
PKMS Pelatihan Usaha dan Pemasaran Produk UKM Keripik Tempe '86'

Muhammad Tahwin, M. Zaky Wahyuddin, A. Aviv Mahmudi

STIE YPPI Rembang

tahwinm@yahoo.co.id

Key word:

Training;
accompanying;
market share;
tempe chips

Abstract

The program of stimulus community partnership aims to expand the market share and develop the human resources quality for the partner, it is the UKM of Keripik Tempe '86', Tahunan Village, Sale District, Rembang Regency. The activities carried out including training, facilitating and accompanying. Training is carried out in two stages. The first training stage includes the material such as, business management, financial administration, business motivation, product packaging, product photograph techniques, and product innovation. The second training stage includes the material such as, e-commerce, making data base and sales transaction. Facilitation program is carried out by facilitating web creation. Activity for expanding market share is carried out by PKMS team with the purpose that the partner is able to manage web in order to expand the market share, also able to carry out financial administration well. The result of the activity shows that: (1) There is an enhancement of partnership managerial capability from business management or financial administration, (2) Partner is able to manage e-commerce media to input product data, and sales transaction, (3) Partner has capability to carry out online selling transaction.

Kata Kunci

Pelatihan;
pendampingan;
market share;
keripik tempe

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia pada mitra yaitu UKM Keripik Tempe '86' di Desa Tahunan, Kecamatan Sale, Kabupaten Rembang. Kegiatan yang dilaksanakan mencakup pelatihan, fasilitasi dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap. Pelatihan Tahap I dengan materi yaitu manajemen usaha, administrasi keuangan, motivasi usaha, packaging produk, teknik fotografi produk dan inovasi produk. Pelatihan Tahap II dengan materi meliputi e-commerce, membuat data base dan transaksi penjualan. Program fasilitasi dilakukan dengan memfasilitasi pembuatan web. Kegiatan pendampingan dilakukan oleh Tim PKMS dengan tujuan agar mitra mampu mengelola web untuk memperluas pangsa pasar serta mampu melaksanakan administrasi keuangan dengan baik. Hasil kegiatan menunjukkan (1) Adanya peningkatan kemampuan manajerial mitra dari sisi manajemen usaha maupun administrasi keuangan, (2) Mitra mampu mengelola media e-commerce untuk menginput data produk, dan transaksi penjualan, (3) Mitra memiliki kemampuan melakukan transaksi penjualan secara online

PENDAHULUAN

Desa Tahunan merupakan salah satu desa di Kecamatan Sale Kabupaten Rembang yang saat ini masih tergolong desa miskin. Desa Tahunan terletak di ujung selatan Kecamatan Sale tepatnya di sebelah selatan dari pusat Kabupaten Rembang. Jarak Desa Tahunan dengan pusat Kota Rembang sejauh ± 60 KM. Desa Tahunan memiliki luas 1.647,730 Ha dengan jumlah penduduk ± 6.078 jiwa dengan 1.828 kepala keluarga. Sebagian besar penduduk lulusan SMP/SLTP dan SMA, penduduk yang lulusan pendidikan tinggi \pm hanya 71 orang. Mata pencaharian penduduk sebagian besar $\pm 60\%$ adalah buruh tani, sedangkan 20% bermata pencaharian petani, sisanya terdiri dari karyawan, PNS, TNI, Pertukangan dan sangat minim sekali yang bekerja sebagai wirausaha (Monografi Desa Tahunan, 2017).

Tempe merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Rembang, yang keberadaannya terus dikembangkan oleh pemerintah daerah. Desa Tahunan juga memiliki potensi sebagai salah satu penghasil produk tempe serta hasil olahan tempe diantaranya berupa keripik tempe. Jumlah pengrajin keripik tempe di Desa Tahunan ± 6 pengrajin yang tersebar di masing masing pedukuhan. Salah satu UKM kripik tempe di Desa Tahunan adalah UKM Keripik Tempe '86'. UKM Keripik Tempe

'86' telah mampu membuat keripik aneka rasa diantaranya original, balado, keju, jagung bakar dan BBQ. UKM Keripik Tempe '86' memperkerjakan 4 orang karyawan di bidang produksi. Sedangkan pemilik usaha berperan dalam pengelolaan manajemen usaha (pembukuan keuangan dan pemasaran). Adapun area pemasaran Keripik Tempe '86' meliputi Kecamatan Sale, Jatirogo Kabupaten Tuban serta beberapa daerah lainnya.

