan dapat mengembangkan usahanya dengan modal yang terbatas?
2. Bagaimana pelaku usaha binaan dapat memasarkan produknya agar bisa menjangkau ke wilayah yang lebih luas lagi?
3. Bagaimana pelaku usaha binaan dapat membuat kemasan produk yang aman dan ramah lingkungan?
4. Bagaimana pelaku usaha binaan agar dapat membuat catatan harian yang berkaitan dengan transaksi usaha dengan mencatat pengeluaran dan pemasukan kas?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 PACKAGING (Kemasan Produk)

#### 2.2.1 Pengertian Packaging

Secara umum pengertian *packaging* (kemasan produk) adalah suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir

terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas.

Pada dasarnya, kemasan produk merupakan hal yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dari proses pemasaran dan distribusi pada suatu produk. Dalam proses pelaksanaannya, terdapat kegiatan melindungi, meng-awetkan, mengangkut, memberikan informasi dan menjual suatu produk. Untuk itu tujuan utama memberikan kemasan pada produk adalah untuk melindungi dan mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual. Selain itu, kemasan juga berguna sebagai sarana informasi dan juga pemasaran yang baik dengan membuat suatu desain kemasan yang kreatif, sehingga akan terlihat lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen atau pelanggan.

#### 2.2.2 Fungsi Kemasan Produk

Kemasan produk mempunyai dua fungsi, yaitu:

##### 1. Fungsi Protektif Kemasan

Fungsi protektif berfungsi sebagai pelindung ataupun keamanan produk dari berbagai hal yang mampu merusak produk seperti cuaca, proses pengiriman, dll. Kemasan yang melindungi produk mampu mencegah atau meminimalisir adanya kerusakan dan risiko cacat yang mampu merugikan pihak pembeli atau penjual.

##### 2. Fungsi Promosional Kemasan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kemasan juga berfungsi sebagai alat promosi ataupun pemasaran. Hal bisa dilakukan dengan membuat bentuk kemasan yang menarik.

### 2.2.3 Jenis Kemasan Produk

Terdapat tiga kategori dalam pengemasan produk, yaitu:

#### 1. Berdasarkan Struktur Isi

Dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu: (a) Kemasan Primer yaitu bahan yang diolah menjadi wadah langsung untuk bahan makanan, seperti kaleng susu, botol minum, dll.; (b) Kemasan Sekunder dimana suatu wadah memberikan perlindungan pada kelompok kemasan lain, seperti kotak kardus, kotak peti kayu, dll.; (c) Kemasan Tersier yaitu suatu kemasan yang bisa dimanfaatkan untuk melindungi produk selama proses pengiriman berlangsung.

#### 2. Berdasarkan Frekuensi pemakaian.

Terdapat tiga jenis kemasan jika ditinjau dari segi pemakaiannya, yaitu:

- a. Kemasan Disposable, adalah kemasan yang hanya digunakan dalam satu kali pakai dan langsung dibuang, seperti kemasan plastik, kemasan daun pisang, dll.;
- b. Kemasan Multi Trip adalah kemasan produk yang bisa digunakan berkali-

kali oleh para konsumen dan bisa dikembalikan kembali pada agen penjual untuk bisa digunakan kembali, seperti galon air minum, botol kaca saus, dll.;

- c. Kemasan Semi Disposable adalah kemasan yang tidak dibuang karena bisa digunakan lagi oleh konsumen, misalnya kaleng biskuit atau botol kaca sirup.

#### 3. Berdasarkan Tingkat Kesiapan Pakai

Terdapat dua jenis, yaitu: kemasan siap pakai dan kemasan siap dirakit.

- a. Kemasan siap pakai adalah kemasan produk yang siap untuk diisi dan wujudnya sudah sempurna sejak pertama kali diproduksi, seperti botol, kaleng, dll.;
- b. Kemasan Siap Dirakit adalah kemasan produk yang memerlukan perakitan ulang sebelum diisi dengan produk, contohnya adalah plastik, kertas kemas, aluminium foil, dll.

