

PENGEMBANGAN UMKM BANDENG PRESTO MELALUI PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA

Mira Meilia Marka^{1*}, Masruri², Naila Rizki Salisa³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

Email: mira.meilia@umk.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is one of the economic boosters of Kudus Regency. SMEs of presto milkfish is a processed effort of milkfish that was established in 2020. The demand for the presto milkfish market has increased over time. Despite the increase in demand, partners still experience obstacles related to marketing, finance, and business legality aspects. SMEs of presto milkfish use online media to promote their product, but it has not been done to the maximum, the market share is limited. In addition, in the financial aspect, the recording of financial transactions has not been well organized. Then, the partner does not have the legality of the business and its products, so it cannot increase product sale because it does not have a business license.

As a solution to overcome these problems, the team provides several methods for increasing business to presto milkfish. The solutions offered include training and mentoring related to marketing online and offline. In financial problem, the team will conduct assistance and training in the use of financial recording applications that can help partners to record transactions in a structured manner. The team will also conduct assistance related to the submission of SPP IRT as a business legality which is one of the conditions in the PIRT permit application process.

The result of the implementation of this program is that partners are able to improve competencies related to marketing, finance, and business legality. SMEs of presto milkfish has obtained the SPP IRT and participated in a series of activities in the framework of PIRT licensing submission.

Keywords: *presto milkfish, business management, MSMEs*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian Kabupaten Kudus. UMKM Bandeng Presto merupakan usaha hasil olahan ikan bandeng yang berdiri pada tahun 2020. Permintaan pasar bandeng presto mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Meskipun terjadi peningkatan permintaan, namun mitra masih mengalami kendala terkait dengan aspek pemasaran, keuangan, dan legalitas usaha. Pemasaran bandeng presto dengan menggunakan media online belum dilakukan dengan maksimal, sehingga pangsa pasarnya terbatas. Selain itu, pada aspek keuangan, pencatatan transaksi keuangan belum tersusun dengan baik. Kemudian, mitra belum memiliki legalitas usaha dan produknya, sehingga tidak bisa memasarkan produk lebih luas karena belum memiliki izin usaha.

Sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat memberikan beberapa metode untuk peningkatan usaha kepada Bandeng Presto. Solusi yang ditawarkan diantaranya melakukan pelatihan dan pendampingan terkait dengan pemasaran baik secara online dan offline. Pada permasalahan keuangan, tim akan melakukan pendampingan dan pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan yang dapat membantu mitra untuk melakukan pencatatan transaksi secara terstruktur. Tim pengabdian juga akan melakukan pendampingan terkait dengan pengajuan SPP IRT sebagai legalitas usaha yang merupakan salah satu syarat dalam proses pengajuan izin PIRT.

Hasil dari pelaksanaan program ini adalah mitra mampu meningkatkan kompetensi terkait dengan pemasaran, keuangan, dan legalitas usaha. Mitra telah mendapatkan SPP IRT dan mengikuti serangkaian kegiatan dalam rangka pengajuan perijinan PIRT.

Kata Kunci: *bandeng presto, manajemen usaha, UMKM*

PENDAHULUAN

Kabupaten Kudus adalah salah satu kabupaten yang memiliki pondasi perekonomian yang bersumber dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dapat menjadi sumber pergerakan ekonomi bagi masyarakat karena membuka lapangan kerja yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. UMKM juga menimbulkan dampak multiplier terhadap perekonomian lokal dan nasional (Prasetya, 2012). Misi yang dimiliki oleh Kabupaten Kudus yaitu memperkuat ekonomi kerakyatan yang berbasis keunggulan lokal dan membangun iklim usaha yang berdaya saing menjadi salah satu faktor pendukung tumbuhnya UMKM. Pada masa pandemi, UMKM mendapatkan dukungan dari pemerintah pusat. Tercatat pada tahun 2020 (Aulia, 2021), UMKM di Kabupaten Kudus yang berjumlah 2.077 menjadi calon penerima bantuan presiden. Jumlah UMKM di Kudus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu dengan klasifikasi bidang usaha berbeda-beda. Jenis industri tersebut meliputi industri rokok, industri percetakan, penerbitan, kertas, serta industri makanan dan minuman.

