



PENINGKATAN KAPASITAS DAN MUTU PRODUK DI IRT ANEKA SNACK BU MARNI

Siswanti^{1*}, Ariviani S², Fauza G³, Muhammad DRA⁴, Ishartani D⁵, Atmaka W⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Ilmu Teknologi Pangan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia
Email: siswanti@staff.uns.ac.id

Abstract

The home industry (IRT) of “Aneka Snack Bu Marni” has been run for 2 years and produced various snacks (e.g.: fried dumplings, unca cakes, rice crust, etc.). The product demand has increased lately but the production capacity is limited to 30 kg/month for fried dumplings, 15 kg/month for unca cakes, and 5 kg/month for rice crust on average. The IRT faced several hardships such as the capacity limitation of dough-making and frying equipment. People’s brand awareness of this IRT product is also low due to the lack of marketing knowledge of the owner–employees. The community service team of Universitas Sebelas Maret selected this IRT as a partner to overcome those issues through the appropriate technology introduction. The community service activity aims to improve production capacity, ensure product quality, and elevate product marketing at Aneka Snack Bu Marni through the introduction–training of several tools (dough sheeter, stove, fry-pan, and sealer), the stainless steel table introduction as workspace, and the training of product packaging, labeling, as well as digital marketing. These service activities succeed in increasing product capacity per day ($\pm 30\%$), product quality (dough elasticity–homogeneity and product packaging–labeling), selling value ($\pm 30\%$), and marketing outreach (± 2 districts).

Keywords : Aneka Snack Bu Marni IRT, Community Service Activity, Product Capacity, Product Quality, Product Marketing

Abstrak

Industri Rumah Tangga (IRT) “Aneka Snack Bu Marni” telah beroperasi selama 2 tahun dengan kegiatan bisnis berupa produksi beragam makanan ringan atau snack (pangsit goreng, kue unca, kerak nasi, dll.). Permintaan produk meningkat beberapa waktu terakhir, namun kapasitas produksi rata – rata terbatas pada 30 kg/bulan untuk pangsit goreng, 15 kg/bulan untuk kue unca, dan 5kg/bulan untuk kerak nasi. IRT ini menghadapi beberapa kesulitan seperti terbatasnya kapasitas pembuatan adonan hingga alat penggorengan yang tidak memadai. *Brand awareness* masyarakat terhadap produk IRT ini juga masih rendah karena kurangnya pengetahuan pemasaran produk oleh pemilik serta karyawan. Tim pengabdian masyarakat dari Universitas Sebelas Maret memilih IRT ini sebagai mitra untuk di bantu dalam penanggulangan beberapa isu tersebut melalui introduksi teknologi tepat guna. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, menjamin kualitas produk, dan meningkatkan pemasaran produk di IRT Aneka Snack Bu Marni melalui introduksi-pelatihan beragam alat produksi (*dough sheeter*, kompor, *fry-pan*, dan *sealer*), introduksi meja *stainless steel* sebagai tempat bekerja, pelatihan pengemasan dan pembubuhan label produk serta pelatihan *digital marketing*. Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut berhasil meningkatkan kapasitas produksi per hari ($\pm 30\%$), kualitas produk (elastisitas-homogenitas adonan dan pengemasan-label produk), nilai penjualan ($\pm 30\%$), dan jangkauan pemasaran (± 2 kecamatan).

Kata Kunci : IRT Aneka Snack Bu Marni, Aktivitas Pengabdian Masyarakat, Kapasitas Produksi, Kualitas Produk, Pemasaran Produk.

