

Pendampingan Pengelolaan Usaha Industri Kecil Sebagai Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kerupuk Rambak Kabupaten Kendal

Yusrinia Afifah

Institut Agama Islam Tazkia Bogor
afifah88@gmail.com

Abstract

One of several UMKM centers in Tegal Regency is the rambak cracker industry center located in Tegal Village, Adiwerna District. The rambak cracker industry center in this village has been able to grow and develop and has great potential to improve the welfare of the community. Local leather is increasingly difficult to obtain due to competition in demand for the leather tanning industry, causing several leather rambak cracker industries to use imported leather as their raw material. Imported leather is imported from Korea and China, from suppliers and wholesalers who are able to import directly from abroad, which generally trade in imported leather is done clandestinely (not done in public markets). The problem that arises is the guarantee of the halalness of imported leather that will be used as rambak crackers, because it is feared that it comes from pork skin or from cow skin that is cut illegally. And also the production in Adiwerna District is still manual and everything Mr. Sutrisno does is still out of date in terms of packaging design and marketing methods. The target community is residents in the Tanjungsari District, Tegal Regency. The first target is the wives of the Village Heads in the Adiwerna District totaling 35 (thirty five) people. This audience is considered a strategic audience in continuing to disseminate knowledge about how to process crackers from cowhide to the community in their respective villages. In this training, under the guidance of the rambak cracker entrepreneur, Mr. Sutrisno, this training and service got a significant increase from the results of improving the economy of the surrounding community and increasing sales in small industrial businesses around the Adiwerna sub-district.

Keyword: UMKM, Marketing, Rambak Crackers.

Abstrak

Satu diantara beberapa sentra UMKM yang terdapat di Kabupaten Tegal adalah sentra industri kerupuk rambak yang terdapat di Desa Tegal Kecamatan Adiwerna Sentra Industri kerupuk rambak didesa ini telah mampu tumbuh dan berkembang serta memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kulit lokal yang semakin sulit didapatkan karena persaingan permintan untuk industri penyamakan kulit, menyebabkan beberapa industri kerupuk rambak kulit menggunakan kulit impor sebagai bahan bakunya. Kulit impor didatangkan dari Negara Korea dan China, dari pemasok dan pedagang besar yang mampu mengimpor secara langsung dari luar negeri, yang umumnya perdagangan kulit impor tersebut dilakukan secara sembunyi-sembunyi (tidak dilakukan dipasar-pasar umum). Masalah yang timbul adalah jaminan kehalalan kulit impor yang akan dijadikan kerupuk rambak kulit, karena dikhawatirkan berasal dari kulit babi atau dari kulit sapi yang dipotong secara tidak halal. Dan juga pada produksi di Kecamatan Adiwerna ini masih manual dan semua yang dikerjakan oleh Pak Sutrisno masih terbelang tertinggal zaman dari desain kemasan dan cara pemasarannya. Masyarakat sasaran adalah penduduk di wilayah Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Tegal. Sasaran pertama adalah ibu-ibu istri Kepala Desa se-Kecamatan Adiwerna berjumlah 35 (tiga puluh lima) orang. Khalayak ini dianggap sebagai khalayak yang strategis dalam meneruskan sosialisasi pengetahuan tentang cara Pengolahan kerupuk dari kulit sapi kepada masyarakat di desanya masing-masing. Pada pelatihan ini dibawah bimbingan pengusaha kerupuk rambak Pak Sutrisno pelatihan dan pengabdian ini mendapatkan peningkatan yang signifikan dari hasil peningkatan ekonomi Masyarakat sekitar dan peningkatan penjualan pada usaha industri kecil sekitar kecamatan Adiwerna.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran, Kerupuk rambak

