

TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL (STRATEGI DAN TANTANGAN) PADA INDUSTRI KERUPUK AMPLANG UMKM IBU RUWAMI DI DESA KERTASADA KECAMATAN KALIANGET

¹Dina Kurniawati , ²Kevina Atalia Darmawan, ³Farid Farzani Sabti, ⁴Triana Ayu Safitri, ⁵Kholifatul Ila, ⁶El Barida Hijannatul Aisyih, ⁷Zulfatun Annisatuz Zuhriyah, ⁸Julio Rinanto

¹⁻⁸) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja
dinakurniawati@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

UMKM Kerupuk Amplang Bu Ruwami merupakan UMKM yang sudah banyak dikenal masyarakat Sumenep bahkan pengiriman produk dari UMKM Bu Ruwami sudah sampai ke luar kota seperti Kota Malang, Lumajang, Bali, dan Surabaya. UMKM Bu Ruwami ini berlokasi di Desa Kertasada Kecamatan Kalianget yang sudah berdiri pada tahun 2002. Produk Kerupuk Amplang Bu Ruwami ini memiliki berbagai bentuk Kerupuk Amplang seperti memanjang, berbentuk kapsul, dan pelintiran. Tujuan dari adanya magang ini agar mahasiswa dapat berpartisipasi dalam mengembangkan Transformasi Bisnis Digital (Strategi dan Tantangan) pada Industri Kerupuk Amplang UMKM Ibu Ruwami. Hasil dari magang ini adalah dapat memberikan suatu perubahan bagi Kerupuk Amplang Bu Ruwami yaitu sebelum adanya mahasiswa magang di Umkm Bu Ruwami tidak dapat membuat laporan keuangan seperti mencatat pengeluaran dan pemasukan dalam melakukan produksi, dengan adanya mahasiswa magang dapat mengajari bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik. Karena laporan keuangan yang baik dan sesuai dengan standar maka usaha kecil menengah dapat mengontrol biaya operasional, mengetahui laba rugi, dan lancarnya dalam menjalankan suatu usaha. Sebelumnya juga pada Umkm Bu Ruwami ini terdapat desain kemasan yang kurang menarik, maka mahasiswa magang dapat membantu membuat desain kemasan yang baru agar terlihat lebih menarik dari pada kemasan yang lama.

Kata Kunci : Transformasi, Bisnis, Digital

PENDAHULUAN

Industri merupakan salah satu sektor jangka panjang yang dimaksudkan untuk menjadi kekuatan pendorong di belakang sektor lain dan akan membawa perekonomian secara keseluruhan ke tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Dengan kata lain, diharapkan industri ini dapat menjadi tulang punggung perekonomian negara dan mendorong pembangunan yang berkelanjutan. Ketahanan struktur ekonomi dapat diuji dengan menggunakan tolak ukur terkait kontribusi sektor industri terhadap produk domestik bruto. Jumlah tenaga kerja yang mencari nafkah di sektor industri, peran sektor industri dalam penyerapan tenaga kerja, dan komposisi ekspor barang dan jasa dalam pembayaran internasional.

Dalam era digital yang terus berkembang, transformasi bisnis digital telah menjadi imperatif bagi perusahaan di berbagai sektor industri. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), bersama dengan pergeseran perilaku konsumen yang semakin digital, telah mengubah langkap bisnis secara fundamental. Sebagai respons terhadap perubahan ini,

perusahaan di seluruh dunia berupaya untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif mereka.

Industri kerupuk amplang, seperti sektor makanan dan minuman lainnya, tidak luput dari dampak transformasi digital. Meskipun kerupuk amplang secara tradisional dipasarkan secara lokal dan terbatas, globalisasi dan penetrasi internet telah membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi. Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan dilokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, GoogleBisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut. (Ridwan et al, 2019). Dalam konteks ini, transformasi bisnis digital dalam industri kerupuk amplang memiliki potensi untuk mengubah cara produksi, distribusi, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan dilakukan. UMKM yang go online, berpartisipasi di media sosial, dan mengembangkan kapabilitas e-commerce cenderung menikmati manfaat bisnis yang signifikan, baik dari segi pendapatan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing. Namun masih banyak UMKM yang belum mengadopsi teknologi informasi khususnya media digital dan

belum memahami besarnya manfaat dan peran penggunaan media digital. (Wardana, 2018).