1. Pendahuluan

Industri Rumah Tangga (IRT) “Aneka Snack Bu Marni” berlokasi di Desa Bentangan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Ibu Marni sebagai pemilik IRT ini telah mengoperasikan bisnisnya selama 2 tahun dengan fokus produksi meliputi beragam jenis makanan ringan seperti pangsit goreng, kue unca, onde – onde, dan kerak nasi. IRT tersebut memiliki potensi bisnis yang menjanjikan berdasarkan tingkat permintaan produk rata – rata pada beberapa bulan terakhir mencapai 45 kg/bulan untuk pangsit goreng, 25 kg/bulan untuk kue unca, onde – onde, dan kerak nasi. Permintaan produk yang tinggi tersebut tidak dapat dipenuhi sebab saat ini kapasitas produksi IRT Aneka Snack Bu Marni hanya mencapai 30 kg/bulan untuk pangsit goreng, 15 kg/bulan untuk kue unca dan onde – onde serta 5 kg/bulan untuk kerak nasi. Keterbatasan kapasitas produksi tersebut disebabkan oleh tidak memadainya peralatan produksi yang tersedia di IRT tersebut. IRT ini tidak menggunakan *mixer* dalam proses pencampuran adonan sebab tingkat kekalisan adonan yang ideal (menurut IRT ini) hanya dapat tercapai melalui pencampuran adonan manual (tangan). Proses pemipihan dilakukan di rumah (IRT) dengan 1 alat *dough-sheeter* berukuran kecil. Proses penggorengan juga dilakukan di rumah dengan 1 wajan, 1 kompor dan 2 tungku. Berdasarkan fakta tersebut, dapat diketahui bahwa proses produksi IRT Aneka Snack Bu Marni selama ini berjalan secara tidak efektif dan efisien, sehingga sulit untuk meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan produk yang lambat laun meningkat. Pemenuhan permintaan produk berkaitan erat dengan kapasitas dan jumlah alat mesin produksi, sehingga peningkatan kapasitas produksi juga linear dengan peningkatan kapasitas dan jumlah alat mesin produksi (Deoranto & Astuti, 2017).

Kualitas produk IRT ini belum terjaga dengan higienitas produksi yang rendah. Kegiatan pengolahan adonan (pemotongan, pembentukan, dsb.) masih dilakukan di lantai beralkas plastik. Produk hanya dikemas dengan kemasan primer (plastik) tanpa label dan tanpa *sealer* (menggunakan *stapler*). Plastik pengemas yang digunakan berbahan *polyethylene* dengan ukuran yang beragam. Pada produk kerak nasi bahkan penutupan kemasan hanya dengan melipat plastik bagian atas tanpa perekat apapun. Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian RI No. 75/M-IND/PER/7/2010 diketahui bahwa setiap orang yang memproduksi dan memperdagangkan pangan wajib memenuhi standar keamanan pangan dan mutu pangan sesuai dengan Pedoman Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB). Permukaan alat atau tempat kerja harus bersih, tidak berkarat, kedap air, dan halus, sehingga lantai tidak ideal digunakan sebagai tempat kerja sebab tingkat kemungkinan terjadinya kontaminasi pangan akibat area sekitar lantai sangat tinggi. Bahan pengemas pangan sangat penting untuk diperhatikan untuk mempertahankan mutu produk tidak terpengaruh oleh lingkungan luar (sinar matahari, kotoran, kelembaban, dsb.) serta terbebas dari bahan berbahaya non pangan seperti *stapler*. Produk pangan juga harus memiliki label produk yang jelas dan informatif (Kemenperin, 2010).

Pemasaran produk IRT Aneka Snack Bu Marni masih konvensional dengan penjualan langsung di daerah sekitar Kecamatan Wonosari. Penjualan produk juga dilakukan

melalui sistem penitipan ke toko makanan dengan jumlah produk terjual yang minim. Pemilik dan karyawan IRT tidak memiliki kecukupan pengetahuan terkait kegiatan promosi. Promosi produk belum pernah dilakukan secara agresif oleh IRT ini sehingga *brand awareness* masyarakat di luar Kecamatan Wonosari terhadap produk IRT ini masih rendah. Kegiatan pemasaran dengan strategi yang tepat dapat meningkatkan *brand awareness* produk sehingga nilai penjualan produk berpotensi meningkat (Sagita & Siswahyudianto, 2022).

