

**PKM PENGEMBANGAN USAHA KELOMPOK INDUSTRI KERUPUK SAPI DI
DESA DARMASABA KECAMATAN ABIANSEMAL KABUPATEN BADUNG****Anak Agung Media Martadiani, Dewa Ayu Putu Niti Widari, I Gusti Ayu Athina Wulandari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa

E-mail: agungmarta20@gmail.com**ABSTRAK**

Sektor UMKM diharapkan mampu menjadi sumber kekuatan baru perekonomian nasional dalam menghadapi krisis. Untuk bisa menjadi kekuatan baru di bidang ekonomi, pemerintah hendaknya memperhatikan SDM dan Manajemennya. Inovasi dari rata-rata UMKM selama ini dirasa masih minim sehingga bisnis UMKM kerap jalan ditempat. Belum lagi persoalan financial atau modal usaha yang kerap menghambat pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitasnya. Salah satu desa yang menjadi sasaran kegiatan PKM adalah Desa Darmasaba. Desa Darmasaba termasuk salahsatu dari delapan belas desa di Kecamatan Abiansemal, Khalayak sasaran programkemitraan bagi masyarakat ini yaitu mitra I, I Ketut Bantar, mitra II, I Gede Fajar dan mitra III Ketut Sukawati di Banjar Bersih. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah sulit mengembangkan usaha. Karena terbatasnya sumber modal, kurangnya promosi, belum melakukan pencatatan pembukuan terkait dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dan dalam menjalankan usahanya mitra menjalankan usahanya secara kekeluargaan. Produk yg dihasilkan mitra belum memiliki *corporate identity*. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi bagaimana meningkatkan penjualan di masa pandemi oleh karena itu tim pengabdian memberi solusi berupa pemberian pelatihan *inclass* mengenai manajemen keuangan, pengemasan dan manajemen pemasaran. serta pendampingan dalam pembuatan *corporate identity*. Melalui program PKM, kelompok usaha kerupuk mendapatkan pengetahuan mengenai pembuatan laporan keuangan, pemasaran, *corporate identity*. Serta memberikan dampak ekonomi bagi kelompok usaha kerupuk dan menjadi wadah edukasi dalam meningkatkan penjualan.

Kata kunci: *corporate identity*, Desa Darmasaba, kerupuk sapi, peningkatan penjualan**ABSTRACT**

The MSME sector is expected to become a new source of strength for the national economy in facing a crisis. To become a new force in the economy, the government should pay attention to human resources and management. Innovation from the average MSME so far is still minimal, so MSME businesses often run in place. Not to mention the financial problems or business capital that often hinder MSME actors from increasing their productivity. One of the villages targeted for PKM activities is Darmasaba Village. Darmasaba village is one of eighteen villages in Abiansemal District. The target audience for this community partnership program are partner I, I Ketut Bantar, partner II, I Gede Fajar and partner III Ketut Sukawati in Banjar Bersih. The problem faced by partners is that it is difficult to develop a business. Due

to limited sources of capital, lack of promotion, have not kept records related to the costs that have been incurred and in running their business partners run their business in a family manner. Products produced by partners do not yet have a corporate identity. The purpose of this service is to provide solutions on how to increase sales during the pandemic, therefore the service team provides solutions in the form of providing in-class training on financial management, packaging and marketing management. as well as assistance in making corporate identity. Through the PKM program, the cracker business group gains knowledge about financial reporting, marketing, and corporate identity. As well as providing an economic impact for the cracker business group and becoming a forum for education in increasing sales.

Keywords: *beef crackers, corporate identity, Darmasaba Village, sales increase*

PENDAHULUAN

Gubernur Bali menyatakan keseriusannya menata ekonomi Bali kedepan. Salah satunya adalah mengembangkkn UKM dan Koperasi pada tahun 2021 mendatang. Pihaknya tengah menyiapkan sistem tata kelola yang mencakup SDM, kelembagaan serta sarana danprasarana untuk mengembangkan koperasi dan UKM DI BALI. Menututnya sesuai denganMangun Sat Kerthi Loka Bali yang salah satunya focus memperkuat adat istiadat, budayadan kearifan lokal.