PENDAHULUAN

Salah satu daerah yang menjadi sentra UMKM sektor pertanian adalah Kabupaten Tegal. Satu diantara beberapa sentra UMKM yang terdapat di Kabupaten Tegal adalah sentra industri kerupuk rambak yang terdapat di Desa Tegal Kecamatan Adiwerna Sentra Industri kerupuk rambak didesa ini telah mampu tumbuh dan berkembang serta memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹

Beberapa industri pengolahan kerupuk rambak kulit skalanya masih Industri Rumah Tangga (IRT). Industri kerupuk rambak kulit banyak dijumpai di Jawa Timur (Daerah Sentra industry) produksi kerupuk rambak dapat ditemui di desa Kauman Kecamatan Bangsal Mojokerto, Sidoarjo, Jember, Tulungagung), Jawa Tengah (Kendal, Pati, Sleman Jogja, Gunung Kidul, Purworejo, Boyolali), Jawa Barat (Garut).² Kendala utama dalam

¹ Dr Alexander Thian M.Si, *Dasar-Dasar Perencanaan Bisnis* (Penerbit Andi, 2021), 20.

² "Mini review : Pengolahan kerupuk 'Rambak' kulit di Indonesia | Amertaningtyas | Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan (Indonesian Journal of Animal Science)," 201, diakses 15 Juni 2022, <https://jiip.ub.ac.id/index.php/jiip/article/view/112/120>.

usaha kerupuk rambak kulit adalah pemenuhan bahan baku utamanya yaitu kulit. Kulit kerbau lebih sulit didapatkan daripada kulit sapi tetapi kulit kerbau lebih mudah dalam proses pengelupasan/pengerokan bulu. Kebijakan impor daging berupa daging beku tanpa tulang dan kulit dari negara Australia, New Zealand dan Amerika menyebabkan kulit sapi lokal yang bagus digunakan untuk industri penyamakan kulit untuk sepatu, tas dan jaket kulit untuk bahan baku kerupuk rambak menjadi sulit didapatkan, bahkan beberapa industri kerupuk kulit rambak di Tegal terpaksa menghentikan produksinya.

Kulit lokal yang semakin sulit didapatkan karena persaingan permintaan untuk industri penyamakan kulit, menyebabkan beberapa industri kerupuk rambak kulit menggunakan kulit impor sebagai bahan bakunya. Kulit impor didatangkan dari Negara Korea dan China, dari pemasok dan pedagang besar yang mampu mengimpor secara langsung dari luar negeri, yang umumnya perdagangan kulit impor tersebut dilakukan secara sembunyi-sembunyi (tidak dilakukan dipasar-pasar umum). Masalah yang timbul adalah jaminan kehalalan kulit impor yang akan dijadikan kerupuk rambak kulit, karena dikhawatirkan berasal dari kulit babi atau dari kulit sapi yang dipotong secara tidak halal. Dan juga pada produksi di Kecamatan Adiwerna ini masih manual dan semua yang dikerjakan oleh Pak Sutrisno masih terbilang tertinggal zaman dari desain kemasan dan cara pemasarannya.

Maka pada pelatihan ini dibawah bimbingan pengusaha kerupuk rambak Pak Sutrisno pelatihan dan pengabdian ini mendapatkan peningkatan yang signifikan dari hasil peningkatan ekonomi Masyarakat sekitar dan peningkatan penjualan pada usaha industri kecil sekitar kecamatan Adiwerna.

METODE PENELITIAN

Masyarakat sasaran adalah penduduk di wilayah Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Tegal. Sasaran pertama adalah ibu-ibu istri Kepala Desa se-Kecamatan Adiwerna berjumlah 35 (tiga puluh lima) orang. Khalayak ini dianggap sebagai khalayak yang strategis dalam meneruskan sosialisasi pengetahuan tentang cara Pengolahan kerupuk dari kulit sapi kepada masyarakat di desanya masing-masing. Sasaran kedua adalah ibu-ibu istri PKK dan remaja Karang Taruna di pantai Baron yang terletak di desa Kemadang, Kec. Tegal berjumlah 20 (dua puluh) orang. Sasaran ini

dianggap Masyarakat yang strategis, yang dapat mengembangkan wira-usaha di bidang ini untuk meningkatkan pendapatannya. Metode kegiatan yang akan dilakukan berupa penyuluhan dan pemberian keterampilan dalam bentuk demo tentang pembuatan kerupuk kulit sapi atau ramba, dan memberikan motivasi untuk mengembangkan atau membuka wirausaha baru dengan keterampilan yang telah dimiliki tersebut.³

