

PENDAMPINGAN PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TEH TARIK JELLY CAMPERNIK CIANJUR

Salvarina Viknesuari¹, Kania
Naffarindra², Fati Ramadhanti^{1*}

¹)Program Studi Ekonomi Bisnis,
Universitas Prasetiya Mulya

²)Program Studi Bisnis, Universitas
Prasetiya Mulya

Article history

Received : 10-09-2021

Revised : 25-02-2021

Accepted : 17-03-2021

*Corresponding author

Fati Ramadhanti

Email: fati.ramadhanti@pmb.ac.id

Abstrak

Di tengah pandemi, UMKM merupakan tulang punggung dalam pemulihan ekonomi Indonesia, sehingga dukungan atas pembaharuan produktivitas dan daya saing UMKM sangat dibutuhkan. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing dari produk minuman Teh Tarik Jelly yang diproduksi oleh mitra UMKM Campernik. Langkah pertama yang dilakukan dalam peningkatan produktivitas yakni dengan menganalisa alur produksi mitra untuk mencari sumber ketidakefisienan dari aktivitas produksi dimana setelahnya akan dilakukan pembaharuan dengan mengimplementasikan sistem produksi lean. Perihal daya saing, analisis terhadap daya saing mitra berasaskan teori generic strategies yang digagas oleh Michael Porter telah dilakukan bersama dengan melakukan visualisasi positioning dengan perceptual map. Hasil mengindikasikan bahwa perbaikan pada proses produksi meningkatkan efisiensi total waktu produksi sebesar 58,3%. Dengan demikian, penghilangan akan aktivitas waste pada alur produksi menghasilkan peningkatan produktivitas mitra. Sedangkan hasil analisis daya saing menunjukkan bahwa mitra Campernik sedang mengaplikasikan strategi Benefit Leadership. Posisi Campernik ini harus diperkuat dengan mengimplementasikan strategi-strategi pendukung yang dapat memperkuat positioning Campernik di pasar.

Kata Kunci: Daya Saing; Lean Production; Produktivitas; Teh Tarik Jelly; UMKM

Abstract

During the pandemic, the SMEs are the backbone of Indonesia's economic recovery; hence, support for improving productivity and competitiveness is needed. This activity was conducted to increase productivity and enhance the competitiveness of Teh Tarik Jelly, produced by SME partner Campernik. Increased productivity was done first by examining the current production flow to point out the source of inefficiency, which later will be improved by implementing the lean production system. Furthermore, in the case of competitiveness, the current competitive advantage of SME based on the generic strategies idealized by Michael Porter is analyzed along with the positioning through the visualization of perceptual maps. Results indicate that improved production flow has increased the time efficiency by 58.3% of total production time. Therefore, the elimination of waste activities increased SME productivity. On the other hand, competitive advantage analysis shows that SME Campernik is applying the Benefit Leadership strategy. Therefore, Campernik should apply supporting strategies to differentiate and strengthen its position in the market.

Keywords: Competitive Advantage; Lean Production; Productivity; Teh Tarik Jelly; SME

© 2022 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM, memiliki peran penting dalam penunjang ekonomi nasional Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) sebagian besar dari total jumlah pelaku usaha Indonesia terdiri atas pelaku usaha mikro kecil dan menengah, yaitu

sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia pada 2018. Sejalan dengan hal tersebut pada tahun yang sama, kontribusi UMKM dalam bidang ketenagakerjaan terbilang tinggi yaitu sebanyak 117 juta atau 97% dari total tenaga kerja usaha di Indonesia. Tidak sedikit pula andil UMKM terhadap kondisi perekonomian Indonesia tercermin pada partisipasi UMKM atas Produk

Domestik Bruto atau PDB dimana sebagian besar didominasi oleh UMKM (61,1%) dan sisanya (38,9%) disumbangkan oleh pelaku usaha besar (Nainggolan, 2020). Berdasarkan fakta empiris tersebut aman dikatakan bahwa UMKM merupakan tulang punggung penggerak terbesar ekonomi nasional Indonesia sehingga perkembangan dan pertumbuhan UMKM Indonesia patut diunggulkan karena memiliki potensi pertumbuhan yang besar.

Pada daerah Cianjur sendiri masih didominasi oleh sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan yang memberikan kontribusi kepada PDRB Cianjur atau Produk Domestik Regional Bruto Cianjur sebesar 32,91% atau mencapai 15,64 triliun rupiah pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur, 2021). Dalam konteks UMKM, dalam Industri Pengolahan, Industri Makanan dan Minuman sebagai penyumbang besar mencapai 1,47 triliun rupiah atau 3,10% terhadap PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB). Laju pertumbuhan Industri Pengolahan mengalami penurunan di tahun 2020 pada 0,73% dibandingkan dengan tahun 2019 dimana perkembangan mencapai 11,33% (Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cianjur, 2020). Penurunan laju pertumbuhan disebabkan oleh imbas Covid-19, namun Industri Makanan dan Minuman menjadi salah satu dari tiga kategori Industri Pengolahan yang tetap mengalami perkembangan positif, yaitu sebesar 3,57% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur, 2021)

Usaha mitra Campernik bergerak dalam UMKM Industri Makanan dan Minuman sejak tahun 2018 dengan produk unggulan Teh Tarik *Jelly* dan berbasis di Cianjur. Di tengah pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Cianjur, bisnis Campernik masih mengalami beberapa tantangan tersendiri dan seperti 56% UMKM lainnya mitra Campernik tidak luput dari imbas besar pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dimana mitra mendapati penurunan omzet yang signifikan dikarenakan oleh hilangnya *target market* bisnis yang didominasi oleh anak sekolah (Syamsudin, 2020).

