PENGEMBANGAN UKM KERIPIK TEMPE DI PEKON WAY JAHA KECAMATAN PUGUNG KABUPATEN TANGGAMUS

[1]M. Ariza Eka Yusendra dan [2]Asry Widarti

[1,2]Fakultas Ilmu Ekonomi, Informatics & Business Institute Darmajaya
Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142
Telp. (0721) 787214 Fax. (0721) 700261
e-mail : arizaeka@yahoo.com

ABSTRACT

Fermented soybeans chips industry is a business mostly cultivated by business actors in Way Jaha Pekon, and also potential to develop. One of fermented soybeans chips palyers is Mrs Suwarsih SMES said by local people that it have superior quality and taste. But nowdays this SMES facing some problems ie: (1) SME business does not yet have a clear development strategy, (2) lack of innovation to gain competitiveness, (3) low understanding of business management, and (4) lack of knowledge about financial report making so constrained in business development. To overcome these problems the people abdication team of IIB Darmajaya are interested in organizing community service activities with themes that will focus on product innovation, development of marketing and business strategies, human resource management and simple financial management for SMEs

Keywords*: *Way Jaha Village, fermented soybean chips, SMES

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan Ibu-ibu PKK dalam mengolah limbah kain (perca) ,pelatihan pembuatan produk dari limbah kain (perca) dan pelatihan penjualan menggunakan e-commerce dikelurahan tersebut , membantu dalam mengurangi sampah non organik dan dapat menghasilkan produk yang unik dan yang berharga serta bernilai jual dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya. Di Lampung khususnya didaerah waykandis kelompok ibu-ibu PKK belum pernah mendapatkan pelatihan tentang pemanfaatan pengolahan limbah dari sampah non-organik khususnya sampah kain (perca), hal ini membuat tim dosen mendapatkan ide untuk membuat suatu kegiatan yang bermanfaat dari limbah tersebut dan dapat memasarkan dengan menggunakan internet, mereka semua diharapkan mengerti tentang apa yang dimaksud dengan e-commerce dan mereka sudah mengenal internet. Untuk meningkatkan keterampilan Kelompok ibu-ibu PKK ini sehingga dapat menghasilkan produk yang beragam sesuai dengan keinginan pasar, maka akan dilakukan pelatihan selama 2 hari, dimana pelatihan ini bertujuan untuk melatih agar mereka dapat membuat dan memasarkan produk-produk kreatif ini melalui internet.

Kata Kunci: Daur Ulang, Perca, e-Commerce

I. PENDAHULUAN

Pekon Way Jaha Kecamatan Pugung memiliki beberapa Usaha Kecil Menengah (UKM) yang tengah berkembang seperti UKM Kelanting, budidaya lele, tempe, kopra dan tralis. Diantara UKM-UKM tersebut, industri produksi keripik tempe merupakan bidang usaha yang paling banyak digeluti oleh para pelaku usaha di pekon Way Jaha dan memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Keripik Tempe termasuk salah satu makanan yang banyak disukai oleh masyarakat dan dalam proses pembuatannya tidak terlalu sulit. Besarnya minat masyarakat akan produk keripik tempe merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan.

Walaupun potensi bisnis produk tempe sangat menjanjikan, bukan berarti industri ini tidak menghadapi kendala. Ada banyak faktor yang menjadi hambatan-hambatan UKM keripik tempe untuk mengembangkan bisnis seperti misalnya: (1) banyak UKM yang masih mendistribusikan produk tempenya hanya di dearah sekitar saja seperti warung-warung sekitar atau mengirimnya ke pengepul karena terbatasnya ilmu dan informasi yang dimilikinya (2) Kurangnya pengetahuan UKM akan strategi pemasaran praktis dimana produk yang dibuat oleh UKM hanya berupa produk curah tanpa merek atau label yang memberikan identitas unik pada produk, (3) Minimnya financial literacy dari para pelaku usaha dimana hampir semua bisnis tidak memiliki laporan keuangan yang baku sehingga menyulitkan mereka untuk mengetahui modal kerja, pengeluaran dan laba yang diterima secara pasti dari operasi, (4) rendahnya inovasi, pengembangan nilai tambah dan diferensiasi bisnis sehingga membuat produk-produk mereka hanyalah menjadi bisnis komoditas yang bersaing dengan harga yang rendah.