Salah satu UMKM makanan yang berkembang di Kudus adalah UMKM bandeng presto. Produk olahan ikan bandeng cukup digemari banyak masyarakat. Produk olahan ikan bandeng berkembang seiring dengan meningkatnya konsumsi ikan oleh masyarakat. Konsumsi ikan per kapita Indonesia mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2015 mencapai 40,90 kg/kapita/tahun. Peluang kondisi ini akan terus berlangsung seiring dengan tingginya permintaan masyarakat terhadap komoditas pangan bernilai gizi tinggi (Dinas Perikanan dan Kelautan Jawa Tengah, 2019). Menurut Menteri Kelautan dan Perikanan (2021) angka konsumsi ikan nasional tahun 2020

naik 3,47 % menjadi 56,39 kg/kapita dibanding tahun 2019 sebesar 54,5 kg/kapita dan ditargetkan akan naik menjadi 62,5 kg/perkapita pada tahun 2024.

Tujuan utama usaha pengolahan ikan adalah untuk memaksimalkan hasil perikanan dan memberikan nilai tambah untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar. Ikan bandeng memiliki beberapa kelebihan, diantaranya dari segi rasa dapat diterima konsumen, kandungan gizi yang tinggi, dan harga yang cukup terjangkau. Kandungan protein ikan bandeng sekitar 20-24% yang terdiri dari asam amino glutamat 1,23% dan lisin 2,25%, serta juga kaya akan kandungan asam lemak omega 3 yang mencapai 14,2% dari total lemak (Dewi dkk, 2019).

UMKM Bandeng Presto yang memiliki merek Ping merupakan UMKM yang berlokasi di Desa Gondangmanis Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. UMKM Bandeng presto Ping didirikan oleh Aprilia Suryani pada bulan Juni 2020. Brand Ping dipilih menjadi nama merek usaha karena merupakan nama panggilan dari pemilik UMKM. Proses produksi bandeng presto dimulai dengan menyiapkan bahan baku ikan bandeng segar dan dilakukan penyiangan (ikan dibelah dari amus sampai insang). Proses selanjutnya dilakukan pencucian sebanyak 4-5 kali hingga selaput hitam yang ada pada bandeng benar-benar bersih. Proses marinasi (pelumuran bumbu) dilakukan selama kurang lebih 1 jam setelah ikan bandeng sudah benar-benar dicuci bersih. Setelah proses marinasi ikan disusun bergantian dengan memakai alas daun pisang. Pemasakan dilakukan dengan menggunakan alat *pressure cook* selama 2 jam. Setelah 2 jam dilakukan pendinginan pada suhu ruang dan dilakukan pengemasan dengan kertas minyak, karton dan juga plastik polyethylene.

UMKM Bandeng Presto ini belum lama berdiri, sehingga diperlukan strategi

positioning dan pemasaran yang tepat agar dapat diterima khalayak luas dan mampu bersaing di pasar. Produk Bandeng presto sudah memiliki kemasan yang berdaya jual yaitu dikemas dalam kemasan plastik yang telah divakum, sehingga ketahanan produk lebih lama. Namun produk bandeng presto belum dapat dipasarkan ke masyarakat luas dan ke toko-toko karena belum memiliki sertifikasi produk. Aprilia mengatakan bahwa “produk bandeng presto sudah dikemas dengan kemasan yang baik namun produk belum punya izin sehingga saat ini produk masih dipasarkan di sekitar lokasi produksi melalui media *online*. Agar produk dapat memiliki keunggulan kompetitif, UMKM perlu melengkapi produk dengan legalitas usaha. Legalitas usaha diperlukan untuk peningkatan usaha. Selain itu, dalam hal keuangan, pelaku UMKM bandeng presto belum memiliki pencatatan transaksi keuangan yang terdokumentasi dengan baik.