Secara garis besar permasalahan mitra pada bimbingan pengabdian ini terdapat pada segi produktivitas dan daya saing mitra. Mitra mengatakan bahwa situasi produktivitas bisnis Campernik tidak begitu baik sehingga dibutuhkan untuk analisis terhadap alur proses produksi yang sekarang. Dari hasil diskusi, ditemukan bahwa terdapat beberapa aktivitas produksi mitra yang terbilang boros waktu dan dapat diperbaharui lebih lanjut dikarenakan memberikan dampak yang negatif terhadap tingkat produktivitas mitra.

Salah satu contoh kegiatan yang masih kurang efisien adalah aktivitas pemotongan dan penempelan stiker logo kemasan *cup*. Pada aktivitas ini mitra harus menggunting hasil cetakan stiker

yang masih tergabung dalam satu lembaran berukuran A3 secara satu per satu dimana memakan waktu yang sangat lama karena jumlah stiker logo yang perlu di gunting berjumlah minimal 100 buah dan proses pengguntingan masih dilakukan menggunakan gunting kertas sederhana yang juga dapat menyebabkan pegal pada tangan mitra sehingga dapat adanya terjadi pemborosan waktu produksi tambahan. Setelah menggunting satu per satu stiker logo kemasan *cup*, selanjutnya mitra melakukan penempelan hasil pemotongan stiker satu per satu kepada kemasan *cup* yang sudah tersedia. Aktivitas ini memiliki potensi besar untuk diperbaiki dan dikelola lebih lanjut agar mitra dapat memotong waktu produksi sehingga lebih efektif dan membuka kesempatan bagi mitra untuk fokus mengembangkan bisnis Campernik di bidang lain dan mendukung peningkatan produktivitas.

Peningkatan terhadap produktivitas merupakan salah satu hal yang penting untuk dicapai oleh sebuah bisnis atau perusahaan karena memberikan timbal balik yang positif terhadap kinerja bisnis (Ismail, 2020). Salah satu upaya meningkatkan produktivitas dengan mengimplementasikan *lean production* yang merupakan sistem manajemen yang berfokus pada penghilangan *waste* atau limbah dan perbaikan secara terus-menerus pada operasional bisnis (Russell & Taylor, 2019).

Penggunaan sistem produksi *lean* dimulai dengan penghilangan *waste* yang memiliki arti sebagai suatu hal yang tidak menambahkan nilai pada produk akhir. Terdapat 7 aktivitas yang tergolong sebagai *waste*, yaitu produksi berlebihan, menunggu, perpindahan barang yang tidak diperlukan, langkah aktivitas yang tidak menambahkan nilai, penyimpanan barang atau *inventory*, aktivitas pergerakan berlebihan, dan cacat pada hasil produksi (Russell & Taylor, 2019). Identifikasi *waste* dan pembaharuan pada alur produksi Teh Tarik *Jelly* dilakukan dengan mengacu pada teknik *process activity mapping* (Hines & Rich, 1997).

Process activity mapping terdiri atas 5 tahap yaitu: (1) mempelajari alur proses produksi; (2) mengidentifikasi *waste*; (3) konsiderasi apakah penyusunan alur bisa menjadi lebih efisien; (4) konsiderasi pola alur melibatkan *layout* berbeda; dan (5) konsiderasi kebutuhan pembaharuan dan dampak pada penghapusan *step* produksi yang berlebihan (Hines & Rich, 1997). Setelah penghilangan *waste* dan perbaikan alur produksi, langkah-langkah berikutnya yang dapat mendukung sistem produksi *lean* adalah peningkatan fleksibilitas, peluncuran pada alur operasional, dan perbaikan secara terus-menerus (Russell & Taylor, 2019).

Dalam segi daya saing, mitra kalah bersaing dari segi harga yang terbilang cukup mahal

dibandingkan dengan kompetitor di sekitarnya, terlebih dengan metode penjualan mitra yang masih konvensional. Sejak perubahan aktivitas ekonomi masyarakat dikarenakan oleh pandemi Covid-19, daya saing UMKM mengalami penurunan. Karena tidak sedikit masyarakat yang kini lebih memilih untuk melakukan pembelian barang melalui *online* sehingga UMKM seperti Campernik yang masih menggunakan cara penjualan konvensional kalah bersaing.

Kondisi persaingan mitra Campernik saat ini tidak terlalu baik dikarenakan adanya kompetitor lain yang menjual produk serupa, yaitu bisnis UMKM "Oishii!" dan "Kusuka". Kedua bisnis UMKM tersebut tergolong memiliki pangsa pasar lebih tinggi di Cianjur dibandingkan dengan mitra bisnis UMKM Campernik. Kekalahan Campernik karena harga yang ditetapkan oleh mitra UMKM Campernik lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor "Oishii!" dan "Kusuka" sedangkan dari dimensi kualitas produk UMKM Campernik belum terlihat lebih unggul.

Sebagai perbandingan, untuk varian minuman *cup* Teh Tarik *Jelly* ukuran besar atau 12 oz (350ml), mitra UMKM Campernik mematok harga sebesar Rp 5.250 per *cup* sedangkan kompetitor "Oishii!" dan "Kusuka" mematok harga yang sama sebesar Rp 4.000 per *cup* sehingga UMKM Campernik menjual Rp 1.250 atau 31.25% lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh kompetitor "Oishii!" dan "Kusuka". Oleh karena itu, Teh Tarik *Jelly* Campernik kalah bersaing dari sisi harga. Selain "Oishii!" dan "Kusuka", Campernik juga memiliki dua kompetitor baru, yaitu "Abu Eva" dan "Jasmine" yang mematok harga pada Rp5.000 per *cup*.