Salah satu UKM keripik tempe di pekon Way Jaha adalah UKM kripik tempe ibu suwarsih yang dikatakan oleh masyarakat setempat memiliki rasa dan kualitas yang unggul. Seperti UKM-UKM yang lainnya, usaha tempe tersebut dalam proses perkembanganya mengalami banyak hambatan, diantaranya yaitu sulitnya untuk mengembangkan pangsa pasar dikarenakan kurangnya inovasi- tidak ada nilai tambah ekonomis dan diferentiatif dari kripik tempe yang telah diproduksi, dimana merupakan imbas dari minimnya keterampilan dan kreatifitas sumber daya manusia di UKM. Kendala signifikan lainnya yang dihadapi oleh UKM Keripik Tempe Ibu Suwarsih adalah kurangnya pengetahuan mengenai

cara penentuan HPP (Harga Pokok Produksi) yang mengakibatkan usaha ini kurang berkembang secara luas dan selalu mengalami permasalahan dalam modal, bahkan sejak berdirinya dari tahun 2000, UKM ini tidak memiliki satu pun pencatatan atau laporan keuangan yang mengakibatkan UKM tempe ibu Suwarsih tidak bisa mengetahui arus kas masuk dan arus kas keluar. Strategi bisnis yang dijalankan pun terkesan sederhana dimana, bagi mereka yang penting adalah "Berjualan dan dapat duit denagn cara yang sama dilakukan orang kebanyakan" sehingga memupuskan alternatif-alternatif strategi pengembangan.

Dari uraian permasalahan diatas maka tim pengabdi kepada masyarakat IIB Darmajaya tertarik mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pengembangan Ukm Keripik Tempe Di Pekon Way Jaha Kecamatan Pugung Kabupaten Tanggamus" yang akan berfokus pada inovasi produk, pengembangan strategi pemasaran dan bisnis, manajemen SDM dan manajemen keuangan sederhana bagi UKM

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENYELESAIAN MASALAH

Tinjauan Pustaka

2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Tuti Trisnawati (2009:98), Usaha Kecil Menengah adalah sebuah bangunan usaha yang berskala kecil. Umumnya, ia dimiliki oleh perseorangan maupun kelompok. Bidang yang digarap oleh Usaha Kecil Menengah antara lain: toko kelontong, salon kecantikan, restoran, kerajinan, dan lain-lain. Biasanya usaha tersebut digagas oleh satu atau dua orang pendiri. Definisi UKM itu sangat berbeda di tempat yang berlainan. Berbagai negara memiliki definisi mereka sendiri mengenai ukuran bisnis yang bisa dikategorikan sebagai usaha kecil menengah. Dengan pengkategorian tersebut, jenis bisnis skala kecil ini memiliki hak dan kewajiban khusus berkaitan dengan legalitas status perusahaan dan besaran pajak yang harus dibayarkan pada pemerintah. Definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Total Asset
   Berdasarkan total asset, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha.
2. Berdasarkan Total Penjualan Bersih Per Tahun

Berdasarkan hal ini pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih per tahun paling banyak Rp 1.000.000.000 (Satu Miliar Rupiah)

3. Berdasarkan Status Kepemilikan

   Dari segi ini, didefinisikan bahwa pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan, bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi. UKM adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi sampai saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam.

2.2 Pengembangan dan Inovasi Produk

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan tahap-tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:382) tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap yaitu :

1. Pemunculan Gagasan

   Pengembangan produk berawal dari pencarian gagasan. Gagasan produk biasanya berasal dari berbagai sumber, diantaranya yaitu manajer pengembangan dan penelitian, pelanggan, ilmuwan, pesaing, pegawai, pesaing, saluran pemasaran dan manajemen puncak.

