

TATA KELOLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KERUPUK IBU DAHLIA DESA JEJAWI OKI SUMATERA SELATAN

Gumar Herudiansyah¹⁾, Abid Djazuli²⁾, Fatimah³⁾, Gusmiatun⁴⁾, Yudha Mahrom DS⁵⁾, Helwan Kasra⁶⁾, Ahmad Ghiffari⁷⁾, Sulton Nawawi⁸⁾, Yulian Syahri⁹⁾, Bora Alviolosa¹⁰⁾, Agung Kurniawan¹¹⁾, Wiranto¹²⁾

^{1) 2) 3) 4) 5) 6) 7) 8) 9) 10) 11) 12)} Universitas Muhammadiyah Palembang

¹⁾gumarheru@gmail.com, ²⁾abid.djazuli1912@gmail.com, ³⁾fatimahma@yahoo.co.id,

⁴⁾gusmiatun69@yahoo.com, ⁵⁾yudhamahrom@gmail.com, ⁶⁾helwankasra1979@gmail.com,

⁷⁾diseritasi.hibah@gmail.com, ⁸⁾sulton.bio@gmail.com, ⁹⁾yuliansahri@gmail.com,

¹⁰⁾bora.alviolosa@gmail.com, ¹¹⁾agungkurniawan08523@gmail.com, ¹²⁾whierantoe@gmail.com

Diterima: 02 Desember 2023

Disetujui: 20 Januari 2024

Diterbitkan: 29 Januari 2024

Abstrak

Usaha mikro kerupuk Ibu Dahlia membutuhkan dukungan untuk mendapatkan produk kerupuk yang berkualitas baik, sehat dan laku dipasarkan. Beberapa masalah produksi dan manajemen menjadi kendala untuk mencapai tujuan diantaranya adalah pengeringan dimusim hujan, kurangnya pemahaman akan proses produksi pangan yang baik, pengemasan, pemanfaatan teknologi informasi, pembukuan dan legalitas izin usaha. Untuk mengatasi persoalan-persoalan tersebut dilakukan pendampingan dan pelatihan secara bertahap yang meliputi bidang aspek manajemen pemasaran, administrasi keuangan, manajemen mutu dan keuangan. Dari kegiatan pendampingan dan pelatihan ini, mampu melaksanakan fungsional manajemen yang lebih terstruktur dan baik meliputi pengelolaan keuangan, tata kelola sumber daya manusia, manajemen produksi, serta manajemen pemasaran yang lebih optimal bagi usaha mereka. Diharapkan dengan adanya perbaikan di sisi manajemen tata kelola dan pemasaran akan berdampak pada peningkatan produksi dan penjualan yang berujung kepada peningkatan kesejahteraan pelaku usaha rengginang.

Kata kunci: Pendampingan, Tata Kelola, UMKM

Abstract

Mrs. Dahlia's micro cracker business needs support to get good quality, healthy and marketable cracker products. Several production and management problems become obstacles to achieve goals, including drying in the rainy season, lack of understanding of good food production processes, packaging, use of information technology, bookkeeping and the legality of business permits. To overcome these problems, mentoring and training is carried out in stages covering aspects of marketing management, financial administration, quality management and finance. From these mentoring and training activities, they are able to carry out more structured and better management functions including financial management, human resource management, production management and more optimal marketing management for their business. It is hoped that improvements in management, governance and marketing will have an impact on increasing production and sales which will lead to an increase in the welfare of rengginang business actors.

Keywords: Mentoring, Governance, UMKM

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:*Gumar Herudiansyah**Bisnis Digital**Universitas Muhammadiyah Palembang**Email: gumarheru@gmail.com**Handphone: 082175422560*

DOI: 10.32502/se.v1i1.7784**Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendapat perhatian perhatian khusus dari Pemerintah, karena perannya menjadi penyangga ekonomi rakyat kecil. UMKM terbukti mampu memberikan dampak ekonomi secara langsung terhadap kehidupan masyarakat (Sarfiah et al., 2019), bahkan di tahun 2017 berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM devisa negara dari sektor UMKM mencapai Rp. 88,45 miliar. Besaran angka ini lebih besar delapan kali lipat dari tahun sebelumnya.

