



PENDAMPINGAN KONSEP BISNIS KELUARGA DALAM PENERAPAN MANAJEMEN PRODUK HOME INDUSTRY DI BRUNGGENDIS CIAMIS

Oleh

Eneng Wiliana¹, Nining Purwaningsih²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang

E-mail: ¹nengwili.umt@gmail.com

Article History:

Received: 18-01-2023

Revised: 11-01-2023

Accepted: 19-02-2023

Keywords:

Konsep bisnis keluarga,
Pemasaran, Home Industry

Abstract: Peran wanita selaku ibu rumah tangga sangat penting dalam mensejahterakan keluarganya di samping mengurus rumah tangga, suami dan mendidik anak, juga membantu menambah penghasilan keluarga agar perekonomian keluarga stabil. Saat ini, dikarenakan kemajuan dan tuntutan zaman, peran wanita sangat dibutuhkan sebagai pendamping suami dalam mencari atau menambah nafkah keluarga. Umumnya dalam suatu keluarga suami dan istri bekerja untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga. Pengabdian ini bertujuan untuk wawasan dan pengetahuan para ibu rumah tangga dalam menambah pendapatan keluarga dengan mengembangkan usaha kecil dan memberikan motivasi dalam mengembangkan usaha rumahan (home industry) baik dari segi manajemen dan pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Teknik yang dipakai dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat adalah sistem ceramah, diskusi mengenai strategi pemasaran disertai memberikan contoh-contoh dan tanya jawab dengan peserta. Bagi kaum ibu yang sudah menjalankan usaha rumahan dimotivasi untuk mengembangkan pemasarannya dengan mengajarkan bisnis mengikuti kemajuan zaman di digital marketing, mengenalkan konsep-konsep pemasaran online atau lebih dikenal dengan digital marketing. Hasil yang diperoleh dapat menumbuhkan minat berwirausaha dikalangan ibu-ibu rumah tangga untuk menopang perekonomian keluarganya dan lebih meluaskan pemasaran hasil home industry yang selama ini masih memakai sistem offline atau tradisional, lebih luas lagi jangkauan pasarnya dengan memakai sistem online. Hal ini diharapkan dapat membuka lapangan kerja dusun Brunggendis ini.

PENDAHULUAN

Bisnis keluarga merupakan bisnis yang banyak bermunculan dan bergerak di



berbagai bidang di Indonesia karena bisnis keluarga pada umumnya cenderung memiliki jangka waktu yang panjang terhadap bisnisnya. Menurut Donnelley (2002) dalam bukunya *The Family Business*, bahwa suatu organisasi dinamakan perusahaan keluarga apabila paling sedikit ada keterlibatan dua generasi dalam keluarga itu dan mereka mempengaruhi kebijakan perusahaan. Definisi perusahaan sendiri menurut Ward dan Aronoff (2002), suatu perusahaan dikatakan sebagai perusahaan keluarga apabila terdiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan

Martinez et al. (2007) menyatakan bahwa perusahaan keluarga memiliki kinerja dengan hasil yang lebih baik, karena perusahaan keluarga dikelola sebagian besar oleh anggota keluarga sendiri yang memegang posisi kunci dalam organisasi. Ciri khas bisnis keluarga terletak pada kepemimpinan dan kontrol yang akan diwariskan pada generasi penerus. Kepemilikan yang signifikan oleh keluarga terjadi jika, keluarga tersebut memilikinya secara keseluruhan atau sebagian besar dari bisnis dan memegang peranan aktif dalam penyusunan strategi dan dalam operasional

