

PENGEMBANGAN UMKM KERIPIK TIKE MELALUI MANAJEMEN USAHA DI DESA DOMAS SERANG BANTEN

Remvilina Sari¹, Siti Nurjanah², Ahmad Ramdani³, Ende⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa

Corresponding Email: remvilinasari@gmail.com

ABSTRACT

The Student Work Lecture Program is one of Bina Bangsa university programs as one of Tri Dharma Higher Education implementations, namely student service to the community to help and guide the community in utilizing resources that are expected to help develop the potential of the community. This program aligns research and community service activities from lecturers and students across science and brings togetherness values. This implementation is an effort to develop Micro, Small, and Medium Enterprises tike chip products to increase competitiveness as a typical regional food product that is in demand by consumers through improvements in business management. By the problems these partners face, the efforts that can be made are improvements in business management through marketing, production, and financial aspects. The specific target of this activity is 1) improvement of business management through improvement of marketing strategies; 2) improvement of the production process; 3) The neatness of financial records. The methods used in this activity are socialization, training, and mentoring. The solution provided to the problem of marketing aspects is the expansion of offline market reach in stores and minimarkets around and the use of online marketing information technology through e-marketplaces and social media applications. In addition, the use of brands in the form of stickers/labels also helps expand market share. Problem-solving in the production aspect is done by creating product innovation through flavor and packaging variations in the manufacture of tike chip products supported by more attractive and competitive packaging that can help solve problems in the production aspect. Financial aspects, problem-solving is done through socialization, training, and mentoring in recording financial transactions, both income, and expenditure, to produce simple financial bookkeeping, to know business income in a measurable per certain period.

Keywords: UMKM Chip Tike; Marketing; Finance; Production.

ABSTRAK

Program Kuliah Kerja Mahasiswa merupakan salah satu program Universitas Bina Bangsa sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian mahasiswa/i terhadap masyarakat untuk membantu dan membimbing masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang diharapkan dapat membantu mengembangkan potensi masyarakat. Program ini dilaksanakan dengan menyelaraskan kegiatan riset dan pengabdian kepada masyarakat dari dosen dan mahasiswa/i lintas keilmuan serta tetap membawa nilai-nilai kebersamaan. Pelaksanaan ini merupakan upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah produk keripik tike untuk dapat meningkatkan daya saing sebagai produk makanan khas daerah yang diminati para konsumen melalui perbaikan manajemen usaha. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra tersebut, upaya yang dapat dilakukan adalah perbaikan manajemen usaha melalui aspek pemasaran, aspek produksi dan aspek keuangan. Target khusus dari kegiatan ini adalah 1) perbaikan manajemen usaha melalui peningkatan strategi pemasaran; 2) perbaikan proses produksi; 3) kerapian pencatatan keuangan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Solusi yang diberikan pada permasalahan aspek pemasaran adalah perluasan jangkauan pasar secara offline pada toko dan minimarket sekitar, serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran online melalui e-marketplace dan aplikasi social media. Selain itu penggunaan merk dalam wujud

sticker/label juga membantu memperluas pangsa pasar. Penyelesaian masalah pada aspek produksi dilakukan melalui penciptaan inovasi produk melalui variasi rasa dan kemasan dalam pembuatan produk keripik tike yang ditunjang dengan kemasan yang lebih menarik dan berdaya saing dapat membantu penyelesaian masalah pada aspek produksi. Aspek keuangan, penyelesaian masalah dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan transaksi keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran untuk dapat menghasilkan pembukuan keuangan sederhana, sehingga dapat mengetahui laba rugi usaha secara terukur per periode tertentu.

Kata Kunci: UMKM Keripik Tike; Pemasaran; Keuangan; Produksi.

PENDAHULUAN

Desa Domas adalah salah satu desa yang berkembang di Kecamatan Pontang. Sebagian besar masyarakat bekerja sebagai nelayan dan pengelola tambak. Sebelumnya sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani tetapi dikarenakan banjir di tahun 2000 sehingga menyebabkan sawah-sawah terendam, maka kehidupan masyarakat sekitar mengalami perubahan yang signifikan. Masyarakat menjadi kehilangan tumpuan dalam perekonomian, di sisi lain masyarakat harus tetap bertahan hidup dengan keterbatasan mereka. Hal inilah yang mendorong sebagian masyarakat untuk mulai beralih menjadi nelayan dan berwiraswasta melalui industri rumahan, yang kebanyakan bergerak di bidang produksi makanan ringan, termasuk keripik tike. Di Desa Domas jarang warga yang memproduksi keripik tike dikarenakan dalam pengambilan bahan baku tersebut cukup sulit dan memerlukan waktu yang cukup lama, UMKM yang mampu bertahan konsisten dalam memproduksi keripik tike, baik di saat menjelang lebaran, maupun di hari-hari biasa. UMKM tersebut diantaranya adalah usaha keripik tike milik Bapak Rohiman. UMKM milik Bapak Rohiman telah berdiri sejak tahun 2010, dengan proses pembuatan keripik tike menggunakan metode dan peralatan yang sangat sederhana, yaitu dengan alat untuk menggoreng berupa wajan dan kompor. Untuk menghasilkan keripik tike dari proses awal hingga pengemasan, memerlukan waktu kurang lebih selama 2 hari.

