
PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS DIGITAL PADA UMKM KRUPUK BAWANG DI MOJOSARI

Aditya Surya Nanda¹, Fitryani²

¹Universitas Wijaya Putra

² Universitas Wijaya Putra

adityasurya@uwp.ac.id, fitryani@uwp.ac.id

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk mendorong usaha pembuatan krupuk bawang merupakan usaha rumahan yang banyak dilakukan oleh masyarakat di Mojosari. Permasalahan yang dihadapi Mitra yakni kondisi persaingan yang ketat menuntut usaha pembuatan krupuk bawang untuk aktif dalam melakukan terobosan dan inovasi dan branding terhadap produk, hal ini dilakukan agar produk krupuk bawang tetap diminati oleh konsumen rumah makan serta dapat dengan mudah di order kembali jika konsumen merasa cocok dengan rasa krupuk bawang. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pendampingan kepada mitra yang berada di kecamatan Mojosari. Pelaksanaan dimulai dengan observasi pada mitra hingga pemasaran serta pelatihan pengelolaan keuangan. Luaran adalah solusi atas permasalahan yang sedang terjadi, publikasi ilmiah melalui jurnal Sinta, peningkatan kualitas dan kuantitas manajemen usaha dan produk, peningkatan penerapan IPTEK, serta peningkatan nilai mitra dari segi ekonomi maupun sosial. Hasil pemberdayaan menunjukkan, pendampingan tentang pengelolaan keuangan yang baik dari usaha mereka (mulai dari proses pengelolaan produksi, pembukuan sederhana, pemasaran efektif dan inspirasi penegusaha sukses) dengan mendatangkan para pakar yang kompeten untuk mendongkrak usaha mereka. Pendampingan yang dilakukan kepada mitra untuk memasarkan produk secara *online* mampu meningkatkan jangkauan pasar lebih luas. Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini menghasilkan peningkatan varian dan kualitas produk krupuk bawang lebih baik. Kemasan dan label produk krupuk bawang lebih baik. Peningkatan kemampuan pemasaran digital secara sederhana. Pendampingan pembukuan sederhana yang diberikan kepada mitra mampu diaplikasikan dengan baik pada usaha krupuk bawang, sehingga produk yang diproduksi menjadi produk yang layak jual dan berkualitas.

Kata Kunci : Pemberdayaan Masyarakat, UMKM, Krupuk Bawang, Berbasis Digital

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan jalan untuk meningkatkan manfaat yang terencana, konsisten dan keberlanjutan. Kelompok UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro) adalah subjek pembangunan ekonomi, sehingga sangat penting

untuk ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya, karena dengan adanya UMKM ini sanggup menggerakkan ekonomi seluruh lapisan masyarakat. Situasi Mojosari didominasi oleh wilayah yang cukup padat penduduk, terdapat sekitar 19 desa, dan termasuk daerah yang sangat potensial untuk pertanian dan perkebunan, wilayah Mojosari

berbatasan langsung dengan Sidoarjo. keberadaan pasar menjadi pusat ekonomi masyarakat, sehingga banyak jenis usaha disana, tak terkecuali kerupuk bawang, yang turut mengambil bagian dalam pertumbuhan ekonomi daerah Mojokerto. Mitra PKM CSR memahami bahwa dalam meningkatkan usaha krupuk bawang dibutuhkan *effort* yang sangat tinggi sehingga dapat diterima oleh konsumen, kualitas menjadi bagian yang sangat penting dan merupakan cara yang sangat penting untuk dikembangkan lebih dalam lagi

