

**KUALITAS PRODUKSI, MANAJEMEN DAN PERSEPSI MASYARAKAT
TERHADAP PRODUK UKM RAMBAK CAKAR SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI KECIL**

Achmad Choerudin, Dian Dwi P., Singgih Trijanto
Akademi Teknologi AUB Surakarta
E-mail: achmadchoerudin77@yahoo.co.id

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SME) have various problems, product quality, marketing and business sustainability. Based on the background of the IBM program has issues about improving the manufacturing process and production rambak cakar that is not too long in the event of rainy weather making it more productive and effective, improving the quality of SME management and marketing strategies of production and seek opportunities to other product variations. The result is the production of tools for increasing productivity rambak dryer with drying peresentase level 60% compared with manual drying, manufacturing of SME management strategy with the creation of training modules SME management, financial planning, the simple balance of SME and marketing through the internet, so it will be more easily recognized and extensive marketing network. For product variations opportunities through market research with the results of (1) the level of public confidence in the SME products is quite high, (2) the need for improvement in brand and packaging SME with proven products that (a) the quality of SME products is not good, (b) no health insurance and halal happens almost all food products from SME, besides it does not yet include any food Ingredients Daily Intake and (c) the design of SME products. SME products have the potential to compete with products from non-SME, (3) need to improve the quality of products from a variety of marketing management, human resources and government support. .

Keywords: productivity, management, public perception

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang *home industri* baik makanan, bahan pangan, kerajinan maupun lainnya memiliki peranan besar dalam rangka pemulihan ekonomi kerakyatan selama ini, sehingga sumber-sumber daya lokal perlu diberdayakan dengan membina unit-unit usaha terpadu. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi daerah, pengembangan kemampuan inovasi dari lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebaiknya ditujukan untuk

meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk unggulan daerah serta pengelolaan sumberdaya yang optimal di UKM-UKM yang berpotensi.

Industri kecil mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian. Industri kecil memberi manfaat sosial (*social benefit*) yang sangat berarti bagi perekonomian Indonesia. Manfaat pertama, industri kecil dapat menciptakan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah. Manfaat kedua, industri kecil turut mengambil peranan dalam meningkatkan dan memobilisasi tabungan domestik. Ini dimungkinkan dengan kenyataan bahwa industri kecil cenderung memiliki atau memperoleh modal dari pengusaha sendiri, dari tabungan keluarga atau dari kerabatnya. Manfaat ketiga, industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri sedang dan besar, karena industri kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana yang bisa dihasilkan oleh industri sedang dan besar.

Di sisi lain, kondisi di lapangan cukup banyak dijumpai UKM-UKM sebagai pengguna teknologi masih memerlukan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksinya, diantaranya disebabkan kurangnya penguasaan teknologi dan terbatasnya modal atau pendanaan. UKM Potensial yang akan menjadi mitra adalah (1) UKM Usaha Rambak Cakar, Sidomulyo, Glagahwangi, Polanharjo Klaten dan (2)

UKM Usaha Rambak Cakar, Sabrangan Kel. Buntalan, Klaten.

Industri kecil ini mempunyai peran yang cukup besar terhadap perekonomian local setempat, selain itu juga merupakan makanan potensial masyarakat. Cakar ayam dijual murah di pasar-pasar yang dihasilkan dari rumah potong ayam dalam pengelolaan UKM ini berasal dari Jogjakarta yaitu dibeli Rp9.000,00/kg setelah diolah dijual menjadi Rp100.000,00/kg, untuk jenis mentah dijual Rp80.000,00/kg. Dengan nilai jual cakar ayam yang tidak terlalu besar maka perlu adanya alternatif pengolahan cakar ayam yang lebih memiliki nilai jual, salah satunya adalah pengolahan menjadi rambak cakar ayam. Rambak cakar ayam tergolong makanan ringan yang memiliki sifat renyah (keras tapi mudah patah). Kerenyahan inilah sebenarnya yang membuat rambak cakar ayam banyak disukai konsumen. Apalagi selain renyah, rasanya juga enak, tahan lama, praktis, dan dapat dinikmati kapan saja (Sutejo, 2000). Usaha sektor ini sudah menyebar ke daerah pemasaran meliputi daerah Solo Raya yaitu Surakarta, Boyolali, Karanganyar, Sragen, Sukoharjo dan Wonogiri.

Usaha industri kecil ini cukup potensial dengan memadahi. Tingkat produktivitas UKM mitra ini dalam seharinya bisa menghasilkan 20 kg/hari rambak cakar dalam sekali produksi. Harga jual dari produk rambak cakar adalah Rp100.000,00/kg. Sistem manajemen investasi, permodalan dan administrasi keuangan sudah ada dan masih bersifat sederhana dan konvensional.

Pangsa pasar (*market segment*) yang telah dicapai dalam pendistribusian produk ini adalah Kota Surakarta, Sukoharjo, Sragen, Wonogiri, Yogyakarta, Semarang dan sekitarnya. Untuk meningkatkan strategi pemasaran yang baik, maka pangsa pasar yang menjadi target adalah di luar Karsidenan Surakarta dan wilayah Jawa Tengah lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam UKM ini melalui pengepul, pesanan orang, metode jemput bola dan perilaku konsumen.

Pemasaran yang sudah berjalan adalah kerja sama dengan agen pesanan dan pengepul. Situasi dan kondisi produksi rata-rata di UKM Mitra yaitu kapasitas produksi mampu produk 20–35 Kg/hari dengan harga Rp.100.000,00/kg. Jika produksi 20 kg cakar ayam kering x Rp.100.000,00 = Rp.2.000.000,00 sehingga penjualan bisa mencapai Rp.2.000.000,00 dalam 1 kali produksi, sehingga keuntungan didapat Rp2.000.000,00 – Rp1.430.000,00 = Rp570.000,00. Keuntungan yang diperoleh UKM sekitar Rp14.820.000,00/bulan dengan catatan kondisi normal.

Kualitas produksi yang dibuat dari UKM Mitra tidak kalah dari produk-produk buatan UKM yang ada di daerah sekitarnya. Pengendalian kualitas produk tetap dilakukan dengan sistem mandiri oleh UKM Mitra dan operasional produksi dalam pengawasannya. Pada musin hujan produksi akan turun drastis, hal ini karena cakar ayam membutuhkan panas matahari secara langsung untuk proses pengeringan. Pada musim hujan tentunya membutuhkan waktu lama

untuk produksi.

Permasalahan yang muncul adalah banyaknya pemesanan produk yang membutuhkan waktu yang lama terutama dalam proses pengeringan. Selama ini pengolahan masih menggunakan sistem manual yaitu tergantung sinar matahari langsung dan bertenaga manusia sehingga perlu adanya alat produksi yang mampu menghasilkan produk yang cepat dan tepat terutama adalah terpengaruh oleh cuaca sinar matahari secara langsung dibutuhkan alat pengering bila terjadi cuaca hujan atau mendung seperti di atas.

Intinya, tujuan proses produksi adalah tidak menggantungkan pada cuaca dan sinar matahari. Tujuannya adalah mempersingkat waktu penyelesaian pengeringan menjadi satu hari, meningkatkan kapasitas pengeringan, dan membuat suhu pengeringan merata mengenai semua permukaan. Selain itu, juga perlu meningkatkan higienitas produk. Manfaat penggunaan alat pengering rambak cakar ayam dapat menjamin kontinuitas produksi, menghemat biaya tenaga kerja, mempercepat proses produksi, kapasitas produksi meningkat, menghemat tempat pengeringan, kualitas rambak ayam terjamin dan umur penyimpanan lebih lama.

Selain alat tersebut di atas, kualitas pemasaran dan pengembangan usaha masih bersifat konvensional dan perlu adanya pembenahan di bidang manajemen dan pemasaran terkait produk yang dihasilkan. Hal ini untuk mengimbangi dari jumlah konsumen

yang semakin meningkat. Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang diambil adalah:

1. Bagaimana meningkatkan proses dan produksi pembuatan rambak cakar agar tidak terlalu lama bila terjadi hujan sehingga lebih produktif dan efektif ?
2. Bagaimana meningkatkan kualitas manajemen UKM dan strategi pemasaran produksi yang masih manual ?
3. Bagaimana mencari peluang terhadap variasi produk yang lain ?

Teknologi yang dipilih adalah penerapan teknologi tepat guna khususnya teknologi dengan tujuan yang berpotensi meningkatkan efisiensi kinerja produksi, kualitas produk maupun produktifitas suatu usaha, sehingga dalam jangka panjang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan (*profit oriented*) mitra pengguna atau mitra yang turut serta dalam Program ini. Luaran kegiatan Program lbM ini adalah :

- a. Alat pengering sistem rak yang mampu menghasilkan produk yang cepat dan tepat;
- b. Pembinaan manajemen UKM serta strategi pemasaran yang baik melalui sistem yang baik, dan;
- c. Melakukan variasi produk lain yang diminati oleh masyarakat/riset pasar.

METODE / APLIKASI

- 1) Terjadinya suatu kesepakatan dengan industri kecil mitra dalam merencanakan kegiatan meliputi

produktivitas, pembenahan UKM dan pencarian peluang produk, yang melibatkan dengan mitra.

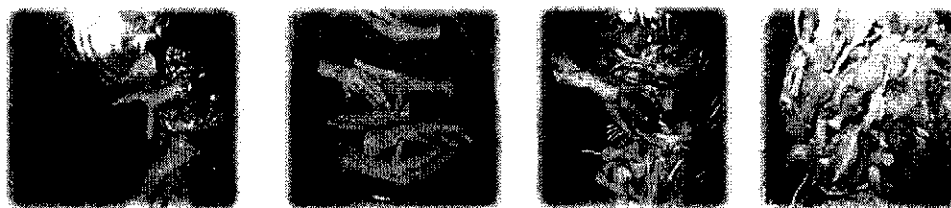
- 2) Mengadakan kerjasama dan melakukan perhitungan estimasi biaya, proses kegiatan baik pemesanan, manajemen yang dilakukan bersama dalam pengawasan perencanaan yang baik.
- 3) Melakukan evaluasi dan test kinerja untuk mengetahui tingkat optimal produksi baik kualitas maupun kuantitas.
- 4) Pemantauan dan monitoring kinerja *produksi* digunakan untuk proses produksi dan keberlanjutan secara optimal agar keberlangsungan program tetap terbina baik antara akademisi dan mitra kerja.

HASIL, PEMBAHASAN DAN DAMPAK

Pembuatan alat pengering yang mampu menghasilkan produk yang cepat dan tepat

Peningkatan produktivitas dalam kegiatan ini adalah pembuatan alat pengering nantinya bagi pengelola industri kecil mitra akan mampu menekan biaya produksi dan menimbulkan efisiensi proses produksi yaitu peningkatan produksi, waktu pemesanan bisa terpenuhi dan kualitas produksi terjaga.

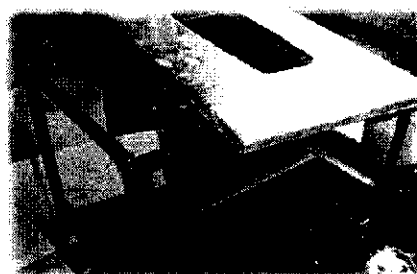
Penggunaan sistem manual dalam proses akan berubah atau bertansfer teknologi dengan menggunakan bantuan sistem secara berkelanjutan, hasil kualitas terjaga dan penggunaan relatif mudah. Proses yang telah dilakukan selama ini adalah:



Gambar 1. Beberapa langkah proses pembuatan rambak cakar ayam dari cakar ayam, proses, pemisahan antara kulit dan tulang dan pemasakan

Alat pengering rambak cakar ini pada prinsipnya bisa digunakan untuk proses produk yang lain. Dengan alat

pengering ini diharapkan kinerja UKM akan lebih baik. Hal ini akan menyebabkan peningkatan hasil produksi.



Gambar 2. Proses Pembuatan Alat Pengering

Proses dan langkah kerja alat pengering:

1. Pastikan slang dan regulator tidak bocor, ditancapkan pada pipa pemanas sebagai saluran antara tabung gas dan kompor gas LPG.
2. Nyalakan oven dengan cara menekan knob yang merupakan tombol ON/OFF yang ada pada bagian ujung kiri atas oven hingga muncul *display* pada oven.
3. Seting temperatur dengan cara menekan tombol secara bersamaan dengan memutar knob ke kanan untuk menaikkan temperatur, dan ke kiri untuk menurunkan temperatur.
4. Seting pertukaran udara dalam oven dengan cara menggeser tombol *air valve* ke arah maksimum untuk membuka lubang udara dan ke arah minimum untuk menutup lubang udara.
5. Apabila *display temperatur* sudah menunjukkan temperatur yang diinginkan, masukkan peralatan yang akan dikeringkan dan disterilisasi ke dalam oven.
6. Untuk seting waktu (timer) lama penggunaan oven dengan cara menekan tombol SET selama tiga detik, kemudian lepaskan dan putar knob ke kanan/ke kiri.
7. Tekan knob untuk mematikan oven, cabut slang dari sumber panas.

Tabel1. Spesifikasi Alat Pengering

No.	Spesifikasi	Keterangan	Indikator
1.	Tipe Oven	Oven Rack	Mudah dan praktis
2.	Dimensi	80 x 60 x 60 cm	Disesuaikan
3.	Ukuran Loyang	60 x 40 cm	Disesuaikan
4.	Jumlah Tray Dalam	3 buah	
5.	Kapasitas Loyang	3 buah	
6.	Bahan Dasar	Galvalum, besi plat	Anti karat dan aman
7.	Optional	Rockwool/peredam panas	Faktor keamanan operator
8.	Bahan bakar	LPG 3 kg/ 12 kg	
9.	Instrumen Pelengkap	Selang, pipa, regulator, pengatur api dan temperatur	Untuk kontrol/pengawasan panas
10.	Cat/Warna	Silver	Bisa dicat ulang
11.	Roda	Memakai rem	
12.	Kaki-Kaki	Jengki	Bersifat portable

Sumber : Data diolah (2013)

Berdasarkan dari hasil uji kinerja pelaksana dengan menggunakan alat pengering yang dilakukan oleh Tim sampel adalah sebagai berikut:

Tabel2. Hasil Uji Kinerja Alat Pengering

No.	Spesimen	Berat (kg)	Berat Tulang (kg)	Berat Daging dan Tulang (kg)	Waktu Pengeringan (jam)	Berat Setelah Pengeringan (kg)	Persentase (%)	Suhu (Celcius)
1.	I	0,25	0,15	0,10	1	0,06	66	100
2.	II	0,25	0,17	0,08	1	0,06	35	100
3.	III	0,25	0,18	0,09	1	0,05	80	100
Rerata		0,25	0,16	0,09	1	0,056	60	100

Sumber: data diolah (2013)

Dalam tabel di atas dijelaskan bahwa dalam rerata 0,25 kg cakar ayam terdiri dari 0,16 kg berat tulang dan 0,09 kg berat kulit serta daging cakar ayam. Setelah dilakukan proses pengeringan dengan alat pengering buatan tersebut selama 1 jam, tanpa memperhitungkan awal proses pemanasan dengan kompor gas, maka didapatkan cakar ayam kering siap digoreng adalah sebesar 0,056 kg. Ini berarti mengalami

penyusutan sekitar 60% dari biasanya, dengan suhu stabil sekitar 100 celsius. Hal ini bisa dibandingkan dengan pemanasan manual dengan sinar matahari terik selama 2-3 hari. Dari uraian dan analisis hasil uji kinerja alat pengering tersebut maka dapat direkomendasikan terdapat keunggulan dan kelemahan sebagai berikut:

Tabel3. Keunggulan dan Kelemahan Alat Pengering

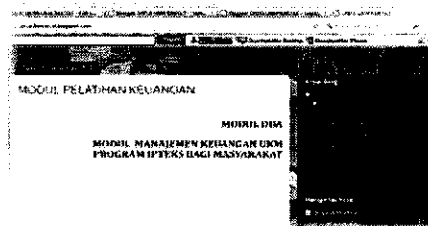
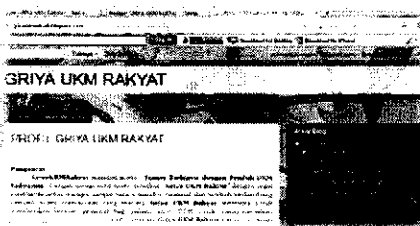
Tipe	Keunggulan	Kelemahan	Rekomendasi
Sistem Konvensional	Penjemuran tanpa biaya/lebih ekonomis, kapasitas tidak terbatas/lebih banyak,	Tergantung dari sinar matahari, tidak higienis karena dihinggapi lalat dan lainnya	Tetap digunakan bila cuaca cerah
Sistem Alat Pengering	Lebih higienis dalam pengeringan, lebih cepat kering, tepat waktu	Kapasitas terbatas, butuh energi lain, penambahan biaya, perawatan, faktor keamanan	Digunakan bila cuaca mendung/hujan

Sumber: data diolah (2013)

Pembenahan manajemen UKM serta strategi pemasaran yang baik melalui sistem yang baik

Perkembangan teknologi telah banyak mengubah hal dalam berbagai sisi kehidupan manusia, termasuk di dalamnya pola perilaku pasar, kegiatan bisnis, ekonomi, struktur sekaligus strategi yang dijalankan pada sebuah perusahaan (Laudon, 2004). Teknologi juga memiliki andil yang cukup besar dalam mempengaruhi struktur pasar dan mempunyai keunggulan bersaing dalam suatu industri (Porter, 1985).

Teknologi dan industri sekarang dan masa yang akan datang akan mengalami peningkatan yang pesat baik kualitas maupun kuantitas. Perkembangan bisnis dan teknologi secara riil selalu berusaha mengadaptasi, merekayasa, dan mengaplikasikan kemajuan teknologi mutakhir demi nilai-nilai kompetitif di pasar kerja. Penerapan teknologi di bidang industri akan membutuhkan banyak sumber daya manusia yang mampu mengelola segala aspek perkembangan zaman yang ada, mampu menganalisis serta mampu berpikiran maju.



Gambar 3. Tampilan profil pemasaran melalui www.griyaukmrakyat.blogspot.com

Untuk memberikan kemudahan dan mengolah tampilan serta berita-berita ataupun bahan informasi pemasaran maka diperlukan profil *user* agar lebih mudah dan mampu memberikan hasil yang lebih optimal dalam mendukung pemasaran, lebih

baik jika dalam suatu perusahaan ada karyawan khusus yang menangani masalah pemasaran lewat situs sehingga data-data penawaran selalu mutakhir. Dalam operasional kegiatan yang dilakukan oleh Tim Pelaksana, bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Spesifikasi Pemasaran via Internet

No.	Profil/Tampilan	Keterangan	Indikator
1.	Profil user	Griyaukmrakyat	Mudah diingat
2.	Operator	Tim Pelaksana	
3.	Produk	Segala produk UKM dan pemasaran secara umum	Pemasaran lebih praktis dan efektif

Sumber : Data diolah (2013)

Tabel 5. Indikator Pemasaran UKM

No.	Indikator	
	Sebelum	Sesudah
1.	Manual pemasaran	Menggunakan media teknologi informasi
2.	Transaksi manual	Pemanfaatan transaksi e-commerce kerjasama antara Tim dan UKM
3.	Belum ada wadah website UKM	Sudah memiliki website UKM

(Sumber : Data diolah, 2013)

Irsan Azhary Saleh (1986) menjelaskan bahwa usaha kecil memberikan manfaat sosial yang sangat berarti bagi perekonomian, terlebih dengan internet, terutama dalam: (1) usaha kecil dapat menciptakan peluang yang sangat luas dengan pembiayaan yang relatif murah, (2) usaha kecil turut mengambil peran dalam peningkatan dan mobilitas tabungan domestik dan (3) usaha kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang, karena usaha kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana, yang biasanya tidak dihasilkan oleh usaha besar dan sedang.