Beberapa tips membuat kemasan yang menarik, antara lain: (1) Kemasan harus didesain dengan unik, (2) Sesuai target market, (3) Bikin dalam beberapa ukuran, dan (4) Cantumkan informasi produk secara lengkap.

Memilih kemasan untuk bisnis seringkali menjadi hal yang rumit dan membingungkan bagi para pelaku bisnis. Ada beberapa cara memilih kemasan agar



sesuai dengan produk usaha kita, antara lain: (1) Sesuaikan ukuran produk dengan kemasan, (2) Pilih jenis kemasan yang sesuai dengan kebutuhan, (3) Menentukan material yang tepat.

## 2.2 Produk Bundling

### 2.2.1 Pengertian Produk Bundling

Untuk mengatasi adanya fluktuasi dalam penjualan produk, seringkali perusahaan melakukan tindakan apa yang disebut dengan bundling. Faktanya penerapan strategi bundling ini bisa meningkatkan omzet penjualan.

Produk bundle merupakan suatu strategi pemasaran dimana produk dikelompokkan/digabung menjadi dua atau lebih dalam satu kemasan penjualan dengan satu harga. Contohnya dalam strategi pemasaran produk bundling pada fastfood McD. Ditawarkan paket panas yang terdiri dari nasi, ayam goreng, coca-cola dan kentang dengan harga yang lebih murah jika masing-masing produk tersebut dijual terpisah. Dengan strategi ini, harga menjadi lebih ekonomis dari total harga kemasan persatuannya. Biasanya strategi semacam ini dilakukan terutama pada produk-produk yang kurang laku atau produk baru yang belum dikenal dan kurang diminati konsumen.

### 2.2.2 Manfaat Strategi Produk Bundling

1. Meningkatkan omzet penjualan.

Dengan diterapkannya strategi produk bundling diharapkan dapat meningkatkan jumlah rata-rata pemesanan dan penjualan. Dengan menggabungkan beberapa produk membuat konsumen bisa membeli lebih dari satu produk dalam satu pembelian dengan harga yang lebih murah sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen

2. Mengurangi biaya pemasaran dan distribusi.

Dengan menggabungkan beberapa produk menjadi satu memungkinkan penjualan lebih banyak produk dan dapat mengurangi biaya pemasaran dan distribusi, diantaranya dapat meminimalisir tempat penyimpanan dan membantu mendistribusikan lebih sedikit tempat (misal kotak atau kardus) dan menghemat biaya pengiriman, otomatis akan menghemat biaya pemasaran juga.

3. Mengurangi produk yang kurang laku

Untuk mengatasi resiko kerugian, kerusakan dan meningkatnya biaya penyimpanan terhadap produk-produk yang tidak laku, dengan menerapkan strategi produk bundling ini dapat mengatasi permasalahan tersebut. Strategi yang digunakan dapat dilakukan dengan cara menggabungkan antara barang yang tidak laku dengan produk yang laris atau yang populer di kalangan konsumen. Konsumen

menganggap produk tersebut sebagai barang murah atau barang bonus sehingga cenderung akan tertarik untuk membelinya. Hal tersebut dapat membantu mengurangi produk yang tidak laku tersebut, membuat ruang penyimpanan menjadi lebih luas, dan pastinya mengurangi biaya penyimpanan produk tersebut.

#### 4. Sebagai ajang promosi mengenalkan produk baru.

Seringkali strategi untuk mengenalkan produk baru juga dengan membundling beberapa produk. Penawaran menarik untuk setiap pembelian gadget akan mendapat paket bundling kartu indosat, softcase eksklusif atau mungkin dapat melakukan pembelian dengan promo tukar tambah dengan gadget yang lama.

#### 2.2.3 Tantangan Saat Membundling

Terlepas dari keuntungan dari dilakukannya strategi blinding, tidak menutup kemungkinan terjadinya resiko atau tantangan yang harus dihadapi, diantaranya:

1. Salah memblinding produk, sehingga kurang diminati oleh pembeli/konsumen. Sebaiknya bagi penjual melakukan riset terlebih dahulu dengan menggunakan berbagai macam tools untuk melakukan riset dan melihat trend-trend produk saat ini, sehingga

dapat meningkatkan volume penjualan dan minat beli konsumennya.

