

PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS WEB DAN PENGEMBANGAN USAHA DENGAN METODE BISNIS MODEL CANVAS (BMC) PADA UMKM KOJA DESA KONGSI JAYA INDRAMAYU

Agus Yudianto^{1*}, Meddy Nurpratama²

¹⁻²Universitas Wiralodra Indramayu

Email Korespondensi: agus.yudianto@unwir.ac.id

Disubmit: 13 Agustus 2022 Diterima: 25 Agustus 2022 Diterbitkan: 01 November 2022
DOI: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v5i11.7493>

ABSTRAK

UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang home industry dengan memproduksi bumbu instan khas Timur Tengah diantaranya bumbu briyani dan bumbu kebuli. UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu ini beralamat di Gg Purbaya RT/RW 001/003 Desa Kongsijaya Kecamatan Widasari Kabupaten Indramayu yang merupakan desa binaan dari Bank Indonesia yang didampingi oleh ibu Darwinah selaku pelopor usaha kecil menengah (UKM) di Indramayu dengan program, program kemandirian pekerja migran Indonesia purna dan TKI. Program ini merupakan program pilot project dan Bank Indonesia (BI) untuk membina dan melahirkan UKM-UKM baru di Indramayu. Tujuan dari pengabdian ini adalah Perkembanag teknologi dan strategi sangat diperlukan oleh usaha kecil dan menengah dengan sebut UMKM dengan persaingan yang semakin tinggi maka merupakan salah satu pembelajaran berupa pemberian pendampingan dan pengalaman belajar yang berhubungan langsung dengan masyarakat khususnya dunia usaha, sehingga diharapkan dapat mengidentifikasi permasalahan dan mengatasinya. Setelah kami melakukan analisis terhadap UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu ini belum memiliki laporan keuangan bahkan mereka masih menggunakan laporan yang manual hanya melakukan pencatatan atas pembelian serta pendapatan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Berbasis WEB, Bisnis Model Canvas

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (UKM) KOJA IM Kongsijaya Indramayu is a small and medium business engaged in the home industry by producing instant Middle Eastern spices including briyani and kebuli seasoning. UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu is located at Gg Purbaya RT/RW 001/003 Kongsijaya Village, Widasari District, Indramayu Regency, which is a fostered village from Bank Indonesia who was accompanied by Mrs. Darwinah as a pioneer of small and medium enterprises (SMEs) in Indramayu with programs, worker independence programs full-time Indonesian migrants and Indonesian migrant workers. This program is a pilot project program and Bank Indonesia (BI) to foster and give birth to new SMEs in Indramayu. The purpose of this service is that technology and strategy development is very much needed by small and medium-sized businesses called MSMEs. overcome it. After we conducted an analysis of the UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu, they do not yet have financial reports, even they are still using manual reports, only recording purchases and income.

Keywords: Marketing Strategy, WEB-Based, Business Model Canvas

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UKM) Koja IM Kongsijaya Indramayu merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang *home industry* dengan berbagai produk di dalamnya namun lebih memfokuskan pada produksi bumbu instan khas Timur Tengah diantaranya bumbu biryani dan bumbu kebuli. UKM Koja IM yang merupakan desa binaan dari Bank Indonesia yang didampingi oleh ibu Darwinah selaku pelopor UKM di Indramayu dengan program, program kemandirian pekerja migran Indonesia purna dan TKI. Program ini merupakan program pilot project dari BI untuk membina dan melahirkan UKM-UKM baru di Indramayu. Awal berdirinya UKM tersebut yakni dari kepala desa yang ingin berupaya mensejahterakan masyarakat khususnya perempuan kongsijaya. Terutama, bagi masyarakat yang pernah bekerja ke luar Negeri pekerja migran Indonesia (PMI) agar menuangkan pengalaman yang mereka dapat selama bekerja. Seperti Ibu Watiah selaku pelaku UKM beliau memiliki keahlian membuat bumbu masakan khas Timur Tengah yang juga banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya Indramayu. Kemudian dari hasil sumber daya alam dari desa tersebut yakni petani yang menghasilkan padi kemudian diproduksi menjadi beras untuk dijual gak hanya beras desa kongsijaya ini memiliki sumber daya alam lainnya seperti rempah rempah diantaranya kunyit sebagai bahan untuk membuat bumbu.

