

Kerupuk Samiler Naira Naik Kelas Melalui Penguatan Manajemen dan Legalitas Usaha

Aristha Purwanthari Sawitri¹, Apri Irianto², M. Nushron Ali Mukhtar³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

aristha@unipasby.ac.id¹, apri@unipasby.ac.id², nushron@unipasby.ac.id³

Abstract

NAIRA is one of the samiler home industry in Kemasantani Village, Mojokerto Regency. The Covid-19 pandemic make the sale of NAIRA samiler crackers decreasing every month because business owners only sell offline. The problem Samiler "NAIRA" is marketing with Word of Mouth and bad management. NAIRA has not utilized technology through social media or marketplaces to expand the market of samiler crackers so that it cannot meet the needs of consumers who want to buy products online. Another problem is that business owners do not have financial records, resulting in owners not being able to analyze the development of their business. Another problem is that business owners do not have financial records, resulting in owners not being able to analyze the development of their business. The next problem is the legality of the business. The purpose of this activity is to provide training and assistance on digital marketing, branding, financial recording and business legality to optimize the management of the NAIRA samiler cracker business so that NAIRA samiler crackers are upgraded. The output target achieved in this community service is to increase income through the use of technology so that the samiler cracker business can develop and continue this business.

Keywords: Samiler; technology; sustainability.

Abstrak

NAIRA merupakan salah satu pengusaha industri rumah tangga samiler di Desa Kemasantani Kabupaten Mojokerto. Pandemi Covid 19 mengakibatkan penjualan kerupuk samiler NAIRA mengalami penurunan setiap bulannya karena pemilik usaha hanya melakukan penjualan secara *offline*. Permasalahan Samiler "NAIRA" adalah pemasaran dengan cara *Word of Mouth* dan manajemen usaha yang belum baik. NAIRA belum memanfaatkan teknologi melalui sosial media atau *marketplace* untuk memperluas pasar dari kerupuk samiler sehingga tidak bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin membeli produk secara *online*. Permasalahan lain adalah pemilik usaha tidak memiliki pencatatan keuangan sehingga mengakibatkan pemilik tidak bisa menganalisis perkembangan usahanya. Permasalahan berikutnya adalah legalitas usaha. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai *digital marketing*, *branding*, pencatatan keuangan dan legalitas usaha untuk mengoptimalkan manajemen usaha kerupuk samiler NAIRA sehingga kerupuk samiler NAIRA naik kelas. Target luaran yang dicapai pada pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan pendapatan melalui pemanfaatan teknologi sehingga usaha kerupuk samiler dapat berkembang dan berlanjut.

Kata Kunci: Samiler; teknologi; keberlanjutan.

A. PENDAHULUAN

Kerupuk samiler merupakan makanan tradisional yang berbahan dasar singkong yang dihaluskan dan diberikan bumbu sebagai penambah rasa. Desa Kemasantani Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto merupakan desa penghasil kerupuk samiler. Masyarakat desa kemasantani berpenghasilan sebagai petani dan hasil tani yang melimpah adalah singkong (Kemasantani, 2021). Hasil pertanian singkong yang melimpah ini oleh warga diolah menjadi produk makanan kerupuk samiler untuk menambah nilai ekonomis bagi masyarakat desa kemasantani.

Kerupuk samiler “NAIRA” merupakan makanan ringan yang dimana dalam proses produksi tidak menggunakan bahan pengawet sehingga cita rasa dari kerupuk samiler memiliki karakteristik sendiri, walaupun kerupuk samiler dalam proses pengolahan tidak menggunakan bahan pengawet, kerupuk samiler ini bisa disimpan dalam jangka waktu lama karena bahan baku yang digunakan berkualitas sehingga bisa disimpan dalam jangka waktu lama.

