

Peningkatan Kualitas Proses Bisnis pada Unit Usaha Kerupuk di Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo

Susana Limanto, Daniel Soesanto, Bambang Prijambodo, Liliana*

Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Indonesia

Email: lili@staff.ubaya.ac.id

Article Info

Submitted: 5 April 2023

Revised: 3 June 2023

Accepted: 6 June 2023

Published: 15 July 2023

Keywords: MSME, financial system, online market place, crackers

Abstract

Crackers are one of the food commodities favored by Indonesian people. Most of the cracker business actors are MSMEs. The main problem faced by many MSMEs is the lack of business knowledge, so they are often inferior to manufacturing businesses. The same thing was experienced by MSME crackers in Krembung District, Sidoarjo which was managed by Mr. Abdul Ghofur. In this service activity, the University of Surabaya Informatics Engineering has an assistance program through technology, to expand the market share that can be reached and help MSME financial management. The programs carried out are the development of an online market place information system that is integrated with the financial system. The activity begins with program socialization and problem analysis. After that, it is followed by application development, training, mentoring, as well as observation and evaluation. Finally, reflection is carried out for the continuation of further activities. The duration of this community service activity is eight months, including one month of assistance to ensure that MSME personnel are able to use the system properly. During the mentoring process, business processes at MSMEs can run more smoothly, where sales transactions are more centralized in the system, stock records are better, and owners can get financial information more accurately and easily. Therefore, it can be concluded that this community service activity went well and helped Mr. Abdul Ghofur's MSME business processes. Service activities will be developed by providing supplies in the form of digital marketing so that MSMEs can reach new customers to access this application.

Abstrak

Kerupuk merupakan salah satu komoditi pangan yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Sebagian besar pelaku usaha kerupuk adalah UMKM. Masalah utama yang dihadapi banyak UMKM adalah minimnya pengetahuan bisnis, sehingga seringkali kalah dengan usaha pabrikan. Hal yang sama juga dialami oleh UMKM kerupuk di Kecamatan Krembung, Sidoarjo yang dikelola oleh Bapak Abdul Ghofur. Dalam kegiatan pengabdian ini, Teknik Informatika Universitas Surabaya memiliki program bantuan melalui jalur teknologi untuk memperluas pangsa pasar yang dapat dijangkau serta membantu manajemen keuangan UMKM. Program yang dilakukan adalah pengembangan sistem informasi *online market place* yang terintegrasi dengan sistem keuangan. Kegiatan diawali dengan sosialisasi program dan analisis permasalahan. Setelah itu, dilanjutkan dengan pengembangan aplikasi, pelatihan, pendampingan, serta observasi dan evaluasi. Terakhir dilakukan refleksi untuk keberlanjutan kegiatan selanjutnya. Durasi kegiatan pengabdian ini adalah delapan bulan, termasuk pendampingan selama satu bulan untuk memastikan bahwa personel dalam UMKM mampu menggunakan sistem dengan baik. Selama proses pendampingan, proses bisnis di UMKM dapat berjalan lebih lancar, di mana transaksi penjualan lebih terpusat pada sistem, pencatatan stok menjadi lebih baik, dan pemilik bisa mendapatkan informasi keuangan dengan lebih akurat dan mudah. Oleh karena itu, dapat

disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dan membantu proses bisnis UMKM milik Bapak Abdul Ghofur. Kegiatan pengabdian akan dikembangkan dengan memberikan pembekalan berupa *digital marketing* agar UMKM dapat menjangkau pelanggan baru agar mengakses aplikasi ini.





1. PENDAHULUAN



Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan lain yang penggolongannya didasarkan pada modal usaha atau hasil penjualan tahunan (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2021; Muhajir & Khoirin, 2023). Dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia, UMKM memegang peranan yang paling penting (Limanseto, 2021; V. Natasya & Hardiningsih, 2021; Sarfiah et al., 2019; Srijani, Kadani, 2020), terutama untuk perekonomian lemah (Arifqi, 2021). Hal ini dikarenakan banyak tenaga kerja dalam negeri yang dipekerjakan dalam UMKM sehingga dapat mengurangi angka pengangguran (Gunawan et al., 2021; Lumbanraja et al., 2019; A. Natasya et al., 2023; Susanti, 2020; Yusnita & Wibawa, 2020). Sekitar 117 juta tenaga kerja, yaitu 97% tenaga kerja dalam dunia usaha diserap oleh UMKM (Limanseto, 2021; Syahrijal, 2021).

Kerupuk merupakan salah satu komoditi pangan khas dari Indonesia (Sunarya & Fauziah, 2021). Bahan dasar yang digunakan untuk membuat kerupuk adalah tepung tapioka dan tepung gaplek (Fuad et al., 2021; Lestari et al., 2020). Kerupuk tergolong sebagai makanan ringan yang biasanya dinikmati sebagai camilan atau salah satu lauk makan nasi (Sholeh & Hartono, 2022). Saat ini, kerupuk tidak hanya disukai oleh banyak masyarakat Indonesia (Fuad et al., 2021; Sholeh & Hartono, 2022; Witanto, 2018) namun juga masyarakat luar negeri (Fuad et al., 2021; Witanto, 2018). Hal ini menyebabkan permintaan akan kerupuk diberbagai daerah di Indonesia dan luar negeri sangat tinggi. Hal ini terlihat pada tahun 2021, Negara Indonesia mengeksport kerupuk dan keripik sebesar 20,47 juta kg ke berbagai negara di luar negeri (Rizaty, 2022). Kapasitas ekspor ini meningkat sebesar 53.34% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Rizaty, 2022). Kenyataan ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk mampu bertahan di tengah kondisi perekonomian yang menurun akibat pandemi *Covid-19*.