2. Penyaringan Gagasan

   Gagasan yang disampaikan oleh pihak-pihak di atas disortir menjadi tiga kelompok yaitu gagasan yang menjanjikan, gagasan yang pas-pasan, dan gagasan yang ditolak. Dalam menyaring gagasan, perusahaan harus memperhatikan dan menghindari dua kesalahan yaitu:

   a. Kesalahan Membuang, kesalahan ini terjadi jika perusahaan membuang ide yang sebenarnya baik untuk dikembangkan. Karena kurangnya gambaran perusahaan terhadap potensi ide tersebut maka perusahaan membuangnya
   b. Kesalahan Jalan Terus, kesalahan ini terjadi apabila perusahaan mengembangkan ide yang sebenarnya merugikan, hal ini akan mengakibatkan produk yang dikembangkan mengalami kegagalan di pasar.

Menurut Z. Heflin Frinces (2008:117), inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang

atau kelompok untuk diadopsi. Berdasarkan pengertian tersebut, lebih memfokuskan pada tiga hal utama yaitu :

1. Gagasan baru yaitu suatu olah pikir dalam mengamati suatu fenomena yang sedang terjadi, termasuk dalam bidang pendidikan, gagasan baru ini dapat berupa penemuan dari suatu gagasan pemikiran, Ide, sistem sampai pada kemungkinan gagasan yang mengkristal.
2. Produk dan jasa yaitu hasil langkah lanjutan dari adanya gagasan baru yang ditindak lanjuti dengan berbagai aktivitas, kajian, penelitian dan percobaan sehingga melahirkan konsep yang lebih konkret dalam bentuk produk dan jasa yang siap dikembangkan dan diimplementasikan termasuk hasil inovasi dibidang pendidikan.
3. Upaya perbaikan yaitu usaha sistematis untuk melakukan penyempurnaan dan melakukan perbaikan yang terus menerus sehingga inovasi itu dapat dirasakan manfaatnya.

2.3 Manajemen Usaha

Kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memperoleh SDM yang terbaik bagi bisnis yang kita jalankan dan bagaimana SDM yang terbaik tersebut dapat dipelihara dan tetap bekerja bersama kita dengan kualitas pekerjaan yang senantiasa konstan ataupun bertambah. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Untuk memahami pengertian SDM perlu dibedakan antara pengertiannya secara makro dan mikro. Pengertian SDM secara makro adalah semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam satu batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah maupun belum memperoleh pekerjaan (lapangan kerja). Disamping itu SDM secara makro berarti juga penduduk yang berada dalam usia produktif, meskipun karena berbagai sebab dan masalah masih terdapat yang belum produktif karena belum memasuki lapangan kerja yang terdapat dimasyarakatnya.SDM dalam arti mikro secara sederhana adalah manusia atau orangyang bekerja organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain.

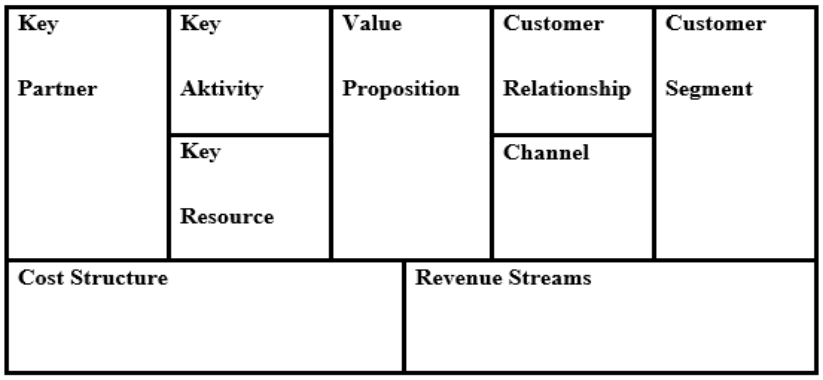
Kinerja karyawan sering diartikan sebagai pencapaian tugas, dimana karyawan dalam bekerja harus sesuai dengan program kerja organisasi untuk menunjukkan tingkat kinerja organisasi dalam mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Menurut (Mathis, 2008:113) faktor yang mempengaruhi

kinerja karyawan yaitu kemampuan karyawan untuk pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan, dan dukungan organisasi yang diterimanya. Sehubungan dengan fungsi manajemen manapun, aktivitas manajemen sumber daya dikembangkan, dievaluasi, dan diubah apabila perlu sehingga mereka dapat memberikan kontribusi pada kinerja kompetitif organisasi dan individu di tempat kerja. Faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan dalam bekerja, yaitu kemampuan karyawan untuk melakukan pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan, dan dukungan organisasi. (Anoraga, pandji.2000'' Manajemen Bisnis'")