Berjalannya waktu dari tahun ke tahun munculah beberapa produk pendamping bumbu ini seperti krupuk remis, krupuk cumi petis, kripik pare, kulpi dan masih banyak produk lainnya. Pemerintah desa memasukan program pemberdayaan pada APBDes untuk UKM Koja IM Kongsijaya Indramayu ini dengan menyediakan tempat produksi. Namun, dana yang didapatkan dari APBDes itu terbatas besar kemungkinan mendrikan tempat produksi itu tertunda tetapi pihak Pemdes memberikan solusi dengan menyewakan tempat yang digunakan untuk tempat produksi UKM Koja IM Kongsijaya Indramayu ini. Ditengah jalan waktu sewa tempat produksi tersebut habis yang mengharuskan tempat produksi di tempat pengurus masing masing sehingga menimbulkan produk produk UKM Koja IM Kongsijaya Indramayu dikelola sendiri sendiri oleh pengurus tetapi tetap atas nama UKM Koja IM Kongsijaya Indramayu.

TIM Pengabdian dan anggota PKM tertarik untuk mengkaji sejauh mana pendampingan strategi pemasaran dengan menggunakan berbasis WEB dan pemasaran online dan strategi pengembangan usaha UKM Koja IM dengan menggunakan bisnis model canvas (BMC) sebagai tempat pengabdian dilakukan di desa Kongsijaya oleh pelaku UKM Koja IM Kabupaten Indramayu.

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang muncul adalah untuk memaksimalkan pendampingan untuk membuat strategi pemasaran berbasis WEB dan pemasaran secara online, teknologi dan inovasi UKM di Desa Kongsijaya Kecamatan Widasari Kabupaten Indramayu, terjadi perilaku masyarakat terhadap penggunaan teknologi informasi. Pemasaran yang berbasis manual (offline) ke digital (online), jumlah pelaku usaha khususnya UKM yang memanfaatkan pemasaran online tidak mencerminkan dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet, dan masih sedikit pelaku UKM yang tidak paham bagaimana cara melakukan pemasaran online

dengan memanfaatkan media social. Dan pengelolaan usaha perlu adanya pengembangan strategi usaha untuk pada jenis usaha fokus artinya untuk melihat sejauh mana baik dari sisi mitra yang ada. *Customer Segments Value Proposition, Key Resource, Customer Relationship, Key activities, Key Partnership, Cost Structure dan Revenue stream*.

Melihat permasalahan yang ada, sehingga yang menjadi pertanyaan di dalam pengabdian masyarakat ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran berbasis web dan pengelolaan dan pengembangan usaha dengan model bisnis canvas di UKM Koja IM desa Kongsijaya.

Untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi kami membuat peta melalui maps yang bertujuan agar mudah diketahui masyarakat luas. Seperti yang terdapat pada peta google maps jarak antara kampus Universitas Wiralodra dengan Bumbu Koja IM yaitu 17 KM dengan jarak tempuh yang melalui kecamatan lohbeneger akan menempuh waktu selama 25 menit.