Proses pembuatan keripik tike terbilang cukup rumit dan membutuhkan keahlian khusus. Untuk menjalankan usahanya Bapak Rohiman dibantu oleh anak dan menantunya. Dalam proses pengambilan bahan, pembuatan keripik tike hingga pengemasan, dilakukan oleh tenaga lain yang masih memiliki hubungan kerabat. Proses ini dilakukan di tempat tinggal Bapak Rohiman. Keripik tike Bapak Rohiman yang berbahan dasar umbi rumput tike dijual dengan harga Rp130.000,00 per kg.

Pada hari-hari biasa, Bapak Rohiman hanya membuat keripik tike saat terdapat pesanan khusus, seperti untuk oleh-oleh atau pesanan agen. UMKM ini masih memerlukan pendampingan dalam manajemen usaha diantaranya dari segi pemasaran, produksi, dan keuangan. Dari aspek pemasaran, UMKM ini belum mampu mengembangkan pasar yang lebih luas, karena masih terpaku pada pemasaran masyarakat sekitar. Hasil penelitian dari Agusetyaningrum (2016) menyatakan bahwa pameran dan media sosial merupakan teknik pemasaran yang sangat membantu pelaku UMKM. Dari aspek keuangan, tampak bahwa selama 11 tahun UMKM ini belum memiliki pencatatan pembukuan yang baik. Dari aspek produksi juga masih menggunakan peralatan dapur yang sederhana, sehingga diperlukan penerapan inovasi teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas usaha.

Permintaan produk keripik tike menjelang lebaran melonjak drastis, sehingga tidak mampu memproduksi dalam jumlah besar dan cepat, karena terbatasnya bahan baku, tenaga kerja dan peralatan yang sederhana. Ketidakmampuan pemenuhan permintaan pasar saat menjelang lebaran secara full, juga dikarenakan proses pembuatan keripik tike yang membutuhkan waktu lama, karena proses dimulai dengan pengambilan bahan di sawah terlebih dahulu.

Masalah yang dihadapi oleh UMKM keripik tike adalah dari segi manajemen usaha tersebut meliputi aspek pemasaran, keuangan dan produksi. Secara rinci masalah yang terjadi adalah terbatasnya pangsa pasar produk keripik tike khususnya saat hari biasa. Sedangkan pada saat menjelang lebaran produsen tidak mampu mengatasi permintaan konsumen dengan cepat karena terbatasnya bahan baku, peralatan produksi dan tenaga kerja dalam proses pembuatan keripik tike. Selain itu, produsen perlu meningkatkan inovasi produknya agar semakin berdaya jual, sehingga dapat menarik konsumen lokal maupun luar daerah. Dan UMKM diharap lebih “melek” hukum dan teknologi, agar usahanya dapat bersaing di tengah era global.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen usaha, agar produk keripik tike yang dihasilkan dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut. 1) Aspek pemasaran: terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam media pemasaran. 2) Aspek produksi: kurangnya

kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana.

3) Aspek keuangan: terbatasnya pemahaman dan aplikasi pembukuan sederhana dalam usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk keripik tike meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah:

Survei dan Pengumpulan Data

Tim melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat. Tim dengan mitra melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan mitra dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

Design dan Penggunaan Merk

Guna memperkuat pemasaran produk baik secara offline maupun online, mitra diedukasi akan pentingnya penggunaan merk dalam memperkenalkan produk keripik tike ke pasar, meskipun hanya melalui sticker/ label yang ditempelkan di kemasan. Setelah edukasi tersebut dapat diterima, mitra didampingi dalam penentuan, design, dan pencetakan merk yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk sticker/ label.

Perluasan Pangsa Pasar

Mitra diberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Pemasaran online yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi social media yakni melalui: 1) e-marketplace; 2) aplikasi Facebook, instagram, whatsapp dll.

Kegiatan tersebut di atas dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar, dengan memasarkan produk melalui toko dan minimarket, serta dimilikinya keterampilan memasarkan produk secara online.

Pembukuan Keuangan Sederhana

Mitra diberikan edukasi, pelatihan dan pendampingan dalam penerapan pembukuan keuangan sederhana di usahanya. Materi pelatihan ini meliputi pencatatan transaksi keuangan baik pengeluaran maupun penerimaan.

Tujuan pelatihan ini adalah agar mitra memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, sehingga mitra memiliki catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun penerimaan dengan rapi, dan akhirnya mitra dapat mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu.

Inovasi Produk

UMKM diberi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan melalui peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk keripik tike, melalui varian rasa, varian ukuran, serta varian kemasan.

Mitra mencoba varian rasa baru dengan penambahan rasa yang berbeda dari pesaingnya, seperti rasa pedas dll. Varian ukuran diciptakan sesuai dengan bentuk kemasan, sedangkan untuk pengemasan produk keripik tike dibuat yang aman bagi makanan dan menarik konsumen.

Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi program yang dilakukan memiliki tujuan untuk membandingkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

1. Survey Keripik Tike

Lokasi Keripik Tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kota Serang, Provinsi Banten. Usaha yang dijalankan selama puluhan tahun ini membuat keripik tike 2 kg setiap harinya. Sedangkan untuk bulan puasa peningkatan bontot bisa mencapai 5 (lima) kali dari pembuatan keripik tike secara normal.



Gambar 1. Bahan-Bahan Pembuatan keripik tike (Sumber: Foto Pribadi)

Adapun bahan pembuatan keripik tike adalah umbi rumput tike, minyak goreng, dan perasa makanan. Setelah umbi rumput tike di ambil di sawah kemudian dibersihkan ujung dan pangkalnya, umbi tersebut di sortir berdasarkan warna, lalu di sangrai menggunakan wajan tanah liat, lalu di geprek, selanjutnya di jemur kurang lebih 2 jam dan di goreng menggunakan minyak goreng, dikemas dan siap dipasarkan.



Gambar 2. Hasil umbi rumput tike setelah di geprek (Sumber: Foto Pribadi)

2. Design dan Penggunaan Merk

Menurut Hadyati (2008) pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Kegiatan ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat bersaing di pasar. Setelah edukasi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan tim kepada mitra dapat diterima, maka diperoleh merk yang akhirnya dipasang di kemasan produk keripik tike seperti yang tampak pada gambar berikut.



Gambar 3. Keripik Tike Sebelum Dikemas Dan Diberi Label (Sumber: Foto Pribadi)



Gambar 5. Keripik Tike Setelah Dikemas Dan Diberi Label (Sumber : Foto Pribadi)

3. Perluasan Pangsa Pasar

Menurut Mia Ajeng A (2018), pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan e-commerce atau market place dan social media sebagai salah satu sarana pemasaran. Sedangkan Wijaya dan Jasfar (2014) menyatakan bahwa dewasa ini jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga menarik para produsen untuk memanfaatkan media ini dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Media pemasaran online memudahkan konsumen dalam menjangkau para produsen. Media pemasaran online yang diperkenalkan kepada mitra melalui pelatihan adalah e-marketplace dan media sosial melalui facebook, instagram, whatsApp. Sebelum dilaksanakan kegiatan ini, para pengusaha hanya

mengandalkan promosi melalui “getok tular”. Melalui pemanfaatan teknologi pemasaran yang lebih modern dapat lebih mudah menginformasikan produknya ke masyarakat luas dan menambah jejaring dengan para konsumen.

4. Pembukuan Keuangan Sederhana

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara diperoleh hasil bahwa sebelum adanya kegiatan ini, mitra tidak memiliki pembukuan keuangan. Selain itu tidak adanya nota–nota pembelian mengakibatkan keuntungan yang diperoleh mitra tidak bisa diketahui dengan mudah.

Tim memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam perbaikan administrasi keuangan dengan cara memperkenalkan manfaat pembuatan rekap penjualan pada format yang sederhana sehingga mudah dipahami dan diterapkan, serta penggunaan nota atas produk yang telah dibeli oleh konsumen. Pendampingan diberikan dalam administrasi keuangan agar lebih tertata dan mendeteksi keuntungan serta kerugian yang diperoleh.

5. Inovasi Produk

Sosialisasi, dan pelatihan dalam inovasi produk dilakukan melalui inovasi varian rasa, varian ukuran serta kemasan. Dan pendampingan dilakukan terhadap mitra untuk inovasi tersebut. Varian rasa menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk keripik tike yang biasanya hanya terdiri dari satu jenis rasa atau rasa original. Kemudian para pelaku usaha mencoba untuk menambah varian rasa produk keripik tike dengan rasa balado.

Dengan variasi rasa, variasi ukuran dan kemasan, produk keripik tike yang dihasilkan mampu berdaya saing untuk bertahan dan memperluas pangsa pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang dilaksanakan guna memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh mitra meliputi segi manajemen usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi. Kesimpulan yang menjadi hasil pelaksanaan kegiatan pada UMKM keripik tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kabupaten Serang ini sebagai berikut. Aspek pemasaran, pemahaman dan kemampuan mitra tentang penggunaan media yang digunakan dalam peningkatan pemasaran bertambah, baik melalui offline maupun online, dengan

memanfaatkan teknologi informasi dan penggunaan merk produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Aspek keuangan, pendampingan pembukuan keuangan sederhana yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mitra dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Aspek produksi, penciptaan inovasi produk keripik tike melalui varian rasa, varian ukuran dan kemasan, yang dilakukan bersama mitra mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mitra dalam pengembangan variasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Djuroto Totok dan Bambang Suprljidl. 2005. *Menulis Artikel dan Karya Ilmiah*. Bandung ; PT Remaja Roskadarya
- Hadiyati, E. 2008. Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Gajayana
- Prayitno, Harun Joko dkk. (ed). 2000. *Pembudayaan Penulisan Karya Ilmiah*. Surakarta Muhammadiyah Universitas Press.
- Universitas Bina Bangsa. 2021 *Panduan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) Bagi dosen*. Serang Banten