



STRATEGI DAYA SAING UMKM MADUMONGSO ARUMMANIS TUBAN DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI CERDAS

Tutuk Indriyani¹, Muchamad Kurniawan², Christin Mardiana³

¹Teknik Informatika ITATS, Surabaya,Indonesia

²Teknik Informatika ITATS, Surabaya,Indonesia

³Desain Produk ITATS, Surabaya,Indonesia

Article Information

Article history:

Received November 02,
2023

Approved November 09,
2023

Keywords:

Madumongso, Smart
Technology, Marketing,
Finance, Design

ABSTRACT

The thing that underlies the dedication to Ibu Rini's Madumongso UMKM is that it has not been touched by activities, namely coaching, training, capital and marketing from the Tuban Cooperative Service or any other service. The problems faced by Partners when visited by the service team from ITATS were found to be 4 aspects, namely: First, in terms of the production aspect, where production was still carried out conventionally. Second, from a marketing perspective, we do not yet have special human resources to handle marketing. Third, the financial management aspect for financial recording is not well systemized. Fourth, in terms of product, the product packaging is only made of mica plastic, so it is less attractive and less safe and the expiration date is shorter. Of the 4 aspects of problems in UMKM, the service team will provide solutions to these four aspects with an agreement with the partners, namely: First, they will buy equipment for mixing the madumongso dough. Second, create and provide training on Internet marketing or smart marketing. Third, create an application to find out financial cash flow and turnover. Fourth, provide packaging design training so that it has a high selling value and a longer expiration date of up to one year.

ABSTRAK

Hal yang mendasar dilakukan pengabdian pada UMKM madumongso ibu Rini adalah belum tersentuh adanya kegiatan yaitu pembinaan, pelatihan, permodalan dan pemasaran dari dinas Koperasi Tuban atau dinas manapun. Permasalahan yang dihadapi Mitra pada saat dikunjungi oleh tim pengabdian dari ITATS didapatkan 4 aspek yaitu: Pertama dari segi aspek produksi dimana produksi masih dilakukan secara konvensional. Kedua dari segi pemasaran belum mempunyai SDM khusus dalam menangani pemasaran. Ketiga dari aspek manajemen keuangan untuk pencatatan keuangan tidak tersistem dengan baik. Keempat dari segi produk, kemasan produk hanya dari plastik mika sehingga kurang menarik dan kurang aman dan masa kadaluarsanya lebih pendek. Dari 4 aspek permasalahan pada UMKM ini, tim

pengabdian akan memberikan solusi keempat aspek tersebut dengan kesepakatan pada pihak mitra yaitu: Pertama akan membelikan peralatan tempat mengaduk adonan madumongso. Kedua membuat dan memberikan pelatihan tentang Internet marketing atau pemasaran cerdas. Ketiga membuat aplikasi untuk mengetahui cash flow keuangan dan omzet. Keempat memberikan pelatihan desain kemasan Sehingga memiliki nilai jual yang tinggi dan masa kadaluarsa lebih lama sampai satu tahun.