Usaha kerupuk samiler “NAIRA” yang ada di Desa Kemasantani dikelola secara perorangan. Pengelolaan secara perorangan ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan karena usaha kerupuk samiler merupakan usaha turun temurun (meneruskan usaha orang tuanya) sehingga perusahaan perorangan ini tentunya akan sulit berkembang. Usaha perseorangan yang usahanya turun temurun ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan antara lain sulitnya memperoleh pendanaan dari pihak eksternal (bank) karena usaha perorangan dianggap tidak kredibel, kelangsungan usaha perorangan relatif lebih singkat karena anak (keturunan) pemilik memilih untuk

meneruskan usaha orang tuanya dan mencari mata pencaharian lain; administrasi usaha yang dijalankan tidak dikelola dengan baik bahkan ketika ada transaksi tidak dilengkapi dengan dokumen sehingga perkembangan usaha kerupuk samiler sulit diketahui secara pasti (Subagyo & Purnomo, 2022).

Jumlah pengusaha kerupuk samiler di desa kemasantani setiap tahunnya mengalami penurunan (Kemasantani, 2021). Penyebab penurunan jumlah produsen kerupuk samiler ini adalah kurang maksimalnya pengelolaan usaha, proses produksi pengelolaan keuangan dan pemasaran selain itu adanya pandemi Covid 19 juga memberikan sumbangsih penurunan jumlah pengusaha kerupuk samiler. Berikut data jumlah pengusaha samiler di Desa Kemasantani:



Gambar 1. Jumlah Home Industri Samiler Desa Kemasantani

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengakibatkan penurunan penjualan, sebanyak 39,9 persen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melakukan pengurangan persediaan dan 16,1 persen UMKM mengurangi karyawan (Rosita, 2020). Penurunan penjualan yang diakibatkan oleh adanya PSBB juga dialami oleh keripik samiler “NAIRA”. Tiga tahun terakhir omset produksi samiler “NAIRA” mengalami penurunan sesuai dengan data pada tabel 1.

Tabel 1. Omzet Kerupuk Samiler “NAIRA”

Tahun	Rata-Rata Omzet Bersih/ Bulan	Rata-Rata Produksi (Kg)
2019	Rp. 5.000.000	50
2020	Rp. 4.000.000	35
2021	Rp. 3.000.000	25

Penurunan penjualan ini tentunya harus segera ditindaklanjuti oleh pelaku UMKM di Indonesia melalui manajemen usaha yang baik. Manajemen usaha mulai proses produksi, pemasaran dan tenaga kerja (sumber daya manusia) yang baik serta didukung oleh manajemen keuangan yang baik akan membantu pelaku UMKM bertahan di kondisi Pandemi Covid 19. Manajemen keuangan yang baik dapat membantu pemilik usaha untuk mengelola usahanya (Fauzi, 2020).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada pemilik usaha “NAIRA”, permasalahan yang dihadapi pengusaha kerupuk samiler “NAIRA” adalah tidak adanya manajemen keuangan yang baik. Bagi pengusaha kerupuk samiler “NAIRA” yang penting bisa menghasilkan dan memberikan pemasukan kepada pemilik usaha sudah cukup, sehingga usaha kerupuk samiler setiap tahunnya tidak mengalami perkembangan dan usaha yang dijalankan menjadi tidak terarah.

Permasalahan pencatatan keuangan ini juga dihadapi oleh pengusaha kerupuk samiler “NAIRA” Desa Kemasantani, “NAIRA” belum memiliki informasi keuangan yang transparan dan terorganisir dan rendahnya pengetahuan dan pemahaman tentang *literacy keuangan*. Pencatatan keuangan merupakan permasalahan yang banyak dihadapi oleh pelaku UMKM.

Masyarakat yang tanggap mengenai *literacy keuangan* sebesar 21,84 %, hasil ini tentunya akan menjadi tolak ukur mengapa

pelaku usaha masih sedikit melakukan pengelolaan keuangan dan mencatat setiap transaksi usahanya (Widayanti, Damayanti, & Marwanti, 2017) sehingga pelaku UMKM memerlukan strategi agar usahanya yang berjalan dapat berkelanjutan (Business Sustainability).

Melalui program pengabdian pemahaman pengetahuan *literacy keuangan* pengusaha kerupuk samiler Desa Kemasantani mengenai pengelolaan keuangan dan akuntabilitas usahanya akan bertambah, sehingga usaha yang dijalankan dapat lebih terorganisasi, dapat membantu pelaku usaha untuk memperoleh pendanaan eksternal (perbankan) dan dapat membantu pelaku usaha untuk melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik untuk pengembangan usaha kerupuk samiler.

