

Coaching Small Industries Kerupuk Kawasan Wisata Ujungpangkah Kabupaten Gresik

¹Prof. Dr. Tri Ratnawati, MS.Ak

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

tri.wdhidayat@yahoo.com

²I Nyoman Lokajaya, ST, MM.

Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

nyomanlokajaya@yahoo.com

Abstract

*Raw materials for making crackers in the form of fish are very abundant in this village and most people make a living as fishermen and fish pond farming. Fish used as raw material for making crackers are payus fish and laosan. The cracker industry produced by most of the craftsmen in Ujung Pangkah sub-district, Gresik Regency, the majority are sold in the form of 'raw crackers' at very cheap prices, simple packaging, less attractive shapes and marketed in the local area, so the product quality must be improved. Fish crackers are crackers whose ingredients consist of a mixture of flour and fish meat. Many types of fish can be used as a basis for making crackers. Payus fish (*Elops hawaiiensis*) is one of the predatory fish species of small fish and crustaceans in ponds. The existence of this fish is quite abundant so that it can be used as a product that can be consumed by the community. Coaching assistance and in the form of providing manual dough cutting machine tools accelerate the production process and production cost efficiency. Assistance with the production process has been carried out through quality control, micro marketing (Instagram and Facebook), financial management reporting through microfinance accounting processes.*

Keywords: Coaching, Production Quality, Micro Finance, Techno Marketing

Abstrak

Bahan baku untuk membuat kerupuk dalam bentuk ikan sangat melimpah di desa ini dan sebagian besar orang mencari nafkah sebagai nelayan dan budidaya ikan tambak. Ikan yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan kerupuk adalah ikan payus dan laosan. Industri Kerupuk yang diproduksi oleh sebagian besar pengrajin di kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik mayoritas dijual dalam bentuk 'krupuk mentah' dengan harga yang sangat murah, kemasan sederhana bentuk kurang menarik dan dipasarkan didaerah setempat maka harus ditingkatkan kuliatas produk. Kerupuk ikan adalah kerupuk yang bahannya terdiri atas campuran tepung dan daging ikan. Banyak jenis ikan dapat digunakan sebagai bahan dasar untuk membuat kerupuk. Ikan Payus (*Elops hawaiiensis*) adalah salah satu spesies ikan pemangsa ikan kecil dan krustasea di tambak. Keberadaan ikan ini cukup melimpah sehingga dapat dimanfaatkan sebagai produk yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Bantuan pendampingan dan berupa pemberian alat mesin potong adonan manual mempercepat proses produksi dan efisiensi biaya produksi. Pendampingan proses produksi telah dilakukan melalui kontrol kualitas, Techno Marketing (Instagram dan facebook), pelaporan manajemen keuangan melalui proses akuntansi microfinance.

Kata kunci: Pendampingan, Kualitas Produk, Mikro Finance, Techno Marketing,

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah merupakan bagian integral dunia usaha nasional dan mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi nasional. Kegiatan peningkatan ekonomi melalui pengembangan Usaha kecil merupakan salah satu cara untuk mengatasi pengangguran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Jawa Timur. Industri mikro kecil di Desa Ujungpangkah kulon, Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik yang bergerak di bidang

industri krupuk berbahan baku ikan, yaitu ikan bandeng, kerapu memiliki potensi yang sangat besar untuk ditingkatkan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Mengingat potensi kelautan di kawasan tersebut yang sangat besar, maka tersedianya bahan baku bukan menjadi masalah bagi industri mikro kecil kerupuk berbahan baku ikan. Kondisi eksisting yang ada menunjukkan bahwa industri mikro kecil kerupuk berbahan baku ikan memiliki kendala dalam hal proses yang membutuhkan waktu yang lama, sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja untuk melakukan proses produksi.

Kerupuk merupakan suatu jenis makanan kecil yang sudah lama dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Kerupuk dapat dikonsumsi sebagai makanan pendamping maupun sebagai variasi dalam lauk pauk. Kerupuk adalah suatu jenis makanan kering yang terbuat dari bahan-bahan yang mengandung sarupati ikan cukup tinggi. Pengertian lain menyebutkan bahwa kerupuk merupakan jenis makanan kecil yang mengalami pengembangan volume membentuk produk yang porous dan mempunyai densitas rendah selama proses penggorengan. Demikian juga produk ekstrusi akan mengalami pengembangan pada saat pengolahannya.

