

PENGEMBANGAN USAHA RUMAH TANGGA KERUPUK LADO DI KOTA PAYAKUMBUH

Home Industry Development of Kerupuk Lado in Payakumbuh City

Nelvia Iryani^{1*}, Syaiful Anwar², Nur Ari Sufiawan³, Bintang Rizky⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Kampus II Payakumbuh

Email korespondensi: nelvia.iryani@gmail.com^{*1}

ABSTRACT

Usaha kerupuk lado milik Mak Ican merupakan salah satu home industry yang berpotensi dikembangkan di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi kemasan produk yang sederhana tanpa merek, tidak adanya penanda lokasi usaha, serta lemahnya manajemen keuangan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing usaha melalui pembuatan merek dan kemasan yang marketable, pengadaan papan nama usaha berupa neon box, serta pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Metode yang digunakan adalah ceramah dan diskusi, demonstrasi desain kemasan dan merek, serta pelatihan pembukuan keuangan dengan pendampingan mahasiswa asisten dosen. Kegiatan dilaksanakan di lokasi usaha mitra. Hasil menunjukkan bahwa seluruh target luaran tercapai: mitra telah memiliki kemasan bermerek, neon box terpasang di lokasi strategis, peralatan pengemasan modern (mesin impulse sealer dan mesin pengiris singkong), keterampilan sablon kemasan, serta kemampuan dasar pencatatan keuangan (capaian 75%). Kegiatan ini berkontribusi nyata pada peningkatan daya saing produk dan pengembangan usaha mitra secara berkelanjutan.

Kata kunci: *home industry, kerupuk lado, kemasan, merek, pencatatan keuangan*

ABSTRAK

Mak Ican's kerupuk lado business is a potential home industry in Payakumbuh City, West Sumatra. The main problems faced by the partner include simple product packaging without a brand, lack of business signage, and weak financial management. This community service activity aims to improve business competitiveness through marketable branding and packaging, installation of a neon box business signboard, and simple financial bookkeeping training. Methods used include lectures and discussions, packaging and brand design demonstrations, and financial bookkeeping training assisted by student assistants. Results show all target outputs were achieved: the partner now has branded packaging, a strategically placed neon box, modern packaging equipment (impulse sealer and cassava slicing machine), packaging screen-printing skills, and basic financial recording capability (75% achievement). This activity contributed meaningfully to improving product competitiveness and sustainable business development.

Keywords: *home industry, kerupuk lado, packaging, branding, financial recording*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini menyerap sebagian besar tenaga kerja, berkontribusi pada Prodapatan Domestik Bruto (PDB), dan berperan aktif dalam pengentasan kemiskinan serta pengangguran (Iryani, 2017). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dalam pengembangannya, seperti kesulitan pemasaran, keterbatasan sumber daya manusia, lemahnya pengelolaan keuangan, serta minimnya inovasi produk dan kemasan.

Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat, dikenal sebagai salah satu kota dengan jumlah UMKM yang cukup tinggi. Berdasarkan data BPS Kota Payakumbuh (2015), jumlah UMKM berdasarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) menunjukkan tren kenaikan dari tahun ke tahun. Salah satu produk unggulan lokal Payakumbuh adalah kerupuk lado, yaitu kerupuk berbahan baku singkong yang dilumuri bumbu sambal balado merah. Produk ini memiliki pangsa pasar luas, dapat dikonsumsi sebagai camilan maupun lauk pelengkap, dan bahan bakunya tersedia melimpah di wilayah ini.

Mitra dalam kegiatan ini adalah usaha *kerupuk lado* milik Mak Ican (56 tahun) yang berlokasi sekitar 5 km dari Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh. Usaha ini berdiri sejak tahun 2002 dengan modal awal Rp500.000. Rata-rata produksi mencapai 15–20 kg per hari namun pertumbuhan usaha terhambat oleh tiga permasalahan mendasar: (1) kemasan produk yang sangat sederhana—menggunakan plastik bening tanpa merek, direkatkan menggunakan panas api lilin yang dinilai tidak higienis; (2) tidak adanya penanda lokasi usaha sehingga calon konsumen sulit menemukan tempat produksi; dan (3) tidak adanya pencatatan keuangan usaha, sehingga pemilik tidak dapat mengukur posisi keuangan maupun keuntungan usahanya.

Mengacu pada permasalahan tersebut, tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Andalas merancang program intervensi yang bertujuan: (1) merancang dan memproduksi merek serta kemasan produk yang marketable; (2) membuat papan nama usaha (neon box) sebagai identitas dan sarana promosi; dan (3) memberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana kepada mitra.

METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan bertempat di kediaman mitra, Kota Payakumbuh. Mitra kegiatan adalah satu unit home industry kerupuk lado yang dijalankan secara turun-temurun oleh keluarga Mak Ican. Pelaksana kegiatan terdiri atas empat dosen

Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh yang didukung oleh mahasiswa asisten dosen mata kuliah akuntansi.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini mengadopsi model Participatory Action Research (PAR), yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan terdiri atas tiga tahap utama:

a. Metode Ceramah dan Diskusi

Metode ini dilakukan untuk memberikan pembekalan kewirausahaan kepada mitra, mencakup manajemen produksi, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan dasar. Diskusi dua arah dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan prioritas dan merancang solusi bersama mitra.

b. Demonstrasi Kemasan dan Branding

Tim pengabdian mendampingi mitra dalam proses desain merek menggunakan software CorelDraw, pemilihan model kemasan, serta percetakan melalui offset printing lokal di Kota Payakumbuh. Selain itu, dilakukan demonstrasi pengemasan produk menggunakan mesin hand sealer dan mesin impulse sealer. Tim juga memberikan pelatihan sablon kemasan plastik agar mitra dapat memproduksi kemasan secara mandiri.

c. Pelatihan Pencatatan Keuangan

Tim pengabdian mendemonstrasikan cara pencatatan/pembukuan transaksi keuangan usaha secara manual menggunakan format sederhana yang disesuaikan dengan kemampuan literasi mitra. Pendampingan dilakukan secara intensif dengan melibatkan mahasiswa asisten dosen akuntansi selama proses pelatihan.

Data evaluasi kegiatan dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi visual, dan wawancara dengan mitra. Ketercapaian luaran diukur secara deskriptif berdasarkan perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan dan Pembekalan Kewirausahaan

Kegiatan penyuluhan kewirausahaan dilaksanakan melalui sesi ceramah dan diskusi, mitra mendapatkan pemahaman mendasar mengenai jiwa wirausaha, strategi pemasaran produk, pentingnya branding, serta pentingnya pencatatan keuangan bagi kelangsungan usaha. Kesadaran mitra terhadap perlunya perubahan pengelolaan usaha meningkat signifikan setelah sesi ini.

Desain Merek dan Kemasan

Tim pengabdian membantu mitra merancang label (merek) kemasan kerupuk lado menggunakan software *CorelDraw*. Layout dan warna disesuaikan dengan karakter produk untuk menciptakan tampilan yang menarik dan marketable. Sesuai dengan pernyataan Firzan (2015) bahwa kemasan kini berperan menjual produk, bukan sekadar melindunginya—maka transformasi kemasan menjadi langkah strategis yang krusial. Kondisi sebelumnya, kemasan berupa plastik bening polos yang direkatkan menggunakan api lilin, digantikan dengan kemasan bermerek yang disegel menggunakan mesin *impulse sealer*, sehingga lebih higienis dan tahan lama.

Alfikri (2017) mencatat bahwa sekitar 40% UKM di Kota Payakumbuh belum memiliki brand yang dikenal masyarakat. Kondisi ini menjadi hambatan serius dalam perluasan pasar. Melalui kegiatan ini, mitra kini memiliki identitas merek yang dapat menjadi media komunikasi dan promosi kepada konsumen.

Pembuatan Papan Nama Usaha (Neon Box)

Tim pengabdian membantu mendesain dan merealisasikan papan nama usaha berupa neon box yang dipasang di lokasi strategis dekat tempat produksi. Papan nama ini memuat nama usaha, alamat, dan nomor kontak pemilik. Keberadaan neon box menjawab permasalahan mitra yang sebelumnya tidak memiliki penanda lokasi, sehingga calon konsumen kesulitan menemukan tempat produksi. Papan nama ini sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi pasif bagi pengguna jalan yang melintas.