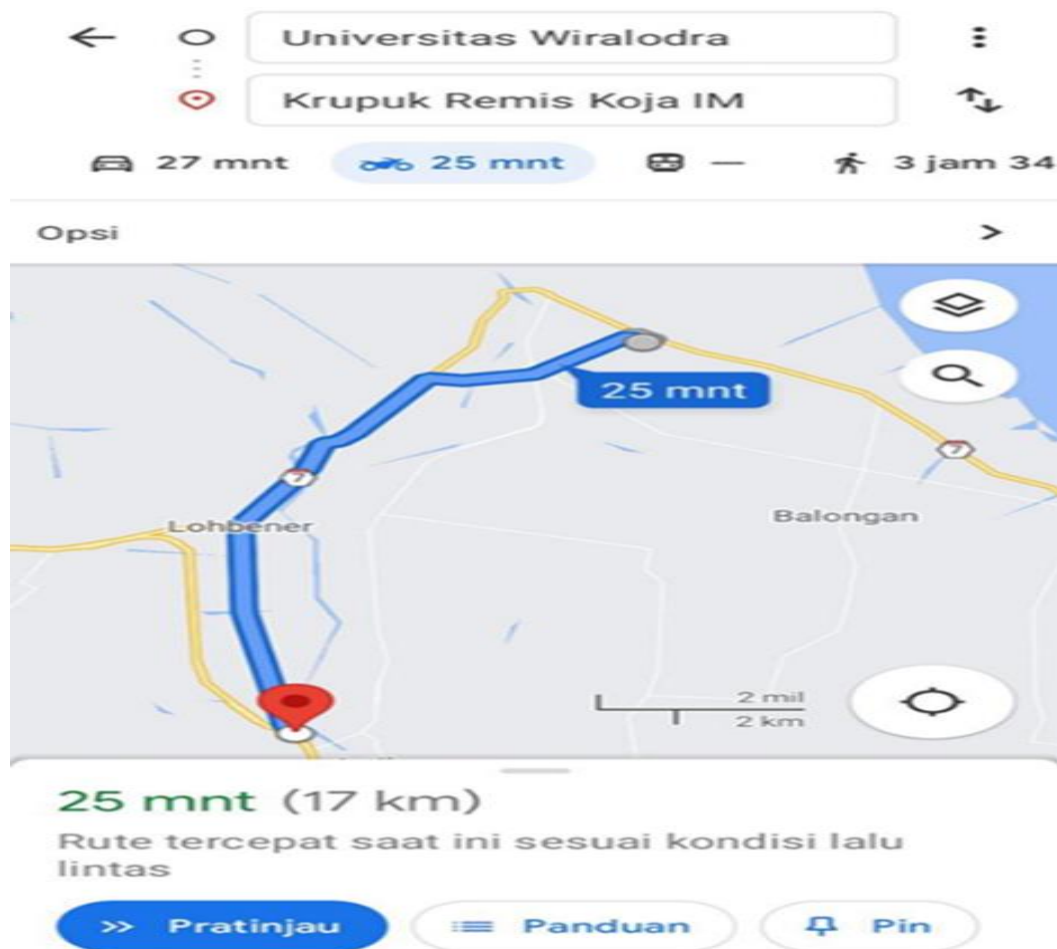
Gambaran pengembangan IPTEK di ukm koja im dimasa yang akan datang pada dasarnya UMKM Koja IM belum mempelajari atau memahami mengenai pemanfaatan teknologi yang semakin hari semakin berkembang. Sehingga dalam penjualan produknya masih menggunakan media offline seperti menawarkan produk ke orang-orang terdekat, menempatkan produk di warung-warung kecil, dan menawarkan produk langsung ke konsumen. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pemasaran produk dan penjualan produknya, karena banyak orang-orang yang belum mengenal produk UMKM Koja IM.

Upaya yang dilakukan dengan menerapkan memanfaatkan pasar *online (marketplace)* seperti WESBITE sehingga kedepannya UMKM Koja IM dapat memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas target pasar yang diinginkan dan dapat menciptakan kekuatan bagi UMKM Koja IM. Mempelajari kembali mengenai strategi pemasaran melalui media media sosial ataupun secara offline, dengan strategi yang tepat dapat memberikan peluang yang baik untuk perkembangan UMKM Koja IM dalam meningkatkan income dan penjualan produk. Sehingga produk UMKM Koja IM dikenal oleh masyarakat luas bukan hanya daerah Indramayu saja akan tetapi luar daerah Indramayu pun dapat mengenal Produk UMKM Koja IM.