2.4 Business Model Canvas

Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010, hal 14). Osterwalder & Pigneur membuat sebuah pendekatan model kanvas yaitu "Nine Building Blocks" yang memudahkan bagi para pebisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Nine Building Blocks terdiri dari : Value Proportitions, Customer Segments, Customer Relationship, Channels, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Structure, dan Revenue Stream. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010, hal 138-139), ide inovasi dalam bisnis model dapat datang dari mana saja.

Osterwalder & Pigneur membedakan inovasi model bisnis menjadi lima bagian yaitu : Resource- driven, Offer-driven, Customer-driven, Finance-driven, dan Multiple-epicenter. Resource-driven adalah inovasi yang berasal dari infrastruktur yang ada dalam sebuah organisasi atau memperluas dalam kemitraan atau mengubah sebuah model bisnis mengubah sebuah model bisnis. Offer-driven adalah inovasi yang dibuat menciptakan nilai proporsi yang baru yang dapat memberikan dampak kepada building blocks bisnis model yang lain. Customer-driven adalah inovasi yang didasarkan pada kebutuhan pelanggan, memfasilitasi akses, atau meningkatkan kenyamanan. Finance-driven adalah inovasi yang memberikan aliran penghasilan yang baru, mekanisme penetapan harga, atau mengurangi strukur biaya yang dapat mempengaruhi pada building blocks lainnya. Multiple-epicenter adalah inovasi yang didorong oleh banyak faktor yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap beberapa building blocks lainnya



Gambar 1 .Business Model Canvas

2.5 Akuntansi

Menurut Warren (2008:10) Akuntansi adalah system informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak – pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Fungsi utama akuntansi adalah sebagai informasi keuangan suatu organisasi. Dari laporan akuntansi kita bisa melihat posisi keuangan sutu organisasi beserta perubahan yang terjadi di dalamnya. Akuntansi dibuat secara kualitatif dengan satuan ukuran uang. Informasi mengenai keuangan sangat dibutuhkan khususnya oleh pihak manajer / manajemen untuk membantu membuat keputusan suatu organisasi.

2.6 Laporan Keuangan

Menurut (Sutrisno, 2008 : 9) laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang meliputi dua laporan utama yaitu laporan laba rugi dan neraca. Laporan keuangan merupakan gambaran dari suatu perusahaan pada waktu tertentu (biasanya ditunjukkan dalam periode atau siklus akuntansi), yang menunjukkan kondisi keuangan yang telah dicapai suatu perusahaan dalam periode tertentu. Dengan kata lain, laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, yaitu merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara seperti, misalnya sebagai laporan arus kas atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dan laporan keuangan. (Samsul, 2008:128), menyatakan : laporan keuangan merupakan

sarana yang penting bagi investor untuk mengetahui perkembangan perusahaan secara periodik. Semakin cepat emiten menerbitkan laporan keuangan secara periodik, baik sesudah diaudit ataupun belum diaudit maka semakin berguna bagi investor untuk investasi dalam saham. (Munawir, 2008:31), menyatakan : "Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan". Dengan melihat laporan keuangan suatu perusahaan akan tergambar didalamnya aktivitas perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, laporan keuangan perusahaan merupakan hasil dari suatu proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk komunikasi dan juga digunakan sebagai alat pengukur kinerja perusahaan. Harahap (2009:105), menyatakan bahwa laporan keuangan yaitu menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu.

2.7 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah untuk dapat mengembangkan UKM Keripik Tempe, tim pengabdi membuat gambaran umum seperti pada tabel 1, dimana dapat diidentifikasi 4 masalah utama yang dihadapi oleh UKM Keripik Tempe disertai dengan insiatif strategis untuk memecahkan masalah.

