

## KONSTRUKSI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UMKM KRIPIK KEDELAI DI MOJOKERTO

Aristha Purwanthari Sawitri<sup>1</sup>, Apri Irianto<sup>2</sup>, M. Nushron Ali Mukhtar<sup>3</sup>,  
Andarmadi Jati Abdhi Wasesa<sup>4</sup>, Nashrudin Latif<sup>5</sup>

<sup>1</sup>) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>2</sup>) Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Pedagogi dan Psikologi,  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>3,4</sup>) Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>5</sup>) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
email: nashrudin@unipasby.ac.id

### Abstrak

Proses pembelajaran bagi masyarakat, sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat, menekankan pada upaya kemandirian dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) produk kripik tempe kedelai di Mojokerto, agar kreatif, inovatif dan produktif untuk menciptakan diferensiasi dan kemampuan mengembangkan usahanya. Tujuan pengabdian ini, memantik pelaku usaha dengan memberikan input pengembangan bisnis. Metode pengabdian masyarakat menggunakan teknik *Forum Group Discussion* (FGD), melalui diskusi secara berkelompok dan terfokus pada permasalahan yang dihadapi. Hasil FGD menunjukkan peta masalah berupa jejaring dan kolaborasi bisnis, model bisnis, laporan keuangan dan branding produk. Keempatnya, memberikan peluang pengembangan usaha melalui penciptaan ekosistem usaha yang kondusif melalui pelibatan stakeholder, model bisnis yang diterapkan, laporan keuangan melalui teknik penyajian laporannya, dan branding produk melalui penciptaan atribut dan kemasan produk. Pemberdayaan masyarakat UMKM produk kripik kedelai di Mojokerto merupakan sinergi antara dunia usaha, akademisi dan pengambil kebijakan daerah setempat.

**Kata kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, Kolaborasi Bisnis, UMKM

### Abstract

The learning process for the community, as part of community service, emphasizes independence efforts in developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) for soybean tempeh chips products in Mojokerto, so that they are creative, innovative and productive to create differentiation and the ability to develop their businesses. The aim of this service is to ignite business actors by providing input for business development. The community service method uses the Forum Group Discussion (FGD) technique, through group discussions focused on the problems faced. The results of the FGD show a problem map in the form of business networking and collaboration, business models, financial reports and product branding. Fourthly, providing business development opportunities through creating a conducive business ecosystem through involving stakeholders, implementing business models, financial reports through report presentation techniques, and product branding through creating product attributes and packaging. Empowering the MSME community for soybean chip tempeh products in Mojokerto is a synergy between the business world, academics and local policy makers.

**Keywords:** Community Empowerment, Business Collaboration, MSMEs

### PENDAHULUAN

Produk kripik kedelai pelaku UMKM di Mojokerto merupakan usaha rintisan dan kolektif secara geografis. Produk tersebut menunjukkan diferensiasi, dengan memberi alternatif konsumen pada proses produksi yang panjang dan output produknya dari produsen lainnya dari daerah Malang dan Trenggalek sekitarnya. Proses dan output yang dijalankan membutuhkan pengembangan bisnis untuk kelanjutan usaha. Salahsatu sasaran pengembangan bisnisnya adalah penyelesaian masalah yang dihadapi dari pelaku UMKM, yaitu minimnya pengetahuan dan ketrampilan dalam upaya membangun jejaring dan kolaborasi, penetapan model bisnis, penyajian laporan keuangan dan branding produk (Subardjo & Rahmawati, 2022). Hal ini terjadi, sebagai dampak dari minimnya edukasi pengembangan bisnis terkait.

Manajemen bisnis UMKM menekankan pada pengembangan sumber daya yang dimiliki pelaku usaha. Integrasi aspek sumber daya baik manusia, pemasaran, produksi, dan keuangan dituntut pengelolaan secara komprehensif dengan memperhatikan kemampuan yang memengaruhi faktor internal dan eksternal (Insana, 2020). Penguatan keseluruhan sumber daya telah menjadi perhatian bersama baik pelaku UMKM, akademisi dan pejabat daerah setempat, sebagai upaya bersama memberdayakan masyarakat lebih mandiri; mengingat pertumbuhan UMKM telah menjadi indikator keberhasilan program *sustainable development programs* (SDGs) suatu daerah secara pertumbuhan ekonominya. SDGs terintegrasi dalam upaya menyeimbangkan tiga dimensi pembangunan berkelanjutan baik ekonomi, sosial maupun lingkungan. Ketiga dimensi tersebut menekankan pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, mengembangkan keberlanjutan sosial dan kualitas lingkungan hidup serta menjamin adanya keadilan dan pengelolaan yang baik, khususnya berhubungan dengan pengembangan UMKM.

Upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada sektor UMKM, mengarahkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh akademisi lebih menekankan pada aspek identifikasi masalah dan pemberian alternatif solusi dengan cara melakukan *forum group discussion* bersama pelaku usaha dan narasumber yang ahli di bidangnya, sesuai ruang lingkup permasalahan. Harapannya, pelaku usaha mendapatkan pengetahuan dan ketrampilan mengembangkan kewirausahaan yang kompetitif dan berkelanjutan.

## METODE

Implementasi pemecahan masalah pelaku UMKM dan pemberian alternatif solusi, pada kegiatan pengabdian masyarakat, menggunakan teknik Forum Group Discussion (FGD) (William, 2012). Tahapan yang dilakukan adalah pertama, persiapan dan rancangan desainnya meliputi membentuk tim, memilih dan mengatur tempat, menyiapkan logistik, menentukan jumlah peserta, merekrut peserta homogen/heterogen; kedua, menyusun pertanyaan FGD untuk menemukan dan mengidentifikasi masalah dan peluang alternatif solusi; ketiga, pelaksanaan FGD meliputi penjelasan maksud dan tujuan FGD, topik isu/diskusi, tata cara dan dinamika diskusi kelompok pelaku UMKM. Pada tahap analisis data, mengacu pada pertanyaan penting yaitu terkait pendapat dari setiap responden (pelaku usaha UMKM), bagaimana setiap responden memaparkan pendapatnya, pola diskusi yang terjadi dan kesimpulan secara umum; yaitu menghasilkan beberapa masalah yang dihadapi dan solusi alternatifnya. Pola pengambilan keputusan diambil setelah hasil analisis didapatkan dalam FGD tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM kripik kedelai di Mojokerto, menekankan pada kemampuan peserta menggali dan mengidentifikasi permasalahan terkait pengembangan produk, mulai dari kemasan hingga pemasarannya (Gambar 1). Hasil diskusi ditemukan beberapa masalah yaitu :

1. Kemasan produk belum menarik, baik dari logo maupun atributnya
2. Pemasaran produk masih belum bertumbuh
3. Model bisnisnya belum ditentukan
4. Laporan keuangan belum tertata rapi

Tahap analisis masalah, para peserta FGD diamati dan diarahkan untuk mencoba menemukan akar masalah, pendapatnya dan menguatkan argumentasi. Keempat analisa masalah akhirnya ditemukan bersama berdasarkan hasil observasi produk yang dipamerkan di FGD. Keempat temuan masalah tersebut selanjutnya dikembangkan berdasarkan konsep dan teori yang telah dipaparkan oleh narasumber yang mendampingi proses FGD, sehingga mampu menjadi landasan berfikir pelaku usaha mengembangkan alternatif solusi yang ditawarkan (Subardjo & Rahmawati, 2022). Proses FGD, merupakan media inkubasi pelaku bisnis dalam menerapkan model bisnis yang ingin dijalankan. Minimnya literasi pelaku usaha menjadi tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan, sehingga penguatan literasi pengembangan bisnis sangat dibutuhkan untuk menambah value added (Sularsih & Wibisono, 2021).



Gambar 1. Produk Kripik Kedelai

Identifikasi masalah yang dihadapi UMKM mengarahkan peserta untuk memulai pemberian solusi alternatif (Gambar 2). Alternatif solusi yang ditawarkan adalah pertama, dari model bisnis seperti apa yang bisa dijalankan. Penerapan model bisnis canvas, menitikberatkan pada bagaimana pelaku usaha mampu menjelaskan, menilai, memvisualisasikan dan menerapkan model bisnis yang menghasilkan kinerja maksimal (Insana, 2020). Terdapat sembilan elemen yang perlu diterapkan, yaitu (1) segmentasi konsumen, artinya bagaimana menentukan segmen pelanggan mana yang perlu dilayani sebagai target bisnis. Praktiknya adalah menentukan segmen konsumen produk kripik kedelai yaitu anak kecil, remaja, dewasa dan orang tua, sebagai produk alternatif cemilan; (2) proposisi nilai konsumen, artinya keunggulan produk kripik kedelai tersebut mampu mendatangkan manfaat bagi segmen konsumennya. Praktiknya adalah produk kripik kedelai menawarkan sensasi sejarah turun menurun atas resep pembuatannya dan sebagai destinasi wisata kampung kuliner di Mojokerto; (3) Saluran, artinya melalui media atau sarana apa agar produk tersebut sampai ke konsumen. Praktiknya adalah menggunakan reseller diluar daerah Mojokerto untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran; (4) Sumber pendapatan; artinya bagaimana caranya pelaku usaha mampu mendorong munculnya pendapatan bisnis dari konsumen. Praktiknya adalah penguatan pemasaran keluar daerah dan kolaborasi dengan dinas Pariwisata sebagai pusat oleh-oleh kuliner Mojokerto; (5) Sumber daya, artinya bagaimana pelaku usaha mampu merencanakan dan mengoptimalkan aset yang dimiliki untuk menciptakan nilai konsumen. Praktiknya adalah pengembangan sumber daya manusia dalam pengelolaan bisnis baik online maupun offline; (6) Hubungan pelanggan, artinya bagaimana membangun hubungan baik dengan konsumen. Praktiknya adalah melakukan digital marketing dan penggunaan aplikasi media sosial ataupun platform pemasaran; (7) Aktivitas yang dijalankan, artinya produktivitas bisnis yang dijalankan bermuara pada nilai konsumen. Praktiknya adalah proses produksi ditekankan pada aspek activity based costing ; (8) Kerjasama, artinya bagaimana membangun jejaring dalam proses bisnisnya. Praktiknya adalah menjalin kolaborasi dengan supplier, dinas terkait, komunitas dan dinas terkait; dan (9) Struktur biaya, artinya pengelolaan biaya secara efektif dan efisien. Praktiknya adalah tata kelola keuangan dengan baik. Sembilan peta model bisnis canvas menjadi kerangka dasar bisnis yang nantinya akan membantu peserta menyelesaikan permasalahan yang relevan.