Agar bisnis dapat terus tumbuh dan berlanjut terdapat banyak aspek dan faktor yang harus diperhatikan, di antaranya regenerasi oleh penerusnya dan profesionalisasi manajemennya. Model Perkembangan Tiga Dimensi memiliki perangkat yang lebih lengkap untuk memotret perkembangan sebuah bisnis keluarga, sehingga dapat memastikan bahwa tahapan itu dapat ditemukan dan ditentukan dengan tingkat kepastian yang memadai. Model Perkembangan Tiga Dimensi (Davis et al., 1997), meliputi: perkembangan dimensi bisnis, perkembangan dimensi keluarga, dan perkembangan dimensi kepemilikan. Model Perkembangan Tiga Dimensi, memiliki perangkat yang lebih lengkap untuk memotret perkembangan sebuah bisnis keluarga, sehingga dapat memastikan bahwa tahapan itu dapat ditemukan dan ditentukan dengan tingkat kepastian yang memadai. Pada masing-masing dimensi perkembangan, memiliki beberapa posisi (siklus) dengan pencirinya. Pada perkembangan kepemilikan yang biasa terjadi dalam bisnis keluarga, terdapat tiga tahap yaitu: (1) Pengendalian pemilik, (2) Rekanan sekandung, dan (3) Gabungan keluarga besar. Pada tahap perkembangan kepemilikan perusahaan terdapat unsur fungsi manajemen POAC yang dikemukakan oleh Terry (1979). Sebagai indikator perkembangan kepemilikan, POAC merupakan kepanjangan dari Planning (perencanaan), Organizing (penataan), Leading (Kepemimpinan), Controlling (Pengendalian). Fungsi POAC sendiri dalam suatu organisasi adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam pencapaian tujuannya.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu para ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan melalui bisnis keluarga dengan membekali pengetahuan tentang kewirausahaan untuk terus menggali ide-ide kreatif dari para ibu-ibu rumah tangga.

Banyak kisah sukses perusahaan besar bermula dari sebuah usaha rumahan. Usaha rumahan dapat kita jadikan sebagai usaha sampingan yang bisa menambah pemasukan dari pekerjaan utama. Namun tak jarang pula usaha ini dijadikan sebagai pekerjaan utama bagi sebagian orang. Sebagai sebuah pekerjaan utama dan dikelola secara serius, usaha rumahan pun bisa berkembang menjadi sebuah industri yang tidak hanya menambah pemasukan keluarga, tetapi menghidupi banyak orang. Bisnis Keluarga atau usaha rumahan ini, mencoba membuat camilan atau makanan ringan yang terbuat dari tepung tapioka dan tepung terigu, yang pengolahannya masih manual. Untuk pemasarannya masih dipasarkan ke warung-warung yang ada di sekitar Dusun Brunggendis. Maka dari itu kami mencoba untuk



mengembangkan usaha keluarga ini menjadi sebuah industry yang mempunyai peluang yang menjanjikan untuk masuk ke dalam UMKM. dengan memberikan pelatihan dan pengetahuan bagaimana cara dalam melakukan pemasaran suatu produk agar produk tersebut lebih di kenal lagi oleh masyarakat luas.

Adapaun tujuan dari pelatihan kepada warga RW 01 Dusun Brunggendis khususnya para ibu rumah tangga yaitu:

1. Membuka paradigma berfikir ibu-ibu rumah tangga, bahwa ibu-ibu mampu menciptakan peluang bisnis dengan mengembangkan bakat masing-masing
2. Memotivasi ibu-ibu rumah tangga dalam mengembangkan bakat kewirausahaanya
3. Mendorong supaya mempunyai penghasilan tambahan sehingga bisa meningkatkan pendapatan keluarga.
4. Kegiatan Pelatihan ini dilakukan dengan membuat pelatihan berupa workshop dengan menyediakan peralatan yang dibutuhkan.

METODE

Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini dilakukan dengan kegiatan seperti ceramah, diskusi, dan pedampingan. Kegiatan ini dilakukan di rumah salah satu pelaku UMKM. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah

1. Sosialisasi tentang bagaimana cara pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* supaya produk hasil olahanya dikenal masyarakat luas
2. Sosialisasi mengenai Strategi branding
3. Sosialisasi tentang inovasi produk dan peningkatan kualitas produksi
4. Sosialisasi terhadap legalitas usaha dan jaminan keamanan pangan
5. Pendampingan UMKM dalam kegiatan marketing

Target luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah

1. Pelaku UMKM menjadi lebih paham dan mengerti bagaimana pentingnya sebuah branding sebuah produk dan memahami bagaimana strategi pemasaran pada era *digital marketing*.
2. Diharapkan pelaku UMKM paham terhadap legalitas usaha nya sehingga UMKM yang dijalankan bisa terdaftar secara hukum.
3. Membantu UMKM dalam hal *branding* dan *upgrading* terhadap kemasan cemilan yang dibuat dan pemasaran secara *online*

HASIL

Pendampingan ini dilakukan pada bulan Desember 2022 di Kampung Brunggendis RW 01, Desa Sukaraja, Kecamatan Sindangkasih Kabupaten Ciamis. Kegiatan pendampingan ini disambut antusias oleh waraga kampung brunggendis, terutama para pelaku UMKM yang ada di RW 01. Sejalan dengan metode pelaksanaan yang telah ditetapkan tahap awal kegiatan diawali dengan koordinsi dengan peserta / pelaku UMKM yang Sebagian besar adalah para ibu rumah tangga.