2. Kehabisan salah satu produk dalam satu bundle. Produk bundle harus dipastikan memiliki persediaan yang cukup. Jika persediaan terbatas, harus dilakukan penawaran alternatif dengan berbagai bundel produk yang berbeda agar konsumen mempunyai kesempatan untuk memilih. Hal ini diharapkan dapat menghindari atau mengurangi resiko untuk kehabisan stok produk tertentu.

Selain itu, pastikan tiap tim bekerja sama dengan tim marketing dan operasional. Setiap tim harus bisa saling memberi dukungan satu sama lainnya, tanpa adanya kerja sama dan dukungan antar tim maka resiko nya bisa saja adanya ke tidak akurat an dan mengarah pada kehabisan stok produk.

### 2.3 Pembukuan Transaksi Keuangan

#### 2.3.1 Pembukuan

Hakikat dari pembukuan adalah mencatat. Yang dibukukan (dicatat) adalah transaksi atau kejadian keuangan. Transaksi keuangan yang sangat penting untuk dicatat adalah: penerimaan uang dan pengeluaran uang.

#### 2.3.2 Bentuk catatan yang baik

Pada dasarnya tidak ada bentuk catatan yang baku (standar) karena bentuk

catatan dapat berbeda-beda. Semua bentuk catatan adalah baik dan yang penting (1) dapat merekam data/informasi yang diperlukan, dan (2) dapat dipahami dan diterapkan oleh orang yang mencatat.

**Tabel 1.**

Contoh Kolom Penerimaan & Pengeluaran Kas

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS				
Tgl	Keterangan	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo

Contoh Transaksi Keuangan Usaha

Transaksi keuangan Usaha "Rejeki Lancar" pada bulan Mei 2022 adalah sebagai berikut:

- 1 Saldo uang kas untuk usaha Rp 350.000,.
- 2 Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp 80.000,-
- 4 Membeli peralatan produksi Rp 100.000
- 7 Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp 185.000.
- 15 Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp 100.000
- 17 Bayar biaya listrik Rp 55.000
- 20 Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp 275.000.
- 25 Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp 120.000
- 29 Membayar gaji karyawan Rp 150.000
- 30 Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp 310.000.
- 31 Menerima pinjaman dari Bank Rp 1.000.000

**Tabel 2.**

Contoh Pencatatan Transaksi  
Keuangan Usaha

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS Mei 2022				
Tgl	Keterangan	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo

1	Saldo		350.000
2	Beli bahan baku	80.000	270.000
4	Beli peralatan	100.000	170.000
7	Pendapatan	185.000	-
15	Beli bahan baku	100.000	255.000
17	Bayar listrik	55.000	200.000
20	Pendapatan	275.000	475.000
25	Beli bahan baku	120.000	355.000
29	Bayar karyawan	150.000	205.000
30	Pendapatan	310.000	515.000
31	Pinjaman Bank	1.000.000	1.515.000
Jumlah		1.770.000	605.000

### 2.3.3 Perhitungan Laba/rugi Usaha

Perhitungan laba/rugi usaha dapat dibuat berdasarkan Buku Penerimaan dan Pengeluaran Kas yang telah dibuat. Laba/rugi dihitung dari selisih antara pendapatan dan biaya.

Hal yang perlu diperhatikan dalam menghitung laba/rugi adalah: (1) Penerimaan kas yang bukan pendapatan tidak boleh dilaporkan sebagai pendapatan, (2) pengeluaran kas yang bukan biaya tidak boleh dilaporkan sebagai biaya.