Seiring bertambahnya kompetisi pasar, peningkatan atas daya saing mitra sangat dibutuhkan agar Campernik tetap dapat bersaing, meningkatkan peminat dan pangsa pasar produk minuman Teh Tarik Cianjur. Selain produktivitas, peningkatan terhadap persaingan bisnis juga sangat dibutuhkan terutama oleh UMKM Indonesia yang sebagian besar terkena imbas pandemi Covid-19. Analisis *positioning* terhadap bisnis mitra untuk memberikan gambaran posisi bisnis mitra pada pikiran konsumen juga merupakan hal yang penting (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019). *Perceptual mapping* digunakan dalam analisis *positioning* mitra. *Perceptual map* memiliki fungsi untuk mengukur penempatan sebuah bisnis atau produk dengan menggunakan grafik yang memiliki sejumlah karakteristik pada kedua sumbu horizontal dan vertikal sebagai tolak ukur perbandingan dengan kompetitor (Kardes et al, 2015). Bimbingan terhadap bisnis UMKM sangat diperlukan untuk membangkitkan performa bisnis UMKM agar dapat kembali bersaing pada masa pembatasan aktivitas ekonomi.

Program pengabdian akan meliputi analisa kritis terhadap alur aktivitas produksi mitra dan pembaharuan terhadap alur produksi untuk meningkatkan produktivitas mitra dari segi waktu dan kualitas. Peningkatan daya saing terletak pada salah satu strategi daya saing dan visualisasi *positioning* bisnis mitra. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat atau PKM ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja produktivitas dan daya saing UMKM Campernik dengan harapan dapat membantu mitra mengembangkan bisnis dan meningkatkan persaingan.

Kegiatan PKM dengan tujuan dan cara serupa yaitu meningkatkan produktivitas dengan membaharui kegiatan pada lini produksi oleh Wardoyo & Hadi (2016) yang membuah hasil memuaskan. Upaya peningkatan daya saing mitra dengan menganalisa strategi pemasaran juga memiliki peran penting dalam memformulasikan strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing (Sulistiyani et al., 2020). Kedua kegiatan PKM tersebut mencerminkan pentingnya pengadaan PKM untuk membantu mitra dalam hal produktivitas bisnis dan peningkatan daya saing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah dilakukan secara daring dikarenakan pandemi Covid-19 yang menyebabkan tidak memungkinkannya bimbingan langsung untuk dilakukan. Diskusi bersama mitra dilakukan melalui aplikasi komunikasi *online* Google Meet mengenai upaya peningkatan produktivitas dan situasi persaingan bisnis mitra. Secara garis besar, metodologi pendampingan terbagi menjadi 3 bagian (Tabel 1).

Tabel 1. Metode dan waktu pelaksanaan pengabdian.

Tahap	Tujuan	Metode	Waktu
Pra Pelaksanaan (Observasi bisnis Teh Tarik <i>Jelly</i> Campernik)	Memahami proses produksi bisnis Teh Tarik <i>Jelly</i> Campernik	1. Survei Primer: Wawancara literatur dan data Sekunder	30 Januari s.d. 05 Februari 2021
Pendampingan Mitra (proses analisis dan implementasi strategi)	Merumuskan permasalahan serta solusi dan mengimplemmentasikan entasikannya	1. Pendampingan secara virtual 2. Menelaah literatur dan data Sekunder	30 Januari s.d. 31 Mei 2021
Evaluasi dan rekomendasi	Mengukur indikator keberhasilan	Survei Primer: Wawancara	28 s.d. 31 Mei 2021

Pra Pelaksanaan

Sebelum melakukan pelaksanaan, tahap observasi dilakukan pada alur produksi mitra dan terhadap situasi persaingan mitra agar mendapatkan gambaran mengenai tingkat dan langkah-langkah produksi mitra, serta gambaran terhadap tingkat daya saing mitra dibandingkan dengan kompetitor pada pasar yang sama. Observasi dilakukan dengan menanyakan *flow* aktivitas pembuatan Teh Tarik *Jelly* Campernik dan hambatan yang dihadapi oleh mitra. Dalam hal daya saing, diskusi dilakukan dengan mitra perihal situasi persaingan dan kompetitor yang bergerak dalam ruang lingkup bisnis yang serupa.

Pelaksanaan

Pada saat pelaksanaan, dalam peningkatan produktivitas, kajian lanjutan dilakukan dengan menganalisis dan merumuskan kegiatan produksi mitra berdasarkan kajian *lean production system* dan *process activity mapping* sebagai acuan identifikasi aktivitas *waste*. Dalam usaha peningkatan daya saing, dilakukan analisis strategi daya saing mitra berdasarkan teori daya saing *Generic Strategies* dan menganalisa *positioning* bisnis mitra merujuk pada *perceptual mapping* yang akan dibandingkan dengan kompetitor agar dapat memberikan gambaran kepada mitra mengenai situasi persaingan mitra saat ini dan dapat menyusun strategi yang dapat meningkatkan daya saing. Setelah dilakukan proses analisis, implementasi strategi dilakukan dengan membeli alat dan perlengkapan produksi terbaru yang dibutuhkan untuk menunjang efisiensi dan sistem produksi *lean*. Pembelian alat dilakukan secara online melalui aplikasi *e-commerce* Shopee dan Tokopedia.