Gambar 1 Koordinasi dengan pelaku UMKM

Analisis situasi dilakukan wawancara dengan salah satu pemilik UMKM ibu Yuyu Suryani, dimana beliau mengembangkan produk olahan singkong dan tepung tapioca menjadi sebuah cemilan. Usaha ini di rintis sejak tahun 2020 yang awal memproduksi cemilan untuk di pasarkan ke warung-warung yang ada di sekitar Kampung Brunggendis. Usaha ini dirintis kecil-kecilan dengan ibu-ibu rumah tangga di sekitar rumah ibu Yuyu Suryani yang tujuannya adalah untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga.



Gambar 2 Proses Pembuatan adonan



Gambar 3 Proses pencetakan adonan



Gambar 4 Proses Penggorengan Adonan



Gambar 5 Proses pemotongan adonan



Gambar 6 Proses Penggorengan



Gambar 7 Proses Pengemasan



Gambar 8 Proses Packaging

DISKUSI

Banyak kisah sukses perusahaan besar bermula dari sebuah usaha rumahan. Usaha rumahan dapat kita jadikan sebagai usaha sampingan yang bisa menambah pemasukan dari pekerjaan utama. Namun tak jarang pula usaha ini dijadikan sebagai pekerjaan utama bagi sebagian orang. Sebagai sebuah pekerjaan utama dan dikelola secara serius, usaha rumahan pun bisa berkembang menjadi sebuah industri yang tidak hanya menambah pemasukan keluarga, tetapi menghidupi banyak orang.

Bisnis Keluarga atau usaha rumahan ini, mencoba membuat camilan atau makanan ringan yang terbuat dari tepung tapioka dan tepung terigu, yang pengolahannya masih manual. Untuk pemasarannya masih dipasarkan ke warung- warung yang ada di sekitar Dusun Brunggendis.

Maka dari itu kami mencoba untuk mengembangkan usaha keluarga ini menjadi sebuah industri yang mempunyai peluang yang menjanjikan untuk masuk ke dalam UMKM. Pendampingan dengan memberikan pelatihan dan memberikan pengetahuan bagaimana cara dalam melakukan pemasaran suatu produk agar produk tersebut lebih di kenal lagi oleh masyarakat luas.

Namun dalam pengembangan bisnis keluarga ini biasanya ada beberapa kendala seperti :



1. Modal yang masih terbatas, sehingga ketika pesanan banyak kadang modal yang tidak cukup
2. Peralatan yang masih manual sehingga proses pembuatan agak sedikit lama
3. Sumber daya yang masih terbatas karena pekerjaan ini dianggap sebagai pekerjaan sampingan sehingga mereka lebih mengutamakan pekerjaan utamanya.
4. Belum memahami strategi pemasaran secara online dengan menggunakan digital marketing.

KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, setelah beberapa kali melakukan pendampingan kepada pelaku usaha camilan ibu Yuyu suryani yang diberi label "CITRUK SIMMITY", perkembangan penjualannya sudah mulai meningkat setelah dilakukan strategi pemasaran dengan menggunakan digital marketing. Packaging yang menarik akan menambah daya tarik pembeli.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Achmad, Nur, dkk. 2016. Kewirausahaan di Era Digital. Jakarta.: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- [2] GM Suananto. 2017. The Power Of Digital Marketing. :Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [3] Rakhmawati Purba, at.al (2021) Pendampingan Konsep Bisnis dalam Penerapan Manajemen Produk Home Industry di Nagori Bandar Masilam Kabupaten Simalungun, Jurnal Abdimas Volume 2 Nomor 1, hal 75-80,. <http://abdidas.org/index.php/abdidas>
- [4] Shandy Marsono, at al (2018), Pelatihan "Bisnis Keluarga" Bagi Kaum Wanita Dalam Mendukung Terciptanya Kemandirian Ekonomi Daerah Di Soloraya, Jurnal Pengabdian Masyarakat WASANA NYATA, Volume 2 Nomor 2, https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/wasana_nyata/article/view/360
- [5] Warren J. Keegen. 2009. Manajemen Pemasaran Global. Jilid Satu Edisi keenam. Jakarta: Prenhallindo.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN