



PKM DIVERSIFIKASI PRODUK KERIPIK SEBAGAI STRATEGI KOMPETITIF PADA USAHA KERIPIK SKALA MIKRO DESA LEREP

Sarbullah¹, Arini Novandalina²
^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang
Email: ¹ sarbullah@stiesemarang.ac.id, ² arini.novandalina@gmail.com

Naskah Masuk 9 Januari 2022	Naskah Direvisi 28 Januari 2022	Naskah Diterima 27 Februari 2022
---------------------------------------	---	--

Abstrak

Pengelolaan usaha keripik Podo Senang dan Berkah Mulia yang dikelola oleh Ibu Alfiah dan Ibu Muawanah di dukuh Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang terus berbenah. Unsur pekerjaan yang selama ini belum mendapat perhatian berangsur mulai dikerjakan untuk menunjang terciptanya usaha yang terencana dan terarah. Selama pendampingan dalam program PKM yang dilakukan terdapat beberapa unsur yang selama ini kurang mendapat perhatian diantaranya adalah: 1) dalam pengelolaan keuangan tidak menyelenggarakan pembukuan. 2) Tidak memiliki produk yang bernilai keunggulan bersaing. 3) Pemasaran yang dilakukan hanya bersifat menunggu pembeli, tidak ada kegiatan promosi untuk membuka pasar baru. Dari ketiga unsur tersebut telah dilakukan beberapa solusi perbaikan secara bertahap yaitu: 1) Pengelolaan keuangan berupa penyusunan laporan keuangan. 2) Diversifikasi produk yaitu menciptakan varian produk baru yang diminati masyarakat yang belum banyak dipasarkan. Khusus bidang pemasaran yang aplikatif belum dapat diterapkan pada pelaksanaan tahap 1 (satu) pada bulan April hingga Juli 2018 ini. Penerapan metode pemasaran yang berbasis internet marketing akan diterapkan pada program tahap 2 (dua) yaitu bulan Agustus hingga September 2018. Progres kemajuan pelaksanaan kegiatan dimulai bulan April dengan melakukan dua kegiatan perjalanan dan satu kegiatan pengadaan bahan habis pakai. Pada bulan Mei telah dilakukan satu kegiatan pengadaan bahan habis pakai serta lima kegiatan perjalanan dan kegiatan lain-lain. Bulan Juni menindak lanjuti kegiatan yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu satu kegiatan pengadaan bahan habis pakai serta lima kegiatan perjalanan dan kegiatan lain-lain. Di bulan Juli dilakukan pengadaan barang berupa mesin Food Sealer dan melanjutkan kegiatan perjalanan dan satu kegiatan lain-lain bersifat lanjutan. Di bulan Juli dari empat kegiatan yang ada terdapat dua sub kegiatan yang tuntas (100%) dikerjakan yaitu pekerjaan bahan habis pakai dan peralatan yaitu pengadaan mesin Food Sealer serta pelatihan manajemen pemasaran dan akuntansi. Bekaitan dengan serapan dana 70% yang diperoleh tidak terdapat sisa dana. Semua dana yang diterima di tahap satu telah dibelanjakan seluruhnya untuk kebutuhan program kemitraan. Untuk menuntaskan program kemitraan 30 %, pembiayaan dilakukan dengan menerapkan metode re-imbust yaitu pembiayaan dilakukan dengan dana talangan berasal dari pelaksana. Untuk setiap pengeluaran pembiayaan harus didukung oleh bukti-bukti pengeluaran yang sah, bukti pengeluaran tersebut dikumpulkan selanjutnya dilaporkan kepada LLDIKTI bersamaan dengan laporan kemajuan 100 %.

Kata Kunci: Diversifikasi, Produk, Pemasaran

PENDAHULUAN

Pengusaha keripik di dukuh Karangbolo merupakan kelompok UMKM tergolong usaha mikro konvensional yaitu usaha produktif milik keluarga sebagai penghasilan utama keluarga. Pengelolaan keuangan campuran merupakan sistem pengelolaan yang dipakai dalam usaha mereka yaitu tidak ada pemisahan catatan *cash flow* antara keuangan untuk kepentingan usaha dengan keuangan untuk urusan rumah tangga. Berbagai faktor penyebab