Evaluasi

Tahap ketiga adalah tahap evaluasi. Dalam peningkatan produktivitas, evaluasi dan pengukuran indikator keberhasilan dilakukan dengan mengakumulasi kembali waktu produksi yang berubah disebabkan oleh pembaharuan dan eliminasi langkah yang tergolong *waste*. Kemudian dilakukan diskusi terkait kinerja alat dan perlengkapan produksi yang diperuntukan untuk mendukung efisiensi produksi. Pada tingkat daya saing, evaluasi terhadap *positioning* bisnis mitra dilakukan dengan menganalisis hasil *perceptual mapping*.

Kegiatan pendampingan terhadap UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas bisnis UMKM (Sedyastuti, 2018; Karyadi et al., 2021). Dengan mengaplikasikan metode pelaksanaan yaitu pra pelaksanaan (*observasi*), pelaksanaan (*analisa dan implemen-tasi*), dan evaluasi diharapkan pendampingan secara online ini dapat mengidentifikasi masalah

dan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas. Pendampingan dilakukan dalam periode 3 bulan dimulai dari bulan Juli hingga September 2021.

PEMBAHASAN

Berdasarkan teori produksi *lean*, upaya pertama yang perlu dilakukan untuk meningkatkan produktivitas mitra yaitu dengan mengeliminasi keberadaan kegiatan *waste* atau limbah dalam alur produksi. Dalam pelaksanaan untuk mencapai sistem produksi *lean*, 3 tahap akan dilakukan untuk mengimplementasikan 5 langkah *process activity mapping* (Hines & Rich, 1997) yang dipilih sebagai rujukan dalam hal identifikasi *waste* dan pembaharuan pada alur produksi Teh Tarik *Jelly*.

Pra Pelaksanaan

Mempelajari Alur Proses Produksi

Proses produksi Teh Tarik *Jelly* memiliki 13 langkah produksi yang menghabiskan total waktu sebesar 3 Jam 1 Menit 30 Detik dimana alur produksi dimulai dengan mendidihkan air hingga pengemasan Teh Tarik *Jelly*. Laju produksi Teh Tarik *Jelly* dapat menghasilkan 40 buah *cup* ukuran besar dengan bahan produksi sebanyak 10 Liter (Gambar 1).



Gambar 1. Alur produksi sebelum efisiensi

Pelaksanaan

Mengidentifikasi Waste

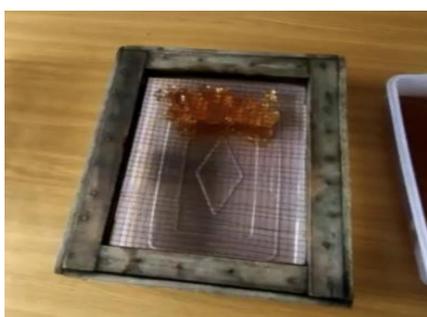
Setelah melakukan analisis terhadap alur produksi mitra, ditemukan 3 jenis aktivitas *waste* pada beberapa langkah produksi yaitu langkah aktivitas yang tidak menambahkan nilai dan menunggu. Salah satu langkah akhir produksi yaitu pematangan dan penempelan stiker logo pada kemasan *cup* ditemukan kegiatan *waste* ialah langkah aktivitas yang tidak menambah nilai (Gambar 2). Pada langkah tersebut mitra membutuhkan total akumulasi waktu selama 1 jam 26 menit dan 40 detik dimana terbilang boros waktu dan mengurangi efisiensi jalur produktivitas mitra.

Terlebih, walaupun sudah memakan waktu yang panjang, langkah produksi tersebut terbilang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil produksi akhir.



Gambar 2. Kemasan cup besar lama dengan stiker bening

Aktivitas waste kedua yang tertanam dalam alur produksi mitra adalah menunggu, yang tercermin pada langkah pemotongan jelly. Alat pemotong jelly yang digunakan oleh mitra masih konvensional yang terdiri atas kayu membentuk bingkai kotak dimana di bagian tengah terdapat jaring-jaring kawat berbentuk kotak-kotak kecil yang menjadi bagian pemotongan jelly (Gambar 3). Situasi terbaru mengenai alat pemotong jelly tersebut kini sudah mengalami pengerosan dan karat pada sebagian besar bagian pemotongan jelly, sehingga berdampak pada lama waktu produksi dimana pada pemotongan 3 balok jelly dibutuhkan waktu selama 12 Menit. Waktu pemotongan jelly tersebut terbilang lama dikarenakan permukaan pemotongan jelly yang sedikit sehingga mitra cenderung tidak melakukan hal yang signifikan dan terhitung menunggu.