Era new normal (normal baru) bisa menjadi momentum bagi para usaha mikro kecildan menengah (UMKM) untuk melakukan transformasi digital agar dapat beradaptasidengan perubahan perilaku konsumen. Sejak diterapkannya pembatasan sosial berskalabesar (PSBB), masyarakat kini memanfaatkan teknologi untuk melakukan berbagaiaktivitas baik dari bekerja hingga kebutuhan berbelanja. Melihat tren ini, pelaku usaha punmulai bergerak ke ranah digital baik *e-commerce* atau bahkan mendirikan *website* sendiri. Penggunaan media digital untuk bisnis tidak hanya sekedar kegiatan pemasaran tambahan saja, tetapi juga merupakan mekanisme komunikasi terintegrasi yangmemperkuat dampak dari setiap fungsi di dalam sebuah organisasi dengan memanfaatkankekuatan jejaring manusia melalui sebuah *platform* (Blanchard 2015). Beberapa penelitian menunjukkan keterkaitan antara pengguna media digital seperti media sosial dengan volume penjualan. Pramuki dan Ayu (2020) menyatakan bahwa teknologi media sosial menjadi penting bagi UMKM di Kabupaten Badung dalam memasarkan produknya, serta peningkatan penjualan paling banyak dirasakan UKM sebesar 10-50 %setelah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran (Purwidianoro, et al., 2016).

Namun perkembangan teknologi belum bisa menjadi solusi jika tak diiringi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dari sektor UMKM itu sendiri. Tanpakualitas SDM yang

baik, maka perangkat teknologi mustahil bisa beroperasi. Oleh karenanya, pelaku usaha harus meningkatkan kemampuan dan keahlian sesuai perkembangan zaman agar tercipta SDM yang andal untuk memenuhi tuntutan pasar. SDM di sektor UMKM harus memahami cara menggunakan perangkat digital marketing, mendesain, memproduksi, mengemas, dan mengelola keuangan bisnis dengan bantuan teknologi. Persoalan yang sering terjadi saat ini, pelaku usaha lebih memilih cara konvensional meski sudah tahu bahwa teknologi bisa membuat bisnis lebih efisien. Hal ini terjadi hanya karena satu alasan, mereka tidak mengerti cara penggunaan teknologi sehingga enggan beralih dari cara lama. Sektor pangan mendominasi industri kecil menengah (IKM). Karena itulah, IKM pangan menjadi salah satu prioritas program ekonomi pemerintah melalui Kementerian Perindustrian (Kemenperin). Tujuan utamanya adalah memberikan nilai tambah pada produk-produk IKM pangan dan memperluas pasarnya.

Salah satu desa yang menjadi sasaran kegiatan PKM adalah Desa Darmasaba yang merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Desa Darmasaba merupakan desa yang berada paling selatan dari wilayah Kecamatan Abiansemal. UD. Putra Maju milik Made Putra Bentar adalah pengusaha kerupuk di daerah darmasaba banjar bersih. Hasil observasi ke Banjar Bersih tempat usaha kerupuk milik pak Bentar ini terjadi penurunan volume penjualan kerupuk. Terlebih kerupuk babi karena harga kulit babi yang mahal sehingga diputuskan tidak memproduksi kerupuk babi. Menurut pak Bentar usahanya kini fokus pada pembuatan kerupuk sapi. Kerupuk adalah salah satu makanan khas Indonesia yang diminati banyak orang. Baik dari golongan menengah kebawah hingga dari golongan menengah keatas. Mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Banyak yang mengkonsumsi kerupuk sebagai teman makan dan ada juga orang yang tidak bisa menikmati enaknya makan tanpa ditemani kerupuk.

Kerupuk merupakan jenis makanan ringan yang dapat diperoleh dimana saja baik di pedesaan maupun perkotaan. Tidak heran, sampai saat ini bisnis kerupuk masih banyak diproduksi dengan peminatnya yang semakin banyak. Jenis kerupuk yang beredarpun sangat beragam jenisnya mulai dari kerupuk udang, kerupuk singkong, kerupuk kulit dan lain sebagainya. Tidak hanya di Indonesia, diluar negeripun ada juga yang namanya kerupuk hanya saja penyebutannya yang berbeda. sebutan kerupuk di beberapa Negara antara lain kerupuk/kerupuk/kropoek di Indonesia, Keropok di Malaysia, kropek di Filipina, bánh phồng tôm di Vietnam. Kerupuk kulit menjadimakanan primadona masyarakat Indonesia khususnya

di daerah Bali karena itu tidak heran pengusaha Kerupuk kulit tumbuh subur di Bali, terutama di daerah Darmasaba yang notabene didukung oleh banyaknya tempat peternakan dan pemotongan hewan (babi/sapi), di Darmasaba Salah satunya usaha Kerupuk yang cukup dikenal yaitu UD. Putra Maju. Namun dari hasil observasi usaha kerupuk mitra ini belum memiliki merek atau label. Bagi suatu usaha, merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing (Wilopo, 2007).