Salah satu sentra daerah penghasil kerupuk di Jawa Timur adalah Kecamatan Krembung, Sidoarjo. Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Krembung membuka UMKM kerupuk. Kerupuk diproduksi dalam berbagai bentuk, warna, rasa, ukuran, dan kemasan. Hasil produksi kerupuk tidak hanya dipasarkan di Jawa Timur namun juga ke luar pulau bahkan ke luar negeri. Bapak Abdul Ghofur merupakan salah satu pemilik UMKM kerupuk di Kecamatan Krembung. Macam-macam kerupuk yang diproduksi oleh Bapak Abdul Ghofur dapat dilihat pada Tabel 1. Kerupuk yang diproduksi oleh UMKM ini dipasarkan di berbagai daerah di dalam dan luar negeri, yaitu Jakarta, Medan, Madura, Mataram, Kalimantan, Pasuruan, Saudi Arabia, Cina, dan Malaysia.

Tabel 1. Jenis kerupuk hasil produksi Bapak Abdul Ghofur

Jenis Kerupuk	Bentuk	Dimensi
Jerebet		5 x 3 cm
Uker		Lingkaran diameter 3 cm
Kasandra		5,5 x 4 cm
Impala		7 x 1,5 cm

Jenis Kerupuk	Bentuk	Dimensi
Manggar		10 x 0,5 cm
Makaroni		3 x 1 cm

Proses pembuatan kerupuk masih dilakukan secara tradisional. Untuk memproduksi kerupuk, UMKM ini memiliki lahan yang luas seperti yang terlihat pada Gambar 1. Sebagian besar lahan yang ada digunakan untuk proses pengeringan kerupuk dengan cara menjemur di bawah sinar matahari langsung. Apabila cuaca mendung atau hujan sehingga tidak ada matahari, maka upaya pengeringan dilakukan dengan menggunakan mesin pengering dengan memanfaatkan uap dari sebuah boiler (Gambar 2). Mesin pengering ini dijalankan dengan menggunakan bahan bakar kayu. Penggunaan mesin pengering, membuat UMKM kerupuk Bapak Abdul Ghofur tidak bergantung lagi pada kondisi cuaca sehingga dapat memproduksi kerupuk setiap hari. Peningkatan kapasitas produksi dengan adanya mesin pengering membuat Bapak Abdul Ghofur perlu melakukan perluasan pasar sehingga hasil produksi tidak menumpuk di gudang. Hal yang sama juga dialami oleh UKM Sumber Rejeki setelah menggunakan mesin spinner. Salah satu jalur pemasaran yang tidak terbatas adalah pasar *online* (Ulya, 2020). Pasar *online* diyakini mampu meningkatkan volume penjualan (Dewi et al., 2023; Pratiwi et al., 2022; Suprabowo et al., 2022) dan daya saing (Marlinah, 2019). Namun keterbatasan pengetahuan dan kemampuan akan teknologi menyebabkan UMKM yang dipimpin oleh Bapak Ghofur mengalami kesulitan. Kesulitan yang sama juga dialami oleh UMKM di Sayang (Susanti, 2020).



Gambar 1. Lahan Bapak Abdul Ghofur



Gambar 2. Mesin pengering kerupuk

Selain permasalahan terkait dengan perluasan pasar, Bapak Abdul Ghofur juga mengalami kesulitan terkait dengan manajemen keuangan. Selama ini aktifitas keuangan dilakukan secara tradisional, yaitu dengan menggunakan kertas, Gambar 3. Hal ini menimbulkan risiko terjadinya kesalahan perhitungan karena kehilangan atau kerusakan nota, kesulitan pencarian nota tertentu, membutuhkan tempat penyimpanan nota-nota, kesulitan dalam mengukur pergerakan arus kas dan rugi laba usaha, serta kesulitan dalam memperhitungkan Harga Pokok Penjualan (HPP) agar dapat menentukan harga jual yang kompetitif. Dengan adanya kemajuan teknologi, penggunaan teknologi komputer untuk membantu manajemen keuangan di berbagai macam UMKM terbukti berhasil dengan baik (Hutauruk, 2022). Adanya bantuan program komputer akan memudahkan pihak UMKM menghitung HPP dan memantau pergerakan arus kas.