IRT Aneka Snack Bu Marni terpilih menjadi mitra dalam aktivitas pengabdian masyarakat oleh Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Sebelas Maret (UNS) berdasarkan observasi Tim yang mendapati beberapa masalah terkait proses produksi, mutu, dan pemasaran produk pada IRT tersebut. Oleh sebab itu, tujuan kegiatan pengabdian ini ialah untuk meningkatkan kapasitas produksi, menjamin kualitas produk, dan meningkatkan pemasaran produk di IRT Aneka Snack Bu Marni. Tujuan tersebut diharapkan tercapai melalui beberapa kegiatan seperti introduksi dan pelatihan beragam alat produksi (*dough sheeter*, kompor, *fry-pan*, dan *sealer*), introduksi meja *stainless steel* sebagai tempat bekerja, pelatihan pengemasan dan pembubuhan label produk serta pelatihan *digital marketing*.

2. Bahan dan Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan sejak bulan Maret hingga Juni 2023 dengan mitra IRT Aneka Snack Bu Marni yang berlokasi di Desa Bentangan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ialah sampel adonan pangsit goreng yang sudah jadi. Alat yang digunakan ialah *dough-sheeter*, wajan, kompor, *sealer*, bahan pengemas (plastik *standing pouch*), label produk, dan alat pendukung lainnya. Implementasi kegiatan pengabdian masyarakat terbagi menjadi beberapa aktivitas, yakni: (1) Introduksi dan pelatihan teknologi tepat guna peralatan produksi, (2) Perbaikan higienitas produksi dan pengemasan produk, dan (3) Introduksi dan pelatihan pemasaran digital. Kegiatan introduksi dan pelatihan teknologi tepat guna peralatan produksi dilaksanakan pada 5 Juni 2023 sedangkan kegiatan perbaikan higienitas produksi dan pengemasan produk serta introduksi dan pelatihan pemasaran digital dilakukan pada 20 Juni 2023. Introduksi dan pelatihan dilakukan dengan metode diskusi dan praktik langsung antara tim pengabdian masyarakat UNS dengan mitra.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Introduksi dan Pelatihan Teknologi Tepat Guna Peralatan Produksi

Implementasi teknologi tepat guna sangat penting untuk meningkatkan kinerja usaha kecil menengah serta menanggulangi kendala – kendala yang sering dihadapi oleh usaha skala kecil. Kesesuaian teknologi yang diterapkan pada suatu usaha akan mempercepat proses produksi hingga meningkatkan nilai tambah suatu produk (Murdianto et al., 2020). Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, mitra telah diintroduksi beberapa alat penunjang proses produksi beserta pelatihan cara penggunaannya. Beberapa alat produksi seperti *dough-sheeter*, kompor, dan wajan dihibahkan kepada mitra yang ditunjukkan pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Penyerahan beberapa peralatan produksi ke mitra