Tabel 1. Kerangka Pemecahan Masalah

No	Masalah	Proses	Hasil
1.	Bisnis UKM belum memiliki strategi pengembangan yang jelas	Melakukan pelatihan cara mengembangkan usaha dengan model bisnis kanvas	UKM mulai mengerti aspek-aspek strategis bisnisnya berdasarkan 9 blok pembangun
2.	Tidak adanya Inovasi pada produk Tempe yang dibuat oleh Ibu Suwarsih	Memberikan tambahan rasa dan kemasan yang baru pada produk keripik tempe	UKM Keripik tempe memiliki aneka rasa kripik dan kemasan yang baru
3.	Pemilik dan pekerja memiliki pemahaman yang rendah akan manajemen usaha	Melakukan pelatihan Manajemen Usaha, Pemasaran dan Produksi	Pemilik UKM dan Pekerjanya saat ini telah memiliki pemahaman

			manajemen yang komprehensif
3.	Tidak adanya pengetahuan tentang cara pembuatan penentuan harga pokok produksi dan laporan keuangan	Memberikan pelatihan Laporan keuangan kepada UKM	UKM Kripik tempe sudah memiliki laporan keuangan sederhana dan mampu menghitung HPP produknya

III. METODE PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

3.1 Metode Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode observasi sering kali diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada subyek penelitian. Teknik observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik hendaknya dilakukan pada subyek yang secara aktif mereaksi terhadap obyek. Adapun kriteria yang hendak diperhatikan oleh observeser antara lain.

3.2 Metode Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si peneliti dengan objek penelitian. Keterangan-keterangan yang hendak diperoleh melalui wawancara biasanya adalah keterangan dalam memperoleh dan memastikan fakta, memperkuat kepercayaan, memperkuat perasaan, mengenali standar kegiatan, dan untuk mengethaui alasan seseorang.

3.3 Metode Penyuluhan

Metode pemyuluhan adalah cara yang sistematis untuk mencapai suatu tujuan yang lelah direncanai melalui diskusi, rapat dan pertemuan praktek. Setiap orang belajar melelui banyak cara yang berbeda – beda sesui dengan kemampuan menangkap pesan yang diterima, ada yang cukup mendengar saja, atau melihat dan juga ada yang harus mempraktekkan dan kekudian mendistribusikannya.

3.4 Metode Pelatihan

Pelatihan atau training merupakan suatu kegiatan yang bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan. Pelatihan juga merupakan proses sistematis dimana karyawan mempelajari pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), kemampuan (ability) atau perilaku terhadap tujuan pribadi dan organisasi.

IV. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengembangan Usaha dengan Model Business Canvas

UKM Keripik Tempe Ibu Suwarsih merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang makanan. UKM Keripik Tempe Ibu Suwarsihini berdiri tahun 2000 dan berlokasi di Dusun II Desa Way Jaha Kec. Pugung Kab. Tanggamus. Setelah dilakukan pengenalan terhadap Model Business Canvas, UKM dapat mengetahui bentuk strategis bisnis yang saat ini sedang di jalani dan dapat dijadikan basis dalam penyusunan strategi dimasa depan. Berikut pendeskripsian bisnis model pada UKM Tempe Ibu Suwarsih menggunakan Business Model Canvas yang terdiri dari 9 elemen, yaitu: key partnerships, key activity, key resources, value propositions, customer relationships channels, customer segments, cost structure, dan revenue streams.