© 2023 EJOIN

*Corresponding author email: tutuk@itats.ac.id

PENDAHULUAN

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di daerah kecamatan Tuban kabupaten Tuban masih ada 23 UMKM yang belum tersentuh dengan kegiatan 4P, yaitu pembinaan, pelatihan, permodalan dan pemasaran. Salah satunya UMKM ibu Rini, yang mengolah dan menjual Madu Mongso, belum tersentuh adanya kegiatan yaitu pembinaan, pelatihan, permodalan dan pemasaran dari dinas Koperasi Tuban dan dinas manapun[1]. Ibu Rini dijadikan Mitra merupakan UMKM yang mengolah kue tradisional yaitu Madu Mongso yang dirintis mulai tahun 2018 dengan nama UD. Arum Manis yang memiliki 2 pegawai tetap dan 3 pegawai tidak tetap. Kue madu mongso adalah cemilan manis dengan rasa sedikit asam yang terbuat dari ketan hitam. Cemilan tradisional ini sering disajikan saat lebaran di desa-desa atau diberikan sebagai buah tangan. Dengan bekal ilmu dan modal yang tidak terlalu besar serta motivasi untuk mendapatkan pendapatan untuk keluarganya, beliau mendirikan usaha tersebut. Mulai dari pembelian peralatan yang masih sangat sederhana dan beliau hanya menerima pesanan(job order). Mitra ini ingin memperluas area pemasaran sampai ke seluruh Indonesia. Untuk bisa terpenuhi itu semua harus menjaga kualitas produk dan kemasan produknya serta proses manajemen keuangannya. Tapi sampai saat ini belum ada yang mengarahkannya atau membantunya. Ternyata permintaan akan produk kue ini masih tinggi dari. Hal ini bisa dilihat dari data produksi Mitra pada tahun 2018-2022 seperti pada Gambar 1. Omzet dari Mitra antara 5jt – 10jt perbulan apalagi pada saat bulan Ramadhan bisa mencapai 30 jt pada bulan tersebut. Pembuatan untuk mengaduk masih manual, kemasan masih belum layak dan tidak adanya manajemen keuangannya. Secara umum profil dari Mitra adalah sebagai berikut:

a. Lokasi Mitra

Berlokasi di Siwalan Permai Blok 1A no 10 Kecamatan Tuban Kabupaten Tuban Jawa Timur, ke mitra kurang lebih 108 km.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dari Mitra ada 2 orang perempuan pegawai tetap dan 3 orang tidak pegawai tidak tetap(di hubungi pada saat pesanan lebih dari 200 toples) yang berdomisili tidak jauh dari lokasi Mitra dan usia rata-rata tenaga kerja adalah 30-50 tahunan. Satu tenaga kerja Mitra lulusan SD, satunya lagi lulusan SMU dan 3 pegawai yang tidak tetap lulusan SMU. Mitra ini ada tenaga kerja yang lulusan SMU sehingga mempunyai kemampuan dan ketrampilan dalam pengoperasian komputer. Kelima tenaga kerja tersebut sudah mempunyai ketrampilan dalam pembuatan dodol Madu Mongso yang sudah diajari oleh pemilik.

c. Proses Produksi

Mitra masih menggunakan peralatan yang sederhana terutama alat untuk mengaduk proses pembuatan madu mongso, masih menggunakan wajan atau Loyang ukuran 10 kg. Sehingga jika ada pesanan yang terlalu banyak dalam jangka waktu tertentu maka beberapa tenaga kerja harus lembur hanya untuk proses mengaduk. Jadi waktu yang dibutuhkan lebih lama

yang berakibat harus mengeluarkan biaya untuk lembur pegawai juga. Rata-rata produksi tiap bulannya sekitar 300-600 mika plastik berat setiap mika 500 gram isi 29 sampai 30 biji madu mongso.

d. Produk

Produk dari Mitra adalah kue tradisional madumongso, dengan variasi ketan hitam dan ketan putih dengan harga jual sama. Produk dikemas dalam plastik mika dengan berat 250 gram berisi 14 sampai 15 biji, 500 gram berisi 29 sampai 30 biji madu mongso dan 1000 gram berisi 58 sampai 60 biji. Harga dari produk bervariasi tergantung dari beratnya untuk 250 gram harganya Rp.20.000,- untuk 500 gram harga Rp.35.000,- dan untuk 1000 gram harga Rp.65.000,-. Ini harga dari mitra, kalau pembelian dalam jumlah banyak lebih dari 20 pak setiap paknya diskon 5%[2]. Kualitas produk bertahan sampai hanya tiga bulan dengan suhu dalam ruangan[3]. Berikut ini hasil produk yang dihasilkan oleh Mitra seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk yang dihasilkan Mitra