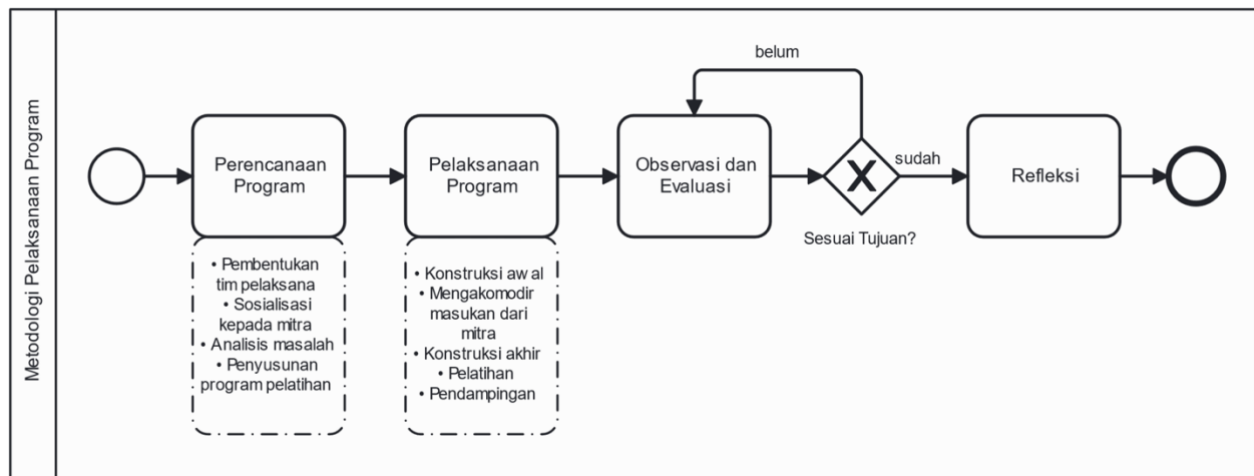
Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim dari Teknik Informatika, Universitas Surabaya bertujuan untuk membantu mengatasi permasalahan yang dialami oleh Bapak Abdul Ghofur supaya dapat lebih mengenalkan dan memasarkan produknya di luar Sidoarjo (Dewi et al., 2023) dan mempermudah dalam mengelola aktivitas keuangan UMKM (Hutauruk, 2022). Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan jumlah pelanggan sekaligus memperluas pasar, mengurangi risiko terjadinya kesalahan dalam pencatatan keuangan dan pencatatan aktivitas keuangan menjadi lebih tertib, dapat memantau arus keuangan setiap saat dan di mana saja, laporan yang diberikan dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan seperti penentuan harga jual, serta mampu mengoperasikan sistem yang dikembangkan secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 3. Contoh nota pembelian bahan baku

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan mengadopsi pola pelaksanaan penelitian berbasis tindakan. Ada empat tahap kegiatan yang dilakukan, yaitu: perencanaan program, pelaksanaan program, observasi dan evaluasi, dan refleksi. Desain tahapan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4. Mitra dari kegiatan pengabdian adalah UMKM yang dikelola oleh Bapak Ghofur, seorang pengusaha kerupuk mentah di Desa Rejeni, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kegiatan ini merupakan lanjutan dari kegiatan sebelumnya dengan mitra yang sama. Pada kegiatan sebelumnya, tim pengabdian membantu mitra meningkatkan kapasitas produksi melalui penggunaan mesin boiler untuk proses pengeringan kerupuk.



Gambar 4. Metodologi pelaksanaan program pengabdian

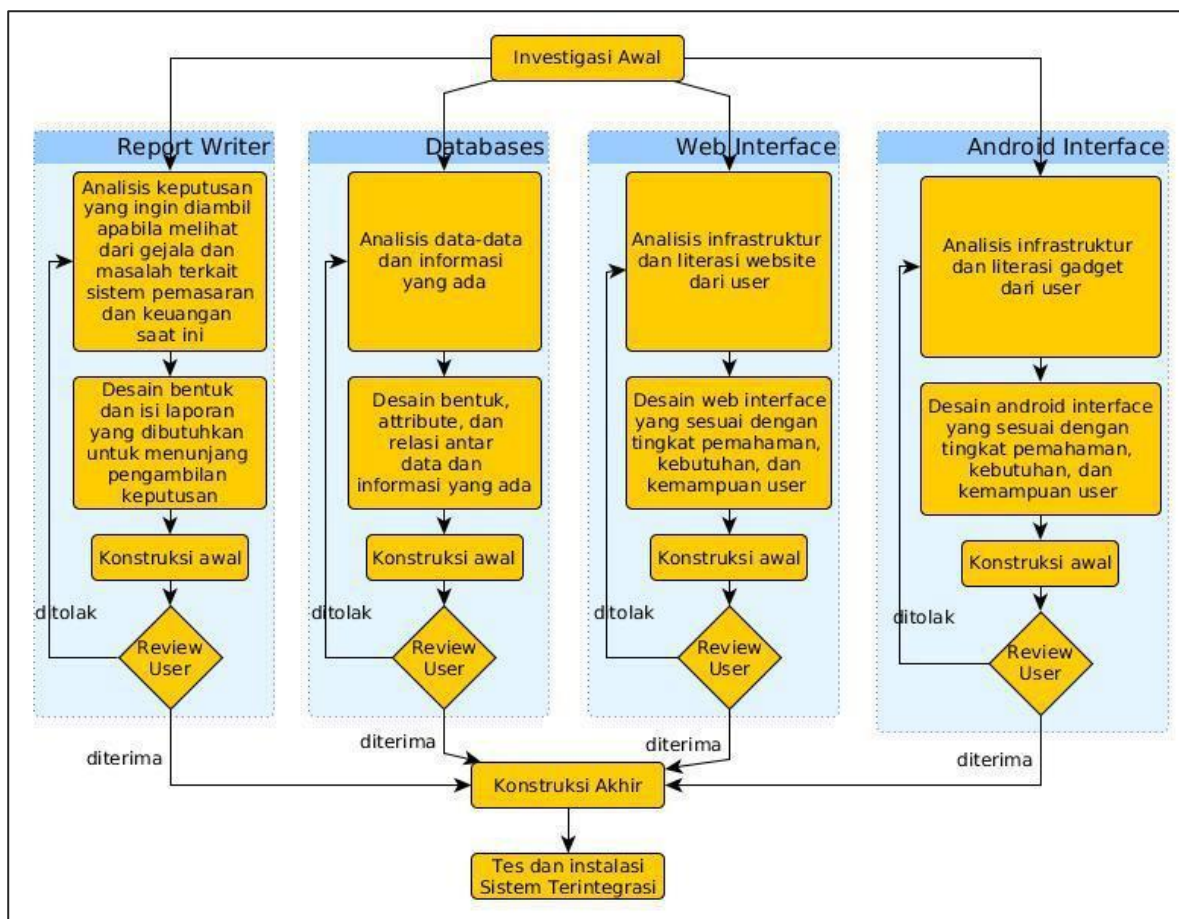
a. Tahap perencanaan program

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan adalah:

- i. Pembentukan tim pelaksana teknis kustomisasi sistem
Tim pelaksana diundang untuk mengadakan pertemuan persiapan pelaksanaan. Tim pelaksana kemudian diberikan pembekalan mengenai maksud, tujuan, rancangan mekanisme program, dan beberapa hal teknis berkaitan dengan metode/teknik pelaksanaan.
- ii. Sosialisasi program kepada mitra UMKM
Sosialisasi dilakukan dengan cara menemui mitra lalu memberikan pemahaman mengenai detail pelaksanaan yang akan dilakukan serta keluaran yang diharapkan dari program ini. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan oleh Tim Pelaksana didampingi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Surabaya.
- iii. Analisis masalah pada mitra
Analisis dilakukan dengan metode wawancara dan pengamatan langsung terhadap aktivitas bisnis pada semua area fungsional mitra. Pada tahapan ini, dilakukan pula pengamatan terhadap dokumen mitra

terkait keuangan yang ada saat ini, sehingga dapat disusun perencanaan solusi yang tepat dalam menangani permasalahan yang ada.

- iv. Penyusunan program pelatihan
Berdasarkan hasil identifikasi, hasil analisis permasalahan yang ada, hasil analisis literasi mitra, dan hasil analisis kebutuhan, selanjutnya disusun jadwal dan konten yang tepat untuk program pelatihan.
- b. Tahap pelaksanaan program
Tindakan dalam kegiatan ini berupa konstruksi dan kustomisasi sistem terintegrasi antara pemasaran dan keuangan *online* (Gambar 5). Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam tahapan ini adalah:
 - i. Konstruksi awal
Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada mitra, maka dilakukan kustomisasi dua modul besar sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya, yaitu:
 - 1) Aplikasi web untuk *online market place* (Irawati & Prasetyo, 2022)(Irawati & Prasetyo, 2022)(Irawati & Prasetyo, 2022), yang terintegrasi dengan sistem pencatatan keuangan/pembukuan, yang diharapkan mampu mengatasi permasalahan mitra dalam memperluas pasar dengan biaya rendah. Integrasi pada sistem pemasaran dan keuangan diharapkan pula mampu meningkatkan keteraturan pencatatan keuangan terutama dari hasil pemasaran yang telah dilakukan, sekaligus menghasilkan laporan-laporan keuangan yang sangat berguna bagi pengambilan keputusan oleh pihak mitra terkait bisnis yang dijalankan. Diharapkan pula dapat mengurangi risiko kerugian yang disebabkan oleh hilangnya histori keuangan yang mengalir dalam bisnis mitra.
 - 2) Aplikasi *client* berbasis Android (Pramudita & Eka Agustia, 2021) untuk digunakan oleh UMKM mitra dalam mengakses catatan keuangan dan transaksi pemasaran *online*, mampu meningkatkan fleksibilitas penggunaan sistem terintegrasi ini (Waluyo & Budiarsi, 2016). Keadaan ini akan berdampak pada efisiensi waktu yang dibutuhkan mitra dalam menjalankan operasional bisnisnya, terutama hal-hal terkait pemasaran dan pencatatan keuangan. Mengakomodir masukan dari mitra.
Masing-masing modul yang telah dikustomisasi akan disosialisasikan sekaligus diujikan kepada mitra. Kekurangan dan ketidaksesuaian yang didapatkan dari hasil interaksi dengan mitra, menjadi bahan penyempurnaan sistem oleh tim pelaksana teknis. Analisis ulang akan dilakukan saat dibutuhkan pemahaman lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi.
 - ii. Konstruksi akhir
Penyatuan modul-modul yang ada, dilakukan setelah setiap modulnya telah benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra dalam menyelesaikan masalah-masalah terkait pemasaran dan keuangan yang dihadapi.
 - iii. Pelatihan
Pelatihan penggunaan sistem dilakukan guna mendukung keberhasilan implementasi sistem terintegrasi yang dikembangkan. Pelatihan nonteknis seperti penyusunan katalog dan penyusunan keuangan secara tertib juga dilakukan guna memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai kedua hal ini kepada mitra.
 - iv. Pendampingan
Pendampingan dalam penyusunan dan pencatatan transaksi-transaksi keuangan selama satu periode (satu bulan) dilakukan, guna memastikan ketepatan keluaran berupa laporan keuangan yang dihasilkan oleh sistem. Sedangkan pendampingan penyusunan katalog produk dilakukan guna memastikan teknik pemasaran sudah dilakukan secara tepat. Pendampingan juga memastikan bahwa mitra dapat menjalankan sistem secara mandiri dan berkelanjutan.
- c. Tahap observasi dan evaluasi
Observasi dilakukan terhadap proses pemasukan transaksi keuangan dan penyusunan katalog produk oleh mitra. Instrumen yang digunakan berupa catatan lapangan. Beberapa hal yang diobservasi adalah kendala-kendala, kekurangan-kekurangan, dan kelemahan-kelemahan yang muncul dalam proses pemakaian dan penyusunan setiap item yang dibutuhkan. Evaluasi dilakukan terhadap kualitas data yang dimasukkan dan kualitas dari keluaran yang dihasilkan oleh sistem, serta tingkat kegunaan dari keluaran tersebut bagi mitra. Produk yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah sistem terintegrasi *online market place* dan keuangan yang dapat digunakan secara efektif oleh kedua mitra. Kualitasnya dapat dilihat dari peningkatan jumlah konsumen dari mitra, menurunnya resiko kehilangan 20 jejak keuangan dari transaksi yang ada, serta meningkatkan kemudahan pengambilan keputusan oleh mitra terkait dengan informasi keuangan yang didapatkan.
- d. Tahap refleksi
Refleksi dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan semata-mata untuk mengetahui kekurangan-kekurangan atau kelebihan-kelebihan terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka untuk menetapkan rekomendasi terhadap keberlangsungan atau pengembangan kegiatan-kegiatan berikutnya.