Perlu adanya pelatihan guna usaha peningkatan industri kecil. Dan dengan adanya dukungan dari pelatihan ini dapat membantu lebih banyak lagi Masyarakat sekitar dalam meningkatkan ekonominya.

DEFINISI ISTILAH

1. Industri Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000 pertahun serta dapat menerima kredit dari bank diatas Rp50.000.000 sampai Rp500.000.000 Juta. Ciri – ciri Usaha Kecil antara lain:

- a. SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata pendidikannya SMA dan sudah ada pengalaman usahanya,
- b. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha,
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/ pendampingan, tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5-19 orang.⁴

2. UMKM

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan

³ "View of Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi," 60, diakses 19 Juni 2022, <http://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/462/308>.

⁴ Hamdani SE.,M.Si, *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT* (uwais inspirasi indonesia, t.t.), 6.

ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga dalam lingkup mikro. Sesuai dengan pengertian UMKM tersebut, maka kriteria UMKM dapat dibedakan antara lain meliputi dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Dengan klasifikasi tersebut, pemerintah pun berharap UMKM bisa berperan dalam membangun perekonomian nasional, termasuk pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar.

Dalam UU No 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.⁵

3. Produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas. Pendefinisian produksi mencakup tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakteristik-karakter yang melekat padanya.⁶

4. Sistem Informasi Produksi

Sistem Informasi Produksi merupakan sistem informasi manajemen yang menyediakan informasi tentang kegiatan yang terkait dengan perencanaan dan pengendalian proses untuk memproduksi barang atau jasa. Sistem informasi produksi terdiri dari 2 macam, pertamasistem produksi fisik,

⁵ Hadion Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi* (Insan Cendekia Mandiri, 2021), 4.

⁶ Misbahul Ali, "PRINSIP DASAR PRODUKSI DALAM EKONOMI ISLAM," *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 7, no. 1 (9 Juni 2013): 20.

yaitu berbagai kegiatan yang mengarahkan pada proses produksi yang bertujuan untuk membuat suatu sistem yang menghasilkan biaya minimal dan waktu yang cepat. Dua elemen utama adalah order control dan follow control. Jenis kedua adalah sistem informasi produksi yang mendukung semua aktifitas produksi untuk menghasilkan barang atau jasa.⁷

5. Kerupuk rambak

Kulit sapi dapat dimanfaatkan untuk bahan baku kerupuk rambak kulit, salah satunya yaitu kulit sapi. Kulit sapi mempunyai rasa yang gurih karena banyak mengandung lemak. Pada saat kerupuk rambak kulit tersebut dijemur, akan mengeluarkan minyak. Harga kulit sapi sekitar Rp. 2.500 per kg, sebelum banyak yang mengetahui manfaat kulit sapi, harganya hanya Rp. 500 per kg. Cara pembuatannya yaitu: kulit sapi yang masih segar dan basah dibersihkan dan dibuang sisa dagingnya. Dibilas berulang-ulang sampai dagingnya tidak menempel dikulit, karena jika daging masih menempel dikulit akan menjadi bau "tengik" dan saat digoreng minyak akan cepat berubah warna atau cepat keruh. Setelah dibilas, kulit direndam dan dicampur kapur sirih dan cuka, dibilas lagi supaya bersih, kemudian dibumbui dengan menggunakan bumbu dapur, selanjutnya dikeringkan dan digoreng. Kulit mentah yang utuh diiris menjadi empat bagian. Kulit direbus sekitar 15 menit hingga bulu dan kulit luar mudah dikelupas. Kulit dikerok dengan menggunakan pisau sampai bersih, dipotong-potong segi empat kurang lebih 10 cm, lalu direbus kembali sampai matang. Proses selanjutnya adalah pendinginan dan pembersihan serta pengambilan daging yang masih melekat di kulit. Kulit dipotong kecil-kecil sekitar 2 cm, dijemur kurang lebih 2-3 hari. Apabila kulit tidak dijemur sampai kering dapat membuat kerupuk hancur pada saat penggorengan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk merupakan jenis makanan ringan yang dapat diperoleh di mana saja tempatnya baik di pedesaan maupun di perkotaan. Selain sebagai pelengkap makananan tidak sedikit masyarakat yang menggunakan kerupuk sebagai camilan atau makananan ringan untuk bersantai. Hal ini menyebabkan banyak peminat kerupuk yang mempengaruhi banyak home