**Tabel 3.**

Perhitungan Laba-Rugi

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya PERHITUNGAN LABA-RUGI Mei 2022	
Pendapatan dari penjualan	1.670.000
Biaya-biaya:	
- Bahan baku	300.000
- Biaya listrik	55.000
- Gaji karyawan	150.000
Jumlah biaya	505.000
Laba/rugi Usaha	1.165.000

## 3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Losari, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Waktu pelaksanaan pada bulan April 2022. Pelaksanaan kegiatan bertepatan dengan situasi pasca pandemi Covid-19, oleh



karena itu pelaksanaan kegiatan mengalami modifikasi dari kegiatan yang direncanakan. Misalnya pelaksanaan kegiatan pelatihan dibatasi dengan jumlah peserta maksimal 10 orang. Materi pemasaran yang semula hanya pemasaran langsung, mengalami modifikasi dengan pelatihan pemasaran digital atau *e-Commerce*.

Metode yang diterapkan adalah pelatihan dan pendampingan, alih informasi, *monitoring*, dan evaluasi. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan adalah penggunaan kemasan ramah lingkungan, desain label yang informatif, dan penggunaan atau pengunggahan informasi produk ke *marketplace* yang dimiliki desa.

Mengingat suasana pasca pandemi maka dalam berbagai macam aktivitas masih tetap memberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) sehingga dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kali ini dilakukan dengan mengumpulkan beberapa Pelaku usaha binaan Mikro dengan tetap menggunakan protokol kesehatan.

Pengabdian kepada masyarakat kali ini terhadap beberapa pelaku usaha binaan. UMKM yang mendapat pelatihan diantaranya yang bergerak pembuatan bumbu bubuk, Bandeng presto, Telur asin (telur bebek), Jajan-jajan pasar, jamu bubuk

instan (minuman herbal) dan Handicraft (Mahar dan Sesorahan)

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan pemberian pelatihan pada pengabdian kepada masyarakat kali ini berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan dihadapi oleh para pelaku usaha binaan di Wilayah Kelurahan Losari Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Materi pelatihan berhubungan dengan usaha minuman herbal, telur asin dan bandeng presto.

##### 4.1 Usaha Minuman Herbal

Tren istilah minuman herbal semakin meningkat sejak adanya pandemi covid-19. Minuman herbal identik dengan minuman jamu khas Indonesia khususnya masyarakat di pulau Jawa. Saat ini kemasan jamu sudah dimodifikasi bentuknya sehingga bisa dikonsumsi dimanapun dan tidak harus ke toko jamu khusus. Isu *back to nature* merupakan gaya hidup yang menekan-kembali ke alam daripada kecanggihan dan peradaban. Konsumsi minuman herbal atau obat tradisional (OT) semakin meningkat karena jamu diyakini dapat meningkatkan kekebalan tubuh seseorang, sehingga permintaan pasar terhadap jamu semakin meningkat.

Banyak orang Indonesia yang masih mengandalkan obat herbal atau pengobatan tradisional warisan leluhur untuk

menunjang kesehatan. Ada 3 (tiga) jenis obat tradisional yang umum dikonsumsi orang Indonesia (Setiaputri, 2020), yaitu:

1. Jamu, yaitu obat tradisional yang mengacu dari resep warisan leluhur yang bahannya bisa diambil dari tanaman obat keluarga (toga) atau biasanya bisa dibeli dari penjual gendongan atau berupa jamu seduan di kios-kios jamu.
2. Obat Herbal Terstandar (OHT), terbuat dari ekstrak atau sari bahan alam berupa tanaman, sari binatang, maupun mineral. Cara pembuatan OHT sudah menggunakan teknologi maju dan terstandar, harus melalui uji praklinis di laboratorium untuk menguji efektivitas, keamanan, dan toksisitas obat sebelum diperjual-belikan.
3. Fitofarmaka, merupakan jenis obat bahan alam yang efektivitas dan keamanannya sudah disejajarkan dengan obat modern karena sudah melalui uji praklinis dan klinis. Bahannya terbuat dari ekstrak atau sari bahan alam berupa tanaman, sari binatang, maupun mineral.

Kemasan jamu atau minuman herbal ini, sebelum dilakukan pengabdian kepada masyarakat, dikemas dalam plastic klip yang sangat sederhana. Setelah dilakukan pembimbingan dan pengarahan yang berkaitan dengan kemasan dan labeling,

maka produk yang dihasilkan sebagaimana tampak pada gambar 1 berikut ini.