Gambar 5. Metode kustomisasi sistem

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahan baku utama yang digunakan untuk pembuatan kerupuk di UMKM yang dikelola oleh Bapak Abdul Ghofur adalah tepung tapioka dan tepung galek. Tepung tapioka adalah tepung yang dibuat dari singkong yang diambil sarinya dan melalui proses lebih lanjut dibuat menjadi tepung. Sedangkan tepung galek, dibuat dari singkong kering yang langsung diolah menjadi tepung. Ada enam jenis kerupuk yang diproduksi dengan komposisi pencampuran kedua tepung yang berbeda-beda. Selain tepung, bahan baku yang diperlukan adalah bawang putih, pengembang, pewarna makanan, dan penyedap. Setiap hari, UMKM ini memproduksi 1.025 kg sampai 1.050 kg kerupuk dalam berbagai jenis. Bahan baku tepung dibutuhkan dalam satu hari adalah lima kuintal hingga 1 ton. Kerupuk yang dipasarkan dikemas dalam kemasan plastik ukuran lima kg (Gambar 6).

Selama ini kebutuhan bahan baku utama yang digunakan diperoleh dari luar kota bahkan dari luar provinsi. Suplier utama berasal dari daerah Lampung karena tepung dari daerah ini dibuat melalui proses pengovenan sehingga kualitasnya lebih bagus daripada tepung yang berasal dari Pati, Jawa Tengah yang dibuat melalui proses pengeringan dengan sinar matahari. Sedangkan kebutuhan akan tepung galek dipenuhi oleh suplier dari daerah Mojokari. Lokasi suplier bahan baku yang jauh, mempengaruhi besarnya biaya transportasi pengadaan. Apabila biaya transportasi bisa ditekan, maka harga produk akhir bisa lebih kompetitif.

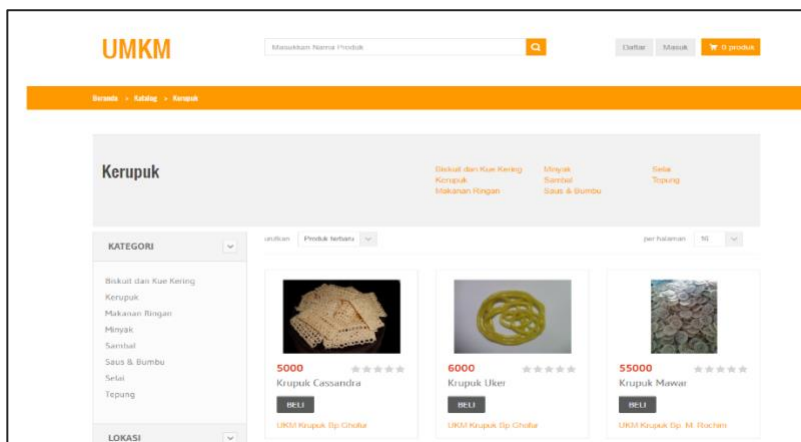
Sebelum adanya mesin pengering boiler, seringkali Bapak Abdul Ghofur menolak permintaan pelanggan karena jumlah produksi yang terbatas. Hal ini dikarenakan lahan untuk pengeringan (menjemur di bawah sinar matahari) tidak mencukupi sehingga tidak memungkinkan produksi dalam jumlah besar. Namun, setelah adanya mesin pengering, jumlah produksi dapat ditingkatkan sehingga diperlukan adanya perluasan daerah pemasaran agar kerupuk yang sudah diproduksi tidak hanya tersimpan di gudang. Selama ini, produk dipasarkan melalui kenalan atau pelanggan yang pernah bertransaksi dengan Bapak Ghofur. Hal ini mengakibatkan daerah pemasaran terbatas. Untuk mengatasi permasalahan perluasan daerah pemasaran, maka dibangun sistem *Online Market Place*. Sistem *Online Market Place* merupakan program komputer yang dibangun berbasis web dan berfungsi sebagai toko *online* bagi UMKM, dengan pelanggan potensial dari seluruh daerah di Indonesia. Situs ini akan dipopulerkan melalui sosial media, seperti Facebook dan Instagram. Adanya sistem *Online Market Place* diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan memperluas daerah pemasaran. Contoh salah satu bagian dari *Online Market Place* dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 6. Kerupuk yang siap dipasarkan