Selain manfaat yang dihasilkan dalam konteks manajemen UKM ternyata terjadi suatu kondisi kelemahan usaha industri kecil secara umum yaitu : (1) tingkat pendidikan umumnya rendah, pendidikan usaha pada umumnya diperoleh dari orang tuanya, karena itu mereka bersifat tradisional, (2) rendahnya tingkat pendidikan menumbuhkan kelemahan pada sikap manajemen dan organisasi perusahaan, (3) biasanya mati hidupnya usaha tergantung pada diri seseorang, (4) kelemahan finansial yang mengakibatkan terbatasnya kemampuan gerak perusahaan, (5) kurangnya landasan pengetahuan ditambah lemahnya permodalan, maka

kemampuan teknis untuk memproduksi barang sulit ditingkatkan baik kualitas maupun kuantitasnya, (6) lokasi usaha yang tersebar di seluruh wilayah, kota, kabupaten, kecamatan dan desa maka lokasi yang demikian itu menjadi fasilitas yang membantu kemudahan bank tidak sama diperolehnya. Ini merupakan hambatan yang menentukan dan (7) sikap usaha yang tradisional pada umumnya kurang memperhatikan dokumen-dokumen yang dapat memberikan keamanan bantuan terhadap kemungkinan pengembangan usaha ini.

Beberapa kelemahan di atas juga dimiliki oleh industri kecil, antara lain masalah permodalan tetapi dengan cara mengajukan pinjaman modal atau

dana dari pihak lain maka industri tersebut mampu mengatasinya. Kelemahan lain yang dihadapi adalah sikap usaha yang tradisional dan kurang memperhatikan dokumen-dokumen yang dapat memberikan keamanan bantuan terhadap kemungkinan pengembangan usaha, tetapi dengan mengikuti pengarah-pengarah industri kecil dari lembaga atau instansi terkait maka mereka mampu mengatasinya dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya sehingga dapat tetap bertahan dalam kondisi krisis sekalipun. Demikian juga yang terjadi pada UKM ini, perlu peningkatan kualitas manajemen UKM berbasis kinerja dikarenakan persaingan dan kebutuhan hidup semakin meningkat.

Tabel 6. Kegiatan Manajemen UKM

No.	Produk	Tujuan
1.	Modul pelatihan manajemen UKM	Untuk memotivasi dan memberikan pengetahuan, wacana tentang manajemen UKM secara global
2.	Modul pelatihan keuangan UKM	Untuk memotivasi dan memberikan pengetahuan, wacana tentang manajemen keuangan UKM secara sederhana dan praktis
3.	Pelatihan/Workshop	Aplikasi modul pelatihan

Sumber : Data diolah (2013)

Melakukan variasi produk lain yang diminati oleh masyarakat melalui Riset Pasar

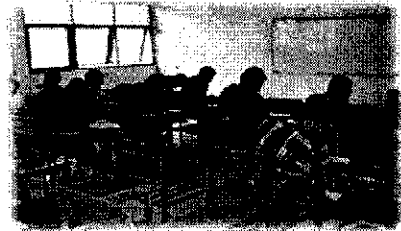
Riset pasar perlu dilakukan untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk. Selain itu hasil riset dapat digunakan sebagai langkah untuk mengembangkan usaha. Adapun alasan-alasan yang mendukung pentingnya pengembangan industri berskala kecil adalah pertama, masalah

fleksibilitas dan adaptabilitasnya dalam memperoleh bahan mentah dan peralatan. Kedua, relevansinya dengan proses desentralisasi kegiatan ekonomi guna menunjang terciptanya integrasi kegiatan pada sektor-sektor ekonomi yang lain. Ketiga, peranannya dalam jangka panjang sebagai basis bagi terciptanya kemandirian pembangunan ekonomi, karena industri berskala kecil ini umumnya

diusahakan oleh pengusaha dalam negeri dengan menggunakan kandungan impor yang rendah (Irsan Azhary Saleh, 1986).