Meskipun pentingnya transformasi bisnis digital diakui secara luas, masih terdapat gap dalam pemahaman tentang strategi yang efektif untuk menerapkannya, terutama dalam konteks industri makanan lokal seperti kerupuk amplang. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada studi kasus di sektor bisnis yang lebih besar atau di pasar yang sudah matang secara digital. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk mengeksplorasi tantangan dan peluang yang unik dalam transformasi bisnis digital di industri kerupuk amplang. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018)

UMKM Kerupuk Ampuran Bu Rwami dijual secara eksklusif melalui berbagai toko sejak awal berdirinya hingga saat ini. Padahal pemasaran online sangat penting bagi perkembangan bisnis pada saat ini. Dengan begitu, kami sebagai mahasiswa yang diperbantukan dari kampus untuk memberikan inovasi kepada UMKM yang memasarkan produknya secara tradisional, membantu membuat desain kemasan yang baru agar terlihat lebih menarik lagi bagi konsumen, dan membantu membuat akun media sosial bagi UMKM supaya membantu mereka memasarkan produk UMKM tersebut dengan lebih mudah, Serta membantu pelaku UMKM untuk mengelola laporan keuangan bisnis dan memastikan keberlangsungan bisnis pada jangka panjang.

Melalui penelitian ini, kami bertujuan untuk mengisi gap ini dengan menganalisis strategi dan tantangan yang terlibat dalam transformasi bisnis digital dengan mengenalkan bagaimana cara mengatur laporan keuangan, menganalkan UMKM pada platform bisnis digital, dan membantu membuat desain kemasan yang baru agar terlihat lebih menarik dari pada kemasan yang lama. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ini, diharapkan usaha dalam industri kerupuk amplang dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengoptimalkan manfaat dari transformasi bisnis digital, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan kepada masyarakat dengan judul “Transformasi Bisnis Digital (Strategi Dan Tantangan) Pada Industri Kerupuk Amplang Umkm Ibu Ruwami” sebagai solusi bagi pelaku UMKM yang dilaksanakan di UD. RUWAMI yang beralamat di Jalan Pelabuhan-Kertasada Kecamatan Kalianget. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik UMKM dan karyawan yang bekerja di UD. RUWAMI dan didukung oleh mahasiswa semester 6 dan dosen pembimbing Universitas Wiraraja.

Pelaksanaan kegiatan ini diberikan dalam bentuk pelatihan yang di bagi menjadi dua metode:

1. Menggunakan metode wawancara untuk mengobservasi bagaimana permasalahan yang terjadi di UMKM serta mencari solusi yang dapat mengembangkan usaha UMKM. Permasalah yang terterjadi di UMKM Bu Ruwami meliputi : laporan keuangan, pemasaran, dan desain kemasan. Dengan adanya mahasiswa diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada di UMKM Bu Ruwami.
2. Memberikan praktek langsung yang disertai dengan pembuatan laporan keuangan, pembuatan akun di platform shopee, dan pembuatan desain. Adapun media yang digunakan adalah platform shopee serta pemberian tutorial yang hendaknya juga disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana cara mengoptimalkan fitur di media digital tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Laptop yang digunakan sebagai bahan ajar yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait bagaimana cara membuat laporan keuangan, pembuatan desain kemasan, serta pembuatan platform Shopee.
2. Gadget berupa handphone beserta paket data yang digunakan untuk mengakses akun shopee yang akan memproposikan dan memperjual belikan untuk mencakup konsumen yang lebih luas.

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Kunjungan ke industri UMKM secara langsung pada hari Sabtu pukul 10.00 – 12.30 WIB bersama dengan dosen pendamping. Pada kegiatan pertama ini, kami mahasiswa

PKL kelompok 24 melakukan wawancara singkat terkait dengan permasalahan yang dialami oleh UMKM UD. Ruwami. Adapun permasalahan yang dialami yaitu tidak adanya laporan keuangan; desain kemasan yang ingin diubah menjadi lebih menarik; serta kurangnya pemasaran secara digital (*online*). Dari permasalahan yang sudah dipaparkan oleh pihak UMKM maka kami sebagai mahasiswa magang ikut andil untuk memberikan solusi terkait permasalahan yang sudah dialami.