Kerupuk termasuk kedalam jenis produk industri yang mempunyai potensi cukup baik. Saat ini pemasarannya berkembang tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri seperti Belanda, Singapura, Hongkong, Jepang, Suriname dan Amerika Serikat. Dengan demikian program peningkatan industri mikro kecil berbahan baku krupuk memang perlu dikembangkan karena kegiatan ini mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat, tenaga kerja lebih sedikit, sehingga proses produksi lebih banyak, lebih cepat dan lebih efisien. Dengan demikian akan terpenuhi kebutuhan konsumen krupuk berbahan baku ikan. Proses pembuatan krupuk yang dilakukan oleh INDUSTRI MIKRO KECIL di Ujung Pangkah masih dilakukan dengan manual dan kurang higienes dan tempat yang kurang bersih untuk mengaduk adonan krupuk.

Industri mikro kecil di Desa Ujungpangkah kulon, Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik yang bergerak di bidang industri krupuk berbahan baku ikan, yaitu ikan bandeng, kerapu memiliki potensi yang sangat besar untuk ditingkatkan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Mengingat potensi kelautan di kawasan tersebut yang sangat besar, maka tersedianya bahan baku bukan menjadi masalah bagi industri mikro kecil kerupuk berbahan baku ikan. Kondisi eksisting yang ada menunjukkan bahwa industri mikro kecil kerupuk berbahan baku ikan memiliki kendala dalam hal proses yang membutuhkan waktu yang lama, sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja untuk melakukan proses produksi.

Berdasarkan analisa situasi diatas maka pengembangan kualitas produk krupuk yang di produksi oleh kelompok ibu-ibu di Ujung Pangkah tepatnya di Desa Pangkah Kulon, perlu mendapatkan pelatihan, pendampingan dan teknologi tepat guna dalam proses produksinya, untuk itu kegiatan PKM kali ini dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas produk yang lebih bagus, enak dan higienes serta menarik.

Dari analisis situasi kita juga menemukan permasalahan yang dihadapi Sentral Industri Mikro Kecil. yakni, hasil produknya yang kurang baik dan penjualan hanya dilakukan dengan menunggu tengkulak datang mengambil barang, padahal ada selisih harga yang signifikan apabila dijual dalam bentuk kemasan daripada dijual dalam bentuk kiloan terhadap tengkulak, karena harga jual pada tengkulak hanya sekitar Rp. 18.000,- padahal harga krupuk di pasaran mencapai Rp. 25.000,- sampai dengan Rp. 30.000,- bahkan kadang-kadang lebih terutama menjelang hari raya.

Kelompok Industri Mikro Kecil Krupuk di Ujungpangkah, Kabupaten Gresik ini dikerjakan secara sederhana, beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran cenderung hanya menunggu tengkulak yang datang mengambil barang sehingga penjualan dilakukan dengan apa adanya tanpa ada upaya untuk pengembangan area pasar
2. Penjualan krupuk yang dilakukan dengan kiloan atau curah tidak memberikan nilai lebih terhadap produk yang di jual.
3. Pembuatan Krupuk yang belum memenuhi standar Hygienes dan menggunakan peralatan apa adanya.
4. Belum adanya pengadministrasian keuangan maupun manajemen usaha.

Mengingat krupuk merupakan makanan yang sangat digemari oleh hampir setiap orang di Indonesia maka sangat disayangkan jika produksinya kurang berkualitas dan keuntungan belum dioptimalkan, selain itu kualitas produksi krupuk yang kurang bagus dan menggunakan alat yang tidak hygienes maka perlu mendapatkan perhatian dengan memberikan pelatihan, pendampingan, sehingga mampu memperbaiki produk yang lebih berkualitas dan laku di pasar dengan harga yang lebih tinggi.

Dengan demikian program peningkatan industri mikro kecil berbahan baku krupuk memang perlu dikembangkan karena kegiatan ini mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat, tenaga kerja lebih sedikit, sehingga proses produksi lebih banyak, lebih cepat dan lebih efisien.