Dalam proses produksi UMKM Koja IM masih menggunakan alat tradisional, dengan ada pengembangan IPTEK UMKM Koja IM kedepannya akan menerapkan atau pun beralih menggunakan teknologi yang lebih modern dalam memproduksi produk. Agar lebih efisien dan menghemat tenaga SDM. Untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi kami membuat peta melalui maps yang bertujuan agar mudah diketahui masyarakat luas. Seperti yang terdapat pada peta google maps jarak antara kampus Universitas Wiralodra dengan Bumbu Koja IM yaitu 17 KM dengan jarak tempuh yang melalui kecamatan lohbeneger akan menempuh waktu selama 25 menit. Gambaran pengembangan IPTEK di ukm koja im dimasa yang akan datang pada dasarnya UMKM Koja IM belum mempelajari atau memahami mengenai pemanfaatan teknologi yang semakin hari semakin berkembang. Sehingga dalam penjualan produknya masih menggunakan media offline seperti menawarkan produk ke orang-orang terdekat, menempatkan produk di warung-warung kecil, dan menawarkan produk langsung ke konsumen. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pemasaran produk dan penjualan produknya, karena banyak orang-orang yang belum mengenal produk UMKM Koja IM.

Upaya yang dilakukan dengan menerapkan memanfaatkan pasar *online* (*marketplace*) seperti WESBITE sehingga kedepannya UMKM Koja IM dapat memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas target pasar yang diinginkan dan dapat menciptakan kekuatan bagi UMKM Koja IM. Mempelajari kembali mengenai strategi pemasaran melalui media media sosial ataupun secara offline, dengan strategi yang tepat dapat memberikan peluang yang baik untuk perkembangan UMKM Koja IM dalam meningkatkan income dan penjualan produk. Sehingga produk UMKM Koja IM dikenal oleh masyarakat luas bukan hanya daerah Indramayu saja akan tetapi luar daerah Indramayu pun dapat mengenal Produk UMKM Koja IM.

Dalam proses produksi UMKM Koja IM masih menggunakan alat tradisional, dengan ada pengembangan IPTEK UMKM Koja IM kedepannya akan menerapkan atau pun beralih menggunakan teknologi yang lebih modern dalam memproduksi produk. Agar lebih efisien dan menghemat tenaga SDM.



Gambar 1. Google Maps jarak Universitas Wiralodra dengan Bumbu Koja IM

3. KAJIAN PUSTAKA

Tjitradi (2015) menyatakan analisa SWOT dan evaluasi blue ocean digunakan dengan memberikan hasil potret dari model bisnis yang dijalankan saat ini. Hasil evaluasi ini dijadikan masukan untuk menciptakan future BMC. Future BMC yang dibuat merupakan bentuk inovasi baru dari aktivitas dan model bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Suharti (2015), bahwa perusahaan perlu berfokus pada satu jenis bisnis secara internal yaitu bisnis infrastruktur. Perusahaan perlu berfokus meminimalkan Biaya produksi. Putri (2015), pendekatan Business Model SWOT dapat memberikan peluang bisnis dan pilihan strategi yang harus dilakukan oleh bebek garang.

Suharti (2015) bahwa penerapan BMC di perumahan galaxy regency perlu berfokus pada satu jenis bisnis secara internal yaitu bisnis infrastruktur, perusahaan juga perlu berfokus meminimalkan Biaya produksi.

Putri (2015) mengemukakan bahwa pendekatan BMC dapat memberikan peluang usaha yang lebih besar untuk bebek garang dan dengan analisa SWOT perusahaan dapat mengetahui ancaman apa saja yang dihadapi oleh bebek garang.

Hartatik (2017) menjelaskan bahwa melalui metode BMC merupakan strategi dalam mengembangkan usaha dibidang perdagangan dan dengan analisa swot perusahaan dapat mengetahui pesaing dan peluang yang dihadapi oleh UD Cahaya.