⁷ "Mini review : Pengolahan kerupuk 'Rambak' kulit di Indonesia | Amertaningtyas | Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan (Indonesian Journal of Animal Science)," 30.

industri kerupuk yang berkembang pesat. Dalam menjalankan usahanya Pak Sutisno selaku pemilik UMKM kerupuk di desa kecamatan Adiwerna kabupaten Tegal melibatkan masyarakat sekitar dalam usahanya. Semua karyawannya adalah tetangganya. Ada berbagai tugas yaitu sebagai pencetak kerupuk, menjemur kerupuk dan mengemas kerupuk untuk dijual. Ada sekitar 15 karyawan semuanya adalah warga desa Tegal. Mereka mempunyai tugasnya masing-masing yaitu, 5 orang bertugas sebagai penjemur kerupuk dan 10 orang lainnya bertugas sebagai pencetak kerupuk. Penempatan tenaga kerja sudah ditetapkan sesuai dengan keahlian masing-masing. Namun ada juga yang memiliki peran ganda. Usia tenaga kerja kerupuk di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal berkisar antara 35-45 tahun. Pekerja disana kebanyakan ibu rumah tangga. Bapak Sutisno selaku pemilik usaha kerupuk di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal memberikan bonus uang kepada para pekerja yang melakukan lembur.

Salah satunya terdapat suatu UMKM di kabupaten Tegal yang berlokasi di kabupaten Tegal. Jenis UMKM yang sedang dimiliki adalah pabrik krupuk yang sudah menjadi ciri khas kota Tegal, bertemu dengan pemilik usaha pabrik krupuk bapak Sutrisno yang sudah menjalani usahanya sejak tahun 2000 hingga sekarang sudah mencapai usia 21 tahun dan sang istri yang selalu menemani Bapak Sutrisno berawal dari bapak Sutrisno ikut bekerja di salah satu pabrik selama beberapa tahun kemudian dengan menabung demi sedikit hasil bekerjanya dia berhasil mengumpulkan uang untuk membeli kulit sapi dan perlengkapan membuat kerupuk lainnya di uangkan sekitar 350.000/kg setelah 1 tahun bapak Sutrisno mulai belajar untuk pabrik mempunyai resep rahasia untuk itu dalam proses meracik bumbu tetepelah bapak Sutrisno sendiri yang turun tangan. Usahanya sampai sekarang sudah mencapai umur 21 tahun Dari kebiasaan yang telah dilakukan ini awal yang membawa dan mengajarkan pembuatan krupuk adalah salah satu orang yang berasal dari daerah Bandung yang tinggal di daerah kabupaten Tegal sampai sekarang sudah kebiasaan terkenal akan krupuk khasnya berawal dari situlah bisa menjadi sebuah ciri khas daerah tersebut dan bisa menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat sekitar. Hal tersebut akan mempermudah apabila customer untuk membeli produksi krupuk yang dikelola oleh bapak Sutrisno ,produksi krupuk ini hingga bisa mengeluarkan 10kg kulit sapi setiap harinya dalam pengelolaan krupuk penghasilan setiap harinya bisa hingga 15.000.000.00 per/hari tak heran jika bapak Sutrisno bisa memiliki hingga 2 pabrik hingga sekarang, harga untuk