Beberapa kendala yang menghambat pertumbuhan ekonomi UKM di Indonesia, baik secara eksternal

maupun internal yaitu peluang dalam memperbesar pasar, struktur permodalan, organisasi dan manajemen, pemanfaatan akses dan penguasaan teknologi, dan jaringan usaha dan kerjasama.



Gambar 4. Riset pasar tentang persepsi masyarakat terhadap produk UKM

Hasil dari riset yang diperoleh yaitu bahwa persepsi masyarakat terkait dengan produk UKM Rambak, konsumsi, kesukaan, dan kepercayaan masyarakat terhadap produk UKM Rambak adalah 100%. Hal ini

menunjukkan bahwa potensi produk UKM bisa diterima oleh masyarakat secara luas dan memiliki prospek yang baik untuk selalu dikembangkan oleh pengusaha UKM atau calon pengusaha yang bergerak di industri kecil.



Gambar 5. Beberapa produk UKM yang ada dipasaran

Persepsi masyarakat terhadap desain dari produk UKM Rambak adalah 74%, sehingga masih perlu ditingkatkan dikarenakan desain haruslah menarik dan bisa menjadi *brand marketing* untuk bisa dikenal oleh masyarakat luas. Usulan terhadap perbaikan dari sisi desain kemasan produk UKM Rambak adalah variasi dan model kemasan produk (30%), hal ini menunjukkan bahwa hampir semua responden masih menilai bahwa tingkat variasi dan model kemasan masih belum mampu menjadi daya tarik pembeli, karena masih asal-asalan dan perlu sentuhan teknologi yang lebih menarik.

Perbaikan terhadap merek dari produk UKM Rambak adalah lumayan (30%), merek kemasan mudah diingat (45%), perbaikan dari sisi merek UKM rambak saat ini adalah nama (33%) dan bentuk merek UKM (26%), kemasan produk UKM rambak yang dihasilkan adalah lumayan (30%), kemasan UKM masih sulit dibawa dan kuat (30%) dan bahan kemasan sudah lumayan (30%).

Perbaikan terhadap merek masih harus dievaluasi dan ditingkatkan terutama terhadap perencanaan merek produk UKM karena pencarian nama merek masih tidak menarik, tidak *marketable*, masih belum praktis dan masih terkesan belum diperhatikan dari sisi pemasaran dan kualitas makanannya.

Untuk perbaikan dari sisi kemasan produk UKM adalah model (43%) dan bahan kemasan (23%), untuk perbaikan dari sisi kemasan UKM yang ada sekarang ini adalah bahan dan model kemasan (30%). Peningkatan dari bahan

dan model kemasan perlu diperhatikan karena hampir semua produk UKM belum memperhatikan model kemasan yang ringkas, mudah dan menarik, selain itu bahan kemasan masih terlalu tipis, plastik asal-asalan dan belum memperhatikan estetika dan sentuhan yang menarik pembeli.

Untuk kemampuan daya saing terhadap produk non-UKM semua responden menyatakan siap sebesar 66% Adapun sisanya 34% menyatakan belum siap. Permasalahan kesiapan persaingan ini menunjukkan bahwa keberadaan UKM masih berpotensi untuk bisa memajukan pemasaran, kualitas produk agar bisa bersaing ditingkat segmen pasar yang lebih tinggi. Alasan belum siapnya persaingan ini karena ada beberapa masalah utama UKM Rambak yaitu (1) kualitas produk UKM belum baik, (2) tidak ada jaminan kesehatan dan kehalalannya terjadi hampir semua produk makanan dari UKM, selain itu belum menyertakan Kandungan Kecukupan Gizi tiap makanan (KKG) dan (3) desain produk UKM yang terkesan monoton dan tidak kreatif, sehingga menjadikan pembeli tidak tertarik dan membosankan.