Pembangunan daerah yang optimal harus mempertimbangkan pencapaian signifikan, terutama di sektor perekonomian. Untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, perlu mengintegrasikan kemajuan tersebut ke dalam kerangka sistem modern, sehingga daerah tersebut dapat terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Fokus utama harus diberikan pada pengembangan usaha masyarakat, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). (Erliza, et al, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih menjadi alternatif penggerak perekonomian yang cukup efektif untuk menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat melalui pemberdayaan sumber daya lokal, seperti bahan baku, tenaga kerja, pengetahuan, dan teknologi. Dengan mengembangkan dan memberdayakan UMKM diharapkan mampu menghasilkan produk andalan yang berdaya saing untuk pasar yang lebih luas (Gumar HD, et al 2021).

Diperlukan pendampingan aktif dalam hal manajemen tata kelola Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberhasilan pengembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran dan informasi agar dapat bersaing secara global. Selama ini, tingkat kualitas sumber daya manusia atau pengelola di UMKM masih rendah, tercermin dari rendahnya kualitas produk, keterbatasan kemampuan untuk inovasi produk, lambannya adopsi teknologi, dan lemahnya manajemen usaha.

Dalam upaya mendukung kemajuan dan perkembangan usaha di desa, terutama yang berfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), diperlukan pendampingan manajemen tata kelola. Pendampingan ini akan dilakukan di Desa Air Itam, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat yang terlibat dalam UMKM, khususnya di bidang produksi kerupuk.

Pendampingan ini akan difokuskan pada UMKM kerupuk di Desa Air Itam. Hasil evaluasi tata kelola UMKM menunjukkan empat aspek yang perlu diperbaiki dan dikembangkan, yaitu:

- a. Produksi/operasional: Kemajuan produksi menghadapi berbagai kendala teknis dan teknologi, seperti kesulitan dalam menghasilkan produk usaha,

fluktuasi harga bahan baku yang tinggi sementara harga jual relatif rendah karena daya beli masyarakat yang rendah. Kreativitas dalam menciptakan produk baru juga terbatas.

- b. Keuangan: Pengelolaan keuangan usaha masih sederhana, bahkan belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Kondisi ini diperparah oleh kurangnya pencatatan transaksi keuangan, menyebabkan perputaran modal usaha tidak jelas dan tidak terkontrol, sehingga usaha berpotensi tutup karena kehabisan modal.
- c. Sumber daya manusia: Karyawan usaha umumnya memiliki tingkat pendidikan rendah, membatasi kemampuan dan wawasan mereka.
- d. Pemasaran: Lingkup pemasaran produk terbatas di antar desa maupun kecamatan, sulit untuk berkembang secara maksimal. Daya beli masyarakat yang rendah menyebabkan harga jual produk juga rendah. Pembelian secara kredit oleh konsumen juga menjadi faktor penghambat, karena perputaran dana menjadi lambat bahkan cenderung macet.

Oleh karena itu, perlu kiranya adanya kegiatan pendampingan mengenai manajemen tata kelola Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM) dan strategi pemasaran. Dipilihnya lokasi pendampingan di Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Dengan memuat pengamatan secara langsung pada UMKM Kerupuk Bu Dahlia yang ada di Desa Air Itam Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan.

Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara langsung adapun metode yang dilakukan adalah Observasi, Ceramah, dan Diskusi antaran tim dengan pihak-pihak dari UMKM seperti pemilik dan pekerja.

Observasi merupakan kegiatan peninjauan secara langsung ke lokasi UMKM dengan melihat kondisi tempat operasional UMKM itu sendiri.

Ceramah digunakan oleh tim untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan fungsional manajemen tata kelola UMKM yang meliputi manajemen keuangan, produksi, sumber daya, dan pemasaran.

Diskusi digunakan untuk mencari solusi dari berbagai permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil observasi sekaligus sebagai media memperdalam materi pembahasan yang didapatkan saat ceramah, diskusi dilakukan dalam bentuk tanya jawab dan diskusi setiap kelompok tim pendamping.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan selama 1 bulan yang diagendakan 1x dalam setiap minggu sebanyak 4x kegiatan mulai dari kunjungan untuk observasi, penyampaian materi ceramah, dan diskusi. Adapun agenda kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1 Jadwal Kegiatan Pendampingan UMKM Kerupuk Desa Jejawi

NO	KEGIATAN	FASILITATOR	WAKTU	PESERTA
1.	Observasi	Seluruh Tim	Sabtu 09.00 – 13.00	Pemilik UMKM (6 Orang)
2.	Materi Penyuluhan Keuangan dan SDM	Tim Keuangan, SDM, dan Mahasiswa	Minggu 13.00-16.00	Pemilik dan Pekerja (12 Orang)
3.	Materi Penyuluhan Produksi dan Pemasaran	Tim Produksi, Pemasaran dan Mahasiswa	Minggu 13.00-16.00	Pemilik dan Pekerja (12 Orang)