Literasi keuangan dapat meningkatkan kinerja UMKM yang akan berdampak pada keberlanjutan UMKM. Semakin tinggi tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai literasi keuangan maka pengelolaan usaha yang dimiliki akan semakin baik (Rahayu, 2017). Kinerja keuangan yang baik tentunya akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

Hasil Survey yang digali oleh tim pengabdian menunjukkan pengusaha kerupuk samiler di “NAIRA” Desa Kemasantani masih memasarkan produknya dengan cara tradisional yaitu melalui *Word Of Mouth* dan *branding* produk masih kurang, dimana kemasan produk pengusaha kerupuk samiler hanya menggunakan plastik biasa dan label produk hanya dicetak seadanya. Selain kemasan produk dan label, pemasaran “NAIRA” belum memanfaatkan *digital marketing* sehingga penjualan selama pandemi mengalami penurunan dan masih mengandalkan toko konvensional untuk penjualan produknya.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), membuat perilaku konsumen berubah. Sebelum adanya pandemi konsumen lebih senang berbelanja langsung dan setelah adanya pandemi konsumen lebih suka berbelanja secara *online* dan memanfaatkan *e wallet* untuk proses pembayaran. *Digital marketing* memerlukan pengemasan promosi yang baik dan tepat dan yang paling mendasar adalah membangun *brand*.

Unsur penting yang harus diperhatikan dalam bisnis adalah merk atau brand agar citra produk dapat meningkat (Rudiatin, Patrianti, & Sugiati, 2021). Strategi pemasaran melalui brand (foto produk, desain logo, kemasan produk) akan berdampak pada keberlanjutan atau *sustainability* usaha. UMKM yang sudah memanfaatkan *digital marketing* untuk bersaing di era pandemi mampu bertahan dan meningkatkan penjualan tanpa mengandalkan toko konvensional (Hadi & Zakiah, 2021).

Melalui program PKM, “NAIRA” dapat memasarkan produknya langsung kepada konsumen tanpa melalui agen atau pihak lain dan dapat menjangkau konsumen yang tidak bisa langsung berbelanja *offline* dengan penerapan *digital marketing* dan memperbaiki kemasan produk serta logo agar *branding* produk kerupuk samiler lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya dan pelayanan konsumen agar lebih efektif dan efisien.

Permasalahan terakhir yang dihadapi mitra “NAIRA” adalah belum adanya legalitas usaha. Izin usaha merupakan bentuk izin yang diberikan pemerintah atas usaha yang dijalankan. Legalitas usaha ini menjadi komponen penting yang harus dimiliki pemilik usaha untuk menjelaskan usahanya, agar konsumen yang membeli produk merasa

aman dan tidak ragu untuk membeli produk “NAIRA”.

Pentingnya legalitas usaha memudahkan pengembangan usaha, memperoleh jaminan perlindungan hukum, mempermudah pemasaran, akses pembiayaan lebih murah (Kusmanto & Warjio, 2019). Melalui kegiatan PKM ini harapannya “NAIRA” telah memiliki legalitas usaha, usaha kerupuk samiler “NAIRA” dapat berkembang dan pemilik usaha “NAIRA” memperoleh perlindungan hukum dari legalitas usaha yang telah dimiliki sehingga keberlangsungan usahanya dapat berjalan dengan baik.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Tahapan Pelaksanaan dan Metode yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Mitra Kerupuk Samiler NAIRA pertama kali adalah tim melakukan survey lapangan dan pengajuan izin ke Kelurahan Desa Kemasantani. Survei lapangan ini dilakukan untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh mitra (pemilik usaha kerupuk samiler) sehingga tim pengabdian dapat mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan pemilik usaha kerupuk samiler. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan secara luring dengan mendatangi lokasi pemilik usaha. Pemilik usaha dilibatkan secara aktif di setiap program kegiatan yang diusulkan oleh tim pengabdian, metode yang digunakan oleh tim yaitu sosialisasi, pendampingan dan pelatihan mengenai perencanaan usaha, pencatatan keuangan, perijinan usaha dan *digital marketing*. Apabila keseluruhan kegiatan pelaksanaan telah dilakukan selanjutnya tim melakukan monitoring mengenai pertumbuhan penjualan kerupuk samiler dan kemajuan (progress) tahapan kepengurusan legalitas usaha. Pemanfaatan