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Key Partner
▪ Petani Kedelai
▪ Pasar Tradisional</td>
<td>Key Activities
▪ Pemasaran
▪ Produksi
-pencucian
-perebusan
-Pembungkusan</td>
<td rowspan="2">Value Proposition
▪ Tempe lebih Padat dan legit
▪ Harga bersaing
▪ Memiliki banyak varian rasa
▪ Kemasan yang menarik</td>
<td>Customer Relationships
▪ Pendekatan Secara personal
▪ Menjaga cita-Rasa Tempe</td>
<td rowspan="2">Customer Segment
▪ Pasar Masal
▪ Semua Kalangan</td>
</tr>
<tr>
<td>Key Resources
▪ SDM
▪ Peralatan Produksi</td>
<td>Channels
▪ Pedagang Ritel/warung
▪ Penjual Sayur</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Cost Structure
▪ Biaya bahan baku
▪ Biaya transportasi</td>
<td colspan="3">Revenue Streams
▪ Penjualan Tempe</td>
</tr>
</table>

Gambar 2. Model Business Canvas UKM Keripik Tempe

1. Customer Segments

Pada elemen ini, customer segment UKM Tempe Ibu Suwarsih dari awal adalah memang untuk semua kalangan, karena tempe merupakan jenis produk umum yang artinya produk tersebut bisa di konsumsi oleh siapa saja. Jadi dalam hal ini tidak ada masukan khusus terkait dengan Customer segment pada produk tempe.

2. Value Propositions

Sesuai hasil analisa SWOT, belum ada keunggulan dalam elemen brand. Oleh karena itu perlu diperhatikan penambahan elemen brand misalkan dengan memberikan nama produk yang unik dan menarik, sehingga para konsumen menjadi tertarik dan mudah mengingat produk tersebut. Kemudian UKM Tempe Ibu Suwarsih harus selalu menjaga cita rasa tempe agar para konsumen tetap setia pada produknya.

3. Channels

Pada elemen ini, saluran yang digunakan UKM Tempe Ibu Suwarsih untuk menjangkau pelanggan sebenarnya sudah cocok, yakni bekerjasama dengan pedagang ritel dan penjual sayur. Namun, perlu diperhatikan lagi dalam penjualan produk sebaiknya tidak hanya dari pedagang ritel dan penjual sayur saja, UKM Tempe Ibu Suwarsih dapat bekerja sama dengan yang lainnya, seperti Pemilik Warteg, Warung makan (soto, pecel) yang berada di sekitar Desa Way Jaha

4. Customer Relationships

Dalam menjaga hubungan loyalitas terhadap customer, UKM tempe Ibu Suwarsih tidak bisa hanya dengan pendekatan secara personal, memberikan pelayanan yang ramah dan menjaga cita rasa tempe, namun juga pemberian hadiah terhadap konsumen itu perlu, seperti memberikan diskon ketika dalam pembelian yang cukup banyak.

5. Revenue Streams

Berdasarkan hasil SWOT, perusahaan dapat menambah pendapatan dengan cara membuat inovasi terhadap produk, yakni dengan membuat produk baru seperti keripik tempe. Dengan begitu UKM Tempe Ibu Suwarsih akan mendapat penambahan pada pendapatan.

6. Key Resources

Pada elemen ini, lebih banyak kelemahan yang muncul contohnya seperti sumber daya utama mudah ditiru oleh pesaing, dan kurangnya perlatan untuk melakukan proses produksi, seperti tidak adanya mesin penggiling tempe yang menyebabkan proses produksi menjadi lama dan tidak maksimal.

Hal ini dapat diatasi dengan melakukan pembelian mesin penggiling kedelai, karena dengan adanya mesin tersebut bisa memudahkan dan mempercepat proses produksi sehingga kemampuan dalam memproduksi menjadi maksimal.

7. Key Activities

Pada elemen ini, UKM Tempe memiliki 4 aktivitas utama pembelian bahan baku, pengolahan bahan baku, pembungkusan, dan penjualan. Namun hendaknya diperlukan aktivitas tambahan contohnya aktivitas pembuatan produk baru seperti membuat keripik tempe varian rasa.