diterapkannya sistim keuangan campuaran ini disebabkan oleh terbatasnya sumber daya untuk mengelola keuangan usaha yang ada. Di bidang manajemen pemasaran, penjualan barang sebagian dilakukan atas dasar pesanan dan sebagian lagi dari pelanggan setia. Pesanan biasanya berasal dari pelanggan sebagai *reseler* dengan baik dari pelanggan yang berada dalam kota ada juga pelanggan yang berasal dari luar kota seperti Jakarta dan kota terdekat yaitu Semarang dan sekitarnya. Proses pengiriman barang ke luar kota selama ini tidak ada persoalan serius baik dari segi *packaging* maupun distribusi yang dilakukan oleh perusahaan ekspedisi. Proses pengiriman keluar kota perlu mendapat perhatian khusus mengingat barang yang dikirim merupakan barang yang mudah rusak rentan terhadap benturan dalam proses distribusi.

Permodalan merupakan kendala yang perlu dicari jalan keluarnya dalam rangka untuk meningkatkan penjualan. Ketersediaan kas yang cukup sangatlah dibutuhkan untuk melayani pembeli dengan sistim pembayaran tempo atau penjualan dengan sistim konsinyasi. Sistim penjualan jenis ini membutuhkan tambahan modal lebih tidak sebatas modal untuk pembiayaan satu kali produksi namun untuk beberapa kali produksi. Untuk memperoleh tambahan modal selama ini mitra belum mencoba untuk mengajukan pinjaman pada pihak perbankan karena berbagai pertimbangan.

Upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha yang ada di dukuh Karangbolo merupakan bagian dari tujuan kegiatan PKM. Dengan kegiatan PKM ini diharapkan pendamping dapat mentransformasi teknologi dengan memberikan kemampuan teknis kepada Mitra untuk mendorong Mitra agar lebih memahami teknologi dan mengenal sistim pengelolaan manajemen bisnis modern sementara bertahap meninggalkan cara pengelolaan konvensional. Beberapa manfaat yang sudah dirasakan Mitra setelah dilakukan pendampingan saat ini adalah Mitra dapat memahami system manajemen pemasaran dengan membidik pelanggan yang tepat sasaran. Pelayanan kepada pelanggan dapat ditingkatkan dengan menyediakan barang dengan kemasan yang lebih kuat dan aman dengan penggunaan mesin *Food Sealer*.

Usaha Keripik ibu Alfiyah

Pengelolaan keuangan usaha yang dilakukan oleh Mitra tidak berbeda dengan yang banyak dilakukan oleh pelaku UMKM konvensional pada umumnya. Persoalan yang muncul dan dialami Mitra yang dikelola ibu Alfiyah adalah pengelola menangani kegiatan usaha secara mandiri baik pekerjaan yang menyangkut pembelian barang, melayani pelanggan dan sesekali ikut dalam menggoreng bila diperlukan. Uang untuk usaha dipegang langsung oleh ibu Alfiyah yang mana ibu Alfiyah juga sebagai ibu rumah tangga. Dalam pengelolaan uang tentu tidak dilakukan pemisahan antara uang untuk keperluan usaha dan uang untuk kebutuhan rumah tangga. Didalam kegiatan pelatihan bidang pengelolaan uang kegiatan usaha yang dilakukan telah penulis sampaikan bahwa prinsip akuntansi menyebutkan prinsip konservatizm yaitu adanya pemisahan kepentingan antara kepentingan pengelolaan usaha dengan kepentingan pribadi pemilik. Dilapangan terdapat kendala 1) bu Alfiyah sebagai pemilik tidak mampu berperan aktif dalam pengelolaan keuangan, dikarenakan kesibukan yang bersangkutan sehingga tidak memiliki kesempatan untuk khusus mengerjakan dan mencatat penerimaan dan pengeluaran uang. 2) kemampuan bu Alfiyah memiliki keterbatasan untuk memahami teknis mencatat keluar masuk uang. 3) tidak ada tambahan tenaga yang bisa dilibatkan dalam pencatatan

keuangan karena pengeluaran untuk membayar gaji tenaga petugas akuntansi menjadi alasan untuk tidak menambah karyawan.