Spesifikasi beberapa peralatan produksi yang dihibahkan serta pengaruhnya terhadap kapasitas produksi ditampilkan pada **Tabel 1**. Berdasarkan hasil diskusi tim pengabdian dengan mitra disepakati bahwa mitra bertanggung jawab atas pengadaan alat *mixer* dikemudian hari sebagai wujud kontribusi dalam upaya peningkatan kapasitas produksi. Antusiasme yang tinggi dari mitra dalam pengadaan *mixer* disebabkan oleh kemampuan *mixer* dalam mencampurkan satu atau lebih bahan berkarakteristik sama ataupun berbeda, sehingga membentuk campuran yang berkarakteristik homogen dengan waktu proses yang lebih efisien dibandingkan pencampuran manual (Perangin-angin et al., 2015). Kegiatan hibah alat kepada mitra berdampak pada kapasitas produksi per hari dari masing – masing snack yang meningkat hingga 30%. Penambahan kompor dan wajan pada IRT ini terbukti menurunkan waktu penggorengan hingga 50% lebih singkat. Hibah alat *dough-sheeter* berkapasitas besar berkontribusi pada peningkatan elastisitas dan homogenitas adonan serta peningkatan kapasitas produksi pangsit goreng berdasarkan penurunan waktu pemipihan adonan hingga 60 – 70% lebih singkat. Waktu produksi produk di IRT ini juga menjadi singkat ($\pm 28,6$ % lebih cepat). Semakin besar kapasitas alat, semakin besar pula kapasitas produksi, terlebih peralihan dari metode manual / *hand-work* ke penggunaan alat mesin. Hal tersebut didukung oleh penelitian Elfiana et al. (2023) yang menunjukkan kapasitas produksi pada sebuah UKM meningkat 10x lipat setelah kegiatan pelatihan dan hibah alat produksi dengan kapasitas yang lebih besar dari sebelumnya. Dengan demikian, kegiatan introduksi, pelatihan, dan hibah beberapa peralatan produksi telah berhasil meningkatkan kapasitas produksi IRT Aneka Snack Bu Marni dibandingkan kapasitas produksi sebelumnya. Hal ini juga menunjukkan adanya potensi IRT dikemudian hari untuk memenuhi permintaan produk yang meningkat sebesar $\pm 50\%$ dari kapasitas produksi sebelumnya.

Tabel 1. Spesifikasi Alat – Alat Produksi dan Pengaruhnya Terhadap Kapasitas Produksi

Parameter	Sebelum Kegiatan Pengabdian Masyarakat	Setelah Kegiatan Pengabdian Masyarakat (Hibah Alat)
Alat <i>dough-sheeter</i>	1 <i>dough-sheeter</i> (no brand; stainless steel; kapasitas < 5 kg)	<ol style="list-style-type: none"> 1 <i>dough-sheeter</i> (no brand; stainless steel; kapasitas < 5 kg) 1 <i>dough-sheeter</i> (private-customized; stainless steel; kapasitas 5 kg)
Kompor	1 buah (2 tungku)	<ol style="list-style-type: none"> 1 kompor gas 2 tungku 1 kompor wos (<i>Winn Gas</i>)
Wajan	1 buah (d = < 70 cm)	<ol style="list-style-type: none"> 1 wajan kecil (d = < 70 cm) 1 wajan besar (<i>stainless steel</i>; d = 70 cm)
Kualitas adonan	Kurang elastis dan kurang homogen	Lebih elastis dan lebih homogen
Kapasitas produksi rata – rata	± 1 kg / hari / snack	$\pm 1,3$ kg / hari / snack

Waktu penggorengan adonan	±4 jam / hari / snack	±2 jam / hari / snack
Waktu pemipihan adonan pangsit goreng	±30 menit / kg	±10 menit / kg
Waktu produksi	±7 jam / hari	±5 jam / hari

Sumber: data penelitian

3. 2 Perbaikan Higienitas Produksi dan Pengemasan Produk

Hygiene dan sanitasi sangat penting pada industri pangan (skala kecil ataupun besar), berkaitan dengan jaminan mutu dan keamanan pangan sehingga produk yang dihasilkan harus bermutu dan aman untuk dikonsumsi manusia. Implementasi *hygiene* dan sanitasi tertuang pada pedoman CPPOB yang mengatur semua kegiatan proses produksi pangan (perancangan – distribusi produk) agar sesuai dengan syarat dan standar mutu yang berlaku. Salah satu aspek yang harus diperhatikan misalnya permukaan alat atau tempat kerja yang bersentuhan langsung dengan produk pangan. Kondisi yang harus terpenuhi ialah bersih, halus, tidak berkarat, tidak bercelah, tidak mengelupas, kedap air, tidak mudah tercemar atau terkontaminasi area sekitar (Kemenperin, 2010; Manayang et al., 2018). Oleh sebab itu, kondisi tempat kerja pada IRT Aneka Snack Bu Marni belum ideal sebab lantai beralaskan plastik digunakan sebagai permukaan tempat kerja. Lantai memiliki celah yang dapat menyimpan kontaminan bagi produk pangan, selain itu mudah kotor dan terkontaminasi area sekitar karena tidak ada batas area kerja yang jelas.