Dalam perkembangannya UKM Keripik Tempe '86' juga menghadapi permasalahan berkaitan dengan kurangnya strategi pemasaran serta dukungan media pemasaran. Pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional yaitu memasarkan produk keripik tempe secara langsung pada konsumen. Informasi produk pada konsumen dilakukan dengan teknik WOM (*Word of Mouth*)/ informasi dari mulut ke mulut serta pemanfaatan media sosial (facebook, instagram). Selain itu pemilik UKM juga belum memiliki ketrampilan pengelolaan keuangan berbasis komputerisasi, serta masih lemahnya motivasi dalam peningkatan dan pengembangan usaha.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa UKM Keripik Tempe '86' memiliki permasalahan yang harus segera diselesaikan yaitu:

1. Permasalahan Pemasaran

Sumber daya manusia pada mitra yaitu UKM Keripik Tempe '86' belum memiliki kemampuan untuk menerapkan teknologi pemasaran yang berbasis online, karena keterbatasan kemampuan. Mitra telah memiliki perangkat teknologi yang memungkinkan untuk pemanfaatan pemasaran secara online, yaitu seperangkat laptop dan jaringan internet yang memadai. Mitra masih melakukan pemasaran secara langsung pada konsumen di pasar Sale, Jatirogo dan Tuban. Mitra belum memiliki media online untuk memberikan informasi produk, yang mendukung pemasaran dan penjualan produk.

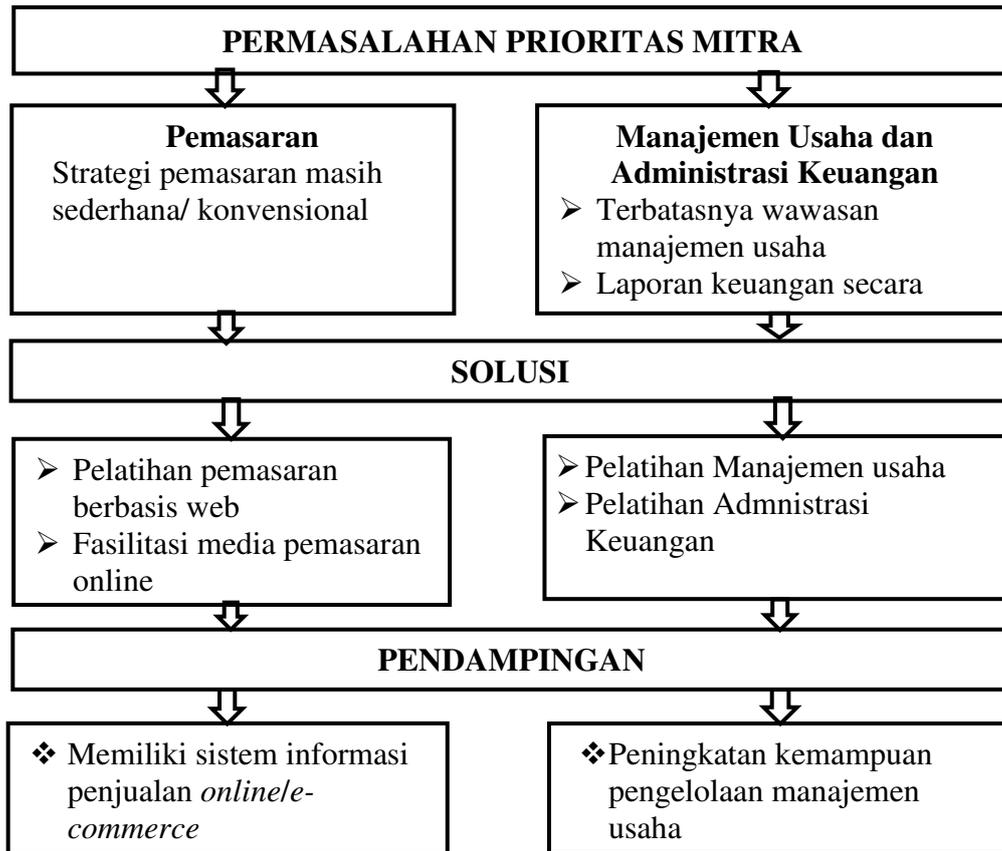
2. Manajemen Usaha dan Administrasi Keuangan