Gambar 1. Serah terima 1 paket neon box

Hibah Peralatan Penunjang Produksi

Untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi, tim pengabdian memberikan hibah peralatan berupa: (1) satu unit mesin pengiris singkong manual untuk menggantikan parutan tradisional; (2) dua unit mesin impulse sealer untuk pengemasan produk; dan (3) satu paket bahan dan peralatan sablon kemasan. Pemberian peralatan ini dimaksudkan agar mitra dapat meningkatkan volume produksi sekaligus menjaga konsistensi kualitas kemasan.



Gambar 2. Serah terima beberapa paket peralatan penunjang produksi

Pelatihan Sablon dan Pencatatan Keuangan

Pelatihan sablon kemasan bertujuan agar mitra dapat memproduksi kemasan bermerek secara mandiri tanpa biaya cetak tambahan. Mitra dilatih mulai dari pembuatan draft logo, persiapan papan sablon, hingga proses penyablonan pada plastik kemasan.

Pelatihan pencatatan keuangan dilakukan secara manual menggunakan format pembukuan sederhana. Mengacu pada Sa'diyah et al. (2016), pembukuan usaha kecil tidak perlu rumit—teknik sederhana sudah cukup sebagai langkah awal yang baik. Kendati demikian, rendahnya tingkat pendidikan mitra menjadi hambatan dalam proses pelatihan ini. Hasilnya, mitra baru mampu melakukan pencatatan keuangan yang sangat dasar, sehingga capaian pada aspek ini hanya mencapai 75%. Pendampingan lanjutan diperlukan agar mitra benar-benar mampu menerapkan pembukuan secara konsisten.

Rekapitulasi Capaian Luaran

Tabel 1 merangkum perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Tabel 1. Rekapitulasi Capaian Luaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Uraian	Sebelum	Sesudah	Capaian
1	Kemasan produk	Plastik bening, ujung direkatkan api lilin	Menggunakan mesin impulse sealer	100%
2	Merek/label kemasan	Kemasan polos tanpa merek	Kemasan bermerek marketable	100%
3	Penanda lokasi usaha	Belum ada plang nama	Neon box terpasang di lokasi strategis	100%
4	Pencatatan keuangan	Tidak pernah melakukan pencatatan	Mulai melakukan pembukuan sederhana	75%
5	Peralatan produksi	Parutan singkong manual	Mesin pengiris singkong	100%
6	Keterampilan sablon kemasan	Tidak memiliki keterampilan sablon	Mampu menyablon kemasan mandiri	100%

Sumber: *Data primer kegiatan pengabdian, 2019*

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha. Sebelum pelaksanaan program, usaha mitra masih dikelola secara sederhana dengan keterbatasan pada kemasan produk, identitas usaha, teknologi produksi, dan administrasi keuangan. Setelah dilakukan pendampingan dan pemberian bantuan peralatan, terjadi perubahan yang cukup nyata pada hampir seluruh indikator capaian luaran.

Pada aspek kemasan produk, penggunaan mesin *impulse sealer* memberikan hasil kemasan yang lebih rapi, higienis, dan memiliki daya tarik yang lebih baik dibandingkan metode perekat menggunakan api lilin. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan kualitas visual produk, tetapi juga membantu menjaga ketahanan produk sehingga lebih layak dipasarkan pada skala yang lebih luas. Selain itu, adanya merek dan label kemasan membuat produk mitra memiliki identitas usaha yang jelas dan lebih mudah dikenali oleh konsumen. Kemasan bermerek juga menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk UMKM di pasaran.

Peningkatan juga terlihat pada aspek promosi usaha melalui pemasangan neon box sebagai penanda lokasi usaha. Sebelumnya, usaha mitra belum memiliki identitas lokasi yang jelas sehingga sulit dikenali masyarakat. Setelah adanya neon box, lokasi usaha menjadi lebih mudah

ditemukan dan lebih menarik perhatian calon konsumen. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan serta memperluas jangkauan pemasaran usaha mitra.