e. Pemasaran

Produk yang dihasilkan oleh Mitra sebagian besar dipasarkan ke daerah Tuban dan sekitarnya yang mencakup daerah kabupaten Tuban dan Bojonegoro. Dan Mitra masih mengandalkan pesanan dari konsumen yang selama ini memesan untuk dijual lagi[4]. Pemesan ini mempunyai toko oleh-oleh di daerah Tuban dan Bojonegoro. Sisanya dipasarkan ke masyarakat sekitar. Pemilik memasarkan produknya melalui teman. Jika ada yang menanyakan produknya diminta untuk datang ke rumah produksi. Tetapi karena Mitra ini sudah dikenal di daerah Tuban khususnya kecamatan Tuban sehingga Mitra tidak kesulitan dalam memasarkan di daerah tersebut tetapi masih sebagian daerah Tuban dan Bojonegoro belum sampai diluar daerah tersebut[5].

f. Manajemen Keuangan

Data penjualan dan omzet, mereka harus melihat dan menghitung dari nota penjualan maupun pembelian barang yang ada. Baru dalam empat bulan terakhir, Mitra ini mulai mencatat di buku besar. Mitra Mitra ini tidak melakukan manajemen keuangan. Hal ini dapat dilihat pada saat tim pengusul meminta menyampaikan yang penting dalam satu bulan ada dana masuk yang bisa digunakan modal untuk proses produksi dan membayar tenaga kerja pada bulan berikutnya. Mereka tidak bisa langsung mengetahui stok barangnya berapa dan omzet pastinya tiap bulan itu berapa. Sehingga dibutuhkan aplikasi cash flow keuangan dan informasi penjualan serta stok barang[6].

Dari empat permasalahan yang ada yaitu proses produksi, pemasaran, manajemen keuangan dan desain kemasan/produk. Proses perbaikan yang dilakukan oleh peneliti melalui Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan keahlian masing-masing Peneliti dan keahlian dari mahasiswa yang menjadi anggota pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat yang sesuai dan mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

g. Permasalahan Mitra

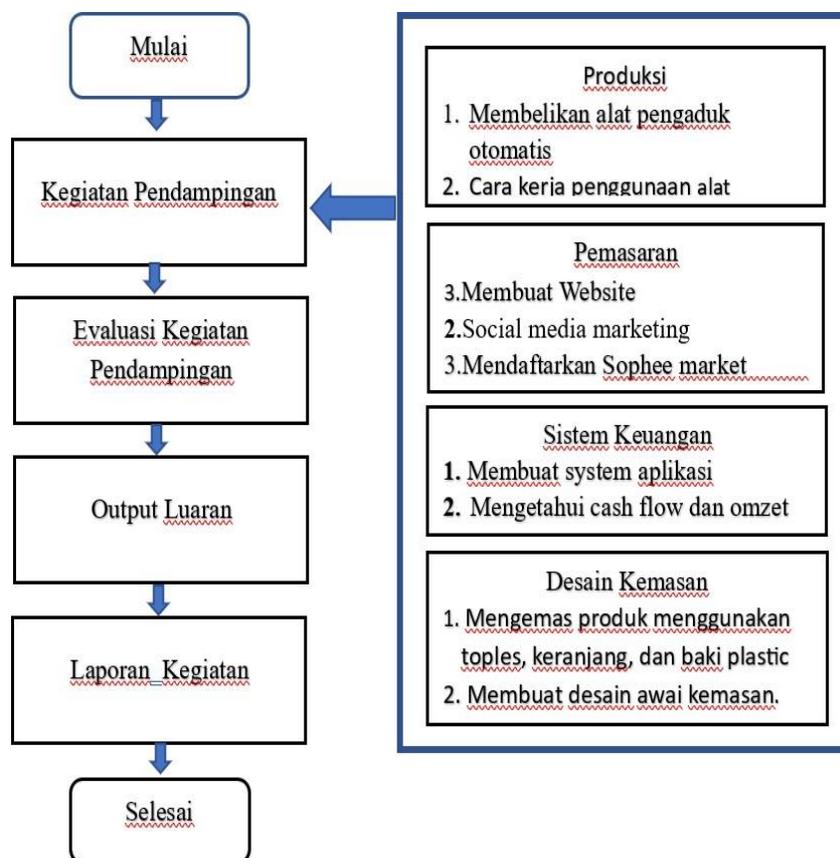
Pada pengabdian ini, peneliti mendukung IKU Perguruan Tinggi yaitu total terdapat 3 IKU yang didukung: IKU 2, IKU 3, dan IKU 5. IKU 2 yaitu Mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar Kampus[6]. Disini Permasalahan Prioritas kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dihadapi sebagai berikut:

1. Peralatan yang digunakan masih sederhana khususnya alat pengaduk adonan madu mongso masih menggunakan wajan besar ukuran 10 kg sehingga jika ada pemesanan dalam jumlah yang banyak maka akan tidak terpenuhi.
2. Mitra belum memiliki website, Instagram dan shopee pribadi sebagai tempat penjual produk. Sampai saat ini mitra belum memilikinya sehingga proses penjualan tidak maksimal.
3. Mitra belum ada pencatatan keuangan yang tersistem dengan baik.
4. Kemasan produk hanya dari plastik mika sehingga untuk produknya kurang menarik dan masa kadaluarsanya pendek maksimal sampai 3 bulan karena dikemas pakai plastik mika, masih ada udara yang masuk[7].

Sehingga tim pengusul membuat kesepakatan dengan pihak Mitra terkait permasalahan utama (prioritas) yang perlu diselesaikan. Hasil kesepakatan permasalahan prioritas yang perlu diselesaikan adalah beberapa permasalahan didalam aspek produksi, pemasaran, manajemen keuangan dan aspek produk[8].

METODE PELAKSANAAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, maka peneliti menyusun metodologi pelaksanaan pengabdian masyarakat yang terdiri dari empat tahapan besar. Seperti Gambar 2, yaitu kegiatan Pendampingan, Evaluasi kegiatan pendampingan, output luaran dan laporan Kegiatan



Gambar 2. Alur Metode Pelaksanaan Pengabdian

Dalam bagian pertama proses pendampingan yang memiliki tujuan memecahkan permasalahan Mitra. Terdapat empat kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian, yaitu:

1. Membuat/membeli alat untuk proses mengaduk madumongso dan pendampingan penggunaan alat tersebut.
2. Membuatkan website dan melakukan pendampingan dalam penggunaan website cara input data dan update data, membuat Instagram, mendaftarkan ke shopee market dan mendamping cara pengaplikasiannya.
3. Membuatkan system Keuangan dan memberikan pendampingan untuk tatacara dalam mengetahui *cash flow dan omsez*.
4. Memberikan pendampingan dalam mendesain model beberapa kemasan yang akan di terapkan dalam mitra tersebut.

Partisipasi Mitra pada program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah mitra bersedia menyediakan tempat sebagai tempat Pengabdian, Mitra juga bersedia menyediakan tempat untuk peneliti melaksanakan proses pelatihan, mitra juga bersedia memanfaatkan alat pengaduk yang akan dibelikan untuk usaha mitra UMKM madumongso ini. Mitra juga bersedia mengimplementasikan proses pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian[2].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi yang akan didapatkan dan diimplementasikan bagi Mitra, yaitu Pertama teknologi yang dimaksud adalah Alat pengaduk madumongso. Alat pengaduk ini dapat membantu UMKM Ibu Rini dalam memproduksi madumongso dengan peningkatan produksi sebesar 30%. Teknologi yang Kedua adalah design kemasan produk madumongso minimal ada peningkatan harga produk 10% dari harga sebelumnya. Teknologi Ketiga adalah Pembuatan Media Sosial dan media pemasaran Produk madumongso UMKM Ibu Rini minimal ada 25% peningkatan penjualannya. Teknologi Keempat adalah Manajemen Keuangan Berbasis Teknologi Digital. Dengan teknologi ini diharapkan Mitra dapat mengatur keuangan dengan menggunakan aplikasi digital[9]. Pada teknologi alat yang diimplementasikan ke Mitra di tunjukkan pada Gambar 3.