Maulana (2016) memberikan kepuasan pada setiap konsumen yang datang, UKM RadjaPromosi harus lebih meningkatkan nilai lebih pada kualitas pelayanan pelangganya yang berimbas pada loyalnya konsumen kepada perusahaan.

4. METODE

Metode pelaksanaan pendampingan ini dilaksanakan dalam melalui tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, tahapan analisis dan tahapan pelaporan.

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim melakukan analisis keuangan pada pos - pos pengeluaran pada kegiatan ini. Selain itu, tim melakukan perencanaan berupa persiapan yang dibutuhkan, tempat yang akan dijadikan tempat kegiatan, publikasi kegiatan, perijinan, administrasi birokrasi dan perkiraan jumlah peserta kegiatan. Pada tahap ini, tim merencanakan hari dan jadwal pelaksanaan. Perencanaan dilakukan pada bulan Pebruari 2022 dan Maret 2022.

2. Tahap Pelaksanaan

Di UMKM Koja IM Desa Kongsijaya Kecamatan Widasari Kabupaten Indramayu. Masalah yang akan diselesaikan yaitu membantu pemasaran produk Koja IM secara online. Metode Penyelesaian Masalah Metode yang akan dipergunakan dalam penyelesaian masalah berupa pendampingan, baidalam bentuk penyuluhan maupun pelatihan Manajemen pemasaran online. Prosedur dalam Menerapkan Metode Penyelesaian Masalah. Prosedur dalam menerapkan metode penyelesaian masalah sebagai berikut:

Melakukan observasi dan diskusi dengan UMKM Koja IM. Rencana Kegiatan. Rencana kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan oleh tim dosen Universitas Wiralodra Indramayu:

- a) Melakukan pra survey ke lapangan
- b) Menyusun Proposal.
- c) Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.
- d) Menyusun Laporan Pengabdian Masyarakat.

3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis dilakukan pada bulan April 2022, pada tahap ini, tim menganalisis seberapa persen pengusaha Perempuan UKM Koja IM Desa Kongsijaya Kecamatan Widasari Kabupaten Indramayu yang mampu menambah ketrampilannya dan seberapa persen kebermanfaatan pendampingan strategi usaha UKM.

4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan dilaksanakan pada bulan Agustus 2022. tahap ini, semua kegiatan dari awal hingga akhir dilaporkan ke LPPM Universitas Wiralodra dan kepada pihak Universitas sebagai laporan hasil kegiatan. Pelaporan kepada pihak kelurahan di maksudkan untuk evaluasi selanjutnya jika dilaksanakan kegiatan lain yang berupaya untuk meningkatkan pendampingan masyarakat bagi UKM.

5. Partisipasi Mitra

Untuk Pengusaha Mikro/Jasa Layanan, dan untuk Kelompok Calon Interpreneur maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra, yaitu

- a) Bidang produksi yang menghasilkan produk
- b) Bidang manajemen.
- c) Permasalahan dalam bidang pemasaran.

6. Untuk masyarakat umum, secara kultur ekonomi di desa tersebut sedang berkembang seiring perkembangan desa yang memanfaatkan usaha desa, secara sosial masyarakat sudah bisa mengikuti perkembangan situasi pada era teknologi informasi dengan ragam macam informasi yaitu melalui media social, tingkat kepatuhan masyarakat akan kedisiplinan beragama sudah semakin kuat.

7. Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra yang telah disepakati bersama dengan pendekatan pendampingan pembuatan template web pemasaran online dan pengembangan usaha UMKM Koja IM dengan model bisnis canvas.

8. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program dengan bekerjasama dengan pengembangan jaringan distribusi pemasaran dan model pengembangan usaha.

5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. HASIL

Menyajikan hasil PkM sesuai dengan urutan rumusan pertanyaan dan menyertakan tiga foto yang berbeda dari kegiatan PkM serta diberikan keterangan singkat yang relevan dengan gambar atau foto.