1 kg seharga 15.000 dan 1 ball seharga 75.000 hal ini dikarenakan lebih murah dari toko lainya ,disebabkan proses langsung dari tangan pertama. Pemasukan ini juga biasanya langsung kepada penggoreng dan bisa ke pasar agen yang sudah berkerja sama dengan usaha krupuk bapak Sutrisno. jika dalam 1 bulan bisa hingga beberapa kuintal untuk produksi yang bisa dikelurakan dalam proses nya. memiliki 2 pabrik krupuk yang berada tidak jauh dari Kawasan tempat tinggalnya. Tepatnya berada kabupaten Tegal ,memiliki lebih dari 30 karyawan untuk perusahaan yang beliau pimpin produksi yang dikembangkan ialah krupuk barabir dan krupuk THR yang sudah berjalan dari tahun 2000 himgga sekarang yang sudah menginjak 21 tahun bapak Sutrisno menjalankan usaha ini,berawal dari beliau bekerja dengan orang dengan kerja keras yang bapak Sutrisno lakukan hingga bisa mewujudkan dan menambah sumber penghasilan kepada masyarakat disana setiap hari pengeluaran untuk membayar karyawan 30 orang tersebut bisa hingga 1.500.000.00 per hari ,di tempat usaha bapak Sutrisno jam kerja dimulai dari jam 6-12 siang. Bapak Sutrisno merupakan salah satu pemilik usaha yang bergerak dibidang makanan yaitu krupuk yang menjadi khas Tegal,beliau hanya lulusan tamatan SD yang tinggal di salah satu daerah Kabupaten Tegal penghasilan bersih yang beliau dapatkan bisa hingga 15.000.000 perbulan patut kita contoh bahwa penddikan bukan menjadi jaminan untuk sebuah kesuksesan itu semua karena sebuah impian dan usaha untuk bangkit lebih baik lagi. Maka kami bersama Pak Sutrisno melakukan pelatihan untuk meningkatkan penjualan dengan cara sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Pelatihan Usaha Industri Kecil.



Figure 1 pelaksanaan pelatihan pada usaha kerupuk Rambak Pak Sutrisno

1. Sosialisasi

Kegiatan pengabdian pada Masyarakat Kabupaten Tegal dengan cara pelatihan dan pemasaran target penjualan krupuk produk ke agen pasar agen krupuk dan agen penggoreng. Saat ini perkembangan teknologi informasi yang berkembang dan memberi banyak dampak bagi kehidupan manusia, termasuk bisnis dalam internetyaitu *E-Commerce* yang menghemat waktu dan tidak memerlukan modal besar untuk mempromosikan produk. Salah satunya adalah website Tokopedia yang melayani penjualan barang dan jasa sehingga siapa saja dapat berbisnis dan bersaing dengan biaya rendah. Website ini menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai produk dengan harga lebih terjangkau dibanding toko umumnya. Untuk melancarkan pemasarannya.

Sebagaimana yang dikatakan Promosi (promotion) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁸

Strategi dalam pemasaran yang sering digunakan para pengusaha. Dalam hal ini, sesuai dengan beberapa pertimbangan segmentasi, harus memilih strategi yang pas untuk memasarkan produk. Strategi bisa berupa bermacam-macam gaya sesuai dengan jenis konsumen yang dituju. Perencanaan usaha berawal dari modal yang waktu itu hanya 350.000 dengan perkilonya dengan bertambahnya tahun usaha kerupuk rambak ini menambah 1 karung begitu setiap tahunnya hingga sekarang telah memiliki 2 pabrik ,tentunya banyak ujian dikala itu dari segi keuangan yang mungkin dulu hanya memakai alat manual kemudian hingga bisa berkembang seperti laba bersih yang beliau terima bisa mencapai 15.000.000.00 perbulan laba kotor himgga bisa 35.000.000.00 namun pernah mengalami kerugian hingga 10.000.000.00 karena factor eksternal ditipu oleh orang yang tak bertanggung jawab ,tak henti beliau selalu mengikhlaskan dan gantinya yang beliau terima hingga bisa sampai sekarang .Dalam hal gaji karyawan dibayar 1 hari bisa sampai 30.000-50.000 dan produksi krupuk ini bisa sampai 10kg per bulannya.

Mengembangkan pasar dari sisi produknya Mengembangkan pasar

⁸ Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*, 156.

dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima di pasar. Contohnya adalah:

1. Memperbesar variasi produk, misalnya: melalui kemasan, menambah variasi kerupuk menambah ide ide baru atau bisa membuat tambahan produk.
2. Melalui kategori produk, misalnya: kategori untuk dewasa, kategori untuk remaja kategori untuk ibu-ibu, kategori untuk anak-anak, kategori untuk usia diatas 50 tahun dan lain-lain. Masing-masing kategori produk bisa dibedakan secara dosis, ukuran atau kadarnya, dan hal-hal lain yang disesuaikan dengan kepentingan pemakainya.
3. Yang dimaksud disini dalam produk yang dipasarkan oleh produksi krupuk lebih ke semua kalangan untuk anak anak dewasa dan usia lanjut karena apa krupuk merupakan salah satu tambahan pada suatu makanan ditambah lagi produknya yang sangat berkualitas menjadikan semakin enak dan gurih.
4. Berdasarkan lini produk, misalnya: untuk produk menggunakan bahan bahan yang sangat berkualitas apalagi produksinya masih manual dan karena produksinya krupuk dia tanpa bahan pengawet karena sistemnya dalam pengeringan langsung tepat di matahari
5. Berdasarkan fungsinya, misalnya: produk ini memiliki nilai jual yang rendah di kalangan masyarakat namun hasil yang diperoleh lebih dari cukup dari fungsinya sendiri sebagai tambahan saat menyatap makanan tanpa krupuk rasanya kurang lengkap dan banyak penggemarnya selain anak-anak dewasa bisa untuk semua.
6. Menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Dengan pengembangan produk, maka diharapkan penjualan akan meningkat karena pasar yang dibidiknya semakin berkembang dan bervariasi.

2. Pelabelan dan pelatihan desain.

Dengan adanya pembuatan bungkus produk dan desain produk tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembeli saat melakukan pembelian di pasaran, pembeli paham tentang pengetahuan produk dalam sebuah pemasaran sangat di perlukan secara umum perlu di kuasai oleh penjual sebelum pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Merek: merek adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal.
- b. Kemasan: kemasan adalah sistem terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan disimpan, di jual dan di pakai.
- c. Label: label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk.
- d. Masa kadaluwarsa: masa kadaluwarsa adalah membeli makanan dan minuman kemasan, pastinya pembeli akan memeriksa apakah produk tersebut masih layak untuk dikonsumsi atau tidak.
- e. Harga: harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.
- f. Syarat pembayaran: pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.⁹

Pada kegiatan ini kami berhasil membuat sebuah logo baru untuk UMKM Kerupuk Rambak dengan tujuan agar dapat menarik minat pelanggan sehingga dapat terjual banyak di pasaran. Dalam hal ini kami membuat serta mencetak logonya untuk membantu mitra. Setelah itu logonya akan kami berikan kepada mitra agar dilanjutkan kedepannya. Dimana sebelumnya kami juga sudah melakukan penyuluhan atau sosialisasi mengenai logo yang dibuat. Jika dilanjutkan oleh mitra potensinya sangat bagus sehingga dapat menjadi ciri khas dari produk tersebut.