Mitra sudah memiliki kemampuan yang baik dari sisi manajerial, akan tetapi

perlu peningkatan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan berbasis komputerisasi. Kemampuan pengelolaan berbasis komputerisasi akan memudahkan dalam pencatatan dan pembukuan laporan keuangan..

METODE PEMECAHAN MASALAH

Permasalahan yang telah disepakati oleh Tim Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) dan mitra untuk segera diselesaikan adalah: (1) Permasalahan pemasaran (2) Permasalahan manajemen usaha dan administrasi keuangan. Adapun solusi yang ditawarkan sesuai dengan permasalahan prioritas yang disepakati tersebut disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode dan Solusi yang ditawarkan dalam penyelesaian masalah

Berdasarkan kerangka pemecahan masalah prioritas mitra maka tahapan pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei pada mitra UKM Keripik Tempe '86' Desa Tahunan.

Tahapan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran serta mengetahui lebih jelas tentang permasalahan yang dihadapi oleh mitra terutama permasalahan pemasaran serta permasalahan lain yang berkaitan dengan manajemen usaha dan pengelolaan laporan keuangan.

2. Fasilitasi media pemasaran *online/e-commerce*

Tim memberikan fasilitasi media pemasaran *online/e-commerce*. Melalui media pemasaran *online* diharapkan mitra mampu memperluas pangsa pasar serta mampu meningkatkan omset penjualan. Target peningkatan penjualan $\pm 25\%$ setiap bulan, sehingga mampu memberikan peningkatan keuntungan $\pm 15\%$ setiap bulan.

3. Pelatihan pemasaran berbasis web.

Pada tahap ini tim PKMS memberikan pelatihan manajemen pemasaran modern

serta pembelajaran tentang pemanfaatan media pemasaran *online/e-commerce*. Pelatihan yang dilakukan mencakup pelatihan *e-commerce*, membuat data base dan transaksi penjualan.

4. Pelatihan manajemen usaha dan administrasi keuangan.

Tahap ini adalah melakukan pelatihan peningkatan kualitas SDM/mitra yaitu pelatihan manajemen usaha, administrasi keuangan, motivasi usaha, *packaging* produk, teknik fotografi produk dan inovasi produk.

Melalui manajemen usaha, motivasi usaha, *packaging* produk dan inovasi produk diharapkan mitra mampu mengembangkan usaha, serta memiliki kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan produk. Dalam pelatihan administrasi keuangan dikenalkan pengelolaan keuangan menggunakan komputerisasi, dengan maksud mitra dapat memperbaiki pengelolaan laporan keuangan yang selama ini dilakukan secara manual. Materi teknik fotografi produk diberikan dengan harapan mitra mengetahui cara pengambilan foto untuk mendukung kegiatan pemasaran.

5. Pendampingan dan evaluasi.

Tim PKMS akan melakukan evaluasi kegiatan, terutama dari sisi penyerapan materi bagi mitra, serta mengevaluasi

pemanfaatan media pemasaran *online*. Melalui evaluasi ini, tim akan memberikan masukan dari program yang telah dijalankan. Selain itu tim PKMS juga memberikan masukan dan solusi terhadap mitra berkaitan dengan kendala-kendala yang dihadapi.

Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas permasalahan mitra adalah:

1. Fasilitas media pemasaran *online/e-commerce* untuk menunjang pemasaran dan penjualan.
2. Menyelenggarakan pelatihan pemasaran berbasis web.
3. Meyelenggarakan pelatihan manajemen usaha serta pengelolaan laporan keuangan yang terkomputerisasi.