Sebelum adanya kegiatan pengabdian ini, selain aktivitas pemasaran yang dilakukan secara tradisional, aktivitas keuangan UMKM juga dilakukan secara tradisional. Aktivitas keuangan dilakukan dengan menggunakan buku tulis, baik untuk pembelian, penjualan maupun yang lainnya. Setiap terjadi transaksi, maka nota yang ada akan disimpan terlebih dahulu. Diakhir minggu akan dilakukan pencatatan berdasarkan nota tersebut dalam sebuah buku tulis. Dampak utama dari catatan-catatan keuangan seperti ini adalah kesulitan dalam menentukan harga jual yang tepat, kesulitan dalam mengontrol stok ataupun arus kas. Hal ini dikarenakan harga bahan baku selalu bergerak demikian juga dengan jumlah stok yang ada, namun nota-notanya sulit untuk dilacak dan diperhitungkan biaya modalnya.

Untuk mengatasi permasalahan keuangan, maka dibangun Sistem Keuangan *Online*. Sistem Keuangan *Online* diharapkan membantu perhitungan harga pokok penjualan dan mengontrol arus kas. Apabila sistem *Online Market Place* dibangun berbasis web, Sistem Keuangan *Online* dibangun berbasis *mobile*. Bentuk *mobile* dipilih karena memungkinkan pihak UMKM melakukan pemantauan dan *update* atas transaksi-transaksi toko *online*, sekaligus melakukan pencatatan transaksi-transaksi keuangan dan melihat laporan-laporan keuangan UMKM dimanapun dan kapanpun. Sistem keuangan *online* akan diintegrasikan dengan sistem *Online Market Place* sehingga setiap terjadi transaksi pada sistem *Online Market Place* secara otomatis akan meng-*update* Sistem keuangan UMKM. Contoh bagian dari Sistem Keuangan *Online* dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 7. Sistem *Online Market Place*



Gambar 8. Sistem Keuangan *Online*

Tahap selanjutnya adalah memberikan pelatihan penggunaan aplikasi *Online Market Place* dan Sistem Keuangan *Online*. Pelatihan diberikan dengan tujuan agar pengguna mampu mengoperasikan aplikasi untuk mengisi catatan keuangan, menghitung harga pokok penjualan, melihat laporan-laporan keuangan dan memantau daftar pengingat tagihan jatuh tempo. Selain itu, diharapkan pengguna juga mampu mengoperasikan aplikasi pengelolaan transaksi-transaksi *online* di toko *online* yang sudah disiapkan. Sebelum pelatihan diberikan, dilakukan pembuatan modul pelatihan sebagai pendamping saat pelatihan. Adanya modul pelatihan memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mempelajari kembali sistem yang dikembangkan secara mandiri. Ada dua modul pelatihan yang dibuat, yaitu Modul Pelatihan Aplikasi Sistem keuangan *Online* dan Modul Pelatihan Aplikasi *Online Market Place*. Modul-modul pelatihan tersebut dijilid dalam bentuk buku saku agar mudah dibawa dan dipelajari oleh pihak pengguna dari UMKM. Gambar 9 menunjukkan aktivitas anggota Tim Abdimas dalam proses pembuatan modul pelatihan.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan di lokasi usaha UMKM. Sebelum pelatihan dilakukan, Tim Abdimas melakukan proses hosting aplikasi-aplikasi tersebut. Selain itu, beberapa file master pada database juga sudah diisi dengan beberapa data untuk digunakan sebagai contoh kepada anggota UMKM yang mengikuti pelatihan. Agar pelatihan berjalan dengan baik dan sesuai dengan kondisi riil, maka TIM Abdimas menghibahkan sebuah *smartphone* yang sudah dilengkapi dengan kedua aplikasi sehingga siap untuk digunakan. Gambar 10 menunjukkan aktivitas serah terima *smartphone* kepada pihak UMKM.



Gambar 9. Pembuatan modul pelatihan



Gambar 10. Serah terima *Smartphone*

Pada awal pelatihan kepada mitra dijelaskan secara singkat cara mengakses aplikasi, baik dalam peran sebagai pelaku usaha maupun dalam peran sebagai pelanggan. Setelah itu, pihak UMKM diminta untuk mencoba mengoperasikan masing-masing aplikasi. Pelatihan dilakukan sebanyak tiga kali dalam waktu yang berbeda-beda. Setelah pihak UMKM dinilai cukup menguasai penggunaan aplikasi, maka pihak UMKM dipandu secara langsung untuk mengisi *database* dengan data riil baik dari aktivitas keuangan maupun stok barang. Gambar 11 menunjukkan salah satu pelaksanaan pelatihan.



Gambar 11. Pelaksanaan pelatihan

Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan yang telah dilakukan sudah efektif dan penggunaan sistem sudah sesuai dengan seharusnya, serta pihak UMKM sudah dapat mandiri dalam melanjutkan penggunaan sistem. Pendampingan dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu pendampingan secara langsung dan pendampingan secara *online*. Namun, pendampingan tidak lagi melibatkan tim dalam memasukkan data, melainkan tim hanya melakukan pengamatan pola data yang masuk, serta mengarahkan apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh pihak UMKM dalam memasukkan data. Pengamatan data yang masuk, dilakukan melalui *database* yang telah dirancang dan dapat diakses secara *online* dari server. Salah satu contoh format data master yang telah dimasukkan oleh pihak UMKM dan diamati oleh tim dapat dilihat pada Gambar 12.