8. Key Partnerships

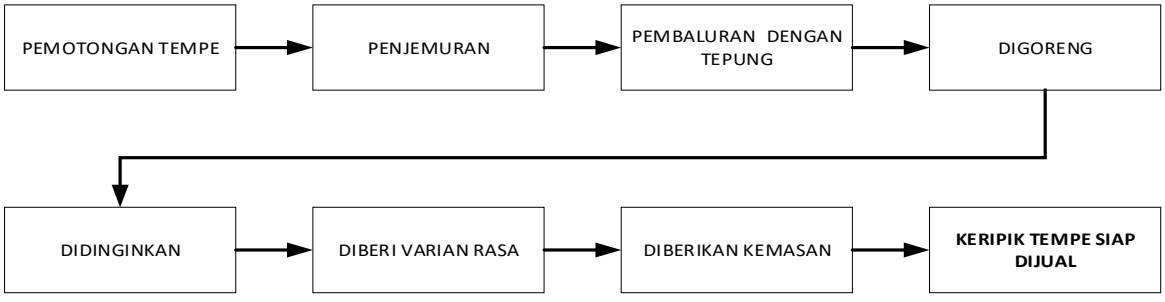
Menurut hasil analisa SWOT, hubungan yang dibangun antara UKM Tempe dengan Mitra saat ini cukup baik, maka dari itu harus tetap di jaga demi keberlangsungan bisnis yang sedang di jalani. Mengenai peluang untuk memperluas pemasaran UKM dapat melakukan penambahan partner dengan mengajak 1 orang untuk membantu dalam melakukan penjualan ke wilayah yang berbeda.

9. Cost Structure

Pada elemen ini, berdasarkan analisa SWOT mengenai pegeluaran biaya yang tidak menentu pada setiap bulannya. Pihak UKM harus pandai dalam mensiasati yakni dengan mencatat setiap peneluaran setiap bulannya. Maka dari itu pihak UKM belajar mengenai pencatatan laporan keuangan sederhana.

4.2 Pelatihan Pembuatan Keripik Tempe Varian Rasa

Produk baru dari hasil inovasi yaitu berupa keripik tempe dengan beberapa varian rasa pada produk kripik tempe yang kami buat salah satunya yaitu kripik tempe rasa balado dan jagung bakar:



Gambar 3. Proses Pengembangan Keripik Tempe Varian Rasa

4.3 Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana

Pelatihan Manajemen keuangan disampaikan kepada UKM Keripik Tempe berdasarkan hasil survei dan analisis kondisi awal, kami mendapati tidak adanya pencatatan bukti-buktipenerimaan serta pengeluaran secara tertib dan rapi. Hal ini sangat penting dilakukan karena sebuah bisnis/usahaharus dapat mengelola keuangan agar keberlangsungan usaha/bisnis dapat terus berjalan. Dan perlu sekali adanya pemilahan mana yang menjadi unsur pendapatan, unsur biaya/pengeluaran serta keuntungan atau penyetoran modal kembali.

Pelatihan manajemen Keuangan diberikan oleh M. Ariza Eka Yusendra S.P.,M.M dibantu dengan mahasiswa yang menjelaskan tujuan, manfaat dan proses Pembuatan laporan keuangan, bagaimana melakukan pencatatan transaksi, mendokumentasikan transaksi dan pembuatan Neraca Saldo. Adapun susunan acara pelatihan sebagai berikut **:**

Tabel 2. Susunan Acara Pelatihan Laporan Keuangan UKM

No	Hari	Tanggal	Materi	Waktu
1	Senin	23 Februari 2015	Tujuan dan Manfaat Manajemen Keuangan	09.00-10.00
2			Proses Pembuatan Laporan Keuangan: Pencatatan Transaksi Keuangan	10.30-12.00
3			ISHOMA	12.00-13.00
4			Mendokuementasikan bukti transaksi dan pembautan neraca saldo	13.00-14.30
5			Praktek	14.30 sd selesai

Gambar 4. Proses Praktek pada pelatihan Laporan Keuangan

4.4 Pelatihan Manajemen Usaha

Pelatihan manajemen usaha diberikan oleh M. Ariza Eka Yusendra S.P.,M.M dibantu dengan mahasiswa yang menjelaskan fungsi dasar dan proses manajemen, bagaimana membuat perencanaan usaha, dan perencanaan strategik. Adapun susunan acara pelatihan sebagai berikut

Tabel 3. Susunan Acara Pelatihan Manajemen Usaha

No	Hari	Tanggal	Materi	Waktu
1	Senin	24 Februari 2015	Fungsi dasar dan proses manajemen bagi UKM	09.00-10.00
2			Membuat perencanaan usaha	10.30-12.00
3			ISHOMA	12.00-13.00
4			Membuat perencanaan strategik	13.00-14.30
5			Praktek	14.30 sd selesai