TUJUAN PENDAMPINGAN

Tujuan Pendampingan ini adalah meningkatnya kualitas produk sehingga dapat meningkatkan penghasilan dari INDUSTRI MIKRO KECIL Krupuk Ikan yang berada di Desa Pangkah Kulon, Kecamatan Ujung pangkah sebagai berikut:

1. 3 (tiga) INDUSTRI MIKRO KECIL di Sentral Krupuk di Desa Pangkah Kulon, Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik mampu membuat krupuk yang berkualitas, Hygienes dan mampu memasarkannya dengan jangkauan pasar yang lebih luas.
2. Omzet penjualan meningkat sebesar 50% dari sebelumnya.
3. Mampu bersaing dalam Penjualan Online E- Commerce berbasis Sistem Android.
4. Meningkatkan SDM dalam Menghitung dan Pencatataan sesuai Standard SAK UMKM Indonesia Terbaru.
5. Mampu Beradaptasi dengan peralihan peralatan Tradisional ke Teknologional.

MANFAAT PENDAMPINGAN

Adapun manfaat yang dalam Pendampingan ini ialah memberikan pengetahuan yang luas dan praktikum dalam persaingan usaha bisnis di bidang makanan / kerupuk :

1. Para Pelaku Usaha
Dengan adanya pendampingan ini di harapkan para pengusaha diluar pendampingan kami, khususnya dibidang yang sama maka dalam membaca dan melakukan saran dan langkah - langkah oleh kami bisa meningkatkan kualitas dan Hygiene produk, serta bisa mampu memasarkan krupuknya di OLSHOP dan berserta manajemen pencatatan keuangannya.
2. Masyarakat
Bisa menjadikan wawasan luas dan contoh bagi para masyarakat jika ingin memulai didunia usaha krupuk dan bisa membedakan mana kualitas produk yang baik atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendampingan atau *Coaching*

Coaching (pendampingan) adalah kegiatan kemitraan dengan klien melalui proses memprovokasi pikiran secara kreatif sehingga menginspirasi mereka untuk memaksimalkan potensi pribadi dan profesional mereka.

“*coaching is partnering with clients in a thought-provoking and creative process that inspires them to maximize their personal and professional potential*” Mari kita tinjau secara singkat beberapa kata kunci dari definisi ICF di atas:

1. “Kemitraan”. Hal ini berarti bahwa proses coaching adalah berdasarkan hubungan kesetaraan antara seorang *Coach* dan kliennya. Maksudnya kesetaraan ini berarti tidak ada pihak yang otoritasnya lebih tinggi. Berdasarkan prinsip kemitraan dan kesetaraan inilah maka kami beranggapan bahwa istilah *coaching* lebih tepat diterjemahkan ke bahasa Indonesia sebagai pendampingan.
2. “Memprovokasi pikiran”. Menurut kami, inilah yang membedakan *coaching* dengan jenis pengembangan pribadi lainnya. Proses memprovokasi pikiran berbeda dengan instruksi, mengarahkan, mengajarkan, atau perintah satu arah saja. Memprovokasi pikiran cenderung dalam bentuk dialog, diskusi, atau tanya jawab antara seorang *Coach* dan kliennya yang memancing proses berpikir mendalam di diri klien tersebut.
3. Dari proses memprovokasi pikiran tersebut akan menggali dan “menginspirasi” klien menemukan jawaban-jawaban dari diri klien sendiri yang mungkin mereka tidak sadari sebelumnya.
4. Peran seorang *Coach* bukan hanya memastikan klien menemukan jawaban dari masalah mereka, namun juga memastikan bagaimana jawaban tersebut diterapkan oleh klien dalam bentuk tindakan-tindakan nyata yang pada akhirnya akan “memaksimalkan” potensi pribadi atau profesional mereka, bergantung dalam konteks apa proses *coaching* itu sedang dilakukan.

Keuangan mikro adalah bentuk [layanan keuangan](#) bagi pengusaha dan usaha kecil tidak memiliki akses terhadap [perbankan](#) dan layanan terkait. Dua mekanisme utama untuk pengiriman jasa keuangan kepada klien tersebut adalah:

1. berbasis hubungan perbankan untuk pengusaha individu dan usaha kecil, dan model
2. berbasis kelompok, dimana beberapa pengusaha datang bersama-sama untuk mengajukan pinjaman dan layanan lainnya sebagai sebuah kelompok.