id	nama	harga_rerata	stock	nama_satuan	stock_minimum	status	unit_usaha_id
1	Tepung Tapioka	3000	2500	kg	1000	NULL	1
2	Kayu Bakar	2300000	2	truck	1	NULL	2
3	Plastik Kemasan	2500	20	bag	5	NULL	1
4	Bahan Pewarna Merah	1000	5	botol	2	NULL	1
5	Tepung Gaplek	4800000	9	ton	2	NULL	2
6	Udang	6500	100	kg	100	NULL	2
7	Garam	50000	50	zak	50	NULL	2
8	Penyedap rasa	550000	10	zak	10	NULL	2
9	Pewarna Makanan	85000	25	kg	25	NULL	2
10	Plastik kemasan	30000	15	kg	15	NULL	2
11	Label Kemasan	70000	5	rim	5	NULL	2
12	Gula saconed	140000	500	kg	500	NULL	2
13	Bawang Putih	16000	50	kg	50	NULL	2
14	Tepung Tapioka	7400000	9	ton	2	NULL	2
16	Tepung Tapioka	7400000	3	ton	1	NULL	3
17	Bawang Putih	16000	50	kg	50	NULL	3
18	Gula saconed	140000	500	kg	500	NULL	3
19	Label Kemasan	70000	5	rim	5	NULL	3
20	Plastik kemasan	30000	15	kg	15	NULL	3
21	Pewarna Makanan	85000	25	kg	25	NULL	3

Gambar 12. Pengamatan data master bahan baku

Berdasarkan evaluasi saat pendampingan ditemukan beberapa hal yang menjadi fokus dari pendampingan ini, yaitu pihak UMKM masih belum terbiasa dengan sistem pencatatan keuangan yang dirasa cukup banyak memerlukan tahapan dan langkah sampai dengan keluarnya HPP. Oleh karena itu, dilakukan penjelasan kembali kepada pihak UMKM melalui pendampingan langsung, di mana langkah-langkah tersebut memang dilakukan supaya laporan keuangan yang nantinya akan dikeluarkan bisa sesuai standard sehingga mudah untuk dianalisis. Hal berikutnya adalah pihak UMKM masih perlu membiasakan diri dengan model pencatatan menggunakan form aplikasi yang ada, tetapi hal tersebut semakin membaik dengan semakin seringnya mitra menggunakan aplikasi ini.

Saat ini Aplikasi *Online Market Place* dan Aplikasi Sistem keuangan *Online* sudah dapat dioperasikan. Proses *hosting* sudah dilakukan dan input data awal juga sudah dilakukan dan tersimpan pada *database*. Pada Aplikasi Sistem Keuangan *Online*, pihak UMKM akan melakukan uji coba dengan data riil selama beberapa minggu dengan masih melakukan pembukuan secara manual. Setelah operasional aplikasi berjalan dengan baik, pembukuan manual dapat dihentikan dan diganti secara total oleh aplikasi ini. Pada tahap ini pihak UMKM masih perlu didampingi oleh tim Abdimas.

Pada tahap refleksi, tim pengabdian meminta masukan dari pihak mitra terkait dengan Aplikasi *Online Market Place* dan Sistem keuangan *Online*. Pihak mitra menyatakan bahwa dengan adanya aplikasi Sistem keuangan *Online*, pihak mitra terbantu dalam perhitungan HPP dan memantau keuangan UMKM. Kemudahan dalam mengetahui HPP dari suatu produk membuat UMKM tidak takut akan mengalami kerugian saat menentukan harga jual yang kompetitif. Adanya sistem keuangan berbasis *mobile* juga memudahkan pihak UMKM mengontrol keuangan dimanapun dan kapanpun. Selain itu, dengan adanya *Online Market Place*, pihak UMKM terbantu dalam manajemen administrasi transaksi penjualan dan pembelian, terlebih lagi karena terhubung dengan sistem keuangan *online*.

Aplikasi *Online Market Place* dapat langsung diterapkan setelah Aplikasi Sistem Keuangan *Online* dioperasikan. Salah satu kesulitan yang mungkin muncul adalah menjangkau pelanggan baru agar mengakses aplikasi ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya promosi yang dapat dilakukan melalui media sosial agar lebih efisien. Pada proses ini juga perlu dilakukan pendampingan oleh tim.

4. SIMPULAN

Adanya kegiatan pengabdian ini dapat membantu mengatasi permasalahan mitra terkait dengan perluasan pasar dan administrasi keuangan. Aplikasi *Online Market Place* dibangun berbasis website dengan tujuan membantu pihak UMKM untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan memperluas daerah pemasaran. Aplikasi ini dirancang sehingga mudah digunakan oleh masyarakat tanpa perlu melakukan instalasi aplikasi di gawainya. Sedangkan aplikasi keuangan *online* dibangun dengan tujuan membantu perhitungan harga pokok penjualan dan mengontrol keuangan UMKM. Aplikasi keuangan *online* dibuat berbasis *mobile* agar dapat digunakan oleh pihak UMKM dengan lebih leluasa dan karena kebanyakan personel UMKM telah memiliki gawai pribadi.

Selama proses pendampingan, proses bisnis di UMKM berjalan lebih lancar, di mana transaksi penjualan lebih terpusat dan dapat diperiksa dengan lebih mudah oleh pihak UMKM, catatan penerimaan dan pengeluaran stok menjadi lebih akurat, pemilik dapat menentukan harga jual yang kompetitif, dan pemilik dapat mengakses informasi keuangan dengan cepat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian berjalan dengan baik dan membantu proses bisnis pada UMKM milik Bapak Abdul Ghofur. Program pengabdian akan dikembangkan dengan memberikan pembekalan materi digital marketing, agar UMKM dapat melakukan upaya-upaya promosi melalui media sosial secara efisien sehingga dapat menjangkau pelanggan baru agar mengakses aplikasi ini.