Hasil yang dicapai pada saat Pelatihan Manajemen Usaha adalah UKM Keripik Tempe milik Ibu Suwarsih mengetahui kiat-kiat dalam menerapkan sistem manajemen yaitu mereka harus fokus pada core competencies-nya, tertib dalam pengelolaan administrasi serta selalu kreatifdalam pengembangan usahanya baik apakah itu inovasi produk maupun kreatif dari sisi proses serta strategi pemasaran. Selain itu juga UKM juga diajarkan cara dan tips untuk melakukan rencana usaha dan strategis untuk pengembangan usahanya, termasuk memberikan gambaran persaingan era bisnis yang modern saat ini dimana penggunaan teknologi informasi dan internet dapat memberikan keunggulan strategis bagi UKM.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat IIB Darmajaya yang terdiri dari tim dosen dan mahasiswa menfokuskan pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Keripik Tempe di pekon Way Jaha Kecamatan Pugung Kabupaten Tanggamus didapatkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Pada awalnya UKM Keripik Tempe Ibu tidak memahami pembuatan strategi pengembangan usaha, akan tetapi setelah diberikan pelatihan Business Model Canvas, UKM saat ini sudah lebih paham kekuatan kelemahan termasuk peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan dengan menggunakan Business Model Canvas.

2. UKM Keripik Tempe saat ini telah memiliki produk keripik tempe dengan berbagai macam varian berikut dengan kemasan baru yang lebih higienis Pelatihan
3. Telah dilakukan pelatihan manajemen usaha dimana dilakukan untuk memperkuat pemilik UKM dan pekerjanya untuk menjalankan usahanya terutama di bidang manajemen pemasaran dan operasi
4. Telah Diterapkannya penyusunan laporan keuangan sederhana kepada UKM Tempe Ibu Suwarsih untuk mengetahui arus kas masuk dan kas keluar.

VI. SARAN

1. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat meningkatkan hasil usaha UKM yang sudah ada dengan melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam permodalan dan pengelolaan SDM sehingga dapat lebih berkembang dan meningkatkan produksinya di masa yang akan datang.

2. Bagi Masyarakat Pekon Way Jaha

Diharapkan masyarakat Pekon Way Jaha dapat meningkatkan dan melihat peluang usaha khususnya yang berhubungan dengan industry kecil tempe yang ada di wilayahnya saat ini serta dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap usaha kecil yang dimulai dari rumahan.

3. Bagi Pekon Way Jaha

Diharapkan Pekon Way Jaha dapat meningkatkan dan melihat peluang usaha khususnya yang berhubungan dengan industry kecil tempe yang ada di wilayahnya saat ini serta dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap usaha kecil yang dimulai dari rumahan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Abdul Halim, Sarwoko. 2008. Manajemen Keuangan (Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan). Cetakan ke 3, Yogya BPF-YOGYAKARTA.

[2] Anoraga, Pandji. 2000 “Manajemen Bisnis” Jakarta: PT Rineka Cipta

[3] Carl. S. Warren 2005. Pengantar Akuntansi, Edisi 21 Jakarta :Salemba Empat

[4] Harmono,2009. Manajemen Keuangan. Cetakan Pertama, penerbit Bumi Aksara, Yogyakarta.

[5] Mathis, Robert L. & John H. Jackson. 2008. Human Resource

Management: Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi ke-10. Edisi Bahasa Indonesia. Salemba Empat, Jakarta.

[7] Robert L. Mathis & John H. Jackson, Human Resources Management, Edisi sepuluh, Penerbit Salemba Empat, 2008.

[8] Sofyan Syafri Harahap, Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Edisi Satu, Raja Grafindo, Jakarta, 2005, Hal 105.

[9] Trisnawati, Tuti. 2009. Akuntansi Untuk Koperasi dan UKM-Tuti Trisnawati. Edisi. No. Panggil 657 TRI A. Jakarta: Salaemba Empat