Jenis kemasan produk IRT Aneka Snack Bu Marni belum sesuai standar CPPOB karena hanya berupa plastik *polyethylene* (kemasan primer) dengan perekat *stapler* yang berbahaya jika tertelan manusia. Produk IRT ini juga belum memiliki label produk sehingga informasi produk tidak jelas. Produk pangan akan semakin terjaga kualitasnya jika menggunakan kemasan primer, sekunder hingga tersier. Kemasan primer merupakan pengemas yang bersentuhan langsung dengan produk pangan, sedangkan sekunder pengemas yang melapisi dan melindungi kemasan primer, dan seterusnya. Label produk harus ada di setiap produk pangan untuk memberikan informasi sekurang – kurangnya terkait nama produk, komposisi, berat bersih, nama dan alamat produsen, waktu kadaluwarsa, nomor sertifikasi produksi, dan kode produksi untuk menjamin mutu dan memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya masing – masing (Hantoro & Mardiono, 2018; Kemenperin, 2010; Septian & Rahayu, 2014). Data perbaikan higienitas produksi dan pengemasan produk di IRT Aneka Snack Bu Marni ditampilkan pada **Tabel 2**. Berdasarkan **Tabel 2**, diketahui bahwa tim pengabdian telah menghibahkan meja kerja berbahan *stainless steel* untuk menggantikan kebiasaan proses produksi yang menggunakan lantai beralaskan plastik (**Gambar 2**).

Tabel 2. Perbaikan Higienitas Produksi dan Pengemasan Produk IRT Aneka Snack Bu Marni

Parameter	Sebelum Kegiatan Pengabdian	Setelah Kegiatan Pengabdian
Tempat kerja <i>Sealer</i>	Lantai beralaskan plastik -	Meja kerja berbahan <i>stainless steel</i> (100x60x35 cm) 1 buah (p = 30 cm)
Jenis pengemas dan perekat	Plastik PE ; <i>stapler</i>	Plastik PP; standing pouch (12x20 cm); <i>sealer</i>
Label produk	-	Ada ; informasi produk jelas

Sumber: data penelitian



Gambar 2. Tempat kerja (lantai) sebelum kegiatan pengabdian masyarakat (a); Meja kerja *stainless steel* (hibah) untuk mitra setelah kegiatan pengabdian masyarakat (b)

Penggunaan meja berbahan *stainless steel* memudahkan karyawan IRT Aneka Snack Bu Marni dalam berkegiatan karena pergerakan tubuh lebih fleksibel dan luas dibandingkan duduk di lantai. Selain itu, penggunaan meja ini lebih menjamin mutu produk karena rendahnya tingkat kemungkinan adonan terkontaminasi area selain meja. Selain itu, bahan *stainless steel* juga kedap udara, halus, tidak mudah berkarat, tidak cepat mengelupas, tidak ada transfer senyawa penyusun meja ke adonan produk, dan mudah dibersihkan (Yulianto & Nurcholis, 2015). Hibah alat *sealer* sebagai pengganti *stapler* juga berdampak positif bagi IRT Aneka Snack Bu Marni, sehingga penutupan kemasan menjadi terjamin kerapatannya dan kontaminasi bahan *non food grade*, udara atau lingkungan sekitar dapat dihindari. Hal ini didukung oleh prinsip kerja *sealer* yakni merekatkan dua sisi plastik menggunakan panas listrik hingga menempel dan terbentuk ruang atau kantung kedap udara untuk menyimpan produk (Maharsa & Supriadi, 2023).