Seiring perkembangan teknologi, pembuatan kerupuk kulit sapi masih menggunakan cara tradisional. Dalam seharinya UD Putra Maju dapat membuat kerupuk kulit sapi sebanyak 40 Kg. Pembuatan kerupuk dilakukan hampir setiap hari kecuali sedang ada upacara adat. Kerupuk yang dibuat di UD Putra Maju biasanya dipasarkan ke pedagang nasi Bali (olahan babi/ sapi) pasar – pasar sekitar pasar tradisional Tegal Darmasaba, Pasar tradisional Sibang, dan Pasar tradisional Sempidi. Kerupuk kulit sapi dijual dengan harga Rp. 80.000 /kg.



Gambar 1. Observasi Awal

Hasil wawancara dengan mitra I Pak Bentar kendala yang dialami pengusaha dalam proses produksinya adalah dalam proses penjemuran atau pengeringan kulit seperti disaat musim hujan, karena dalam proses penjemuran kulit diperlukan cuaca matahari yang terik dalam waktu 2 – 3 hari. Kalau hujan tidak menentu seperti sekarang ini diperlukan waktu lebih dari 3 hari untuk menjemurnya agar warna kulit tidak menghitam saat digoreng. Selain itu mitra juga menghadapi kendala kurang lancarnya penyediaan bahan baku oleh produsen yang disebabkan oleh banyaknya pesaing atau orang yang membuat kerupuk kulit yang sama. Mitra II I Gede

Fajar dan mitra III Ketut Sukawati mengalami kesulitan pada saat pemisahan daging dan kulit agar mendapatkan ketebalan yang sesuai karena ketebalan kulit mempengaruhi proses selanjutnya. Saat wawancara Gde ingin mengembangkan produknya dan meningkatkan volume pemasarannya dan lebih dikenal oleh konsumen. Pandemi covid-19 berpengaruh besar terhadap pendapatan, menurunnya permintaan, dan harga bahan baku yang mahal.

Usaha kerupuk sapi ini merupakan usaha keluarga secara turun temurun. Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan ketrampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya sehingga usaha tersebut sulit berkembang dengan optimal. Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar karena tidak memiliki keunggulan. Perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing.

Berbagai permasalahan yang menimpa mitra, Tim PKM Universitas Warmadewa hadir untuk memberikan solusi, diantaranya:

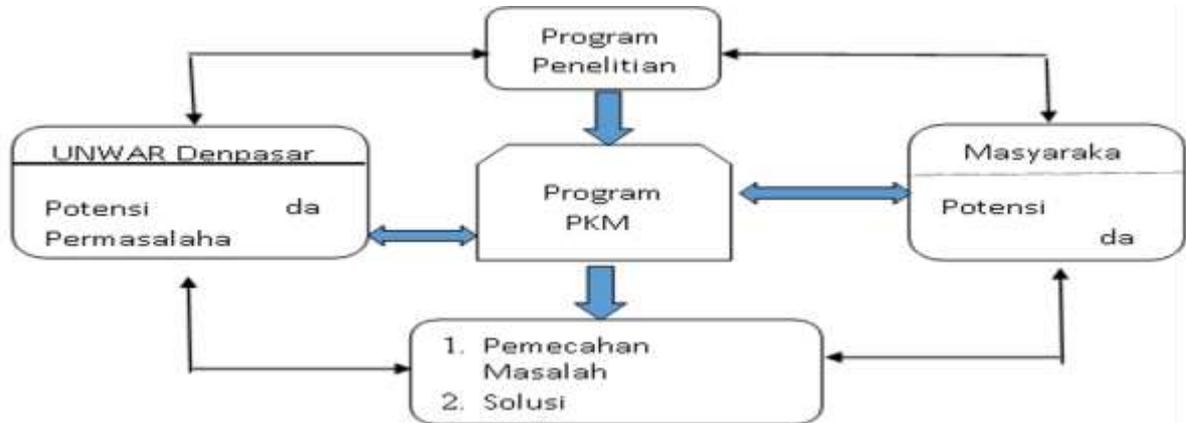
- 1) Pendampingan dalam memasarkan produk melalui peningkatan kualitas produk (pengemasan produk), promosi lewat media on line sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.
- 2) Pendampingan dalam pembuatan pembukuan dan laporan keuangan secara sederhana.
- 3) Pendampingan dalam pembuatan identitas usaha atau *corporate identity*/logo perusahaan.