teknologi untuk memasarkan produk kerupuk samiler melalui sosial media dinyatakan efektif jika mampu meningkatkan penjualan dari kerupuk samiler. Tim pengabdian juga melakukan diskusi dengan mitra untuk menggali informasi mengenai kendala yang dihadapi mitra selama memanfaatkan teknologi untuk memasarkan. Hasil monitoring yang telah dilakukan digunakan sebagai dasar untuk melakukan evaluasi mengenai ketercapaian program yang diusulkan untuk memecahkan permasalahan mitra.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing membantu pemilik untuk melakukan *riset* pasar serta membantu konsumen mencari informasi mengenai kebutuhan produk yang diinginkan serta melalui *digital marketing* mampu menjangkau konsumen secara luas tanpa dibatasi geografis dan waktu (Marpaung, Hafiz, Koto, & Dari, 2021). Tim terlebih dahulu melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha mengenai manfaat pemasaran secara *online* sebelum dilakukan pelatihan mengenai *digital marketing* selanjutnya tim memberikan pelatihan mengenai sistem penjualan *online* yang bisa dimanfaatkan oleh pemilik usaha samiler “NAIRA”. Tim memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan sosial media khususnya *instream* dan *facebook* untuk membantu meningkatkan omset penjualan. Proses pelatihan diawali dari pembuatan akun *instream* bisnis dan *facebook*, setelah itu cara membagikan postingan foto/video produk di *feed* maupun di *story* *Instagram* dan *facebook* serta cara menghubungkan *story* *Instagram* ke *story* *facebook*. Hasil dari pelatihan ini mitra mampu mengelola *instream* bisnis serta *facebook*nya secara mandiri.

Pencatatan keuangan secara rutin yang dilakukan oleh pemilik usaha akan membantu pemilik usaha untuk mengevaluasi perkembangan usahanya dan dapat membantu pemilik usaha untuk mencapai tujuan usaha dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Literasi keuangan dapat membantu pemilik untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat agar kinerja dan keberlangsungan usaha meningkat (Dayanti, Susyanti, & Broto, 2020). Manfaat yang diperoleh pemilik dengan melakukan manajemen keuangan adalah peningkatan investasi, efisiensi usaha dan laba usaha (Andjioe et al., 2019).

Tim pengabdian memberikan sosialisasi mengenai literasi keuangan dan manfaat yang diperoleh pemilik usaha apabila melakukan pencatatan keuangan. Setelah melakukan sosialisasi, selanjutnya tim melakukan pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan sederhana meliputi laporan arus kas, laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan. Hasil yang dicapai adalah mitra telah menyusun laporan keuangan secara rutin sehingga dapat membantu pemilik usaha untuk mengevaluasi pertumbuhan usahanya dan dapat digunakan sebagai salah satu persyaratan pinjaman modal usaha di perbankan. Ketercapaian hasil berikutnya adalah mitra telah memahami pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan dan kinerja laporan keuangan.



Gambar 2. Sosialisasi dan Pelatihan Literasi Keuangan

Manfaat perijinan usaha bagi UMKM antara lain memudahkan pengembangan usaha, membuka akses pembiayaan, pemasaran produk menjadi lebih mudah dan pemilik memperoleh jaminan perlindungan hukum (Anggraeni, 2021). Tim pengabdian melakukan sosialisasi mengenai manfaat dan jenis legalitas usaha yang dimiliki oleh UMKM. Selama proses pengajuan ijin usaha, tim melakukan pendampingan langsung. Tim bersama dengan mitra bersama-sama melakukan pendaftaran legalitas usaha untuk produk kerupuk samiler.

Pendaftaran legalitas usaha ini melibatkan peran serta aktif dari mitra, mitra melakukan pendaftaran perijinan usaha secara online maupun *offline* melalui Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Kesehatan Mojokerto dan Labkesda Mojokerto dengan didampingi oleh tim pengabdian. Hasil yang telah dicapai untuk legalitas usaha adalah mitra telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan halal.