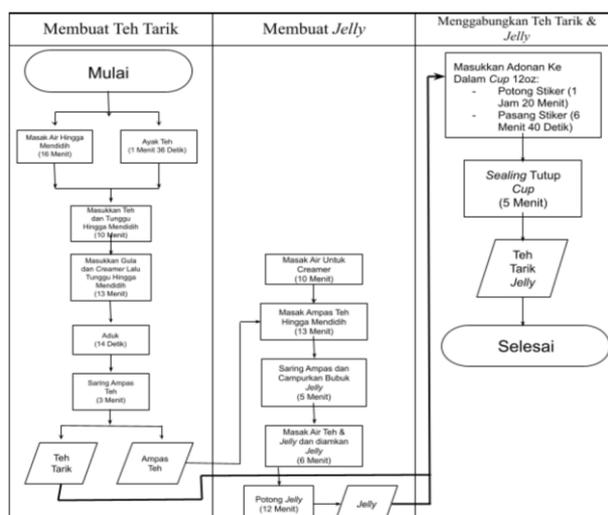
Gambar 3. Alat pemotong jelly lama

Kegiatan yang tergolong pada kegiatan waste ini, yaitu: (1) Penggunaan kemasan cup eminensi rendah. Dalam hal kemasan, mitra menggunakan kemasan cup yang diperjualbelikan pada pasar setempat. Kemasan tersebut memiliki bahan tipis yang berkualitas rendah sehingga banyak kendala

yang dialami oleh mitra dikarenakan tidak sedikitnya kemasan yang mengalami kebocoran pada saat distribusi; dan (2) Pemotongan jelly. Jelly digunakan sebagai topping pendamping utama dari produk minuman Teh Tarik Jelly sehingga memiliki peran krusial dalam menarik minat pembeli dengan demikian harus memiliki kualitas yang baik. Dalam penggunaan alat pemotong jelly konvensional, mitra mengalami kendala dimana hasil pemotongan terkadang memiliki bentuk yang tidak beraturan dan kebersihan akan jelly juga perlu dipertanyakan disebabkan kondisi pemotong jelly yang sudah banyak berkarat.

Konsiderasi Apakah Penyusunan Alur Bisa Menjadi Lebih Efisien

Setelah melakukan diskusi baik dengan mitra, penyusunan alur produksi dapat ditingkatkan menjadi lebih efisien dengan layout baru (Gambar 4), dan dilakukannya pembaharuan khususnya pada aktivitas produksi yang menganut waste seperti yang dijelaskan pada langkah ke-4.



Gambar 4. Layout alur produksi baru

Konsiderasi Pola Alur Melibatkan Layout Berbeda

Layout serta urutan jalur produksi mengalami perubahan dalam rangka peningkatan efisiensi waktu produksi. Pembaharuan terhadap alur produksi mitra bermula dengan memisahkan kegiatan pembuatan Teh Tarik dan jelly menjadi dua bagian produksi yang berbeda. Selanjutnya pelaksanaan kedua bagian produksi dilakukan dalam satu waktu yang bersamaan atau secara simultan dimana mitra dapat mengutilisasi dua tungku kompor dan panci yang berbeda bagi setiap bagian produksi. Dengan demikian mitra dapat menghemat durasi produksi dengan mengurangi waktu menunggu yang dialami jika alur produksi

dilakukan secara bertahap atau sekuensial. Penghematan waktu yang terjadi pada *layout* baru yaitu selama 16 Menit 14 Detik dimana total akumulasi waktu secara keseluruhan dengan mengimplementasikan *layout* baru merupakan 2 jam 45 Menit 16 Detik (**Gambar 4**).

Evalusi

Konsiderasi Kebutuhan Pembaharuan dan Dampak pada Penghapusan Step Produksi yang Berlebihan

Dalam melakukan pembaharuan alur produksi, perlu melakukan pembelian terhadap beberapa alat dan perlengkapan produksi, yaitu: (1) Kemasan *cup* sablon ukuran 12 oz ditujukan untuk mengeliminasi kegiatan pemotongan dan penempelan stiker logo dan meningkatkan eminensi kemasan *cup*; dan (2) Pembelian alat pemotong *jelly portable* untuk aktivitas pemotongan *jelly*. Pembelian alat dan perlengkapan produksi dilakukan secara daring melalui pemanfaatan jasa *e-commerce* Shopee dan Tokopedia yang kemudian akan dikirimkan langsung kepada alamat mitra di Cianjur.

Setelah melakukan pembelian alat dan perlengkapan kebutuhan pembaharuan, dampak pembaharuan terhadap produktivitas mitra dilakukan dengan mengevaluasi bersama dengan mitra perubahan yang terjadi pada alur produksi.

- i. Eliminasi kegiatan pemotongan dan penempelan Stiker Logo

Mitra diperkenalkan pada kemasan *cup* sablon baru sehingga mitra tidak perlu lagi memotong dan menempelkan stiker pada kemasan secara satu per satu melainkan mitra sudah bisa langsung mengemas Teh Tarik Jelly (**Gambar 5**). Kemasan terbaru yang disediakan hanya untuk variasi *cup* besar sebagai percobaan pertama dan melihat apakah penggunaan kemasan sablon akan memberikan dampak kepada produktivitas mitra. Dikarenakan penggunaan baru atas kemasan sablon, mitra dapat menghemat waktu selama 1 Jam 26 menit 40 detik disebabkan hilangnya proses pemotongan dan penempelan stiker.

- ii. Peningkatan kualitas kemasan *cup*
Penggunaan kemasan *cup* sablon memiliki dampak positif terhadap eminensi kemasan *cup* dikarenakan standar kualitas bahan kemasan *cup* sablon yang lebih tinggi dengan harga sebesar Rp 363/*cup* lebih mahal Rp63 dari harga *cup* non-sablon. Berdasarkan pada evaluasi mitra, penggunaan kemasan *cup* sablon memiliki dampak baik pada kualitas produksi dimana hingga kini belum adanya kemasan *cup* yang bocor pada saat proses pengantaran.

- iii. Pemotongan *Jelly*

Kondisi pemotong *jelly* mitra yang lebih konvensional dan dianggap sudah kurang efektif.