3. Pemasaran dengan pelatihan Manajemen keuangan.

Pelatihan manajemen keuangan sederhana dilakukan agar mitra memiliki pengelolaan finansial yang lebih baik. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan mitra dapat mencatat setiap pengeluaran dan pemasukan usaha serta dapat mengetahui kondisi laba rugi dari usaha mereka. Pelatihan manajemen keuangan yang akan dilakukan adalah pelatihan pencatatan order maupun transaksi penjualan pada nota serta pencatatan buku kas

⁹ Mardia Mardia dkk., *Strategi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 196.

sederhana.¹⁰

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk membandingkan perencanaan program dengan pelaksanaan program. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengembangan usaha kerupuk rambak kulit sapi terlaksana sesuai dengan rencana, sesuai hasil kesepakatan pada saat sosialisasi dan pelatihan serta alat penunjang produksi. Dukungan Pak Sutrisno dan Masyarakat setempat sangat antusias mengikuti setiap kegiatan pelatihan yang diberikan oleh tim. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra pada monitoring dan evaluasi, terdapat peningkatan pasar produk mitra yaitu di rumah makan dikarenakan kemasan dan label produk yang eye catching dan menarik. Selain itu adanya keterangan komposisi, bulan produksi dan bulan kadaluarsa pada label produk memberikan peningkatan nilai tambah dan nilai jual produk rambak kulit sapi.

KESIMPULAN

Adanya peningkatan industri mulai dari pengelolaan, pemasaran dan penjualan kerupuk rambak setelah adanya pelatihan.

Sebelum pelatihan			Setelah pelatihan		
Kerupuk rambak 100gr	1500		Kerupuk rambak 100gr	18000	
Kerupuk rambak 1000gr	75000		Kerupuk rambak 1000gr	100.000	
Hasil penjualan perhari	15.000.000		Hasil penjualan perhari	21.000.000	

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada pelatihan ini dibawah bimbingan pengusaha kerupuk rambak Pak Sutrisno pelatihan dan pengabdian ini mendapatkan peningkatan yang signifikan dari hasil peningkatan ekonomi Masyarakat sekitar dan peningkatan penjualan pada usaha industri kecil sekitar kecamatan Adiwerna.

¹⁰ Wayan Hesadijaya Utthavi dkk., "PEMANFAATAN MEDIA PEMASARAN ONLINE DAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI USAHA KERUPUK RAMBAK SALMON," *Dharmakarya* 8, no. 3 (6 September 2019): 31, <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v8i3.22322>.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Misbahul. "PRINSIP DASAR PRODUKSI DALAM EKONOMI ISLAM." *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 7, no. 1 (9 Juni 2013): 19-34.
- Mardia, Mardia, Moses Lorensius Parlinggoman Hutabarat, Mariana Simanjuntak, Rosintan Sipayung, Liharman Saragih, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Sulasih Sulasih, dkk. *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- "Mini review : Pengolahan kerupuk 'Rambak' kulit di Indonesia | Amertaningtyas | Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan (Indonesian Journal of Animal Science)." Diakses 15 Juni 2022. <https://jiip.ub.ac.id/index.php/jiip/article/view/112/120>.
- M.Si, Dr Alexander Thian. *Dasar-Dasar Perencanaan Bisnis*. Penerbit Andi, 2021.
- SE.,M.Si, Hamdani. *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT*. uwais inspirasi indonesia, t.t.
- Utthavi, Wayan Hesadijaya, I. Gusti Lanang Made Parwita, I. Wayan Budi Sentana, dan Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja. "PEMANFAATAN MEDIA PEMASARAN ONLINE DAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI USAHA KERUPUK RAMBAK SALMON." *Dharmakarya* 8, no. 3 (6 September 2019): 206-9. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v8i3.22322>.
- "View of Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi." Diakses 19 Juni 2022. <http://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/462/308>.
- Wijoyo, Hadion. *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri, 2021.