4.	Diskusi	Seluruh Tim	Minggu 13.00-16.00	Pemilik dan Pekerja (12 Orang)
----	---------	-------------	-----------------------	-----------------------------------

Hasil dan Pembahasan

Pemecahan masalah-masalah secara umum dilakukan dengan melakukan Observasi, Ceramah menggunakan pendekatan menggunakan metode Pendidikan Orang Dewasa (POD) dimana peserta dan fasilitator melakukan komunikasi dua arah, dan dilanjutkan diskusi antaran tim dengan pihak-pihak dari UMKM seperti pemilik dan pekerja.

Kegiatan di lapangan diawali dengan kunjungan ke tempat usaha pabrik kerupuk Bu Dahlia yang berlokasi di Desa Air Itman. Pada saat di lapangan, dilakukan interview dengan owner Bu Dahlia dan pekerja guna mendapatkan informasi gambaran kondisi tata kelola produksi dan pemasaran usaha kerupuk Bu Dahlia.



Gambar 1. Melakukan observasi kunjungan ke pabrik kerupuk bu Dahlia

Setelah dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh usaha kerupuk Bu Dahlia adanya kemampuan produksi yang rendah, minim pengetahuan dalam pengaturan biaya operasional dan belum tahu bagaimana mendapatkan solusi dalam meningkatkan penjualan.

Melakukan komunikasi interaktif kepada pemilik dan beberapa pekerja usaha kerupuk Bu Dahlia di Desa Air Itam Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Memberikan materi tentang bagaimana proses tata kelola dalam pengelolaan keuangan, tata kelola sumber daya manusia, manajemen produksi, serta manajemen pemasaran yang lebih optimal dan cocok untuk usaha kerupuk Bu Dahlia sehingga usaha kerupuk Bu Dahlia melakukan perubahan lebih baik lagi dalam melaksanakan fungsional manajemen yang lebih terstruktur.



Gambar 2. Melakukan Pendampingan Materi Tata Kelola UMKM**Tabel 2** Metode Pemecahan masalah Produksi, SDM, dan Pemasaran

Aspek Permasalahan	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan
Produksi	<p>Pembuatan kerupuk terkendala pada musim hujan</p> <p>Produk produksi (pengukusan) menggunakan peralatan seadanya, membutuhkan waktu yang lama</p> <p>Proses produksi dan pengemasan tidak menggunakan masker atau sarung tangan rentan terhadap kuman</p> <p>Lokasi produksi masih di dalam dapur rumah</p>	<p>Menyediakan mesin pengering berbasis bahan bakar ramah lingkungan</p> <p>Mengganti kukusan kecil dengan kukusan berkapasitas 5 kg berbahan aluminium</p> <p>Menyediakan sarung tangan dan masker</p> <p>Membuat pabrik khusus produksi kerupuk</p>
Laporan Keuangan	Ketiadaan aliran kas dan laporan keuangan mengakibatkan sulit mengevaluasi usaha yang dilakukan, apakah mendapatkan laba atau sebaliknya.	Pendampingan dan pelatihan untuk mitra membuat aliran kas dan laporan keuangan tahunan
Penentuan Harga	Mitra sulit menentukan harga produk; mitra diberikan pen-dampingan membuat analisis usaha mulai dari bahan baku, upah, susut barang, pembayaran jasa dan depresiasi harga	Pendampingan membuat analisis usaha dan penentuan harga produk
Kewirausahaan	Kurangnya kemampuan berwirausaha karena rendahnya wawasan untuk perencanaan, pengembangan usaha dan penguasaan teknologi; mitra diberikan motivasi secara persuasif, mengenai manfaat inovasi (difrensiasi produk) dan teknologi dalam pengembangan usaha, menumbuhkan kreatifitas, cara berwirausaha dengan baik.	Mitra memiliki inovasi dan kreativitas kewira-usahaan, adanya perencanaan target usaha
Legalitas Usaha	Usaha mitra tidak memiliki badan hukum, izin resmi Depeindag dan bersertifikat Dinas Kesehatan;	Memfasilitasi keinginan untuk menjadi usaha yang legal dan bertanggung-jawab dengan memiliki PIRT
Pendampingan peningkatan jumlah pelanggan dan promosi	Mitra sudah memiliki pelanggan tetap, dengan naiknya tingkat produksi target pelanggan harus ditambah yaitu konsumen: dari desa lain; kabupaten kota; pembuatan	Mitra diberi pelatihan tentang cara menarik pelanggan atau meningkatkan pelanggan baik secara langsung maupun online

	jaringan usaha	
Kemasan	Saat ini kerupuk hanya menggunakan kemasan sederhana; kerupuk harus dikemas dan memiliki label dengan kemasan plastik transparan dengan masa kadaluarsa, diberi merk dagang, informasi produk, dan didaftarkan ke Dinas terkait	Desain dan pembuatan kantong plastik kemasan yang ada cap, merk, label dan ijin (PIRT) Dinas Deperindag sebagai hasil usaha industri rumah tangga