Manajemen pemasaran sebagaimana yang dijelaskan di depan adalah kondisi yang terdapat pada usaha Podo Senang milik ibu Asfiah. Pemahaman pentingnya promosi dan pemilihan kemasan yang dapat mendukung daya tarik pembeli pada produk belum sepenuhnya dipahami. Pemilihan kemasan baru pada batas kekuatan bahan pembungkus dan pertimbangan kualitas produk. Bahan plastik yang dipilih cukup memadai untuk kemasan sejenis barang seperti keripik yaitu bahan pelastik yang digunakan memiliki ketebalan yang cukup. Dengan ketebalan yang memadai keamanan isi kemasan tetap terjaga keutuhannya produk tidak mudah rusak disamping itu posisi kemasan dapat diletakkan secara berdiri sehingga member profil kemasan yang lebih menarik mudah dilihat bila di pajang di etalase. Pembukaan jalur penjualan masih perlu dilakukan khususnya mencari pelanggan baru yang bersifat reseller perorangan, pelanggan reseller perorangan terdapat beberapa kelebihan yaitu pembelian dilakukan dalam jumlah besar karena untuk dijual kembali, kemasan tidak disertai sticker kemudian pembayaran dilakukan tunai lunas saat barang diterima ditempat.

Usaha Keripik ibu Mu'awanah

Permasalahan yang muncul pada kedua usaha tersebut pada prinsipnya tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Kedua usaha tersebut merupakan usaha perorangan dan memiliki komoditi yang sama. Sebagaimana jenis usaha mikro yang bentuk usahanya milik keluarga atau perorangan tentu saja dalam pengelolaannya bersifat kekeluargaan pula dengan manajemen tertutup. Usaha yang dikelola oleh ibu Alfiah dan ibu Mu'awanah ini terdapat beberapa permasalahan yang menjadikan usaha sulit untuk berkembang yaitu dalam pengelolaannya tidak diterapkannya manajemen bisnis yang baik. Beberapa masalah yang ditemukan adalah:

Pemilik usaha tidak mengadakan pembukuan sehingga tidak ada pemisahan pencatatan yang jelas antara biaya yang dikeluarkan untuk usaha dengan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan diluar usaha. Pengelolaan uang yang menyatu antara uang untuk usaha dengan uang untuk keperluan keluargamenjadikan sulit untuk melakukan evaluasi kondisi usaha, apakah usaha itu untung atau rugi.

Produk yang dihasilkan masih terbatas pada varian produk yang sama dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh usaha sejenis lainnya. Tidak memiliki produk yang bernilai keunggulan bersaing.

Pemasaran yang dilakukan hanya bersifat menunggu pembeli, tidak membuka pasar baru. Dengan sistim pemasaran semacam ini usaha sulit untuk berkembang karena sumber pemasukan dana dari hasil penjualan rendah sehingga kebutuhan dana untuk biaya pengembangan usaha menjadi terbatas. Upaya membuka pasar baru tentu tidaklah mudah karena terdapat banyaknya pelaku usaha yang sama dengan produk yang sama pula sehingga tingkat persaingan semakin ketat.

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang muncul pada kedua usaha tersebut pada prinsipnya tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Kedua usaha tersebut merupakan usaha perorangan dan memiliki komoditi yang sama. Sebagaimana jenis usaha

mikro yang bentuk usahanya milik keluarga atau perorangan tentu saja dalam pengelolaannya bersifat kekeluargaan pula dengan manajemen tertutup. Usaha yang dikelola oleh ibu Alfiah dan ibu Mu'awanah ini terdapat beberapa permasalahan yang menjadikan usaha sulit untuk berkembang yaitu dalam pengelolaannya tidak diterapkannya manajemen bisnis yang baik. Beberapa masalah yang ditemukan adalah:

Pemilik usaha tidak mengadakan pembukuan sehingga tidak ada pemisahan pencatatan yang jelas antara biaya yang dikeluarkan untuk usaha dengan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan diluar usaha. Pengelolaan uang yang menyatu antara uang untuk usaha dengan uang untuk keperluan keluargamenjadikan sulit untuk melakukan evaluasi kondisi usaha, apakah usaha itu untung atau rugi.

Produk yang dihasilkan masih terbatas pada varian produk yang sama dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh usaha sejenis lainnya. Tidak memiliki produk yang bernilai keunggulan bersaing. Pemasaran yang dilakukan hanya bersifat menunggu pembeli, tidak membuka pasar baru. Dengan sistim pemasaran semacam ini usaha sulit untuk berkembang karena sumber pemasukan dana dari hasil penjualan rendah sehingga kebutuhan dana untuk biaya pengembangan usaha menjadi terbatas. Upaya membuka pasar baru tentu tidaklah mudah karena terdapat banyaknya pelaku usaha yang sama dengan produk yang sama pula sehingga tingkat persaingan semakin ketat.