Di beberapa daerah, misalnya [di Afrika Selatan](#), keuangan mikro digunakan untuk menggambarkan penyediaan layanan keuangan kepada karyawan berpenghasilan rendah, yang lebih dekat dengan model pembiayaan ritel umum di perbankan mainstream. Bagi beberapa orang, keuangan mikro adalah [gerakan](#) yang bertujuan adalah “sebuah dunia di mana banyak rumah tangga miskin dan hampir miskin mungkin memiliki akses permanen pada kisaran yang tepat atas jasa keuangan berkualitas tinggi, termasuk bukan hanya kredit tetapi juga [tabungan](#), [asuransi](#), dan [dana transfer](#).” Banyak dari mereka yang mempromosikan keuangan mikro umumnya percaya bahwa akses tersebut akan membantu orang miskin keluar dari [kemiskinan](#). Bagi orang lain, keuangan mikro adalah cara untuk mempromosikan pembangunan ekonomi, lapangan kerja dan pertumbuhan melalui dukungan dari pengusaha mikro dan usaha kecil.

B. Microfinance

Keuangan mikro adalah kategori yang luas dari layanan, yang mencakup [kredit mikro](#). Kredit mikro adalah penyediaan layanan kredit kepada pasien miskin. [Kredit Mikro](#) merupakan salah satu aspek keuangan mikro dan dua sering bingung. Kritik dapat menyerang kredit mikro sementara mengacu pada hal itu tanpa pandang bulu baik sebagai ‘mikro’ atau ‘mikro’. Karena berbagai layanan keuangan mikro, sulit untuk menilai dampak, dan sangat sedikit penelitian yang mencoba untuk menilai dampak penuh. Para pendukung sering mengklaim bahwa keuangan mikro mengangkat orang keluar dari

kemiskinan, tetapi bukti itu tercampur. Apa yang dilakukannya lakukan, bagaimanapun, adalah untuk meningkatkan [inklusi keuangan](#).

C. Digital Marketing

[Digital marketing](#) adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh.

Kelebihan Digital Marketing, banyaknya digital marketing yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan, membuktikan bahwa DM memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh. Berikut beberapa kelebihan dari DM dibandingkan dengan pemasaran konvensional.

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga Anda dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

4. Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.

5. Membangun Nama Brand

Digital marketing membantu Anda membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk Anda.

D. Kualitas Produk

kualitas produk (product quality) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Ada enam spesifikasi dari dimensi kualitas produk barang yang relevan dengan pelanggan.

1. *Performance* (hal terpenting bagi pelanggan yaitu apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar)
2. *Range and type of features* (selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan/keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan).
3. *Reliability dan durability* (kehandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan)
4. *Maintainability and Serviceability* (kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti).
5. *Sensory Characteristic* (penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas).
6. *Ethical profile and image* (kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan).

Heizer dan Render (2005), menyatakan bahwa *Check sheet* atau Lembar Pemeriksaan merupakan alat pengumpul dan penganalisis data yang disajikan dalam bentuk tabel yang berisi nama dan jumlah barang yang diproduksi dan jenis ketidaksesuaian beserta dengan jumlah yang dihasilkannya.

Tujuan menggunakan *check sheet* ini adalah untuk mempermudah proses pengumpulan data dan analisis, serta untuk mengetahui area permasalahan berdasarkan frekuensi dari jenis atau penyebab dan mengambil keputusan untuk melakukan perbaikan atau tidak. Pelaksananya dilakukan dengan cara mencatat frekuensi timbulnya karakteristik suatu produk yang berkaitan dengan kualitasnya. Data tersebut digunakan sebagai dasar untuk mengadakan analisis masalah kualitas.

Contoh hasil *Check Sheet* cacat pada proses pembuatan kerupuk ikan sebagai berikut:

Tabel 1. *Check Sheet* Pada Proses Pembuatan Kerupuk Ikan

Nomer Pengamatan (Hari)	n	Jumlah Produk Kerupuk Ikan yang Cacat (kali)				Total Cacat	Proporsi Cacat	Persentase Cacat
		Warna dan Kemekaran	Kerenyahan	Rasa	Aroma		(p)	(p%)
1	40	4	2	1	2	9	0,225	22,5
2	40	3	1	1	3	8	0,200	20,0
3	40	5	4	3	1	13	0,325	32,5
4	40	2	4	1	2	9	0,225	22,5
5	40	4	2	2	2	10	0,250	25,0
6	40	3	4	1	3	11	0,275	27,5
7	40	1	3	5	0	9	0,225	22,5
8	40	4	2	1	1	8	0,200	20,0