Gambar 2. Peserta FGD

Relevansi penerapan model bisnis canvas sangat membantu peserta dalam menyelesaikan indikasi masalah. Masalah pemasaran dan branding produk dapat dimulai dari peta segmen konsumen mana

yang menjadi sasaran penjualan produk kripik kedelai di Mojokerto. Segmen konsumen ditetapkan untuk membantu pelaku usaha mengarahkan siapa sebenarnya konsumen yang tepat untuk mengkonsumsi tempe kripik kedelai. Peta proposisi nilai konsumen menawarkan apa yang menjadi ketertarikan konsumen memilih produk itu dibanding produk lain yang sejenis (misal kripik tempe dari Malang). Hal yang perlu ditekankan adalah proses produksi kripik kedelai di Mojokerto melewati proses panjang, dimana sangat berbeda dengan daerah lain yang hanya digoreng. Terdapat peluang *story telling* didalamnya, dimana sebuah nilai kegigihan dalam berusaha. Untuk itu penguatan branding produknya, perlu ditingkatkan mengenai nama merek, bentuk logo dan tagline, sehingga mampu menarik calon konsumen (Erlyana, 2018). Peta saluran dan hubungan pelanggan, sangat membantu pelaku usaha memilih strategi jejaring dalam menyalurkan produknya baik offline atau online, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan. Peta sumber daya, aktivitas yang dijalankan dan struktur keuangan dapat membantu penyelesaian masalah tata kelola keuangan, dimana berdasarkan *activity based costing* (aktivitas berbasis biaya), pelaku usaha mampu melakukan efisiensi dan efektivitas operasional sehingga menciptakan penghematan sesuai nilai bisnis dan konsumen yang diharapkan (Sularsih & Wibisono, 2021). Didalamnya, juga ditekankan pengelolaan keuangan terpisah antara keuangan keluarga dengan keuangan bisnis serta perhitungan konsekuensi pemicu biaya berupa pajak usaha.

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas PGRI Adi Buana Surabaya menekankan aspek edukasi/*sharing knowledge* tentang bagaimana pelaku UMKM produk kripik kedelai mengenali potensi faktor internal dan eksternalnya. Komunikasi dua arah dengan pihak-pihak terkait diharapkan mampu menciptakan sinergi bersama dan berkelanjutan ke depannya, baik dari pelaku usaha di Mojokerto, akademisi, dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Mojokerto, lembaga rumah BUMN, dan praktisi keuangan/pemasaran/produksi/sumber daya manusia.

### SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat membutuhkan perhatian semua pihak dan keberlanjutan program, agar konstruksi pengembangan usaha yang telah dirintis dapat mampu bertahan lebih baik dan memberikan kesejahteraan bagi pelaku usaha. Ke depannya, perlu ditingkatkan upaya-upaya pengembangan bidang marketing entrepreneurship sebagai edukasi menciptakan inovasi produk dan adaptasi perkembangan model bisnis yang dinamis.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan implementasi dari program hibah yang diselenggarakan oleh Ditjen Diktiristek, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Kerjasama dari dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Mojokerto dan lembaga rumah BUMN sangat membantu terselenggaranya kegiatan tersebut serta dukungan dari pimpinan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah.' National Conference of Creative Industry, September, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Insana, D. R. M. (2020). Penerapan Model Canvas, Marketing Mix Dan Teknologi Informasi Untuk Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan (Pengabdian kepada Masyarakat untuk UMKM di Wilayah Cirebon). *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 168–173. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7586>
- Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>
- Sularsih, H., & Wibisono, S. H. (2021). Literasi Keuangan, Teknologi Sistem Informasi, Pengendalian Intern dan Kualitas Laporan Keuangan UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2028. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p12>
- William, B. (2012). Evaluating the efficacy of focus group discussion (FGD) in qualitative social research. *International Journal of Business and Social Science*, 3(7), 54–57.