Dengan permasalahan yang ada maka perlu ditemukan solusi dan target luaran untuk penyelesaiannya. Masalah utama yang ada adalah:(1) belum dilakukan pencatatan akuntansi keuangan. (2) kapasitas dan kualitas produksi yang rendah dan belum memiliki produk unggulan. (3) pemasaran tidak melakukan penetrasi pasar karena tidak ada produk unggulan dan produksi yang terbatas.

Berdasarkan realitas tersebut, khususnya yang berkaitan dengan akuntansi maka perlu dilakukan pengelolaan keuangan berupa penyusunan laporan keuangan. Dengan adanya laporan keuangan, pemilik dapat memperhitungkan keuntungan yang diperoleh, mengetahui berapa tambahan modal yang dicapai, dan juga dapat mengetahui bagaimana keseimbangan hak dan kewajiban yang dimiliki. Sehingga setiap keputusan yang diambil oleh pemilik dalam mengembangkan usahanya akan didasarkan pada kondisi konkret keuangan yang dilaporkan secara lengkap bukan hanya didasarkan pada asumsi semata. Pemilik usaha perlu diberikan pelatihan tentang akuntansi diharapkan pelaku usaha dapat melakukan pencatatan akuntansi sendiri.

Produksi, Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat perlu diterapkan broad differentiation strategy yaitu suatu strategi dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas dengan menonjolkan perbedaan dalam cara dan spesifikasi produk dibandingkan pesaing. Penyediaan produk tersebut dapat dihasilkan melalui diversifikasi product yaitu menciptakan varian produk baru yang diminati masyarakat namun belum banyak dipasarkan. Menurut Fandy Tjiptono strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Diversifikasi dapat dilakukan melalui cara yaitu dengan Diversifikasi Konsentris dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada. Selanjutnya Diversifikasi Produk yang dibuat adalah keripik berbahan

sayuran berupa keripik wortel, keripik terung, keripik pare, keripik seledri, keripik bayam dan beberapa jenis sayuran lainnya yang memungkinkan untuk dijadikan keripik.

Dibidang pemasaran perlu dibangun strategi bersaing yaitu langkah-langkah strategis yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan (Hariadi, B.99, 2005). Langkah strategis dapat dilakukan yaitu dengan menerapkan teknologi informasi yaitu marketing online berupa sosial media marketing facebook, Instagram, dan WathSapp. Ketiga cara ini dipilih karena media sosial menjadi media internet marketing paling populer. Fasilitas yang digunakan adalah facebook fanpage dan facebook Ads. Dengan demikian pemasaran akan lebih efektif dan efisien karena jangkauan luas dan gratis sehingga strategi bersaing akan berjalan dengan baik dan mampu menjelaskan keunggulan bersaing yang merupakan suatu nilai lebih dibandingkan pesaing.

METODE PENELITIAN

Bertolak dari permasalahan dan solusi yang ada serta untuk merealisasikan target luaran maka perlu dilakukan langkah-langkah pelaksanaan dengan metode pelaksanaan agar lebih terarah. Metode pelaksanaan dibuat untuk memudahkan pelaksanaan agar lebih terkordinasi dan setiap kegiatan yang dilakukan dapat diikuti dan diserap dengan baik oleh peserta. Setelah program PKM ini selesai diharapkan peserta dapat mengaplikasikannya secara mandiri dan berkelanjutan.

1. Sosialisasi

Sosialisasi dimaksudkan agar segala sesuatunya sudah dipersiapkan oleh mitra sehingga dalam pelaksanaannya berjalan lancar dan tidak mengganggu kegiatan produksi. Sebelum kegiatan dimulai peserta program perlu diberi penjelasan tentang:

- a. program kemitraan masyarakat (PKM) meliputi tujuan program, sumber dana kegiatan, kontribusi mitra dalam program.
- b. pemaparan tentang permasalahan, solusi dan target luaran yang akan dicapai.
- c. kesiapan peserta seperti mempersiapkan peralatan kerja, jumlah personil yang dilibatkan bagian apa saja, jadwal kegiatan, dan waktu yang dibutuhkan.

2. Pelatihan manajemen bisnis

Memberikan pelatihan kepada mitra berupa pelatihan akuntansi, manajemen pemasaran, diversifikasi produk, penggunaan aplikasi marketing online. Pelatihan dibagi beberapa kelompok sesuai materi yang diberikan.