**Gambar 1.**  
Kemasan dan Labeling Minuman Herbal

#### 4.2 Budidaya Telur Bebek dan Telur Asin

Telur bebek identik dengan telur asin karena telur asin dibuat dari telur bebek, walaupun telur asin dapat juga dibuat dari telur ayam tapi rasanya kurang enak dan kurang gurih. Budidaya telur bebek dan telur asin menjadi salah satu bisnis yang bisa dikembangkan, dengan modal yang relatif kecil namun bisa mendatangkan keuntungan yang menjanjikan. Bisnis telur asin cukup bagus karena produk tersebut disukai oleh hampir semua kalangan, kandungan gizinya tinggi dan rasanya enak. Telur asin relatif lebih awet daripada telur biasa karena telah diawetkan dengan proses penggaraman.



**Gambar 2.**  
Telur Bebek & Telur Asin

Telur-telur ini bisa dijual langsung tanpa diolah melalui penggaraman yang biasa disebut sebagai telur tambar dan atau dijual dalam bentuk yang sudah digarami baik yang masih mentah maupun yang sudah matang siap saji.



**Gambar 3.**  
Kandang Bebek Media Kering

Untuk menjadi produsen telur bebek dan telur asin, saat ini tidak harus menggiring ke sawah-sawah tapi cukup menyediakan sebidang tanah kosong untuk memelihara bebek-bebek tersebut dan setiap pagi akan memanen telur-telur bebek yang berserakan di tanah. Peternakan jenis ini dikenal dengan media kering.



**Gambar 4.**  
Berbagai Produk Pelaku Usaha Binaan

### 4.3 Usaha Bandeng Presto

Ikan bandeng merupakan ikan yang mempunyai talenta super, karena dengan bahan dasar ikan bandeng ini bisa diolah dengan berbagai olahan. Misalnya ada Bandeng Presto, Bandeng Asap, Otak-otak Bandeng, Bandeng tanpa duri dan lain-lain. Dari keistimewaan ikan bandeng yang gurih rasanya, beraroma khas dan berwarna putih ini, ada ketidaknyamanan bila mengkonsumsinya. Hal ini disebabkan karena ikan bandeng memiliki duri halus yang banyak sekali, sehingga harus cukup berhati-hati bila mau mengkonsumsinya. Hasil kreativitas dari ibu-ibu ukm maka ikan bandeng ini dibumbui dan diolah dengan menggunakan alat *autoclave* atau *pressure cooker*) sehingga diperoleh produk ikan bandeng yang mempunyai tulang yang lunak yang dikenal sebagai bandeng presto (Kusuma, 2013)

Untuk menjaga kualitas produk bandeng presto maka diperlukan strategi pemasaran agar lebih dikenal oleh



masyarakat luas. Hal-hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan Bandeng Presto ini adalah sebagai berikut:

1. Ditinjau dari produknya, maka gunakan bahan dan bumbu-bumbu yang sehat yang layak dikonsumsi oleh manusia. Ciptakan rasa dan tekstur yang khas yang tidak dimiliki produk orang lain, sehingga orang akan mencari dengan merk tersebut.
2. Penetapan harga harus terjangkau bagi konsumen.

Bandeng presto merupakan jenis produk makanan yang tidak mempunyai umur panjang dan mudah rusak (tidak awet). Agar bisa memiliki umur yang agak panjang maka harus dikemas dengan menggunakan teknologi kemasan plastik vakum, menggunakan mesin pengemas vakum atau *vacuum packager*, kemudian ditutup dan di-sealer.

Alat yang digunakan dalam pembuatan Bandeng Presto antara lain: (1) Ikan segar (jenis yang sama dengan ukuran yang seragam), (2) Garam dapur (NaCl), (3) Bumbu-bumbu, (4) Daun pisang/aluminium foil, (5) Pisau (6) Baskom dan (7) Pressure cooker atau autoclave.

