Pemberdayaan UMKM (Pemasaran dan Keuangan) Keripik Sukun di Desa Malangsari

Agus Yudianto, Meddy Nurpratama

Universitas Wiralodra, Indramayu

agus.yudianto@unwir.ac.id, meddynurpratamafe@unwir.ac.id

Abstrak

Dalam perkembangan ekonomi, peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu pendorong dari perekonomian. Bisa dibuktikan bahwa adanya UMKM mampu memberikan lapangan pekerjaan, mengurangi jumlah pengangguran dan menjadi salah satu sarana pengenalan produk lokal sehingga bisa diketahui oleh semua kalangan masyarakat. UMKM hadir karena memberikan peluang yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menyediakan kebutuhan masyarakat, usaha-usaha yang sedang viral dan memberikan peluang usaha, selera, harganya terjangkau oleh masyarakat umum, adanya konsumen yang menjadi pelanggan setia, tersedianya bahan baku yang membuka peluang usaha, dan sebagainya.

Kata Kunci: *pemberdayaan UMKM, pemasaran, keuangan*

MSME Empowerment (Marketing and Finance) Breadfruit Chips in Malangsari Village

Abstract

In economic development, the role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) is one of the drivers of the economy. It can be proven that the existence of MSMEs is able to provide jobs, reduce the number of unemployed and become a means of introducing local products so that they can be known by all circles of society. MSMEs exist because they provide opportunities that are used by MSME actors in providing community needs, businesses that are viral and provide business opportunities, tastes, prices are affordable by the general public, there are consumers who become loyal customers, the availability of raw materials that open up business opportunities, and etc.

Keywords: *MSME empowerment, marketing, finance*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi, peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu pendorong dari perekonomian. Bisa dibuktikan bahwa adanya UMKM mampu memberikan lapangan pekerjaan, mengurangi jumlah pengangguran dan menjadi salah satu sarana pengenalan produk lokal sehingga bisa diketahui oleh semua kalangan masyarakat. UMKM hadir karena memberikan peluang yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menyediakan kebutuhan masyarakat, usaha-usaha yang sedang viral dan memberikan peluang usaha, selera, harganya terjangkau oleh masyarakat umum, adanya konsumen yang menjadi pelanggan setia, tersedianya bahan baku yang membuka peluang usaha, dan sebagainya. Semua ini menjadi peluang terhadap perkembangan usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Namun di samping peluang usaha, pelaku UMKM juga menghadapi masalah dalam usaha yang dijalankan seperti masalah modal, kurangnya pelanggan, kurangnya pengetahuan dan kemampuan kewirausahaan, kurangnya pengelolaan keuangan usaha secara baik, tempat usaha berpindah-pindah tempat, kurangnya sarana yang memadai, dan sebagainya. Semua ini tentu menjadi ancaman terhadap perkembangan usahanya. Pendampingan UMKM perlu dilakukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM yang berkaitan dengan pengetahuan pelaku UMKM yang kurang dalam pengelolaan UMKM.

Bahkan beberapa hasil penelitian (Nurhajati, 2005: 7) menyebutkan bahwa persoalan yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga sulit berkembang antara lain ketidakmampuan dalam manajemen, lemahnya kemampuan dalam pengambilan keputusan, kurang berpengalaman, dan lemahnya pengawasan keuangan. Pendampingan UMKM ini yaitu pada usaha pembuatan keripik sukun milik Ibu Een. Cita rasanya yang gurih dan tekstur keripik sukun yang terbilang cukup renyah menjadikan makanan yang satu ini diminati banyak pelanggan. Bentuknya yang tipis dan identik dengan warna kuning keemasan, membuat konsumen ketagihan dengan rasanya. Kondisi inilah yang kemudian menjadikan peluang bisnis keripik sukun menjanjikan.

Pendampingan pada UMKM ini diperlukan karena masih banyak hal yang bisa dibantu dan dilakukan dalam membantu penjualan produk tersebut. Sehingga produk tersebut dapat bersaing secara menyeluruh dan semua kalangan. Dalam suatu pemasaran banyak sekali bentuk dan macam-macam aneka ragam makanan dari yang kecil hingga yang besar dan dari yang murah sampai yang mahal. Dalam kehidupan sehari-hari banyak sekali aktivitas yang dijalani oleh setiap orang.

Dengan aktivitas yang semakin padat membuat banyak orang membutuhkan asupan makanan tambahan yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Makanan-makanan yang tersedia di pasaran saat ini memang sudah beragam, tetapi umumnya makanan tersebut bukanlah makanan khas Indonesia, serta harga yang ditawarkan relatif mahal. Buah Sukun, Sumber Bahan Makanan Baru.

Saat ini memang masih banyak orang memandang sebelah mata pada sukun, karena pemanfaatannya masih terbatas. Sebagian besar orang masih mengenalnya sebagai bahan makanan seperti sukun goreng. Tanaman sukun, *Artocarpus altilis park*, dapat digolongkan menjadi sukun yang berbiji yang disebut *breadnut* dan tanpa biji disebut *breadfruit*. Sukun tergolong tanaman tropik sejati, tumbuh paling baik di dataran rendah yang panas. Tidak heran, jika sukun dijadikan sebagai salah satu cadangan pangan nasional. Sukun dapat dijadikan pula sebagai pangan alternatif, karena keberadaannya tidak seiring dengan pangan konvensional (beras), artinya keberadaan pangan ini dapat menutupi kekosongan produksi pangan konvensional. Dengan mengetahui manfaat buah sukun yang dapat diolah menjadi berbagai macam panganan, maka kelompok kami melakukan pendampingan terhadap UMKM tersebut agar penjualannya meningkat dan dapat bersaing dengan produk lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian adalah prosedur yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan data ataupun informasi untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Dalam program ini, kami menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Kami terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang diinginkan, agar data tersebut terasa lebih obyektif, kami mengadakan pengamatan dan terlihat langsung di lapangan.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pemalsuan data lebih dapat dihindari. Oleh karena itu, kami harus mengikuti kegiatan pembuatan atau produksi UMKM Keripik Sukun tersebut. Kami mengumpulkan data penelitian dengan kata-kata untuk mendeskripsikan segala sesuatu tentang UMKM Keripik Sukun.

Selain menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, kami juga menggunakan pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

Vol. 2, No. 3,
November
2021,
pp. 298-304

e-ISSN:

2722-2004

**MSME
Empowerment
(Marketing and
Finance)
Breadfruit Chips
in Malangsari
Village**

Agus Yudianto,
M. Nurpratama

program, proses, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Pendekatan ini kami gunakan untuk program laporan keuangan UMKM yang layak di mana semua data berhubungan dengan data numerik. Dalam melakukan program Pemberdayaan UMKM ini kami sepakat untuk menggunakan metode pendekatan campuran atau mix dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Dengan menggunakan kedua pendekatan tersebut data luaran yang diharapkan akan maksimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah orang/lembaga yang menjalin relasi dengan pelaku usaha mikro dalam rangka memperkuat dukungan, memotivasi, memfasilitasi, dan menjembatani pemberdayaan UMKM. Kami membuat program pada pelaksanaan KKN ini yaitu mendampingi UMKM yang ada di desa tempat kami melaksanakan KKN. Dengan tugas pokoknya para pendamping ini akan menjadi pendamping dan sekaligus konsultan pelaku usaha yang ada di Desa Malangsari, karena kami peduli dengan kemajuan pelaku usaha mikro. Program ini kami inisiatifkan dengan maksud untuk turun ke lapangan secara langsung memantau dan mendampingi pelaku usaha. Mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga produk tersebut sampai di tangan konsumen. Ditambah kami juga memberikan edukasi dan sekaligus pendampingan kepada pelaku usaha untuk sadar dengan perkembangan informasi teknologi.

Artinya, mereka kami edukasi untuk memasarkan produk dengan *online*. Pendampingan usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diselenggarakan secara optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Pemberdayaan UMKM berasaskan kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional.

Gambar 1. Produk UMKM

Di bawah ini terdapat beberapa jenis identifikasi masalah yang ada:

1. Pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha melalui pemasaran *online*.
2. Pengembangan atau inovasi kemasan atau *packaging* produk.
3. Kelayakan laporan keuangan dari UMKM.
4. Merek dagang atau nama usaha.

Merek Dagang atau Nama Usaha

Menurut American Marketing Association (AMA) mendefinisikan merek sebagai: “Nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.” (Kotler, 2009: 258). Pendaftaran merek merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam bisnis khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hal ini karena pendaftaran tersebut memberi perlindungan hukum bagi pelaku usaha agar merek dagangnya tidak digunakan pihak lain. Selain itu, pendaftaran merek juga memberi kepercayaan lebih oleh konsumen terhadap produk yang dijual. Meskipun terlihat sepele, pelaku usaha perlu secara serius memperhatikan merek atau nama usaha yang digunakan. Merek harus mampu menjadi faktor pendukung dengan memperhatikan ciri-ciri merek atau nama usaha yang baik di atas, dan bukan sebaliknya merek atau nama usaha yang digunakan justru menjadi penyebab mundur atau gagalnya sebuah usaha.

Pengembangan atau Inovasi Kemasan Atau Packaging Produk

Kemasan atau *packaging* mempunyai pengaruh besar sebagai ciri suatu produk. Untuk itu, pemilihan kemasan yang tepat sangat penting untuk menonjolkan ciri khas produk agar lebih dikenal pasar. Bungkus luar atau kemasan adalah hal pertama yang membuat konsumen melirik produk. Sulit bagi konsumen melirik produk dengan kemasan yang biasa-biasa saja. Sebaliknya kemasan produk yang unik, berbeda dengan yang lain, memiliki desain keren yang kekinian tentu akan lebih banyak menarik perhatian konsumen. Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan *designing and producing the container or wrapper for a product*.

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

Vol. 2, No. 3,
November
2021,
pp. 298-304

e-ISSN:

2722-2004

MSME
Empowerment
(Marketing and
Finance)
Breadfruit Chips
in Malangsari
Village

Agus Yudianto,
M. Nurpratama

Yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Kemasan dibuat tidak hanya sebagai pembungkus produk melainkan dengan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa tujuan dari inovasi kemasan yang ada yaitu, pertama menampilkan atribut dari sebuah produk agar menarik. Kedua, memperkuat pemosisian produk di benak konsumen. Maka dari itu kami berinisiatif untuk menambahkan inovasi yang ada pada kemasan sebelumnya karena kami pun meyakini dari adanya inovasi tersebut akan menambah daya minat pembeli dan akhirnya meningkatkan angka penjualan.

Gambar 2. Contoh kemasan atau *packaging* yang menarik

Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha melalui Pemasaran Online

Banyak pengusaha memiliki tujuan untuk mengembangkan usaha kecil menjadi besar, untuk menjangkau potensi dan keuntungan yang lebih besar. Dibutuhkan banyak strategi untuk hal itu, dan jumlah pertumbuhan dan perkembangannya sangat bergantung pada bagaimana strategi tersebut diterapkan. Dalam mengembangkan usaha, jangan hanya memfokuskan usaha pada jangka pendek, tetapi melihatnya untuk jangka panjang. Selain itu, tantangan paling besar untuk dihadapi dalam hal ini adalah persaingan dengan bisnis yang sudah besar. Menurut Dianawati (2007) pemasaran *online* adalah kegiatan komunikasi dengan menggunakan media internet. Sesuai perkembangannya pemasaran *online* tidak hanya menggunakan website tetapi juga email dan aplikasi-aplikasi *e-commerce* lainnya. Kompetisi yang sehat tentunya diperlukan demi terciptanya keberlangsungan dan majunya usaha yang ada. Dalam hal ini perlu di arahkan bagaimana mengembangkan dan mengelola usaha dengan baik dan benar. Salah satu bentuk pengembangan yang akan kami dampingi ialah dari promosi *online*. Di perlukan adanya promosi *online* yang efisien dan efektif yang mana hal ini akan menambah penjualan produk. Dengan bertambahnya kuantitas penjualan dan meningkatkan kualitas dari produk akan membuat usaha tersebut mendapatkan keuntungan yang lebih dari biasanya.

Kelayakan Laporan Keuangan UMKM

Masih rendahnya pengelolaan keuangan dalam pengelolaan usahanya membuat pelaku UMKM yang ada belum bisa memisahkan antara uang yang digunakan dalam pengelolaan usaha dan uang yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan pribadi, sehingga kondisi keuangan usaha yang ada sering disatukan atau digabungkan dengan keuangan keluarga. Bahkan banyak lagi pencatatan ataupun laporan keuangan yang tidak dilakukan karena dianggap merepotkan

ataupun karena pelakunya kurang mempunyai kemampuan mencatat ataupun membuat laporan keuangan untuk usaha yang dilakukan, sehingga mereka tidak mengetahui secara pasti berapa pendapatannya per hari atau per bulan. Demikian juga pengeluarannya sehingga semua transaksi hanya diperkirakan dengan mengandalkan daya ingat. Menurut Harahap (2013:105) laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Adapun jenis laporan keuangan yang lazim dikenal adalah neraca, laporan laba rugi, atau hasil usaha, laporan arus kas, laporan perubahan posisi keuangan.

Laporan keuangan merupakan suatu informasi untuk menggambarkan kondisi perusahaan, yang mana diharapkan membantu pelaku UMKM dalam menentukan keputusan usaha. Dikarenakan saat ini belum banyak yang menganggap pentingnya membuat laporan keuangan yang terstruktur secara rutin maka kami berinisiatif untuk membantu membuat pelaporan keuangan yang benar. Selain itu pelaporan keuangan dapat membantu UMKM tersebut dalam proses peminjaman dana di bank untuk kemajuan usahanya.