Plastik *polypropylene* (PP) berbentuk *standing pouch* juga disosialisasikan kepada IRT Aneka Snack Bu Marni sebagai kemasan primer semua produk IRT tersebut. Kemasan plastik PP dinilai memiliki perlindungan terhadap produk pangan yang lebih baik daripada kemasan *polyethylene* (PE) sebelumnya. Visual produk IRT ini juga berubah sebab sifat plastik PP yang lebih kaku dibandingkan plastik PE. Hal ini didukung oleh penelitian Windarti & Saidi (2021) yang menunjukkan karakteristik organoleptik produk pangan dengan kemasan plastik PP lebih baik daripada kemasan plastik PE. Pasca kegiatan pengabdian masyarakat, label produk yang cukup informatif juga telah ditambahkan pada semua produk IRT tersebut sehingga telah sesuai dengan pedoman CPPOB. Label produk sudah mencantumkan beberapa informasi penting terkait nama produk, komposisi, berat bersih, waktu kadaluwarsa, nama dan alamat produsen. Contoh perbandingan tampilan produk IRT Aneka Snack Bu Marni sebelum kegiatan pengabdian masyarakat dan setelahnya ditampilkan pada **Gambar 3**.



Gambar 3. Tampilan produk sebelum kegiatan pengabdian masyarakat (a) ; Tampilan produk setelah kegiatan pengabdian masyarakat (b);

3.3 Introduksi dan Pelatihan Pemasaran Digital

Brand atau merek dagang merupakan identitas produk dan berperan sebagai alat penghubung produsen dengan konsumen. Peningkatan nilai suatu produk dipengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya ialah kepekaan masyarakat terhadap suatu merek produk atau dikenal dengan *brand awareness*. Peningkatan *brand awareness* suatu produk linear dengan peningkatan potensi penjualan produk tersebut (Wisesa, 2021; Yaphyaputra et al., 2018). Oleh sebab itu, diperlukan upaya peningkatan *brand awareness* produk – produk IRT Aneka Snack Bu Marni melalui aktivitas *hard-selling/marketing* yang belum pernah dilakukan, sehingga nilai penjualan produk diharapkan turut meningkat. Berdasarkan kegiatan sosialisasi pemasaran digital yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat kepada mitra, dihasilkan peluncuran media sosial *Instagram* sebagai wadah penjualan dan pemasaran produk – produk IRT Aneka Snack Bu Murni dikemudian hari. Halaman media sosial *Instagram* IRT Aneka Snack Bu Murni ditampilkan pada **Gambar 4**. Pemilik dan karyawan IRT Aneka Snack Bu Marni tergolong generasi tua sehingga pemahaman tentang digitalisasi kegiatan pemasaran hingga penjualan masih rendah. Oleh sebab itu kegiatan sosialisasi dinilai tepat untuk dilakukan sehingga IRT Aneka Snack Bu Marni mendapatkan pemahaman baru terkait perkembangan digitalisasi yang sudah menyentuh sektor transaksi dari konsumen ke produsen ataupun sebaliknya (Arisetyawan et al., 2023).



Gambar 4. Tampilan media sosial *Instagram* yang di launching sebagai media penjualan dan pemasaran online IRT Aneka Snack Bu Marni

Kegiatan introduksi dan pelatihan *digital marketing* nampak memberikan pengaruh positif terhadap jangkauan pemasaran, jumlah penjualan, dan keuntungan rata – rata IRT Aneka Snack Bu Marni. Data tersebut ditampilkan pada **Tabel 3**. Jangkauan pemasaran IRT Aneka Snack Bu Marni sebelum kegiatan pengabdian hanya terbatas di wilayah Kecamatan Wonosari. Berdasarkan asal wilayah konsumen yang datang untuk membeli produk setelah dilakukannya peluncuran media sosial *Instagram* oleh IRT ini, dapat diketahui yakni