Sementara itu bahan yang digunakan antara lain: Bawang merah, Bawang putih, Jahe, Kunyit, Laos, Ketumbar, Kemiri, Air, Daun jeruk purut, Daun salam, Garam, Cabe, asam (tanpa biji) dan vetsin

secukupnya. Giling halus semua formula bumbu yang akan digunakan menjadi adonan bumbu halus.



**Gambar 5.**  
Bandeng Presto & Naget Bandeng

#### 4.4 Catatan sederhana

Sebagian dari pelaku usaha binaan yang menjadi binaan, telah melakukan pencatatan atas transaksi yang berkaitan dengan pengeluaran dan pendapatan hasil penjualan. Mereka berantusias untuk memisahkan hasil usahanya dengan keperluan keluarga. Namun tidak menutup kemungkinan, bila ada keperluan mendesak juga mengambil sebagian dari hasil penjualan. Yang penting mereka tidak lupa untuk mencatatnya. Tujuan utama dari membuka usaha adalah untuk membantu kebutuhan keluarga, disamping ada keinginan untuk mengembangkan usahanya. Berikut adalah contoh catatan yang telah dibuat oleh salah seorang binaan.

Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1 des 21	Saldo		8.200.000	8.200.000
1 des 21	Beli bahan baku	35.000		8.165.000
1 des 21	Pembayaran pembelian barang	10.000		8.155.000
1 des 21	Pembayaran pembelian barang	25.000		8.130.000
1 des 21	Beli barang jadi & bahan	8.000		8.122.000
1 des 21	Pembayaran pembelian barang	8.000		8.114.000
1 des 21	Pembayaran pembelian barang	90.000		8.024.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		100.000	8.124.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		17.000	8.141.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		75.000	8.216.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		7.000	8.223.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		10.000	8.233.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		30.000	8.263.000
1 des 21	Pembelian barang		80.000	8.183.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		100.000	8.283.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		10.000	8.293.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		7.000	8.300.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		7.000	8.307.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		10.000	8.317.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		10.000	8.327.000
1 des 21	Penerimaan penjualan barang		41.000	8.368.000

**Gambar 6.**

Catatan Harian Pengeluaran dan Penerimaan Hasil Usaha

**5. KESIMPULAN**

Dari beberapa kali pertemuan, wawancara dan diskusi dengan pelaku usaha binaan Losari Lawang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Masalah keterbatasan dana yang tersedia, mereka dapat mensiasati dengan mengawali usaha dengan dana seadanya sambil mengenalkan produk yang dihasilkan. Harga promo diberikan dengan menjual produk dengan harga yang lebih murah dari pasaran atau memberikan potongan harga bila membeli produk lebih dari 2 (*three in one*) sehingga keuntungannya bisa menambah modal utama.
- b. Penjualan produk disamping ada yang dititipkan ke warung-warung, pasar dan

bukalapak di depan rumah, namun sebagian sudah banyak yang memanfaatkan aplikasi WhatsApp namun masih sebatas wilayah pertemanan saja. Atau bila ada saudara yang datang dari luar kota, bias pesan terlebih dahulu yang biasanya buat oleh-oleh.

- c. Kemasan produk yang aman dan ramah lingkungan sudah dilakukan dengan mengurangi bahan dari plastik dan sudah diupayakan dengan menggunakan kertas karton maupun aluminium foil. Namun tidak semua bisa dikemas dalam kertas karton, misalnya seperti jamu bubuk, bumbu bubuk namun bisa menggunakan aluminium foil.
  - d. Selama ini sebagian besar pelaku usaha binaan belum melakukan catatan pembukuan yang berarti, mereka hanya menghitung secara manual, tadi beli bahan habis berapa trus hasil penjualan terima berapa, selisihnya dianggap sebagai keuntungannya. Menghitung biaya produksi cenderung hanya bahan bakunya saja yang dihitung, biaya tenaga kerja dan overhead tidak pernah diperhatikan.
- Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan masalah yang dihadapi adalah:
- a. Masalah modal yang terbatas, bahwa sebagai pemula dianjurkan untuk memproduksi barang sesuai dengan budget yang ada. Selisih hasil penjualan dan biaya produksi