Gambar 3. Pendampingan Perijinan Usaha di Dinas Koperasi dan UMKM Mojokerto

Selama kegiatan pengabdian berlangsung, tim melakukan monitoring atas capaian program yang telah diusulkan di kegiatan pengabdian. Monitoring yang dilakukan tidak hanya pengajuan perijinan usaha yang telah diajukan tetapi tim juga melakukan monitoring terkait dengan

pertumbuhan penjualan produk samiler setiap bulannya dan penggunaan *digital marketing* melalui instagram. Hasil monitoring yang dilakukan digunakan sebagai dasar tim untuk menentukan tingkat ketercapaian dari program, hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah ketercapaian dari program yang diusulkan. Keberhasilan program ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan penjualan produk kerupuk samiler.



Gambar 4. Kegiatan Monitoring Tim Pengabdian

Kendala yang dihadapi dari hasil evaluasi yang dilakukan adalah *pertama* jaringan internet yang kurang stabil sehingga mitra kesulitan untuk log in ke laman <https://ui-login.oss.go.id/login> dan pemilik usaha kesulitan untuk mengunggah foto maupun video produk kerupuk samiler di sosial media, *Kedua* saat kepengurusan PIRT ke dinas kesehatan mojokerto dan uji laboratorium dilakukan secara terpisah sehingga tidak menggunakan pelayanan 1 pintu sehingga tim dan mitra memerlukan waktu lebih dari 1 hari untuk kepengurusan ijin PIRT. Kendala-kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha tidak membuat pemilik usaha samiler “NAIRA” putus ada, melainkan pemilik usaha sangat berantusias untuk bisa memanfaatkan teknologi serta mengikuti keseluruhan program agar usaha samiler yang dimilikinya berkembang.

D. PENUTUP

Simpulan

Mengacu dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan dari kegiatan pengabdian Masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat adalah omset penjualan dari kerupuk samiler “NAIRA” mengalami peningkatan. Selain itu keterampilan dan pengetahuan pemilik usaha samiler “NAIRA” mengalami peningkatan, pemilik usaha dapat mengelola serta menggunakan sosial media (Instagram) untuk mempromosikan produknya secara mandiri. Mitra telah memiliki target usaha jangka pendek, menengah dan jangka panjang dari melalui manajemen keuangan.

Saran

Pemilik Usaha Samiler, Perangkat Desa Kemasantani dan Dinas Koperasi dan UMKM perlu bersinergi untuk memajukan produk usaha samiler menjadi produk unggulan desa. Pendampingan dan Pelatihan secara berkelanjutan dari Dinas Koperasi dan UMKM diperlukan agar pemilik usaha samiler yang ada di Desa Kemasantani dapat mengalami kenaikan setiap tahunnya dan mampu membuka lapangan pekerjaan baru.

Ucapan Terima Kasih

Tim mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan dapat membantu pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usaha yang dimiliki dan kami mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Kemasantani yang telah memberikan ijin pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM).

E. DAFTAR PUSTAKA

- Andjioe, O. R., Soraya, Riyani, Y., Mardiah, K., Khamim, & Rezano, T. (2019). Mewujudkan Kemandirian dan Kewirausahaan Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan UMKM. *Jurnal DIKEMA*, 3(2), 93–104.
- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Eksaminasi*, 1(1), 77–83.
- Dayanti, F. K., Susyanti, J., & Broto, M. K. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha UMKM Fashion di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(13), 160–174.
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Penguatan UMKM Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Jurnal COMPETITIVE*, 16(1), 32–41.
- Kemasantani. (2021). Profil Desa Kemasantani Mojokero. In *Desa Kemasantani Mojokerto*.
- Kusmanto, H., & Warjio. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 320–327.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294–



300.30596%2Fsnk.v2i1.8273

- Rahayu, A. Y. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 1–7.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.
- Rudiatin, E., Patrianti, T., & Sugiati. (2021). Building Brand in Digital Marketing Communication: Maintaining Business Sustainability In The Covid-19. *Prosiding PKM-CSR Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility*, 4, 1255–1261.
- Subagyo, & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153–162.