Nomer Pengamatan (Hari)	n	Jumlah Produk Kerupuk Ikan yang Cacat (kali)				Total Cacat	Proporsi Cacat	Persentase Cacat
		Warna dan Kemekaran	Kerenyahan	Rasa	Aroma		(p)	(p%)
9	40	2	4	3	2	11	0,275	27,5
10	40	1	5	2	3	11	0,275	27,5
11	40	2	4	2	2	10	0,250	25,0
12	40	4	2	2	2	10	0,250	25,0
13	40	5	4	1	4	14	0,350	35,0
14	40	1	5	4	5	15	0,375	37,5
15	40	3	2	2	2	9	0,225	22,5
16	40	3	1	2	3	9	0,225	22,5
17	40	3	0	1	3	7	0,175	17,5
18	40	2	4	1	2	9	0,225	22,5
19	40	3	1	1	1	6	0,150	15,0
20	40	5	1	3	3	12	0,300	30,0
21	40	6	2	2	2	12	0,300	30,0
22	40	5	3	1	2	11	0,275	27,5
23	40	4	3	1	4	12	0,300	30,0
24	40	2	4	2	2	10	0,250	25,0
25	40	1	2	2	1	6	0,150	15,0
Jumlah		78	69	57	47	251	6,275	627,5
Rata-rata							0,251	25,1

Tabel 1 menunjukkan *check sheet* frekuensi karakteristik produk kerupuk ikan yang berkaitan dengan kualitasnya, yaitu warna dan kemekaran, kerenyahan, rasa dan aroma. Data tersebut digunakan sebagai dasar untuk mengadakan analisis masalah kualitas, dimana:

n : jumlah produk Kerupuk Ikan yang diperiksa dalam sub grup

Sub grup : hari ke-i

Total cacat: jumlah frekuensi karakteristik produk kerupuk ikan, yaitu

warna dan kemekaran, kerenyahan, rasa dan aroma

$$\text{Proporsi cacat} : p = \frac{\text{total cacat dalam setiap sub grup}}{n}$$

$$\text{Persentase cacat} : \text{Proporsi cacat} \times 100\%$$

Tabel 2. Jumlah Cacat Pada Proses Pembuatan Kerupuk Ikan

No	Karakteristik Kecacatan	Jumlah Cacat	Persentase Cacat	Persentase Kumulatif Cacat
1	Warna dan Kemekaran	78	31,08%	31,08%
2	Kerenyahan	69	27,49%	58,57%
3	Rasa	57	22,71%	81,28%
4	Aroma	47	18,72%	100,00%
Jumlah		251	100,00%	

Berdasarkan tabel 2. didapatkan bahwa penyebab utama dari masalah proses pembuatan kerupuk ikan adalah jenis cacat yang terjadi pada warna dan kemekaran sebesar 31,08%, selanjutnya Kerenyahan (27,49%), Rasa (22,71%), Aroma (18,72%).

E. Metode Pendampingan

Pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Sentra Krupuk adalah dengan memberikan pelatihan di bidang produksi krupuk yang enak dan hygienes. Hasil produksi krupuk bisa enak, hygienes, bagus dan bisa mengembang setelah di goreng Sedangkan rencana kegiatan untuk mewujudkan atas solusi yang ditawarkan disajikan pada Tabel 3. di bawah ini :