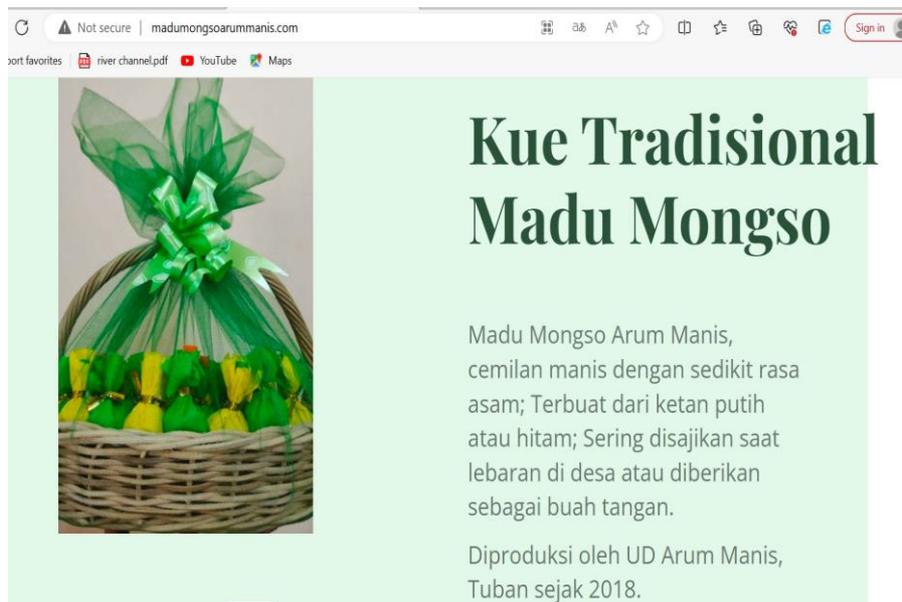
Gambar 3. Peralatan yang untuk mengaduk Madmongsso

Peralatan ini menggunakan tenaga desel dengan bahan bakar pertalet, alat ini mampu menampung bahan-bahan madu mongso sebanyak 10 kg untuk proses pengadukan, sehingga dapat meningkatkan produksi madu mongso setiap hari sebesar 30% dan semua pesanan akan terlayani tepat pada waktunya.



Gambar 4. Desain kemasan produk yang dihasilkan

Dengan terdapatnya berbagai jenis pengemasan seperti pada Gambar 4. akan menarik konsumen untuk membeli walaupun harga akan naik sebesar 10% dari harga dengan kemasan biasa. Dengan adanya banyak ketertarikan konsumen sehingga akan meningkatkan omset pendapatan setiap bulannya sampai 30%. Untuk proses pemasaran pada UMKM madumongso dapat ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Web pemasaran madumongso

Pada Gambar 6. Merupakan Website penjualan pada mitra UMKM madumongso yang telah dibuat oleh team MBKM. Team MBKM Membuatkan website dan melakukan pendampingan dalam penggunaan website cara input data dan update data, sehingga dapat memperluas dalam media pemasaran dan dapat dikenal ke seluruh Indonesia khususnya, umumnya pada dunia luas serta dapat meningkatkan proses penjualan[10]. Untuk proses pendampingan desain kemasan dapat ditunjukkan pada Gambar 7, 8 dan Gambar 9.



Gambar 6. Pelatihan Desain Kemasan



Gambar 7. Hasil kegiatan pengemasan

Target Luaran yang dihasilkan untuk masing-masing solusi yang diberikan oleh tim PKM adalah sebagai berikut:

- a. Dengan adanya alat bantu proses pengaduk madumongso, maka target jumlah produksi madu mongso menjadi meningkat minimal 30%.
- b. Dengan adanya Website pribadi produk madumongso UMKM Ibu Rini, Instagram dan Shopee maka targetnya adalah produk mitra dapat dikenal di seluruh Nusantara dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan sampai 30% di tahun awal setelah dilaksanakan pengabdian ini.
- c. Dengan adanya pelatihan manajemen keuangan, maka targetnya adalah mitra dapat melakukan manajemen keuangan dengan memanfaatkan Microsoft Excel. Dan dapat mengetahui secara *up to date* cash flow keuangan dan omzet dilengkapi informasi penjualan dan stok barang .