Setelah dilakukan pemecahan masalah dengan melakukan pendampingan pada usaha kerupuk Bu Dahlia di Desa Air Itam Kecamatan Jejawi Kabupaten Oga Komering Ilir Sumatera Selatan, diharapkan pemilik dan pekerja akan memiliki kemampuan dalam menjalankan fungsi-fungsi tata kelola manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia dan manajemen pemasaran yang cocok dan kompetitif.

Simpulan

Setelah dilakukan pendampingan UMKM, kerupuk Bu Dahlia mulai melakukan pembenahan di sisi produksi, sumber daya manusia dan manajemen pemasaran. Produk kerupuk mulai diproduksi dan dipasarkan dengan model pesanan antar kabupaten atau dititipkan pada gerai warung yang ada di pasar. Higinitas menggunakan peralatan produksi dan pengemasan telah diperhatikan, dengan penggunaan masker, sarung tangan dan mengganti baskom daur ulang dengan baskom stainless atau plastik berbahan *polypropylene*. Pendampingan pembuatan laporan keuangan dirasakan saat bermanfaat dalam menentukan harga produk dan mendapatkan bantuan kredit modal kerja untuk pengembangan usaha.

Saran

Perlu dilakukan uji komposisi produk kerupuk dan pemanfaatan zat bahan pengawet untuk produk inovasi kerupuk yang sehat. Lebih dewasa dan bijaksana dalam menyikapi serta cepat mencari solusi dalam setiap permasalahan yang terjadi saat menjalankan dan mengembangkan usaha kegiatan pengabdian ini diharapkan ada keberlanjutan. Bisa dilaksanakan pendampingan secara berkala sampai benar-benar UMKM sudah bisa memaksimalkan manajemen tata kelola keuangan, manajemen tata kelola produksi, manajemen tata kelola sumber daya manusia, dan manajemen tata kelola pemasaran. Kepada perangkat desa untuk mengagendakan kembali kegiatan lanjutan dengan peserta semua UMKM yang ada di desa Air Itam, dengan fokus pada pendampingan manajemen pemasaran dengan belajar membuat desain kemasan, pajak usaha, dan pengurusan P-IRT. Kemudian para pelaku usaha mendapat pendampingan lagi, belajar cara memasarkan produk dengan memanfaatkan dunia digital dan mengupayakan produk UMKM bisa masuk dan bersaing di setiap mini market modern yang ada.

Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palembang dan UMKM

Kerupuk Bu Dahlia di Desa Air Itam Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Chandra dan Dadang Hermawan. (2013) E-BUSINESS & E- COMMERCE. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gumar Herudiansyah, Y. S. (2021). *Pedampingan Manajemen Tata Kelola Bumdes Dan Umkm Di Desa Payo Kecamatan Merapi Barat Kabupaten Lahat*. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat. 3 (2). 113-118.
- Gunawan Chakti, Andi. 2019. DIGITAL MARKETING. Makassar. Celebes Media Perkasa.
- R. Pradika dan D. Kristiastuti, "MANAJEMEN USAHA RUMAH TANGGA KERUPUK IKAN DAN RENGGINANG PARA MASYARAKAT DI DESA PABEYAN KECAMATAN TAMBAKBOYO KABUPATEN TUBAN," Boga, pp. 85-90, 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Imelda dan S. Rini, "PENINGKATAN KUALITAS PRODUK, PERLUASAN PANGSA PASAR DAN PERBAIKAN MANAJEMEN USAHA PADA HOME INDUSTRY RENGGINANG," UDAYANA MENGABDI, pp. 98-105, 2016.
- M. Candra dan G. Herudiansyah, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Total Pembiayaan Perbankan Syariah Yang Dimediasi Oleh Variabel Aset," Inspirasi Bisnis dan Manajemen, pp. 117-128, 2018. N.
- N. Wijayanti, Titik. 2012. Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah. Jakarta. Bumi Aksara.