Pelaku UMKM bandeng presto telah meningkatkan kualitas produk dengan memberikan kemasan produk plastik yang telah divakum sebelumnya, sehingga produk bandeng presto mampu bertahan lebih lama. Produk dilengkapi dengan kemasan kardus di paling luar sehingga dapat menarik minat konsumen. Harga bandeng presto adalah Rp. 25.000,00 per ekor. Aprilia selaku pemilik UMKM ini telah berupaya untuk menarik minat konsumen dengan meningkatkan kemasan produk namun belum menunjukkan dampak seperti yang diharapkan terhadap penjualan produk yang dihasilkan. Maka diperlukan pendampingan dalam meningkatkan usaha melalui aspek pemasaran, aspek keuangan dan legalitas usaha. Pemasaran UMKM ini masih dalam pasar lokal, sehingga penjualan belum dapat meningkat secara signifikan. Hadiyati (2008) menyatakan bahwa pemasaran adalah masalah yang mendasar yang dihadapi pengusaha kecil, masalah tersebut terfokus pada tiga hal yaitu masalah persaingan pasar

dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Pemasaran *online* merupakan salah satu media promosi yang dapat mengembangkan pemasaran UMKM. Gohil (2015) mengemukakan penggunaan media sosial sebagai alat promosi produk memiliki berbagai kelebihan yaitu mudah dalam pengaplikasian, hemat biaya dan efektif. Hal tersebut memberikan dampak yaitu media sosial semakin diminati untuk sarana komunikasi dan promosi.

Berdasarkan pernyataan pelaku UMKM produk bandeng presto (2020) masalah yang dihadapi adalah belum maksimalnya penerapan aspek pemasaran, aspek keuangan dan legalitas usaha. Pangsa pasar produk bandeng presto belum menjangkau secara luas, produsen perlu memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan promosi produk sehingga konsumen di berbagai wilayah dapat mengenal produk yang dihasilkan. Disamping aspek pemasaran, aspek keuangan dan legalitas usaha merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan pengembangan usaha. PKM ini berfokus pada usaha peningkatan UMKM Bandeng presto melalui pemberian solusi pada permasalahan yang sedang dihadapi sehingga diharapkan dapat mengembangkan kinerja UMKM dan perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat daerah sekitar lokasi produksi.

METODE PELAKSANAAN

Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra berfokus pada tiga aspek, yaitu aspek pemasaran, keuangan, dan legalitas usaha. Metode pendekatan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini melalui pelatihan, sosialisasi dan pendampingan yang meliputi:

1. Pelatihan pemasaran *offline*, *e-marketplace* dan aplikasi sosial media

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar dengan memasarkan produk melalui toko dan minimarket serta penguasaan keterampilan memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui media pemasaran secara *online* yaitu melalui media situs *marketplace* dan aplikasi sosial media sehingga dapat memperluas pasar sasaran. Materi yang diberikan dalam pelatihan ini meliputi: Pengetahuan *Offline* dan *Online Marketing*, Strategi Pemasaran *Online* melalui *e-marketplace* dan media sosial.

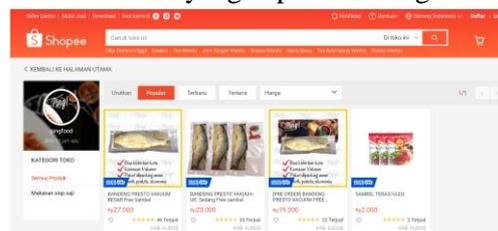
2. Pelatihan pencatatan transaksi keuangan
Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan dalam peningkatan pencatatan keuangan secara terstruktur melalui pembukuan dengan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan yang dapat memudahkan pencatatan keuangan yang terstruktur.
3. Sosialisasi dan pendampingan legalitas produk.

Sosialisasi yang dilakukan meliputi pemberian pengetahuan terhadap pentingnya legalitas usaha pada UMKM, mulai dari izin pendirian usaha hingga sertifikasi produk yang dibuat oleh UMKM. Pendampingan dilakukan kepada mitra dalam pengajuan proses perijinan PIRT Dengan sosialisasi dan pendampingan ini diharapkan mitra mampu meningkatkan kondisinya dengan memperoleh sertifikasi produk makanan melalui nomor PIRT, sehingga Mitra menjadi UMKM yang memiliki produk yang dapat bersaing di tengah era global serta dipercaya konsumennya sebagai produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas.