jangkauan pemasaran menjadi 2 Kecamatan (Wonosari dan Delanggu) dan berpotensi lebih luas lagi dikemudian hari. Hal ini menunjukkan pentingnya penggunaan sosial media sebagai wadah pemasaran di era digital saat ini. Peningkatan jangkauan pemasaran akibat penggunaan media pemasaran digital linear dengan peningkatan jumlah penjualan produk (30%) dan keuntungan rata – rata (30%) yang di peroleh IRT Aneka Snack Bu Marni. Kondisi ini sesuai dengan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan media pemasaran digital meningkatkan nilai penjuln UKM hingga 10 – 50% (Ayuni et al., 2019; Purwidiatoro et al., 2016). Hasil serupa juga ditunjukkan pada penelitian Ahmadi et al. (2020) yakni terjadi peningkatan penjualan atau kenaikan omzet sebelum dan sesudah menggunakan media *e-commerce* sebesar 10 – 60%.

Tabel 3. Dampak introduksi dan pelatihan pemasaran digital di IRT Aneka Snack Bu Marni

Parameter	Sebelum Kegiatan Pengabdian Masyarakat	Setelah Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Jangkauan pemasaran	1 Kecamatan (Wonosari)	2 Kecamatan (Wonosari, Delanggu)
Jumlah penjualan (pangsit goreng)	120 pcs	156 pcs
Keuntungan rata – rata	Rp 1.500.000	Rp 1.950.000
Media penjualan dan pemasaran	Penjualan langsung (keliling), penitipan ke toko makanan	Penjualan langsung, penitipan ke toko makanan, penjualan online (Instagram dan Whatsapp)

4. Simpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan terhadap IRT Aneka Snack Bu Marni, dapat diketahui bahwa aktivitas introduksi, pelatihan, dan hibah alat *dough sheeter*, wajan, dan kompor terbukti meningkatkan elastisitas dan homogenitas adonan, mempersingkat waktu penggorengan, waktu pemipihan adonan, dan waktu produksi rata – rata, serta meningkatkan kapasitas produksi rata – rata per hari setiap snack. Kegiatan perbaikan higienitas produksi dan pengemasan produk melalui introduksi, pelatihan, dan hibah alat meja kerja *stainless steel* dan *sealer* berhasil meningkatkan kualitas adonan dan produk serta menurunkan resiko kontaminasi adonan dan produk dari lingkungan dan kontaminan *non food grade* lainnya. Kegiatan introduksi dan pelatihan pemasaran digital terbukti berdampak positif terhadap ekspansi jangkauan pemasaran, peningkatan nilai penjualan produk, dan keuntungan rata – rata di IRT Aneka Snack Bu Marni. Beberapa saran dan harapan sesuai dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ialah pengadaan alat *mixer* harus direalisasikan oleh IRT secara nyata untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pencampuran adonan sehingga peningkatan kapasitas produksi lebih signifikan. Peningkatan kapasitas produksi juga diharapkan linear dengan upaya inovasi produk oleh IRT ini di masa mendatang. Inovasi dapat dilakukan melalui penambahan variasi rasa atau variasi jenis produk, sehingga daya tarik IRT Aneka Snack Bu Marni kepada konsumen lebih meningkat. Selain itu, diperlukan sertifikasi izin Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) oleh IRT ini untuk menjamin produk yang dihasilkan sudah memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Perizinan PIRT diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk dan kepercayaan konsumen terhadap mutu dan keamanan produk pangan IRT Aneka Snack Bu Marni. Analisis penerapan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik pada IRT ini dapat dilakukan di masa mendatang sebagai penelitian

lanjutan untuk menyempurnakan penelitian terdahulu dengan tujuan peningkatan jaminan mutu dan keamanan serta kelayakan produk pangan olahan pada IRT ini. Optimasi digitalisasi penjualan dan pemasaran produk IRT Aneka Snack Bu Marni juga layak untuk diupayakan pada penelitian lanjutan sehingga ekspansi bisnis dapat dicapai.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Sebelas Maret atas dana yang diberikan melalui Program PKM-HGR Dana Non APBN, Tahun 2023 dengan no kontrak: Nomor: 229/UN27.22/PM.01.01/2023.