Up Cool Consulting Laporan Arus Kas 31 Januari 2020			MITRA MART LAPORAN RUGI LABA Februari 2020			
Arus Kas dari Aktivitas Operasi			NO AKUN	PERKIRAAN		
Kas diterima dari pelanggan	11.000.000			Penjualan		673,640,000
Dikurangi pembayaran kas untuk beban	22.450.000					
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		-11.450.000		BEBAN GAJI KARYAWAN	25,750,000	
Arus Kas dari aktivitas investasi				BEBAN LISTRIK	4,150,000	
Penjualan (Pembelian) Aktiva Tetap		(7.000.000)		BEBAN AIR	570,000	
Arus Kas dari aktivitas pendanaan				BEBAN BUNGA BANK	3,600,000	
Kas diterima sebagai investasi oleh pemilik	30.000.000			BEBAN AKUM. PENY. INVENTARIS TOKO	300,000	
Dikurangi penarikan oleh pemilik	1.500.000			BEBAN AKUM. PENY. INVENTARIS KANTOR	1,000,000	
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan		28.500.000		BEBAN AKUM. PENY. GEDUNG	500,000	
Kenaikan (Penurunan) bersih kas dan setara kas		10.050.000		BEBAN ANGKUT PENJUALAN	6,750,000	
KAS DAN SETARA KAS PADA AWAL PERIODE		0		HARGA POKOK PENJUALAN (HPP)	494,550,000	
KAS DAN SETARA KAS PADA AKHIR PERIODE(31/1/2018)		10.050.000		BEBAN LAIN-LAIN	-	+
				TOTAL BEBAN		537,170,000 -
				RUGI LABA BULAN BERJALAN		136,470,000

Gambar 3. Contoh laporan keuangan UMKM

Dari hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa selama ini usaha keripik sukun bukan prioritas terhadap pencaharian mata uang. Keripik sukun akan dibikin jika pohon sukun di rumah mereka sudah berbuah. Mereka jarang memikirkan inovasi produk, baik dalam proses produksi maupun sesudah proses produksi. Hal ini terjadi karena mereka belum paham bagaimana pentingnya Kualitas produk dalam penjualan dan keuntungan. Sehingga produk dijual dengan rasa orisinal/aslinya hanya ditambah garam atau perasa setelah digoreng. Pemilik juga tidak mengetahui pentingnya merek dagang, kemasan yang menarik terhadap produk yang dijual.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pemberdayaan UMKM Keripik Sukun di Desa Malangsari Kecamatan Bangodua Kabupaten Indramayu dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemberdayaan dalam meningkatkan produksi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Malangsari Kecamatan Bangodua Kabupaten Indramayu sangat membantu dalam pengembangan usaha UMKM.

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

Our focus:
Social Service

Our Scope:
Humanities,
Education,
Management,
History,
Economics,
Linguistics,
Literature,
Religion,
Politics,
Sociology,
Anthropology,
and other social service works.

Vol. 2, No. 3,
November
2021,
pp. 298-304

e-ISSN:

2722-2004

**MSME
Empowerment
(Marketing and
Finance)
Breadfruit Chips
in Malangsari
Village**

Agus Yudianto,
M. Nurpratama

Pelaksanaan pemberdayaan dalam rangka meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola potensi desa yang dapat dikelola menjadi produk unggulan dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini juga memberikan inovasi baru bagi UMKM.

Pelaksanaan pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan (pemasaran) produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Malangsari Kecamatan Bangodua Kabupaten Indramayu ini juga dapat memberikan model atau strategi dalam pemasaran.

Dalam menyusun laporan keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Malangsari Kecamatan Bangodua Kabupaten Indramayu, kegiatan ini dapat membantu pelaku usaha UMKM untuk dapat mengajukan dana permodalan dari lembaga keuangan/perbankan. Untuk itu, pelaksanaan pemberdayaan UMKM ini dapat membantu meningkatkan potensi yang ada di Desa Malangsari Kecamatan Bangodua Kabupaten Indramayu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyampaian ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang paling berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Penabdian yakni UMKM di Desa Malangsari, LPPM Universitas Wiralodra, dan Kepala Desa Malangsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadziq, M., & Nafis, M. (2017). Implikasi Pemberdayaan Mitra Usaha Kecil Menengah (Studi Pendekatan Melalui Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana). *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 396-409
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, & Saleh, C. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “*Community Based Economic Development*” (Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo). *Wacana*-, 17(2), 68–77.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayanto. (2013). *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil (2nd ed.)*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Susanto AB. (2014). *Manajemen Strategik untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Jakarta: Erlangga
- Sutoni, A. (2018). Konsep Inovasi Keripik Gadung dalam Pemberdayaan Masyarakat di desa Kutawaringin, kecamatan Mande, kabupaten Cianjur. *Jurnal IKRA-ITH Abdimas*. 1(2). UPI YAI, Jakarta.