Menyelenggarakan pendampingan dalam mengatasi permasalahan pemasaran serta pengelolaan manajemen usaha dan administrasi keuangan

HASIL

Pelatihan

Kegiatan pelatihan PKMS untuk UKM Keripik Tempe '86' dilaksanakan terbagi dalam Tahap I dan Tahap II.

1. Pelatihan Tahap I

Dalam pelatihan Tahap I materi yang diberikan adalah: manajemen usaha, administrasi keuangan, motivasi usaha,

packaging produk, teknik fotografi produk dan inovasi produk.

a. Pelatihan Manajemen Usaha

Pelatihan manajemen usaha dilaksanakan dengan maksud agar mitra mengetahui dan memahami mengelola usaha keripik tempe menggunakan manajemen usaha yang baik. Hasil pelatihan menunjukkan adanya kesadaran mitra untuk mulai memahami perbedaan tugas dan fungsi sebagai pemilik dan pengelola usaha. Selanjutnya mitra juga sudah dapat membedakan antara kepentingan pribadi dan usaha.

b. Pelatihan Administrasi Keuangan

Pelaksanaan pelatihan administrasi keuangan berdasarkan kondisi faktual mitra yaitu pencatatan transaksi keuangan yang dilakukan secara manual serta belum tertib dan teratur. Sehingga setelah pelatihan diharapkan mitra dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai dokumen keuangan yang lebih tertib, teratur dan lebih lengkap. Hasil pelatihan menunjukkan mitra sudah mulai memahami pentingnya pengelolaan keuangan usaha serta memisahkannya dengan keuangan pribadi. Mitra juga mulai menyadari pentingnya melakukan pengeluaran

secara bijak, mengontrol arus kas serta pentingnya dana cadangan.

c. Pelatihan Motivasi Usaha

Pelatihan motivasi usaha dimaksudkan untuk menumbuhkan semangat berwirausaha dari mitra. Hasil pelatihan menunjukkan adanya sikap positif mitra menghadapi peluang dan tantangan dalam mengembangkan usahanya

d. Pelatihan *Packaging* Produk

Pelatihan *packaging* produk dalam PKMS ini dianggap penting karena sangat mendukung dalam kegiatan pemasaran produk. Dengan *packaging* produk yang baik akan menumbuhkan minat konsumen untuk melihatnya sehingga akan tertarik untuk membelinya. Hasil pelatihan menunjukkan mitra menyadari pentingnya *packging* dan *labeling* produk. Mitra sudah mulai tergerak untuk memperbaiki *packaging* dan label produk.

e. Pelatihan teknik fotografi produk

Pelatihan teknik fotografi produk dilaksanakan untuk memberikan bekal dasar bagi mitra untuk dapat memfoto produknya dengan baik. Dengan hasil foto yang baik akan membantu pemasaran karena foto produk yang dihasilkan menjadi lebih menarik. Hasil pelatihan

menunjukkan mitra sudah dapat memfoto produknya lebih atraktif dan variatif walaupun menggunakan kamera *handphone*.

f. Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan inovasi produk adalah dengan tujuan memberikan pemahaman kepada mitra bahwa untuk mempertahankan usaha dan mengembangkan usahanya maka harus selalu berpikir inovatif/kreatif. Hasil pelatihan menunjukkan mitra sudah mempunyai gambaran untuk menambah varian keripik tempe sehingga akan mampu menarik konsumen untuk membelinya.



Gambar 2. Pelatihan Tahap I



Gambar 3. Pelatihan Tahap I

2. Pelatihan Tahap II

Pelaksanaan pelatihan tahap II dilaksanakan dengan materi yang disampaikan adalah: *e-commerce*, membuat *data base* dan transaksi penjualan.