Business model canvas (BMC) merupakan kerangka kerja yang dikenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis startup. Business model canvas disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh

stratup lebih maksimal. Model bisnis ini bias diterapkan oleh semua jenis stratup tanpa batas sektor usaha. Bisnis model kanvas adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Model bisnis ini pertama kali dikenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dalam buku tersebut, Alexander mencoba menjelaskan sebuah *framework* sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Berikut 9 elemen yang terdapat dalam Sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model kanvas sebagai berikut:

1) *Customer Segmentasi*

Elemen pertama yang harus anda miliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Misalnya, suatu maskapai penerbangan mengeluarkan 2 produk untuk memenuhi kebutuhan 2 segmen pelanggan yang berbeda, atau ada 2 stasiun televisi yang menyajikan 2 acara berbeda untuk memenuhi segmen pelanggan yang berbeda.

2) *Value Proposition*

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segment-nya. Hal ini menjadi kesempatan bagi anda untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis anda dengan bisnis yang lain.

3) *Channels (Saluran)*

Saluran adalah bagaimana anda bisa menyampaikan produk anda sampai hingga pada konsumen. Melalui penggunaan saluran yang tepat, anda baru bisa menyampaikan value propositions kepada customer segments. Jadi, cobalah pikirkan saluran yang ingin anda gunakan dengan baik, karena penentuan saluran adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.

4) *Revenue Streams (Sumber pendapatan)*

Sumber pendapatan merupakan bagian yang paling vital, dimana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

5) *Key Resource (Sumber daya)*

Sumber daya adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value propositions mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

6) *Customer Relationship (Hubungan konsumen)*

Ini merupakan elemen dimana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

7) *Key Activities (Aktivitas yang dijalankan)*

Aktivitas yang dijalankan adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan

sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.

8) *Key Partnership* (Kerjasama)

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari kerjasama yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspetasi.

9) *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan. Pada elemen terakhir ini, tentu dibutuhkan laporan keuangan yang tepat.

Tabel 1. Metode model kanvas pada UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>
- Membantu mempromosikan produk usaha kecil menengah (UKM) KOJA IM Kongsijaya Indramayu	- Membeli rempah bumbu - Mengolah bahan baku dari rempah menjadi produk yaitu bumbu	-Pengurus sudah berpengalaman membuat makanan bumbu timur tengah - walaupun produk Timur Tengah tetapi bisa diminati Negara kita
<i>Cuts Relationship</i>	<i>Cust Segments</i>	<i>Key Resources</i>
-Diskon dan promo -Program giveaway	- Ibu rumah tangga (IRT) -Pemilik rumah makan - Usaha kuliner	- Lahan petani kunyit - Alat-alat produksi
<i>Channels</i>	<i>Cost Structure</i>	<i>Revenue Strem</i> s
-Migranshop - Media social - Ecomerres	- Bahan baku bumbu - Biaya proses produksi - Biaya kemasan	- Penjualan produk bumbu nasi briyani - Memanfaatkan bahan baku seefisien mungkin - Menjual kripik pare - Menjual krupuk remis - Menjual krupuk cumi petis - Menjual kripik seblak - Menjual kulpi

Teknologi yang digunakan dalam UKM KOJA IM KONGSIJAYA INDRAMAYU

Pada sebuah perusahaan atau usaha kecil memang pasti memiliki teknologi untuk mencapainya suatu targetnya UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu ini memakai teknologi pendukung diantaranya sebagai berikut:

1) Blender



Gambar 2. Blender

Blender merupakan alat elektronik yang berupa sebuah wadah dilengkapi pisau berputar yang digunakan untuk mengaduk, mencampur, menggiling atau menghaluskan makanan. UKM) KOJA IM Kongsijaya Indramayu, UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu ini menggunakan blender kering untuk menggiling atau menghaluskan rumpah-rempah sebagai bahan yang digunakan untuk produksi.