Riset pasar ini dapat disimpulkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal daerah, khususnya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja. Beberapa yang harus diperhatikan terhadap persepsi masyarakat adalah:

1. Kepercayaan masyarakat terhadap produk UKM cukup tinggi.
 2. Perlu adanya perbaikan merek dan kemasan pada produk UKM yaitu
 - (1) Kualitas produk UKM belum baik,
 - (2) Tidak ada jaminan kesehatan dan kehalalannya terjadi hampir semua produk makanan dari UKM, selain itu belum menyertakan Kandungan Kecukupan Gizi tiap makanan (KKG) dan
 - (3) Desain produk UKM.
 3. Produk UKM berpotensi untuk siap bersaing dengan produk dari non-UKM.
 4. Perlu peningkatan kualitas produk dari berbagai manajemen pemasaran, SDM dan dukungan pemerintah.
- Mencari peluang terhadap variasi produk yang lain di lakukan melalui riset pasar terkait persepsi masyarakat terhadap produk UKM dengan hasil bahwa perlu adanya perbaikan merek dan kemasan pada produk UKM yaitu
- (1) Kualitas produk UKM belum baik,
 - (2) Tidak ada jaminan kesehatan dan kehalalannya terjadi hampir semua produk makanan dari UKM, selain itu belum menyertakan Kandungan Kecukupan Gizi tiap makanan (KKG) dan
 - (3) Desain produk UKM,
 - (4) Produk UKM berpotensi untuk siap bersaing dengan produk dari non-UKM dan
 - (5) Perlu peningkatan kualitas produk dari berbagai manajemen pemasaran, SDM dan dukungan pemerintah.

PENUTUP

Dalam meningkatkan proses dan produksi pembuatan rambak cakar agar tidak terlalu lama bila terjadi cuaca hujan sehingga lebih produktif dan efektif dilakukan dengan membuat alat pengering yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam hal ini dimensi alat yang digunakan adalah 80 x 60 x 60 cm dengan penyangga kaki-kaki agar mempermudah akses yang bisa berpindah.

Upaya dalam meningkatkan kualitas manajemen UKM dan strategi pemasaran produksi yang masih manual dilakukan dengan penyusunan modul manajemen UKM dan pengelolaan keuangan UKM yang praktis dan efektif, serta pelaksanaan aplikasi dari kegiatan tersebut.

Berdasarkan Uraian Data, berbagai saran yang di sampaikan antara lain.

1. Perlu melanjutkan rencana kegiatan yang belum diselesaikan secara menyeluruh untuk penyelesaian permasalahan yang lebih kompleks: model pemasaran, model desain kemasan yang menarik dan pengembangan UKM yang lebih sehat dan higienis dalam penerapan kesehatan dan keselamatan kerja.
2. Perlu koordinasi dan kerjasama antara para pihak yang terkait, untuk mempermudah pelaksanaan kegiatan.
3. Perlu penyempurnaan keberlanjutan program agar lebih baik dalam pengelolaan UKM secara profesional.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan atas pembiayaan DIPA sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat Nomor: 182/SP2H/KPM/DITLITABMAS/V/2013 tanggal 13 Mei 2013.
2. P3M Akademi Teknologi AUB Surakarta
3. UKM Mitra, Polanharjo-Klaten.

REFERENSI

- Loudon, G. Schiffman. 2004. *Consumer Behavior*. 8th Edition, Pearson Education International, New Jersey.
- Porter, Michael. 1985. *Competitive Advantage: The Free Press*. A Division of MacMillan Inc., New York.
- Saleh, Irsan Azhari. 1986. *Industri Kecil: Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Pengantar Dorodjatun Kuntjoro Jakti, LP3ES, Jakarta