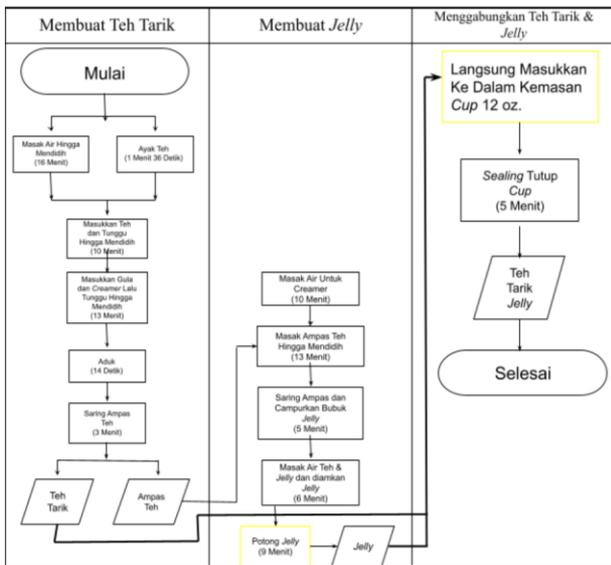
Pembaharuan alat pemotong dilakukan dengan membelikan alat pemotong *jelly* yang lebih modern dan mudah digunakan oleh mitra (**Gambar 6**). Dampak pembaharuan alat pemotong *jelly* dapat dinilai dalam dua aspek, ialah: (1) Berkurangnya waktu potong yang sebelumnya 12 menit menjadi 9 Menit untuk 3 balok *jelly* sehingga waktu dalam langkah pemotongan *jelly* lebih terfokus untuk pemotongan dan mengeliminasi waktu menunggu; dan (2) Pembaharuan alat produksi terhadap pemotong *jelly* yang digunakan oleh mitra tidak hanya memberikan dampak pada efisiensi waktu produksi melainkan juga mempengaruhi pada hasil potongan *jelly*. Terlebih salah satu studi menunjukkan bahwa pembaharuan atau modernisasi terhadap alat-alat produksi juga ikut berperan dalam peningkatan produktivitas bisnis (**Hamsinah, 2018**). Alat pemotong *jelly* baru memiliki beberapa dampak baik terhadap kualitas produksi, yakni menghasilkan kuantitas potongan *jelly* lebih banyak, pemotongan bentuk *jelly* yang lebih rapi, penggunaan yang lebih praktis, dan hasil pemotongan yang lebih higienis karena menggunakan mata pisau.



Gambar 5. Kemasan *cup* sablon besar baru



Gambar 6. Alat pemotong *jelly* baru



Gambar 7. Alur produksi setelah efisiensi waste

Berdasarkan 3 kegiatan tersebut, diperoleh suatu efisiensi atau pengurangan waktu karena penghilangan dan pembaharuan aktivitas Waste. Total efisiensi pada waktu produksi terlihat dengan membandingkan *layout* produksi baru pada periode sebelum dan sesudah terjadinya efisiensi pada aktivitas waste. Pada alur produksi sebelum efisiensi, total waktu produksi yang dibutuhkan oleh mitra yaitu 2 Jam 45 Menit dan 16 Detik. Sedangkan pada susunan alur produksi setelah penghilangan dan pembaharuan aktivitas waste, total waktu bagi mitra memproduksi Teh Tarik Jelly yaitu menjadi hanya 1 Jam 15 Menit 36 Detik (Gambar 7). Perbaikan yang dilakukan mampu mengurangi waktu pada alur produksi selama 1 Jam 29 Menit 40 Detik dikarenakan oleh penghapusan aktivitas waste. Berdasarkan analisis proses produksi pada UMKM Campernik menggunakan 5 langkah *process activity mapping* maka didapatkan pengurangan waktu produksi selama 1 jam 45 menit 54 detik (Tabel 2).

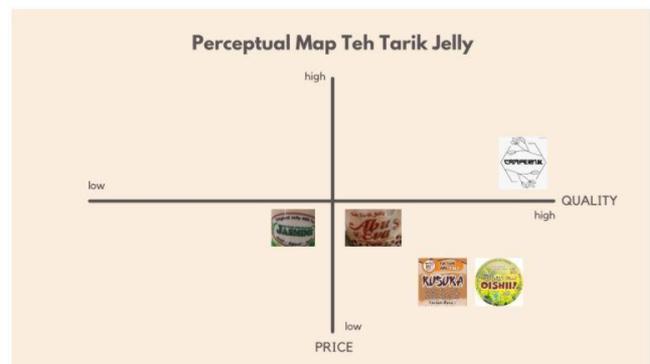
Tabel 2. Peningkatan produktivitas pada UMKM Campernik

Aktivitas	Waktu
Proses produksi awal Teh Tarik Jelly	3 Jam 1 Menit 30 Detik
Efisiensi waktu karena pola alur melibatkan <i>layout</i> berbeda	16 Menit 14 Detik
Efisiensi waktu karena penghapusan aktivitas produksi yang berlebihan	1 Jam 29 Menit 40 Detik
Proses produksi akhir Teh Tarik Jelly	1 Jam 15 Menit 36 Detik

Peningkatan Daya Saing

Analisa akan daya saing mitra akan dilakukan dengan menganalisis strategi daya saing yang digagas oleh Porter (1985) dan melakukan visualisasi *positioning* bisnis mitra menggunakan metode *perceptual mapping*. Berdasarkan strategi daya saing oleh Porter (1985), mitra UMKM Campernik saat ini menganut strategi daya saing *Benefit Leadership*. Hal ini dikarenakan mitra bisnis Campernik menyediakan produk Teh Tarik Jelly yang memiliki kualitas atau *benefit* yang tinggi bagi pembelinya atau konsumennya namun hal ini belum dapat terlihat oleh konsumen. Mitra UMKM Campernik dalam pembuatan produk Teh Tarik Jelly menggunakan bahan dasar segar dimana mitra langsung melakukan produksi setelah pembelian bahan dasar dan tanpa tambahan bahan pengawet, ini dapat dibuktikan dengan masa penyimpanan produk Teh Tarik Jelly yang tidak lama dan hanya bertahan hingga hitungan hari. Karena *benefit* yang lebih tersebut, *Benefit Leadership* bisa menjadi strategi yang cocok bagi Campernik.