UMKM bidang kuliner adalah kelompok usaha yang terus semakin tumbuh pesat, diperlukan dorongan yang kuat agar bisa membawa manfaat positif kegiatan pembuatan krupuk bawang banyak dilakukan oleh pengusaha rumahan, karena konsumen krupuk bawang sangat bervariasi mulai dari kalangan keluarga dan warung-warung rumah makan. Persaingan pada bisnis krupuk bawang cukup ketat, ditandai dengan semakin bermunculannya usaha serupa. Pelaku usaha pada bisnis ini dituntut untuk banyak belajar tentang proses dan persoalan mengenai pemasaran produk, serta memahami seluk beluk pembuatan dan inovasi dari berbagai macam varian krupuk bawang. Karena saat ini krupuk bawang yang ditawarkan di pasar sangat menarik selera konsumen dan di kemas menarik serta diberi label yang menarik. Namun untuk tetap bertahan di pasar, dibutuhkan kemampuan untuk memasarkan produk dengan baik serta sistem branding yang tepat.

Urgensi dalam meningkatkan kualitas UMKM kerupuk bawang mendorong peningkatan usaha sehingga mitra dapat merasakan manfaat jangka panjang yang dilakukan oleh pelaksana PKM-CSR, literasi digital adalah solusi untuk meningkatkan kapasitas usaha krupuk bawang, namun sebelum masuk ke rana digital, terlebih dahulu mitra memahami beberapa komponen dasar yang digunakan untuk meningkatkan potensi yang dimiliki oleh UMKM krupuk bawang ini yakni:

Faktor penting dalam menjalankan bisnis ini lebih banyak mengandalkan dari modal sendiri, atau meminjam dari keluarga, kerabat, atau kenalan. Selain itu juga berasal dari uang muka pemesan. Sedangkan untuk bisa mendapatkan sumber pendanaan dari lembaga keuangan formal seperti bank atau lembaga keuangan mikro, masih sulit.

Karena pada umumnya lembaga keuangan formal mensyaratkan adanya kelengkapan administrasi (Kementrian Perdagangan, 2013).

Usaha kecil ini tidak pernah melakukan pencatatan laporan keuangan secara sistematis. Karena tidak memiliki kemampuan untuk menyusun laporan keuangan. Catatan hanya dibuat sekedarnya sehingga kemajuan usahanya sulit diketahui dan diukur.

No.	Aspek Permasalahan	Permasalahan	Solusi
1	Produksi	Varian dan rasa dari krupuk bawang masih terlalu umum digunakan oleh kompetitor	Membantu memberikan referensi krupuk bawang beraneka varian rasa
2	Pemasaran	Mitra tidak menguasai saluran distribusi dan lemah dalam hal pemasaran	Pembinaan kepada mitra mengenai promosi melalui berbagai media daring
3	Keuangan	Mitra tidak memiliki kemampuan untuk menyusun laporan keuangan secara runtut dan terperinci	Pelatihan pembukuan secara sederhana kepada mitra dimulai secara sederhana dan digital

Tabel 1 (Permasalahan Mitra)

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra:

1. Pendampingan kewirausahaan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menjalankan usaha. Materi kewirausahaan yang diberikan mencakup konsep dasar kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, motivasi kewirausahaan, serta usaha kecil (Hamid & Susilo, 2015)
2. Pembuatan desain kemasan produk krupuk bawang ditujukan untuk peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai produk dan juga lokasi dan nomor yang dapat dihubungi ketika konsumen ingin melakukan pembelian secara berulang.
3. Pelatihan manajemen pemasaran ditujukan kepada peningkatan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang pemasaran. Materi pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran (Balqis & Sartono, 2020)

4. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai arti pentingnya laporan keuangan, selain itu untuk menanamkan kesadaran kepada usaha kecil penghasil roti dan krupuk bawang bahwa penyusunan laporan keuangan adalah merupakan kebutuhan dan unsur penting untuk mengetahui kemajuan usaha (Sarinah et al.,2019)

METODE

Metode pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat menggunakan beberapa strategi dalam pelaksanaan program PKM-CSR, dengan tujuan untuk memberikan tahapan-tahapan pemahaman dan mempraktekkan pelaksanaan yang dilakukan oleh Mitra, diantaranya adalah:

1. Pendampingan peningkatan keterampilan dan manajemen pemasaran pada usaha rumahan krupuk bawang. Mitra pengusaha krupuk bawang membutuhkan pemahaman akan pentingnya mendorong peningkatan usaha, sehingga dalam pendampingan akan terjadi tukar pikiran. Pendampingan kewirausahaan yang diberikan mencakup konsep dasar kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, motivasi kewirausahaan, serta usaha kecil. Diskusi kewirausahaan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajerial dalam menjalankan usaha.
2. Pembuatan desain kemasan ditujukan kepada peningkatan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang pembuatan kemasan dan branding produk. Materi pelatihan mencakup mengetahui aplikasi yang digunakan untuk membuat desain kemasan sekaligus cara ,mengoperasikan aplikasi tersebut. Tahapan metode ini akan mendorong mitra untuk lebih dikenal produknya menggunakan desain

kemasan yang menarik sangat berpotensi untuk mendorong kenaikan pelanggan secara efektif.

3. Pelatihan manajemen pemasaran ditujukan kepada Mitra untuk peningkatan pemahaman

Gambar 1 Produk Krupuk Bawang Sebelum Pelatihan

dan pengetahuan dalam bidang pemasaran. Materi pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran.

4. Mempraktekkan langsung bagaimana cara memulai pelatihan peningkatan keterampilan dan manajemen pemasaran pada usaha rumahan penghasil krupuk bawang. Pelatihan ini diikuti oleh mitra kami ibu Muhaimin yang berada di Mojosari Kab. Mojokerto. Kegiatan ini melibatkan tim pelaksana dan mahasiswa dalam upaya menjalin kerjasama dengan masyarakat setempat
5. Pelatihan Penyusunan laporan keuangan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai arti pentingnya laporan keuangan, selain itu untuk menanamkan kesadaran kepada usaha kecil penghasil krupuk bawang bahwa penyusunan laporan keuangan adalah merupakan kebutuhan dan unsur penting untuk mengetahui kemajuan usaha. Pengabdian peningkatan keterampilan dan manajemen pemasaran pada usaha rumahan penghasil krupuk bawang, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan di Mojosari Kabupaten Mojokerto.

Pelaksanaan program PKM-CSR yang dilakukan menyampaikan evaluasi terhadap hasil pelatihan yang dilakukan dan dampak yang dirasakan oleh mitra, evaluasi yang dilakukan bukan hanya semata untuk mengukur usaha Mitra secara keberlanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pada mitra UMKM menciptakan pola peningkatan



Gambar 3 Krupuk Bawang dengan Kemasan dan Varian Terbaru

produktivitas dan perkembangan usaha, hal tersebut sesuai dengan kegiatan yang dilakukan, berdasarkan hasil tersebut maka diperoleh, Mitra menggunakan plastik yang sederhana tanpa disadari dengan kemasan sederhana akan memposisikan produk sebagai produk biasa bukan unggulan. Penggunaan desain kemasan yang baik pasti akan membuat pelanggan semakin tertarik terhadap produk yang dijual

Peningkatan kualitas produk krupuk bawang merupakan komponen yang penting dalam meningkatkan kualitas produk, sebelum masuk ke peningkatan keterampilan pelaksana melakukan diskusi dengan mitra untuk mengetahui seberapa paham dan apa yang dibutuhkan oleh mitra dalam peningkatan usahanya. Produk krupuk bawang pada gambar 1 diatas masih sangat tradisional, dengan menjual produk sangat sederhana, menggunakan plastik tipis dengan biaya yang terjangkau, dampak buruk yang terjadi adalah ketahanan produk masih tergolong rendah, maksimal bertahan 3-4 hari, lebih dari itu sangat berpotensi untuk melempem, sehingga pelanggan tidak akan membeli produk yang sudah tidak layak konsumsi. walau lebih murah akan tetapi ketahanan produk jangka panjang sulit untuk didapatkan.