Tabel 3. Rencana Kegiatan

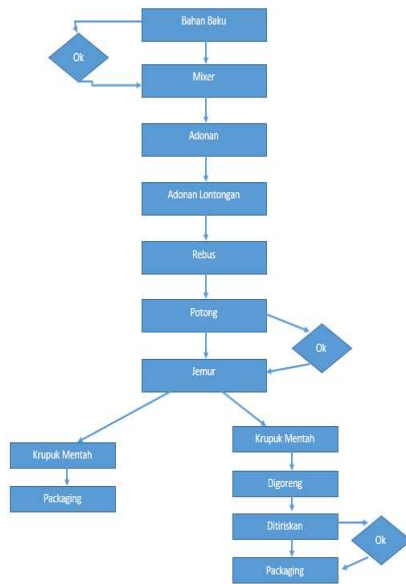
No	Rencana Kegiatan	Indikator Hasil
1	Koordinasi antara anggota Tim pelaksana dengan pihak mitra	Kesepakatan rencana kegiatan dan bentuk partisipasi mitra
2	Pelatihan Pembuatan Krupuk yang berkualitas dan Hygieness	Mitra menerapkan hasil pelatihan pembuatan Krupuk yang berkualitas dan hygienes.
3	Pelatihan manajemen pemasaran dan Keuangan	Mitra memahami dan menerapkan dalam memasarkan produknya dan menyusun administrasi keuangan
4	Pendampingan Manajemen	Alat dan pengelola bekerja dengan baik bisa memproduksi dengan baik dan memasarkan barang dengan lancar
5	Pembuatan Laporan	Laporan PKM dan artikel ilmiah
6	Monitoring evaluasi	

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini adalah berperan aktif dalam setiap pelatihan yang diprogramkan dan sanggup mengimplementasikan hasil pelatihan.

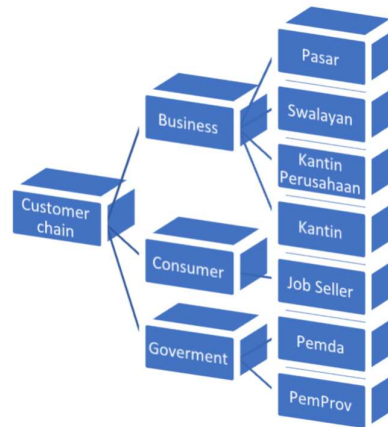
F. Perencanaan, Pelaksanaan, dan Monitoring

Berdasarkan informasi dari pihak UKM matahari yang memproduksi “krupuk ikan” khas ujungpangka gresik, sebelum penelitian dan pendampingan bahwasanya mereka adalah sebuah kelompok ibu – ibu rumah tangga yang ingin sekali menambah atau membantu ekonomi keluarga. Tidak hanya ekonomi , adapun alasan lain yaitu sebagai pengisi waktu luang ibu – ibu rumah tangga yang ada di dusun ujungpangka khususnya

berada di jl. Tambak asri RT 04 RW 05 Dusun. Krajan 2 Ujungpangka gresik. kelompok ukm tersebut di pimpin oleh ibu salmi. Dari paguyuban ibu - ibu muncul ide dan kretivitas utk berwirausaha produksi kerupuk ikan dengan komposisi ikan payus dan salahan dan beberapa camuran bhn baku adonan lainnya, setelah merintis dan menekuni secara bertahap selama 7 tahun yang lalu. Adapun langkah – langkah produksi krupuk ikan UKM matahari yaitu :



Gambar 1. *Consep of Operation* Krupuk
Sumber: dari data yang diolah



Gambar 2. *Consep of Demand Chain*
Sumber: dari data yang diolah

Pembukuan Akuntansi Usaha Industri Krupuk

Ibu salmi memulai usaha dagangnya pada tanggal 1 Mei dengan nama “UKM MATAHARI”. Berikut ini adalah transaksi – tansaksi usahannya:

- 02 Juni Ibu salmi telah membeli persediaan barang dagangan secara kredit sebesar Rp. 2.000.000
- 03 Juni Telah diterima hasil penjualan pada tanggal 02 Juni secara tunai sebesar Rp. 1.500.000
- 04 Juni Penjualan krupuk ikan secara tunai sebesar Rp. 3.000.000
- 05 Juni Telah dibayar biaya gaji sebesar Rp. 3000.000, biaya Listrik sebesar Rp. 200.000, Biaya Telpn sebesar Rp. 200.000.
- 06 Juni Telah dibayar utang dagang sebesar Rp. 1.000.000, dan Utang Bank sebesar Rp.1.000.000.
- 07 Juni Telah dbeli persediaan bahan baku secara kredit sebesar Rp. 2.000.000.
- 08 Juni Telah dibayar biaya servis alat produksi sebesar Rp. 200.000
- 15 Juni Telah dibayar biaya servis kendaraan sebesar Rp. 200.000
- 18 Juni Telah diterima hasil penjualan pada tanggal 17 Juni sebesar Rp. 2.000.000.
- 24 Juni Telah dibayar utang dagang sebesar Rp. 1.000.000.
- 25 Juni Telah terjadi penjualan secara tunai sebesar Rp. 6.000.000.
- 27 Juni Telah terjadi penjualan secara kredit sebesar Rp. 4.500.000
- 27 Juni Telah terjadi pembayaran utang dagang sebesar Rp. 1.000.000.