Berdasarkan metode *Perceptual Mapping* yang merepresentasikan persepsi konsumen terhadap suatu merek, Campernik saat ini memiliki *positioning* yang tergambarkan pada Gambar 8. Campernik memiliki persepsi bahwasanya walaupun harga Teh Tarik Jelly yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan para kompetitor namun Campernik menawarkan kualitas (*benefit*) yang lebih baik. Harga yang ditawarkan oleh Campernik adalah Rp5.250 pada ukuran gelas 12 oz atau setara dengan 350ml.



Gambar 8. Perceptual map teh tarik jelly

Saat ini, Campernik memiliki 4 (empat) kompetitor langsung yang menjual produk yang sama melalui *marketplace* Shopee dan Tokopedia, yaitu merek "Jasmine", "Abu Eva", "Kusuka", dan "Oishi!". Teh Tarik Jelly yang dijual oleh merek "Jasmine" dan "Abu Eva" berada di harga Rp5.000 pada ukuran gelas 12 oz, lebih rendah Rp 250 jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh

Campernik. Sedangkan, Teh Tarik *Jelly* yang dijual oleh merek "Kusuka" dan "Oishii!" berada di harga Rp 4.000 saja. Merek "Kusuka" dan "Oishii!" mampu menawarkan harga yang lebih rendah dikarenakan bahan yang digunakan mengandung pengawet serta lahirnya *economies of scale* dikarenakan "Kusuka" dan "Oishii!" diproduksi melalui pabrik, bukan lagi produksi rumahan seperti Campernik.

Campernik memiliki kekuatan pada sisi kualitas produk, di mana Campernik menawarkan produk *fresh* tanpa bahan pengawet, sementara kedua kompetitornya masih memakai bahan pengawet, sehingga kurang aman jika dikonsumsi dalam jangka panjang. Kekuatan ini lah yang harus ditonjolkan pada produk dan kegiatan pemasaran Campernik. Keunggulan lain dari Teh Tarik *Jelly* Campernik dalam hal kualitas dapat di barengi dengan penambahan variasi rasa dan ukuran untuk memperkuat posisi bisnis mitra di pasar Teh Tarik *Jelly* Cianjur. Berdasarkan Nuryanti & Rahman (2008) dalam penelitian mereka menemukan dalam pembelian minuman faktor rasa merupakan faktor terpenting dalam keputusan pembelian produk minuman. Terlebih ukuran produk yang termasuk ke dalam desain produk memiliki korelasi positif dengan tingkat kepuasan pelanggan (Utama & Amelia, 2009). Analisa terhadap *positioning* dan penggunaan strategi daya saing *Benefit Leadership* dapat meningkatkan daya saing UMKM Campernik dikarenakan posisi bisnis yang lebih jelas dapat membantu Campernik memformulasikan strategi yang tepat dan target market yang cocok dengan situasi bisnis.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisa terhadap mitra UMKM Campernik, beberapa rekomendasi yang dapat membantu mitra untuk terus mengembangkan bisnisnya.

1. Terkait dengan strategi daya saing *Benefit Leadership* dan konsep *Perceptual Mapping*, pemasaran produk UMKM Campernik sebaiknya dilakukan secara *offline* dan *online* yang menonjolkan akan kualitas dari produk minuman Teh Tarik *Jelly* Campernik agar menyebarkan wawasan kepada calon peminat mengenai manfaat dari minuman berbahan dasar kualitas tinggi sehingga dapat menarik perhatian jumlah peminat dan mendukung penggunaan strategi daya saing *Benefit Leadership* dan posisi mitra dalam konsep *Perceptual Mapping*.
2. Variasi rasa memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Nuryanti & Rahman, 2008). Dengan demikian dalam upaya peningkatan penjualan, mitra dapat meningkatkan variasi rasa atau jenis minuman pada bisnis mitra Campernik. Selain

variasi rasa, ukuran produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Utama & Amelia, 2009). Sehingga mitra Campernik dapat meluncurkan berbagai variasi ukuran Teh Tarik *Jelly* lainnya yang dapat meningkatkan ketertarikan dan kepuasan pelanggan.

3. Rekomendasi terhadap peningkatan produktivitas yaitu untuk mitra UMKM Campernik mengimplementasikan penggunaan kemasan sablon kepada variasi kemasan *cup* lainnya. Penggunaan kemasan *cup* sablon sudah terbukti memiliki dampak yang baik terhadap produktivitas mitra, sehingga dengan mengimplementasikannya kepada variasi ukuran kemasan lainnya akan tambah meningkatkan efisiensi waktu produksi dan produktivitas mitra.
4. Rekomendasi bagi kegiatan pengabdian mitra UMKM Campernik selanjutnya, untuk mengaplikasikan tolak ukur perubahan (*pre-test* dan *post-test*) sebagaimana yang telah dilakukan pada kegiatan PKM ini, supaya digambarkannya dan dihitungnya efek perubahan pada bisnis mitra.