- (keuntungan) dikumpulkan agar bisa menambah modal tanpa mengganggu uang pribadi.
- b. Masalah pemasaran produk yang dihasilkan, bahwa langkah awal menitipkan barang ke pedagang di pasar tradisional, merupakan langkah bagus untuk mengenalkan produk kita. Jadi Langkah ini bisa tetap dilanjutkan saja. Bila konsumen cocok dengan produk kita pasti mereka akan mencari sendiri. Penjualan produk bisa dikembangkan secara online (by whatsapp), dan dititipkan ke warung-warung makanan atau buka stan di depan rumah dengan memasang spanduk hasil produksinya yang dijual.
  - c. Masalah packaging (kemasan) dan brand (merk) yang tidak bisa diurus ke Departemen perdagangan, disarankan untuk membentuk suatu organisasi atau perkumpulan produk yang sama dengan memberi kemasan dan merk yang sama jadi tidak ada persaingan diantara mereka (mitra usaha).
  - d. Masalah hasil penjualan (keuntungan) perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan untuk membuat catatan harian keuangan yang berkaitan dengan produksi, menghitung biaya produksi, mencatat hasil penjualan, mencatat keuntungan, menyusun laporan keuangan dan bagaimana cara menggunakan laporan keuangan untuk kepentingan pengembangan usaha.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu kepada:

1. Ibu Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
2. Ibu Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,
3. Ibu-ibu kelompok usaha di Desa Losari, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bahri S., 2016. Pengantar Akuntansi. Edisi 1. Penerbit: CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Farid, M., Hm, M. N., & Sonni, A. F. (n.d.). (2019). Model Media Pembelajaran Melalui Tayangan Televisi Dalam

Meningkatkan Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Anak-anak Pedesaan di Sulawesi Selatan The influence of Learning Media Model of TV Broadcasting on Knowledge Development , Attitude , and Behavior of Vi. 139-152.

- Jurnal Entrepreneur, 2020. 4 Tips Jitu bagi Bisnis Produk Herbal selama Pandemi Corona. <https://www.jurnal.id/id/blog/4-tips-jitu-bagi-bisnis-produk-herbal-selama-pandemi-corona/>
- Klimchuk, M.R and S.A. Krasovec, 2007. Desain Kemasan, Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., 2000, Marketing Management. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey. Yistian, Ni Nyoman Manik. 2012. Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza Denpasar. Jurnal Manajemen. Vol. 1 No. 1:120-133.
- Kusuma U, 2013. Alur Pembuatan Ikan Bandeng Presto.
- Nguyen A.T., L. Parker, L. Brennan, S. Lockrey. Source: Journal of cleaner production 2020 v.252 pp. 119792 ISSN: 0959-6526 Subject: biodegradability;
- Pathak R, M. Alasady, W. Abhayaratna, N. Chia, A. Mehta, S. Nayyar S, (2012). Impact of coronary artery disease intervention on the incidence and prognosis of atrial fibrillation after acute myocardial infarction: A systematic review. Heart, Lung, and Circulation, 21 (1): S126-S127;
- Relawati, R., Ariadi, B. Yudi, Purwono, B.S Agus (2020) The Factors Affecting Green Consumer Behavior: Evidence from Malang, East Java, Test Engineering & Management. ISSN : 0193 - 4120 page No. 7560 - 7570
- Setiaputri K.A, 2020. 3 Jenis Obat Tradisional yang Umum Dikonsumsi Orang Indonesia. <https://hellosehat.com/herbal-alternatif/herbal/obat-tradisional-adalah-ot/>
- Suara merdeka, Pengemasan Vakum Mendorong UMKM untuk Tumbuh.
- Sukmasetya, P., T. Haryanto, F.A. Sadewi, B.G. Maulida, H.S. Aliudin, & B. Sugiarto, (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. Community Empowerment, 5(2), 28-35. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>;
- Susanto, H. dan U. Khaerul, 2020. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. 380-381