<p>kemudian pilih Login. Dan Masukkan Nama Pengguna dan Kata Sandi akun Instagram Anda, lalu pilih Login.</p>	<p>5. Posting Produk Yang Dijual Secara Rutin UKM Matahari sering sekali tiap hari memposting sehari 5 produk.</p>
<p>4. Beriklan di Instagram Metode lainnya yang bisa anda pertimbangkan pada saat menerapkan cara jualan online di Instagram yang tepat adalah dengan mengeluarkan modal untuk memasang iklan di Facebook Page dan Instagram. Ada beberapa jenis iklan yang bisa anda gunakan di Instagram, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iklan Foto, * Iklan Stories, *Iklan Koleksi <p>Masing-masing iklan tersebut memiliki keunggulannya masing-masing tergantung dari jenis bisnis, dan juga konten iklan yang anda miliki, serta bagaimana segmen serta target audiens dari bisnis anda.</p>	<p>6. Membuat Halaman Sendiri UKM Matahari membuat template dan timeline ke facebook fitur marketplace</p> <p>7. Posting Konten (Non-Iklan) Hiburan di Antara Promosi Anda UKM Matahari akan melakukan pengembangan dengan melakukan posting iklan di facebook untuk bisa mempromosikan produk.</p>

PENUTUP

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan:

1. Dalam mendeteksi kendala yang dialami UKM mitra, metode survei dan wawancara sangat efektif sekali.
2. Materi pelatihan dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta tingkat pendidikan peserta pelatihan yang merupakan pekerja di UKM mitra.
3. Mengevaluasi dan memonitoring setiap kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, sehingga menjadi tahu apakah masih terdapat kendala yang dihadapi UKM mitra.
4. Dari hasil kuisioner pelatihan yang telah diisi oleh peserta, mayoritas peserta merasa puas dengan materi, fasilitas serta teknik penyampaian pelatihan.

Saran dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kendala yang masih dihadapi oleh UKM mitra hendaknya diperhatikan untuk dijadikan bahan kajian pelaksanaan pengabdian masyarakat selanjutnya, serta pihak pelaksana pengabdian masyarakat dapat terus secara kontinyu melakukan evaluasi dan monitoring terhadap keberlanjutan penggunaan alat yang sudah diintroduksi dan ditransfer ke UKM mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afrianto E, Evi L. (2011). *Pengawetan Dan Pengolahan Ikan*. Yogyakarta (ID): Kanisius
- [2] Balai Pengembangan dan Pengujian Mutu Hasil Perikanan. (2004). *Ikan bandeng dan Produk Diversifikasinya*. Jakarta (ID): Departemen Kelautan dan Perikanan.
- [3] Bank Indonesia. (2008). *Pola Pembiayaan Usaha Kecil bandeng Tanpa Duri. Tim Penelitian dan Pengembangan Perkreditan & UMKM*. Jakarta (ID).
- [4] Dian P. A., dkk., (2013). *Tugas Pengendalian Mutu Pengolahan Kerupuk Udang. Ilmu dan Teknologi Pangan*, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- [5] Heizer, Jay, Render Barry. (2005). *Operations Management*. Salemba Empat, Jakarta
- [6] https://www.academia.edu/5251309/pengendalian_mutu_kerupuk_udang
- [7] <http://tekpan.unimus.ac.id/wp-content/uploads/2013/07/PENGOLAHAN-ANEKA-K-E-R-U-P-U-K.pdf> diakses tanggal 30 Juli 2019
- [8] Montgomery, Douglas C. (2001). *Design and analysis of experiments, 5th edition*, John Wiley & Sons, Inc
- [9] Saparinto C. (2009). *Bandeng Tanpa Duri dan Cara Pengolahannya*. Semarang (ID): Dahara Prize.
- [10] Vatria B. (2010). *Pengolahan Ikan Bandeng (Chanos chanos) Tanpa Duri*. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa. Januari 2010:18-23.