5. Referensi

- Ahmadi, R. S., Harnani, N., & Setiadiwibawa, L. (2020). Peningkatan Volume Penjualan Pada UMKM Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E- Commerce Di Kota Bandung. *Jurnal Sosiohumaniora*, 22(2), 172–180.
- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Anggrahi, A., Adha, N., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimasi Potensi Ekonomi Desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ijcs.v7i2.56878>
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129–141.
- Deoranto, P., & Astuti, R. (2017). Peningkatan Kapasitas Produksi Pangan Olahan Pada Kelompok Usaha Produktif di Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar. *Jurnal Teknologi Pangan*, 8(2), 180–187. <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/tp.v8i2.906>
- Elfiana, E., Ridwan, Prihatin, N., Rahmahwati, C. A., Intan, S. K., Zaini, H., Harunsiyah, Fauzan, R., Satriananda, & Pardi. (2023). Peningkatan Kapasitas Produksi Bawang Goreng Melalui Penerapan Teknologi Mesin Perajang Berputar Untuk Bawang Merah Segar. *Jurnal Vokasi*, 7(2), 195–202.
- Hantoro, M. R., & Mardiono, B. (2018). Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu Sebagai Produk Oleh – Oleh Premium Dengan Studi Kasus Produk Makanan UKM Purnama Jati Jember. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(1), 68–71.
- Kemenperin. (2010). *Peraturan Menteri Perindustrian No. 75/M-IND/PER/7/2010 Tentang Pedoman Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB)*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Jakarta.
- Maharsa, A. A., & Supriadi, A. (2023). Inovasi Alat Bantu Mesin Press Sealer Untuk Pengemasan Produk UMKM Ranggining. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 6334–6342.
- Manayang, Y., Joseph, W. B. S., & Surnampouw, O. J. (2018). Higiene dan Sanitasi Industri Pangan Rumah Tangga Di Wilayah Kerja Puskesmas Paniki Bawah. *Jurnal Kesmas*, 7(5), 1–7.
- Murdianto, D., Waluyo, M. B., Maidhah, A. A., Koli, Y. A., & Darmawan. (2020). Identifikasi Pengembangan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Tarakan. *Jurnal Lisyabab*, 1(2), 247–254. <https://doi.org/https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v1i2.45>
- Perangin-angin, S. E., Hamsi, A., Sabri, M., Isranuri, I., Indra, & Mahadi. (2015). Komponen – Komponen dan Peralatan Bantu Mixer Kapasitas 6,9 Liter Putaran 280 RPM. *Jurnal Dinamis*, 3(2), 93–107.
- Purwidiatoro, M. H., Kristanto, S. W. D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*, 1(1), 30–39.
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness Pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 327–340.
- Septian, J., & Rahayu, W. P. (2014). Pengetahuan Pelabelan Produsen Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan*, 1(2), 145–150.
- Windarti, D., & Saidi, I. A. (2021). Karakteristik Organoleptik Tepung Sawi (*Brassica Juncea L*) yang Dikemas Dalam Kemasan Polietilen dan Polipropilen. *Prosiding Seminar Nasional Engineering and Life Science*, 1(2), 1–5.
- Wisasa, C. P. (2021). Studi Keputusan Pembelian Makanan Oleh – Oleh Khas Surabaya: Peran Brand

- Awareness dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 287–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p287-294>
- Yaphyaputra, Vicky, & Maichal. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sealantwax di Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 138–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.674>
- Yulianto, A., & Nurcholis. (2015). Penerapan Standard Hygienes dan Sanitasi Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan di Food & Beverage Departement Hom Platinum Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 6(2), 31–39.