KESIMPULAN

Peningkatan produktivitas mitra dengan mengimplementasikan sistem produksi *lean* dan *layout* produksi baru membuahkan hasil yang memuaskan. Aplikasi *layout* baru lebih efisien dan menghasilkan pengurangan waktu selama 16 Menit 14 Detik. Penghilangan dan pembaharuan dalam aktivitas pemotongan & penempelan stiker logo dan pemotongan *jelly* yang tergolong *waste*, berdampak baik pada produktivitas mitra dimana terjadi tambahan efisiensi waktu sebesar 1 Jam 29 Menit 40 Detik pada alur produksi dan peningkatan kualitas hasil produksi. Upaya peningkatan produktivitas menghasilkan penghematan waktu sebesar 1 Jam 45 Menit 54 Detik atau 58,3% dari total waktu produksi yaitu 3 jam 1 menit 30 detik menjadi 1 jam 15 Menit 36 Detik.

Upaya dalam meningkatkan daya saing mitra adalah dengan mengimplementasikan strategi *Benefit Leadership* dan analisa *positioning*. Dalam hal *Benefit Leadership*, Campernik menawarkan *benefit* lebih untuk para konsumen dibandingkan para kompetitor, yaitu bahan dasar segar, produksi langsung setelah pembelian bahan dasar, serta tidak menggunakan pengawet. Selain itu, teori *Perceptual Mapping* diimplementasikan untuk mengetahui posisi Campernik di dalam pasar Teh Tarik *Jelly* yang menunjukkan bahwa bisnis Campernik memiliki kualitas dan harga yang lebih tinggi. Dengan mengetahui posisinya di pasar, Campernik dapat lebih mudah menentukan bagaimana cara memasarkan keunggulan dari produk yang ditawarkan. Supaya bisnis Teh Tarik Campernik semakin berkembang dan tercapainya

tujuan besar kegiatan pengabdian masyarakat ini, perlu diberlakukannya kegiatan *monitoring* berkala yang ketat untuk menjaga kemajuan sebagai bentuk kegiatan lanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut serta membantu dalam pembuatan jurnal artikel ini, *Desk of Community Development*, Universitas Prasetiya Mulya, mitra UMKM Campernik yaitu Mas Zikri, dan segenap anggota *Builder 153* yang terdiri atas Christopher Winson B., Eric Aurelius, Hansen Richardo, Jessica Catherine Kusuma, Matthew Tanuwibowo dan Tasya Hartono.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cianjur (2020). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah*. Retrieved 2 June 2021, from <https://cianjurkab.go.id/wp-content/uploads/2021/02/LKJIP-2020-BAPPENDA-dikompresi.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur (2021). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Cianjur Menurut Lapangan Usaha 2016-2020*. <https://cianjurkab.bps.go.id/publication/2021/04/05/4dd1eb10cc9841869e9625bc/produk-domestik-regional-bruto-kabupaten-cianjur-menurut-lapangan-usaha-2016-2020.html>
- Hamsinah, H. (2018). Pengaruh Produktivitas, Efisiensi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Perputaran Karyawan Bagian Marketing Lempuk Syako Makassar. *Inovasi*, 5(1), 28-46.. doi: <https://doi.org/10.32493/inovasi.v5i1.y2018.p28-46>
- Hines, P., & Rich, N. (1997). The seven value stream mapping tools. *International Journal of Operations & Production Management*, 17(1), 51-52. doi: <https://doi.org/10.1108/01443579710157989>
- Ismail, I. (2020). Arti Produktivitas: Pengertian Menurut Ahli dan Cara Menghitungnya - Accurate Online. Retrieved 2 June 2021, from https://accurate.id/bisnis-ukm/arti-produktivitas/#Arti_Produktivitas_Secara_Umum
- Kardes, F., Cronley, M., & Cline, T. (2014). *Consumer Behavior*. Cengage Learning. <https://books.google.co.id/books?id=A-fkAgAAQBAJ>
- Karyadi, I., Indahwati, I., & Julindrastuti, D. (2021). Pendampingan Pada Usaha Makro Kecil Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Peningkatan Produktivitas. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 60-66. <http://dx.doi.org/10.32493/j.pdl.v4i1.13183>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (pp 284-294). Retrieved from <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/viewFile/397>
- Nainggolan, E. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Retrieved 20 May 2021, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Nuryanti, B., & Rahman, A. (2008). Pengaruh variasi dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian teh kotak ultrajaya (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 31-43. <https://doi.org/10.17509/strategic.v8i2.1022>
- Porter, M.E. (1985), Technology and Competitive Advantage, *Journal of Business Strategy*, 5(2), 60-78. <https://doi.org/10.1108/eb039075>
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2019). *Operations and Supply Chain Management*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=xSz7DwAAQBAJ>
- Sedyastuti, K. (2018). A Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. doi: <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Syamsudin, M. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*. Retrieved 2 June 2021, from <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia>
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31-39. <http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Utama, D., & Amelia, F. (2009). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro Dan 2 Tang (Survei Pada Pelanggan Teh Celup di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 9(2), 30-40.. <https://doi.org/10.17509/strategic.v9i2.1065>
- Wardoyo, P., & Hadi, Y. (2016). Peningkatan Produktivitas Umkm Menggunakan Metode Objective Matrix. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(1), 1-8. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v4i1.458>