2. Membantu proses pembuatan Kerupuk Amplang. Sembari kita memikirkan solusi terkait permasalahan UMKM UD. Ruwami, kita juga ikut membantu bagaimana cara membuat kerupuk amplang dan tentunya dibantu langsung oleh pemilik serta beberapa pekerja yang ada disana.
3. Pemecahan permasalahan. Pada kunjungan ketiga ini kami menunjukkan hasil kerja kelompok kami dalam mencari solusi permasalahan. Diantaranya seperti, menunjukkan laporan keuangan yang telah dibuat, menunjukkan desain kemasan sesuai dengan keinginan pemilik, serta menunjukkan platform Shopee yang telah dibuat. Setelah memaparkan solusi tersebut kami berharap pihak UMKM dapat memperoleh manfaat dan juga dapat menerapkannya juga pada jangka panjang
4. Penutupan. Melakukan kegiatan sosialisasi dengan lama sesi kurang lebih 60 menit terkait dengan cara untuk mengelola akun Shopee dan juga pembuatan laporan keuangan. Selain itu kami memberikan cinderamata bagi pihak UMKM dan para pekerja berupa sembako seperti beras, minyak, dan juga mie instan. Pemberian cinderamata ini diharapkan berguna bagi para ibu-ibu pekerja dan juga pemilik dari UD. Ruwami. Sebagai penutup kami melakukan sesi foto bersama dengan pihak UMKM dan para pekerja dengan background banner PKL dari Fakultas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari magang industri ini adalah dapat memberikan suatu perubahan bagi Kerupuk Amplang Bu Ruwami yaitu sebelum adanya mahasiswa magang di UMKM Ibu Ruwami tidak dapat membuat laporan keuangan seperti mencatat

pengeluaran dan pemasukan dalam melakukan produksi, dengan adanya mahasiswa magang dapat mengajarkan bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik. Karena laporan keuangan yang baik dan sesuai dengan standar maka usaha kecil menengah dapat mengontrol biaya operasional, mengetahui laba rugi, dan lancarnya dalam menjalankan suatu usaha. Sebelumnya juga pada Umkm Bu Ruwami ini terdapat desain kemasan yang kurang menarik, maka mahasiswa magang dapat membantu membuat desain kemasan yang baru agar terlihat lebih menarik dari pada kemasan yang lama.

Hasil yang dicapai dalam kegiatan Praktek kerja lapangan (Pengabdian Masyarakat) dengan judul Transformasi bisnis Digital (Strategi dan Tantangan) Pada UMKM Kerupuk Amplang UD. Ruwami. Yang dilaksanakan Oleh Mahasiswa Universitas Wiraraja fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dituangkan dalam bentuk Laporan hasil kegiatan magang pada setiap tahap pelaksanaan dan pertemuan yang dimana sebagai berikut:

Pertemuan pertama yaitu koordinasi dengan pihak UMKM yang dilaksanakan pada tanggal 27 April 2024 tepat hari Sabtu pukul 10.00 WIB – 12.30 WIB. Dalam pengabdian ini kami melaksanakan wawancara untuk menemukan masalah yang terjadi selama UMKM ini berdiri, terdapat beberapa masalah yang kita temukan yaitu seperti halnya tidak ada pembuatan laporan keuangan terkait biaya produksi dan lain-lain, keinginan pihak industri untuk membuat desain kemasan yang baru, serta kurangnya pemasaran secara digital (*online*).