5. PERSANTUNAN

Ucapan terima kasih dan apresiasi kami berikan kepada Ditjen DIKTI yang sudah membantu memberikan dukungan dana serta kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Surabaya yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program pengabdian ini.

REFERENSI

- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia melalui Digitalisasi UMKM berbasis Syariah di Masa Pandemi *Covid-19*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Dewi, R. P., Saputra, T. J., & Budiono, H. S. (2023). *Peningkatan Kualitas Produk Makanan pada UKM di Kota Magelang*. 26(2), 136–145.
- Fuad, M. A. Z., Iranawati, F., & Kartikaningsih, H. (2021). Pendampingan Usaha dan Analisis Sensitifitas Usaha Kecil Menengah (UKM) pada Masa Pandemi *Covid-19* di Sentra Kerupuk Ikan Desa Pangkahkulon, Gresik. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 396–407. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.34195>
- Gunawan, A. I., Kania, R., & Senalajari, W. (2021). Analisis Peluang Bisnis *Start-Up* Konsultan UMKM dari Akademisi dan Institusi Pendidikan Vokasi. *Bhakti Persada*, 7(1), 11–16. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i1.2328>
- Hutauruk, M. R. (2022). Pendampingan dan Pelatihan Digitalisasi Akuntansi Manufaktur Usaha Kecil dan Menengah di Wonosari, Gunung Kidul, Yogyakarta. *Warta LPM*, 25(3), 346–355. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i3.1030>
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2022). Pemanfaatan *Platform E-Commerce* melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. No. 7, 1 (2021).
- Lestari, N. F. I., Lestari, D. A. H., & Suryani, A. (2020). Kepuasan, Loyalitas Konsumen dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Bawang di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 8(3), 446–452.
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Lumbanraja, P., Lubis, A. N., Hasibuan, B. K., & Silalahi, A. S. (2019). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Sei Rotan melalui Optimisasi Manajemen Usaha Kelompok Kerupuk Rengginang. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 291–299. <https://doi.org/10.32734/abdimestalenta.v3i2.4134>
- Marlinah, L. (2019). Pentingnya Peran Perguruan Tinggi dalam Mencetak SDM yang Berjiwa Inovator dan *Technopreneur* Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 17–25.

- Muhajir, M., & Khoirin, L. (2023). *Pendampingan Legalitas Usaha dan Produk UMKM Anggota BMT NU Singgahan*. 26(2), 218–226.
- Natasya, A., Dian, N., Sianturi, A., Silvani, E., Azhar, H., Fani, F., & Siregar, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kerupuk Bawang di Kecamatan Siantar Martoba, Kota Pematangsiantar. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 79–88.
- Natasya, V., & Hardiningsih, P. (2021). Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 141–148. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.317>
- Pramudita, A. S., & Eka Agustia, R. (2021). Analisis *E-Service Quality Mobile Apps* dan *E-Promotion Mobile Apps* pada Keputusan Pembelian Layanan Traveloka. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(1), 69–76. <https://doi.org/10.46369/logistik.v11i1.1380>
- Pratiwi, L. H., Anam, C., Susanti, A. D., Antriyandarti, E., Widyamurti, N., & Cahyadi, M. (2022). Peningkatan Performa UMKM Es Gabus 90'an melalui Pendampingan Sertifikasi Halal. *Warta LPM*, 25(3), 407–420. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i3.1089>
- Rizaty, M. A. (2022). *5 Negara Tujuan Ekspor Kerupuk RI, Thailand Terbesar*. Databoks.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sholeh, I. I., & Hartono, B. (2022). Strategi Pengembangan Pemasaran Kerupuk “UD AGUNG” dengan Metode Analisis SWOT. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 84–89. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12244>
- Srijani, Kadeni, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Sunarya, D., & Fauziyah, E. (2021). Nilai Tambah Dan Kelayakan Finansial Produk Kerupuk Samiler pada Industri Rumahtangga “Maju Jaya.” *Agriscience*, 1(3), 586–596. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9760>
- Suprabowo, I., Noviani, W., & Ramadhan, C. S. (2022). Peningkatan Kualitas Produk Kripik Pare di Desa Poncosari Kepanewon Srandakan, Bantul melalui Program *Re-branding*. *Warta LPM*, 25(4), 556–565. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i4.1415>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan *Digital Marketing* dalam Upaya Pengembangan Usaha berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36–50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Syahrijal. (2021). *Risiko Bisnis UMKM di Kab Sidoarjo*. Kompasiana.Com.
- Ulya, H. N. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi *Covid-19* Pemerintah Daerah Jawa Timur pada Kawasan Agropolitan. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 80–109. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i1.2018>
- Waluyo, A. J., & Budiarsi, S. Y. (2016). Sistem Informasi Keuangan untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Journal of Management Studies*, 10(2).
- Witanto. (2018). *Kunjungi sentra kerupuk, Fatma Saifullah Yusuf Ingin UMKM Makmur dan Sejahtera*. Merdeka.Com.
- Yusnita, M., & Wibawa, D. P. (2020). Menakar Peran Pemerintah dan Akademisi terhadap Pengembangan UMKM. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 60–70. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3020>