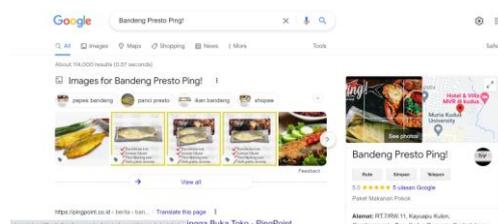
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilakukan melalui pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi serta pendampingan dalam proses perizinan PIRT yang diharapkan mampu memberikan solusi bagi permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM Bandeng Presto Ping. Kegiatan tersebut telah terlaksana sesuai dengan waktu yang telah disepakati dan terjadwal dengan pemilik UMKM.

Pelatihan pemasaran offline, e-marketplace dan aplikasi media sosial dilakukan pada hari pertama. Pemilik UMKM mendapatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran yaitu dengan aplikasi Instagram dan Shopee. Dengan aplikasi tersebut produk dapat mendapatkan berbagai program untuk meningkatkan rating produk bandeng presto dan minat konsumen. Indikator keberhasilan pelatihan ini adalah pemilik UMKM telah dapat memanfaatkan aplikasi Instagram dan Shopee sebagai media pemasaran. Selain hal tersebut, pemilik UMKM juga memiliki akun pada pencarian google (Google My Business), sehingga ketika konsumen mencari produk bandeng presto di google, produk bandeng presto merek Ping akan mudah ditemukan dengan lokasi dan kontak yang dapat dihubungi.



Gambar 1
Media Pemasaran Online bandeng presto Ping!
melalui marketplace shopee



Gambar 2
Bandeng presto Ping! pada pencarian google

Pelatihan berikutnya terkait aspek keuangan, pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan tentang pencatatan pembukuan sederhana secara manual dan melalui aplikasi Akuntansi UMK yang dapat diakses dengan mudah oleh pemilik usaha. Aplikasi pencatatan keuangan ini dapat diunduh secara gratis melalui App Store atau Play Store. Selain itu, aplikasi ini ramah pengguna, sehingga pemilik UMKM dapat melakukan pencatatan transaksi keuangan dengan mudah. Melalui aplikasi ini, pengusaha dapat mengevaluasi kondisi keuangan melalui laporan keuangan yang dapat dihasilkan setiap periode secara otomatis setelah semua transaksi dimasukkan ke dalam aplikasi.



Gambar 3
Aplikasi Akuntansi UMK yang diterapkan mitra

Tim PKM juga memberikan sosialisasi tentang pentingnya legalitas usaha dan produk yang dihasilkan. Selain sosialisasi yang diberikan, tim PKM juga mendampingi UMKM dalam proses perolehan izin NIB (Nomor Induk Berusaha) dan IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil). Dengan memiliki sertifikasi usaha dan produk, UMKM dapat bersaing dengan kompetitor lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dan sosialisasi yang telah dilaksanakan memberikan alternatif solusi pemecahan masalah yang saat ini dialami terkait aspek pemasaran, keuangan dan

legalitas usaha. Pengetahuan serta wawasan bagi pelaku usaha mengalami peningkatan dalam mengelola usaha. Melalui pemanfaatan media pemasaran secara online dan offline, cakupan pasar semakin luas. Pemilik usaha saat ini telah memiliki kompetensi dalam mengelola keuangan dengan baik dan pembukuan secara terstruktur. Perizinan usaha yang dimiliki yaitu NIB dan IUMK dapat menjadi sarana pendukung dalam meningkatkan legalitas usaha dan produk. Hal ini memberikan dampak positif bagi kemajuan usaha melalui peningkatan daya saing yang dimiliki oleh UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Dewi, E.N., Purnamayati, L., dan Kurniasih, R. A. 2019. Karakteristik Mutu Ikan Bandeng (*Chanos chanos* Forsk.) dengan Berbagai Pengolahan. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 22(1): 41-49.
- Gohil, N. 2015. Role and Impact of Social Media in Tourism: A Case Study on The Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism introduction: review of literature, 5(4): 8–15.
- Hadiyati, E. (2008). Model Pemasaran dalam Pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*, 5 (1): 5-20.
- Prasetya, A.Y. 2012. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Produk dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*. Vol. 3(2) : 7-17.
- <https://foto.bisnis.com/view/20210227/1361672/konsumsi-ikan-nasional-naik-347-persen-pada-2020>, Diakses pada 4 Maret 2021
- <https://www.murianews.com/2020/08/25/194131/sudah-ada-2-077-umkm-di-kudus-diusulkan-program-banpres-rp-24-juta.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2021