Gambar 1. Observasi

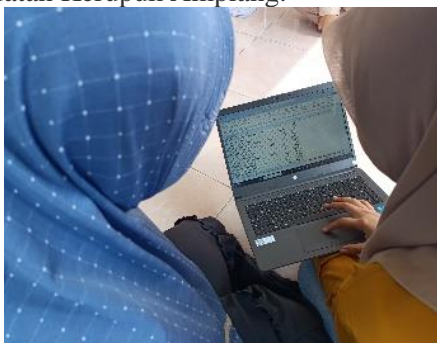
Membantu pihak UMKM dalam proses pembuatan Kerupuk Amplang pada tanggal 4 Mei 2024 pukul 10.00 – 12.30 WIB. Pada kegiatan kedua ini kami mahasiswa magang juga ikut turun tangan dalam membantu proses pembuatan Kerupuk Amplang, selain itu kami juga mencari solusi terkait dengan permasalahan yang sudah

disampaikan di minggu sebelumnya oleh pihak UMKM.



Gambar 2. Membantu Umkm

Menunjukkan pemecahan masalah yang dibutuhkan oleh pihak UMKM pada tanggal 11 Mei 2024 pukul 10.00 – 12.30 WIB. Kami para mahasiswa magang memaparkan solusi diantaranya yaitu pembuatan laporan keuangan yang menjelaskan keuntungan dan kerugian yang ada di UMKM UD. Ruwami dan juga menunjukkan hasil desain kemasan yang telah dibuat serta membuat platform pemasaran di Shopee untuk lebih menarik daya beli konsumen dan menjangkau lebih luas lagi pangsa pasar. Sekaligus kami juga ikut membantu dalam proses pembuatan Kerupuk Amplang.



Gambar 7. Laporan Keuangan

Kegiatan terakhir kami melakukan sosialisasi, lalu ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian Mahasiswa Universitas wiraraja kepada pihak UMKM UD. Ruwami, dengan harapan kami dimana pengabdian ini bisa bermanfaat bagi pihak UMKM.



Gambar 4. Sosialisasi

Mengenai solusi dari pengabdian kami pada masyarakat dengan pelaksanaan “Transformasi bisnis Digital (Strategi dan Tantangan) pada UMKM UD. Ruwami”, sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan penggunaan digital marketing sebagai sarana penjualan produk UMKM dan mencakup masukan berupa alat pemasaran produk usaha. Sertakan contoh UMKM yang memanfaatkan pemasaran digital yang tepat.
2. Media digital yang digunakan disini adalah Shopee.

Pelaku UMKM akan dibekali tutorial dan latihan cara membuat akun media digital serta cara mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai alat promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran sehingga mendorong peningkatan penjualan produknya.



Gambar 5. Desain Kemasan Produk

KESIMPULAN

Hasil yang sudah dicapai melalui kegiatan Praktek kerja lapangan berdasarkan judul “ Transformasi Bisnis Digital (Strategi Dan Tantangan) Pada Industri Kerupuk Amplang Umkm Ibu Ruwami yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Wiraraja Sebagai Berikut:

1. Penyadaran akan pentingnya penggunaan Media pemasaran digital sebagai alat pemasaran masa kini.

2. Pemasaran Digital memungkinkan Target pasar mengetahui produk yang dipasarkan.
3. Menghitung HPP (harga pokok penjualan) dapat mengetahui keputusan harga penjualan serta keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Fatah. 2023. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Kerupuk Di Desa Kutakarya. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*.
- Dina Kurniawati, Astri Furqani, Nur Qoudri Wijaya. 2021. Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku UMKM Kerupuk Rajungan Melalui Digital Marketing Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Desa Kertasada. *Jurnal Abdimas Sosek*.
- Dita Ardiani Chirana, Irsyadiyah Al Marhindy, Arif Fikri Wicaksana, Sri Olimpia Silalahi, Risma Nurhaini Munte, ResnaNapitu. 2023. Pendampingan Pemasaran Secara E-Commerce Pada UMKM „Keripik Mak Anum“ Di Jl. Bangun Melintang. *(JPkMN) Vol.3 No.2.2 Februari 2023 2064-2070*.
- Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional. 2016. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Luar Jaringan (offline).
- Rahmatul Jannatin N, M. Wahyu Wardhana, , Rudi Haryanto , Agus Pebriyanto. 2020. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact : Implementation and Action*.
- Vashty Ghassany Shabrina. 2019. Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*.