Dalam bidang produksi, bantuan mesin pengiris singkong berhasil meningkatkan efisiensi kerja mitra dibandingkan penggunaan alat manual sebelumnya. Penggunaan teknologi sederhana tersebut mampu mempercepat proses produksi, menghasilkan ukuran irisan yang lebih seragam, dan mengurangi beban kerja mitra. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna dapat memberikan dampak positif terhadap produktivitas usaha kecil masyarakat.

Sementara itu, pada aspek manajemen keuangan, mitra mulai melakukan pencatatan keuangan sederhana meskipun capaian masih berada pada angka 75%. Kondisi ini dipengaruhi oleh keterbatasan latar belakang pendidikan dan kebiasaan mitra yang sebelumnya belum pernah melakukan administrasi usaha. Namun demikian, adanya perubahan perilaku dalam melakukan pembukuan menunjukkan peningkatan kesadaran mitra terhadap pentingnya pengelolaan keuangan usaha sebagai dasar evaluasi dan pengembangan bisnis di masa mendatang.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan perubahan positif terhadap usaha mitra melalui peningkatan kualitas produk, identitas usaha, efisiensi produksi, serta kemampuan manajerial dasar. Keberhasilan capaian luaran tersebut menunjukkan bahwa pendampingan yang disertai pemberian teknologi tepat guna mampu meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan terhadap usaha kerupuk lado Mak Ican di Kota Payakumbuh telah berjalan dengan baik dan mencapai seluruh target yang ditetapkan. Program ini berhasil: (1) merancang dan memproduksi merek kemasan yang marketable melalui teknik sablon; (2) memasang papan nama usaha berupa neon box sebagai penanda lokasi dan sarana promosi; (3) memberikan hibah peralatan produksi berupa mesin pengiris singkong dan mesin impulse sealer; (4) melatih mitra keterampilan sablon kemasan mandiri; serta (5) membimbing mitra dalam pencatatan keuangan dasar.

Hambatan utama yang ditemui adalah rendahnya tingkat pendidikan mitra yang menyebabkan sulitnya internalisasi teknik pencatatan keuangan. Untuk pengembangan program ke depan, disarankan dilakukan pendampingan intensif dan berkesinambungan dalam aspek keuangan, serta perlu dipertimbangkan pemanfaatan platform pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar produk kerupuk lado.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang telah mendanai kegiatan ini melalui Hibah Fakultas Terima kasih juga kepada Mak Ican selaku mitra

usaha atas kepercayaan dan partisipasinya, serta kepada mahasiswa asisten dosen akuntansi Kampus II Payakumbuh yang telah membantu proses pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri. (2017). Kajian branding usaha mikro kecil menengah di Kota Payakumbuh. Prosiding Keberlanjutan Pertanian Indonesia: Tantangan dan Peluang Menuju Peningkatan Daya Saing Global. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, 31–36.
- Anggawirya, E. (2014). Akuntansi dasar untuk usaha kecil dan menengah. Jakarta: Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Payakumbuh dalam angka 2015. Kota Payakumbuh: BPS.
- Firzan, M. (2015). Modul pelatihan branding untuk usaha kecil menengah. Bandung: Rumah Kemasan Bandung.
- Iryani, N. (2017). Peningkatan daya saing UKM melalui comparative advantage. Prosiding Keberlanjutan Pertanian Indonesia: Tantangan dan Peluang Menuju Peningkatan Daya Saing Global. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, 52–56.
- Maulida, S., & Januar, A. (2015). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis industri kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 120–142.
- Primiana, I. (2009). Menggerakkan sektor riil UKM & industri. Bandung: Alfabeta.
- Sa'diyah, H., Sari, D. M., & Artini, N. L. P. (2016). Peningkatan kompetensi pembukuan keuangan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 22(3), 56–63.
- Tambunan, T. (2012). Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting. Jakarta: LP3ES.
- Wardoyo, P., & Indarti, I. (2016). Pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada industri UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 7(1), 44–56.