Dengan adanya desain produk kemasan madumongso Kualitas produk bertahan sampai satu tahun dengan menggunakan toples dengan suhu dalam ruangan dibanding dengan mika yang sebelumnya bertahan hanya 3 bulan. Dan memiliki nilai jual yang lebih yaitu memiliki kenaikan 10% per-kg dari harga sebelumnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kami berupa inovasi pada beberapa kegiatan. Kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Peneliti yang diambil antara lain:

1. Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim PKM ITATS pada mitra membuat motivasi pada UMKM Madumongso Arummanis Tuban dapat meningkatkan target penjualannya dengan harapan bisa meningkat sampai 30%.
2. Kegiatan pelatihan yang nantinya dapat dilakukan secara berkelanjutan dalam hal media Pemasaran (teknologi) maka akan menambah kemandirian pada mitra Madumongso Tuban
3. Kurangnya pengetahuan Mitra tentang komputer membuat kesulitan pada tim IBM ITATS untuk menerapkan pelatihan tentang media pemasaran dan desain kemasan, sehingga perlu adanya pelatihan berkelanjutan secara intensif.
4. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui Tim PKM ITATS telah membantu membelikan Alat dan peralatan pendukung lainnya ke Mitra UMKM Madumongso Arummanis Tuban, membutkan WEB, Mendaftarkan ke shopee dan melaksanakan pelatihan pengemasan untuk meningkatkan penjualannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada beberapa pihak, antara lain: 1) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, melalui Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat, khususnya Program Kemitraan Masyarakat (PKM), 2) Pimpinan dan Para Dosen Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS), 3) Para anggota TIM PKM 2023, 4) Para Mahasiswa Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri dan Teknik Informatika ITATS Surabaya, serta 5) Ibu Rini setyowati sebagai Pemilik UMKM Madu mongso yang telah bersedia menjadi mitra dan turut berpartisipasi dalam Program Kemitraan Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Genting and U. Berkah Jaya, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada." [Online]. Available: <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- [2] J. Handayani, D. Deriawan, and T. W. Hendratni, "Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen," *Journal of Business and Banking*, vol. 10, no. 1, p. 91, Oct. 2020, doi: 10.14414/jbb.v10i1.2261.
- [3] B. J. Rachman and S. B. Santoso, "ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEMANTAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang)," *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, vol. 4, no. 1, pp. 1–15, 2015, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- [4] T. Indriyani and Y. Wulandari, *IBM Pengolahan Daun Johar*. 2015.
- [5] M. Hakimah, T. Indriyani, S. Azizah, and H. C. Id, "PELATIHAN MEMBUAT BANTAL KURSI DARI JERAMI PADI PADA IBU PKK DAN KARANG TARUNA DI DUSUN KRAJAN."
- [6] N. Herlinda, C. Mardiana, D. Produk, I. T. Adhi, and T. Surabaya, "Redesain Mainan Edukatif Balok Kayu Untuk Anak TK."
- [7] T. Pahlevy and C. Mardiana, "Pengembangan Desain Mainan Kayu Edukasi untuk Anak Prasekolah Bertemakan Fauna Endemik Kalimantan," *Jurnal Desain*, vol. 9, no. 1, p. 92, Dec. 2021, doi: 10.30998/jd.v9i1.10515.
- [8] C. Mardiana *et al.*, "KONSEP DESAIN MEJA KOMPUTER WARNET GAME ONLINE."

- [9] W. Sasra Yanti, “Rancang Bangun Alat Pemisah Sampah Cerdas Berbasis IoT (Internet of Things),” vol. 4, no. 2, 2023, doi: 10.24036/jtein.v4i2.420.
- [10] F. Juliandi, A. Niati, and C. Rizkiana, “STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN,” vol. 19, no. 3, pp. 181–190, 2021.