3. Implementasi hasil pelatihan

Melakukan pendampingan selama mempraktekan materi yang telah diberikan dalam pelatihan. Melaksanakan pencatatan, pengelompokan, mengidentifikasi hingga membuat laporan keuangan. Merancang disain kemasan, membuat produk baru yaitu keripik berbahan sayuran, mengoperasikan computer menggunakan internet untuk promosi.

4. Monitoring dan evaluasi

Semua kegiatan akuntansi, pemasaran, membuat produk baru dan promosi melalui internet harus sudah dilakukan oleh peserta secara mandiri. Hasil

pelaksanaan program diidentifikasi dan dievaluasi terhadap bagian-bagian yang masih terdapat kekurangan.

5. Perbaikan dan penyempurnaan hasil

Bila terdapat kekurangan dalam hal daya serap peserta yang belum cukup maka diberikan pemahaman secukupnya.

HASIL PENELITIAN

Pengadaan mesin Food Sealer

Untuk menunjang kinerja produksi dibagian pengemasan mitra telah melakukan pengadaan mesin Food Sealer untuk membantu dalam pengerjaan pengemasan produk. Dengan menggunakan mesin Food Sealer ini pengerjaan pengemasan menjadi lebih cepat dan rapi. Bila menggunakan alat sealer manual dalam satu jam dapat menyelesaikan kurang lebih 50 bungkus namun bila menggunakan mesin food Sealer mapu menyelesaikan 200 bungkus per jam. Berikut gambar penggunaan Food sealer.

Gambar 1. Pemakaian mesin Food Sealer



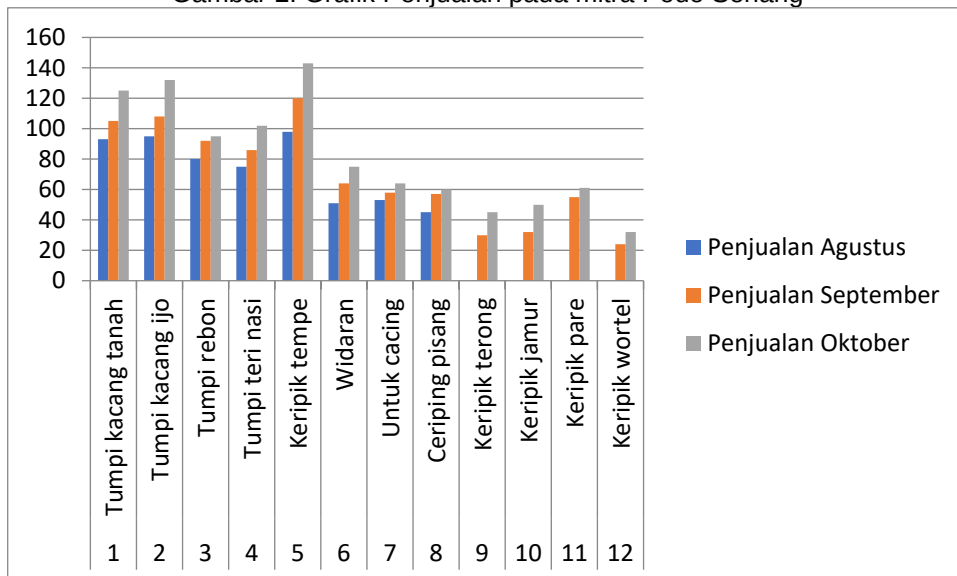
Omset Penjualan

Progres kemajuan pelaksanaan kegiatan terlihat dari peningkatan omset penjualan berbagai macam barang. Tren omset penjualan keripik diambil dari omset penjualan tiga bulan terakhir mulai bulan Agustus hingga Oktober di dua unit usaha mitra yaitu Podo Senang dan Berkah Mulia. Peningkatan penjualan terjadi merata disetiap produk rata-rata naik 10 %. Kenaikan omset tersebut dampak dari upaya pemasaran produk melalui media sosial internet seperti facebook publish dan unpublish, akun pribadi serta Instagram. Dampak lainnya adalah adanya pengaruh dari kemasan yang semakin baik kualitasnya baik material plastik yang lebih tebal dan seal kemasan yang semakin kuat dan terlihat lebih rapi setelah menggunakan mesin Food sealer.