METODE PELAKSANAAN

Pada proses pendekatan yang dilakukan oleh tim Metode pelaksanaan kegiatan pelaksana pada pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Universitas Warmadewa di Desa Darmasaba, Banjar Bersih di dasarkan pada metode pendekatan sosial interaktif, yaitu berupa survei dan studi lapangan yang dilakukan team pelaksana serta hasil beberapa kunjungan terkait permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Proses pendekatan dilakukan melalui beberapa forum interaktif di lokasi mitra yakni Jl. Katjong Seleman IV no. 17, Darmasaba Abiansemal Kabupaten Badung. Adapun metode pelaksanaannya adalah memberikan pendampingan memasarkan produk, promosi lewat media sosial sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan Pendampingan dalam pembuatan pembukuan dan laporan keuangan secara sederhana. Pendampingan dalam pembuatan label pada kemasan serta pengadaan alat produksi

berupa penggorengan besar dan sendok saringan.

Gambaran pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Universitas Warmadewa di Banjar Bersih Desa Darmasaba Kabupaten Badung ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. Gambaran Pelaksanaan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-langkah konsep untuk solusi atas permasalahan yang telah disepakati bersama, antara mitra dengan Program Kemitraan Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa di Kelompok Usaha Kerupuk Sapi banjar Bersih Desa Darmasaba Kabupaten Badung adalah sebagai berikut:

- 1) Pendampingan dalam memasarkan produk melalui peningkatan kualitas produk (pengemasan), promosi lewat media sosial sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan,
- 2) Pendampingan dalam pembuatan pembukuan dan laporan keuangan secara sederhana. Setidaknya mitra dapat memahami laba/rugi yang diperoleh dan mengetahui harga dasar dari bahan-bahan yang dipakai dalam pengolahan.
- 3) Pendampingan pengadaan peralatan proses produksi.
- 4) Pendampingan dalam pembuatan logo perusahaan /*corporate identity*.

Kegiatan PKM ini diakhiri dengan memberi bantuan berupa peralatan untuk mendukung kegiatan operasional Mitra kelompok usaha Kerupuk kulit sapi serta foto bersama. Bantuan ini diserahkan oleh Tim PKM kepada mitra kelompok usaha kerupuk sapi. Dengan pemberian bantuan ini dapat meningkatkan produktivitas hasil produksi kerupuk sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan



Gambar 3. Pelaksanaan Pendampingan dan Pelatihan



Gambar 4. Penyerahan Bantuan Peralatan dan Foto Bersama

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data evaluasi dan beberapa hal hasil pembinaan tuntas pada Program Kemitraan Masyarakat Universitas Warmadewa di Banjar Bersih Desa Darmasaba dapat disimpulkan bahwa mitra dapat memahami bagaimana proses penghitungan harga pokok yang akurat dan teliti. Mitra dapat meningkatkan metode pemasaran dengan beralih dari metode

konvensional pemasaran online. Dampak dari kegiatan ini dapat diukur dengan antusiasnya mitra mengikuti semua pemaparan dari narasumber dalam hal ini Tim Program Kemitraan Masyarakat Universitas Warmadewa di Banjar Bersih Desa Darmasaba Kabupaten Badung. Sehingga hal ini menarik minat Mitra Kelompok Usaha Kerupuk Sapi untuk meningkatkan produktivitas dan berdaya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis akibatpandemic covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana Program Kemitraan Masyarakat dengan ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Rektor Universitas Warmadewa melalui Hibah Institusi LPM Universitas Warmadewa Tahun 2020/2021 sehingga program ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arie Pramuki, N. M. W., & Cita Ayu, P. (2020). Antecedents of the Use of MSME Social Media: In The Perspective of Technology Acceptance Model Theory. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 11(04), 21776–21786. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i04.800>
- Blanchard, Oliver. 2015. *Sosial Media ROI : Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) *Jurnal EKA CIDA*, Vol. 1 No. 1 Maret 2016 30 ISSN: 2503-3565 e-ISSN: 2503-3689
- Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategy*, First Edition, Free Press, New York.
- Wilopo, T. H. 2007. *Jurus Jitu Membangun Merek Untuk UKM*. Medpress, (anggota IKAPI, Yogyakarta).