a. Pelatihan *E-Commerce*

Pelatihan *e-commerce* dipilih dengan alasan karena minimnya pengetahuan mitra tentang adanya *e-commerce* yang dapat digunakan sebagai media transaksi jual beli secara *online* dengan konsumen tanpa melalui perantara. Kegiatan pemasaran yang sebelumnya masih secara langsung pada konsumen, maka dengan adanya pelatihan *e-commerce*, mitra dapat mengembangkan wilayah pemasaran lebih luas lagi dengan harapan akan meningkatkan omset penjualan. Hasil pelatihan menunjukkan mitra telah memiliki pemahaman pentingnya media *online*, untuk memperluas pangsa pasar, serta pemanfaatan media sosial sebagai terobosan dalam pemasaran.

b. Pelatihan Membuat Data Base

Pelatihan membuat data base dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi tingkat dasar pemilik UKM keripik tempe dalam

mengelola data base pada website. Hasil pelatihan membuat data base adalah pemilik UKM kripik tempe 86 memiliki kemampuan dasar dalam mengelola data base pada *e-commerce*. Selain itu pemilik UKM juga mampu mengelola media *e-commerce* tersebut untuk menginput data produk, dan transaksi penjualan.

c. Pelatihan Transaksi Penjualan

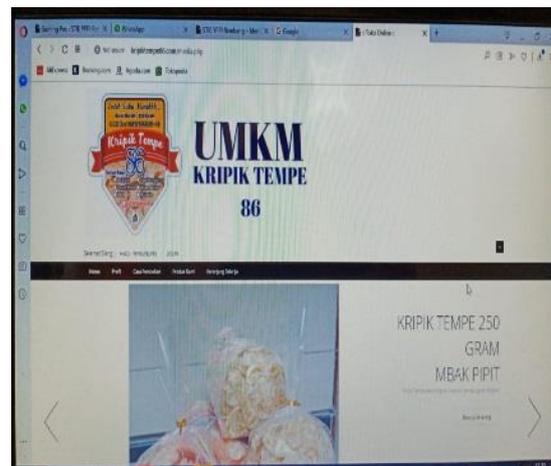
Pelatihan transaksi penjualan dilaksanakan agar pemilik UKM kripik tempe mampu melakukan transaksi penjualan secara *online*. Hasil dari pelatihan adalah pemilik UKM kripik tempe 86 memiliki kemampuan melakukan transaksi penjualan secara *online*, mampu membuat *link* dengan jasa pengiriman, serta dapat melakukan kontrol langsung terhadap stok barang yang ada melalui media *e-commerce* dari transaksi penjualan yang telah dilakukan.



Gambar 4. Pelatihan Tahap II

Fasilitasi Web

Program fasilitasi ini dilakukan karena adanya keterbatasan dari mitra. Mitra saat ini belum mempunyai web. Sehingga untuk pemasaran berbasis web, maka mitra harus mempunyai web. Selain itu dengan mempunyai web, maka mitra dapat melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Dengan kondisi ini secara otomatis akan meningkatkan dan memperluas pangsa mitra. Adapun domain kripik tempe 86 adalah kripiktempe86.com.

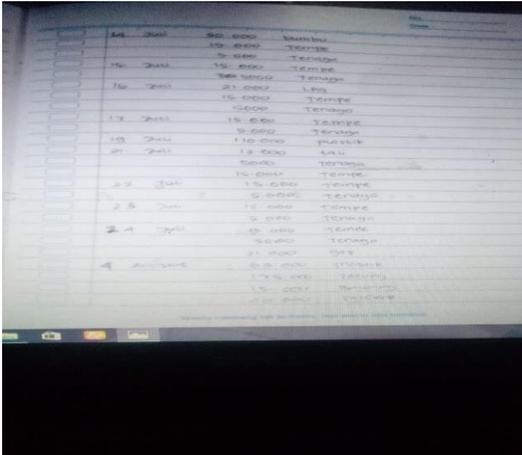


Gambar 5. Web UKM Keripik Tempe '86'

Pendampingan

1. Bidang Administrasi Keuangan

Hasil pendampingan adalah UKM Keripik Tempe '86' saat ini telah mulai melakukan pencatatan transaksi dari catatan yang ditulis dalam notes/buku kecil sudah langsung dipindahkan ke komputer dengan program excel.