Setelah mendapatkan pelatihan, Mitra jadi lebih paham terkait ketahanan produk sehingga menggunakan plastik kemasan yang lebih tebal dan dikemas lebih menarik, sehingga konsumen akan menyukai produk yang dijual, harga yang ditawarkan lebih tinggi, akan tetapi produk yang dikemas apik, lebih tahan lama dan pastinya dapat diberi varian rasa yang lebih banyak.



Gambar 2 Desain Label Kemasan Krupuk Bawang

Tahap berikutnya manajemen pemasaran adalah langkah selanjutnya dalam pengabdian masyarakat, sebagai cara untuk meningkatkan hasil penjualan maka yang dilakukan oleh mitra adalah dengan cara menggunakan media sosial maupun perangkat digital lain untuk mendorong supaya masyarakat lebih mengenal produk krupuk bawang. Selain itu agar kepercayaan pelanggan meningkat maka akses untuk mendapatkan informasi terkait produk yang dijual menggunakan desain kemasan yang paling menonjol dalam sebuah produksi. Mitra menggunakan kemasan.

Pelatihan keuangan dalam penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan secara sederhana mampu mendorong pentingnya pencatatan dan histori dari kegiatan usaha. Pencatatan keuangan secara sederhana dilakukan sebagai upaya awal sebelum masuk ke ranah digital, yakni menggunakan perangkat smartphone dalam melakukan pencatatan keuangan. urgensinya adalah dengan menggunakan smartphone maka akan lebih mudah karena banyak software yang menyediakan kemudahan dalam melakukan pencatatan secara digital. Permasalahan klasik usaha UMKM adalah bagaimana jiwa kewirausahaan yang masih sangat tradisional, sehingga yang dilakukan berikutnya adalah mendorong peningkatan manajerial terutama dalam pelatihan keuangan dan menjalankan usaha, dengan adanya pelatihan keuangan maka akan terbentuk semangat berwirausaha, mendorong kreativitas serta inovasi yang suatu saat mampu meningkatkan kapasitas usaha mitra. Langkah ini digalakkan dengan baik sehingga dapat tercapai apa yang diharapkan dalam proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Evaluasi

Tahap Selanjutnya adalah evaluasi yang diberikan mengenai hasil yang diperoleh yakni: Permasalahan yang dihadapi mitra pemberdayaan masyarakat merupakan permasalahan klasik yang dihadapi UMKM saat ini, ditengah kemajuan informasi menjadi potensi yang harus mampu dikembangkan dengan optimal, segala upaya diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan terkait produk, kualitas, pemasaran, serta keuangan yang dimiliki oleh mitra. Upaya untuk memberikan mafaat yang besar bagi mitra dapat diwujudkan dnegan memberikan pemahaman serta pemberdayaan, sehingga mitra mendapatkan kemudahan akses dan pengelolaan terhadap usaha yang digeluti.

Evaluasi tentang pemahaman mitra yang sebelumnya masih jangka pendek, produk yang dijual hanya memiliki sedikit varian, sehingga potensi untuk diterima oleh masyarakat tidak meningkat, sehingga berdasarkan evaluasi tersebut pelaksana melakukan diskusi untuk mendorong supaya mitra bisa meningkatkan varian produk yang dimiliki, terbukti Mitra mampu mendorong transformasi dalam:

1. Peningkatan varian dan kualitas produk krupuk bawang lebih baik
2. Kemasan dan label produk krupuk bawang lebih baik
3. Peningkatan kemampuan pemasaran digital secara sederhana
4. Pendampingan pembukuan sederhana dan digital kepada mitra

Keberlanjutan program mitra merupakan komponen yang sangat penting sehingga dengan evaluasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan mitra maka akan memberikan dampak luas dalam mendorong kemajuan usaha mitra dan yang paling penting akan mendorong kemandirian mitra dalam menjalankan usaha secara jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan sasaran yang dipilih dalam kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari beberapa capaian diantaranya:

1. Pelaksanaan program pemberdayaan untuk mengembangkan usaha mitra UMKM kerupuk bawang di Mojosari dalam upaya untuk mewujudkan dan meningkatkan kualitas pendidikan sehingga pola manfaatnya dapat dirasakan.
2. Digitalisasi UMKM pada mitra bertujuan untuk mendingkatkan kapasitas usaha sehingga dapat mendorong peningkatan ekonomi lebih baik
3. Peluang dalam mengembangkan usaha sangat tinggi karena minat pasar cukup banyak dan masih belum mampu terserap oleh pasar sehingga sangat potensial untuk ditingkatkan
4. Mendorong peningkatan jaringan untuk dapat dirasakan manfaatnya lebih banyak lagi.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat kami berikan:

1. Mitra pemberdayaan mampu memahami permasalahan serta potensi pengembangan usaha, dengan memanfaatkan potensi ekonomi digital sehingga dapat lebih maju dan semakin produktif.
2. Peran pemerintah daerah dalam menggerakkan ekonomi kreatif lebih efektif, sehingga UMKM dapat bersaing dengan memanfaatkan media digital.
3. Pelaksanaan selanjutnya mampu menggali potensi pemberdayaan masyarakat lebih maksimal dan dikembangkan supaya lebih produktif
4. Civitas akademi pendidikan tinggi dapat membina lebih banyak lagi para UMKM yang bergerak dan mendapatkan banyak manfaat

UCAPAN TERIMAKASIH

peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra, serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Wijaya Putra. Ucapan terima kasih pada Ibu Muhaimin yang telah bersedia untuk menjadi Mitra kami. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan akhir ini baik secara moril maupun materil

yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya penyusunan laporan ini. Hanya doa serta ucapan syukur yang dapat peneliti panjatkan, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

REFERENSI

- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jabn*, 2(2), 62-71.
- Fiona, F., & Rahmayanti, D. (2022). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Dan Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Umkm Indonesia. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 298-322.
- Maesaroh, S. S., Nuryadin, A., Prasetyo, Y., & Swardana, A. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kota Tasikmalaya. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 2(2), 86-93.
- Nanda, A. S., & Fitryani, F. (2022, December). PENINGKATAN DIGITAL SKILL DAN NETWORKING UMKM PAPER CORE BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA MASYARAKAT DESA TANGGUNGAN TIMUR SIDOARJO. In *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)* (Vol. 2, No. 1, pp. 149-160).
- Nanda, A. S. (2022). PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT POLA BISNIS DIGITAL DALAM MENDORONG UMKM KUE DI DESA ANGGASWANGI KABUPATEN SIDOARJO. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1-10.
- Sinulingga, J. E. B. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Suasih, N. N. R., Wijaya, P. Y., & Yudha, I. M. E. K. (2022). Key Factors Transformasi Digital UMKM (Pendekatan Analisis Micmac Pada Umkm Di Bali). *J. Akunt. dan Pajak*, 22(2), 1-7.
- Balqis, W. G., & Sartono, T. (2020). Bank Wakaf Mikro Sebagai Sarana Pemberdayaan Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurisdictie*, 10(2), 215. <https://doi.org/10.18860/j.v10i2.7380>
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Herlina, E. (2014). Pendidikan dan Pelatihan dalam Meningkatkan Model Kerjasama Usaha Menengah Kecil dan Mikro Dengan Usaha Besar di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis. *Ekonomi*, 1(April), 71-81.
- Kementrian Perdagangan. (2013). Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*, 90.
- Sarinah, I., Sihabudin, A. A., & Suwarlan, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Moderat, Universitas Galuh Pangandaran*, 5(4), 267-277. <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/edueksos/article/download/4841/2364>
- Widiana, M. E., Supit, H., & Hartini, S. (2012). Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem

Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 71–81.

<https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.72-82>