Tabel 1. Omset penjualan pada mitra Podo Senang

No.	Nama Barang	Penjualan		
		Agustus	September	Oktober
1	Tumpi kacang tanah	93	105	125
2	Tumpi kacang ijo	95	108	132
3	Tumpi rebon	80	92	95
4	Tumpi teri nasi	75	86	102
5	Keripik tempe	98	120	143
6	Widaran	51	64	75
7	Untuk cacing	53	58	64
8	Ceriping pisang	45	57	60
9	Keripik terong		30	45
10	Keripik jamur		32	50
11	Keripik pare		55	61
12	Keripik wortel		24	32

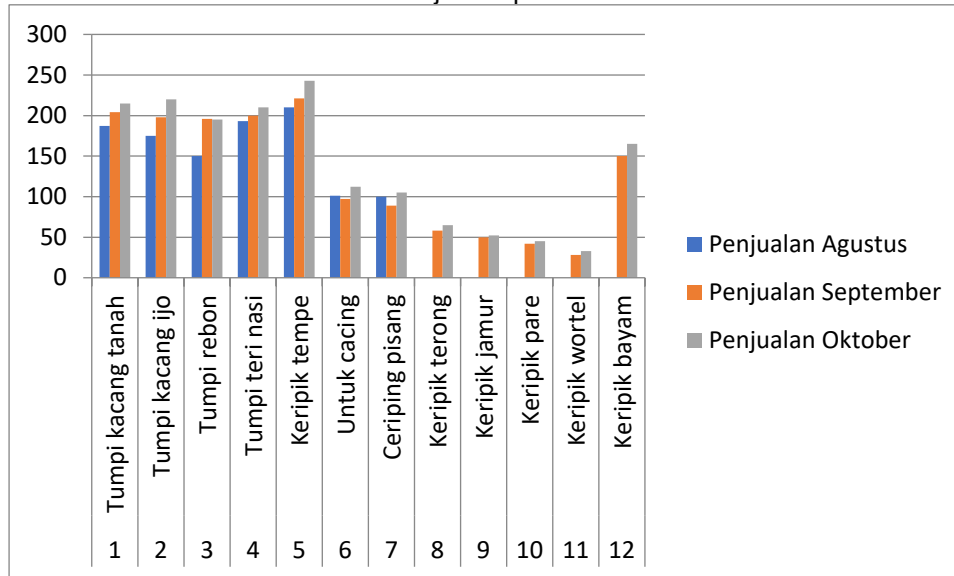
Gambar 2. Grafik Penjualan pada mitra Podo Senang



Tabel 2. Omset penjualan pada mitra Berkah Mulia

No.	Nama Barang	Penjualan		
		Agustus	September	Oktober
1	Tumpi kacang tanah	187	204	215
2	Tumpi kacang ijo	175	198	220
3	Tumpi rebon	150	196	195
4	Tumpi teri nasi	193	200	210
5	Keripik tempe	210	221	243
6	Untuk cacing	101	97	112
7	Ceriping pisang	100	89	105
8	Keripik terong		58	65
9	Keripik jamur		50	52
10	Keripik pare		42	45
11	Keripik wortel		28	33
12	Keripik bayam		150	165

Gambar 3. Grafik Penjualan pada mitra Berkah Mulia



KESIMPULAN

Kegiatan PKM ini secara umum dinilai lancar. Kegiatan dilakukan berdasarkan penyesuaian kegiatan kedua belah pihak yaitu antara pendamping dengan Mitra. Meski perlu adanya penyesuaian jadwal pelaksanaan waktu kunjungan namun pelaksanaan kegiatan berjalan lancar. Target dan sasaran PKM telah disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di lapangan. Mitra telah merasakan manfaat yang diterima berupa pelatihan yang diberikan. Di bidang manajemen pemasaran Mitra menyadari tentang masih lemahnya upaya pengembangan usaha melalui peningkatan penjualan baik dari segi promosi maupun dari segi strategi produk. Berbagai upaya yang akan dilakukan untuk mengatasi hal kekurangan tersebut. Dibiidang akuntansi Mitra pun memaklumi pentingnya pencatatan keuangan yang selama ini belum dilakukan yang merupakan penghambat usaha untuk mengetahui perkembangan usaha apakah sesungguhnya usaha yang dilakukan laba atau break even point.

REFERENSI

- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi Ke-3, (Yogjakarta : ANDI, 1997), 250.
 Basu Swastha, dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Ke-2, Cetakan Ke-5,(Yogjakarta : LIBERTY, 1997), 406.
 Philip kotler, Marketing, Jilid 1, (Jakarta : ERLANGGA, 1994), 189. 13
 Kotler Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-3, Jilid 1, (Jakarta : ERLANGGA, 1997), 270-272.
 Hariadi, B., (2005), *Strategi Manajemen*, Bayumedia Publising, Malang