Gambar 6. Catatan Keuangan Sebelum Pendampingan

No	Tanggal	Keterangan	DEBIT	KREDIT	SALDO
1	4	Kas	1,566,000.00		Rp1,566,000.00
		Pemb. Plastik		63,000.00	Rp1,503,000.00
		Pemb. Tepung		175,000.00	Rp1,328,000.00
		Pemb. Bawang		115,000.00	Rp1,213,000.00
		Pemb. Sticker		40,000.00	Rp1,173,000.00
2	3	Penj. 25 bungkus	375,000.00		Rp1,548,000.00
3	7	penj. 3 bungkus	45,000.00		Rp1,593,000.00
4	9	Penj. 16 bungkus	219,000.00		Rp1,812,000.00
5	10	Penj. 4 bungkus	60,000.00		Rp1,872,000.00
6	17	Penj. 4 bungkus	60,000.00		Rp1,932,000.00
7	18	Penj. 10 bungkus	150,000.00		Rp2,082,000.00
8	19	Pemb. Tempe		15,000.00	Rp2,067,000.00
9		Beban Gaji		5,000.00	Rp2,062,000.00
10	21	penj. 13 bungkus	180,000.00		Rp2,242,000.00
11	23	penj. 10 bungkus	135,000.00		Rp2,377,000.00
12	25	pemb. tempe		20,000.00	Rp2,357,000.00
13		beban gaji		10,000.00	Rp2,347,000.00
14		penj. 8 bungkus	120,000.00		Rp2,467,000.00
15	26	penj. 2 bungkus	30,000.00		Rp2,497,000.00
16	28	penj. 20 bungkus	300,000.00		Rp2,797,000.00
		Total	1,674,000.00	443,000.00	

Gambar 7. Catatan Keuangan setelah Pendampingan

2. Pengelolaan Web

Hasil pendampingan adalah UKM Keripik Tempe '86' sudah mulai dapat mengupdate isi web dan melakukan transaksi penjualan.

3. Packaging Produk

Hasil pendampingan adalah UKM Keripik Tempe '86' sudah memperbaiki packaging produk sebagaimana



Gambar 7. Kemasan Keripik Sebelum Pendampingan



Gambar 8. Kemasan Keripik Setelah Pendampingan

KESIMPULAN

Dari hasil program PKMS UKM Keripik Tempe '86' dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pelatihan manajemen usaha, administrasi keuangan, motivasi usaha, *packaging* produk dan inovasi produk dapat meningkatkan kemampuan manajerial mitra.
2. Pelatihan *le-commerce*, membuat data base, teknik fotografi produk dan transaksi penjualan dapat memperluas wilayah pemasaran mitra.
3. Adanya peningkatan penjualan dari proses pemasaran online melalui social media dan *marketplace*

SARAN

Untuk memperluas pangsa pasar maka UKM Keripik Tempe '86' harus aktif mengelola web. Selain itu untuk pengembangan selanjutnya diperlukan komunikasi dan peran aktif *stakeholders*.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. DRPM Kemenristek Dikti yang telah mendanai kegiatan PKMS ini.
2. Drs. Muhammad Asrori, M.Si., Ketua STIE YPPI Rembang.
3. Anik Nurhidayati, SE., MM., Ketua LPPM STIE YPPI Rembang.
4. Kepala Desa Tahunan Kec. Sale Kab. Rembang
5. Pemilik UKM Keripik Tempe '86'

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, D. (2003). Pengenalan pemrograman E-commerce Dengan PHP dan MySQL. *Jakarta: Ilmu Komputer. com.*
- MAHMUDI, A. A., & TAHWIN, M. (2016). Penentuan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Kombinasi Metode AHP dan TOPSIS (Studi Kasus Kabupaten Rembang). *Jurnal Informatika Upgris, 2(2).*
- Pratama, I.P.A.E. 2015. E-Commerce, E-Business dan E-Commerce Berbasis Open Source, Informatika, Bandung.
- Pemerintah Desa Tahunan. 2017. Monografi Desa Tahunan 2017
- Rahmana, A. (2009). Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah..
- Suryadi, G., Hiryanto, L., & Tumbelaka, B. (2013). Implementasi Web Service Untuk Mobile Commerce. *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi, 1(1), 73.*