2) Impluse Hand Sealer



Gambar 3. Impulse Hand Sealer

Impluse sealer merupakan salah satu jenis mesin proses plastik yang digunakan untuk berbagai kebutuhan rumah tangga maupun jome industri. Jenis alat perekat plastik ini sangat mudah digunakan untuk mengemas berbagai jenis produk yang menggunakan kemasan plastik maupun alumunium. Tujuan pengemasan tentu agar produk tampil lebih raih dan juga higienis karena dibungkus dengan alumunium yang telah ditutup rapat. Dahulu para pelaku usaha kecil menengah (UKM) menggunakan lilin untuk merapatkan plastik yang bisa digunakan diskala industri rumah tangga.

Keunggulan dari teknologi ini sebagai berikut:

- a) Mempermudah pengemasan plastik maupun alumunium foil

Biasanya usaha kecil menengah (UKM) mengemas plastik atau alumunium foil itu menggunakan lilin sehigga cara yang digunakan tidak efektif dan efesien dan menguras banyak waktu tetapi ketika usaha kecil menengah (UKM) menggunakan Impluse Hand Sealer ini untuk mengemas tidak membutuhkan waktu yang lama cukup dengan menempelkan plastic pada mesin ini kemudian plastic atau alumunium foil akan menempel dengan sendirinya.

- b) Hasil pengemasan lebih rapih

Merekatkan kemasan dengan cara tradisional hasilnya tetntu akan berantakan dan terlihat kurang rapi berbeda bila menggunakan Impluse Hand Sealer, hasil yang didapatkan terlihat lebih rapih.

- 3) Timbangan Digital



Gambar 4. Timbangan Digital

Timbangan digital merupakan alat yang dipakai untuk melakukan pengukuran massa atau berat suatu benda. Timbangan ini memiliki fungsi untuk mengukur beratnya bumbu yang sudah siap dikemas pada UKM KOJA IM Kongsijaya Indramayu.

6. KESIMPULAN

UMKM KOJA Desa Kongsin Jaya Kabupaten Indramayu, mulai berkembang dari pendampingan yang telah dilakukan dengan mulai banyak pesanan pesanan yang diterima. Pengelolaan usaha dengan kerja sama dengan Bank Indonesia , Surat Izin Produksi Rumah Tangga (P-IRT) untuk sebagai jaminan bagi para konsumen mengenai produk,masih menunggu terbit izin karena memerlukan waktu yang cukup lama. Kemasan produk UMKM sebagai tanda pengenal produk UMKM dan sarana promosi yang efektif untuk UMKM KOJA Desa Kongsin Jaya nKabupaten Indramayu . Pengemasan produk UMKM yang lebih menarik dengan desain yang unik dan ditambahi dengan logo produk. Pembukuan keuangan sederhana dapat mempermudah pemilik UMKM dalam melakukan kegiatan bertransaksi.

Adapun saran diharapkan melanjutkan program-program yang telah dilakukan dan mampu meningkatkan penjualan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Blog, S. (2016). Cara mengatasi kekurangan modal dalam menjalankan usaha. Retrieved from www.sebodblog.blogspot.com website: <https://sebodblog.blogspot.com/2016/01/cara-mengatasi-kekurangan-modal.html?m=1>
- Dessler, G. (2015). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartatik, ., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2). <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Itsllppm. (2020). Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat UKM Indonesia Bangkit. Retrieved from www.its.ac.id website: <https://www.its.ac.id/drpm/id/2020/07/27/pelaksanaan-program-pemberdayaan-masyarakat-ukm-indonesia-bangkit/>
- Jurnal.id. (2018). 9 Elemen yang harus ada dalam bisnis model canvas. Retrieved from www.jurnal.id website: https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/#Customer_Segments_Segmentasi_Konsumen
- Kasmir. (2014). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Manajemen, S. (2011). Pengertian / definisi pemasaran. Retrieved September 1, 2020, from skripsi-manajemen.blogspot.com website: <https://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html?m=1>
- Maulana, E. R. (2016). *Penerapan model bisnis dan strategi alternatif berdasarkan business model canvas (studi pada UKM RadjaPromosi)*. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Munawir. (2010). *Analisis laporan keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Priharto, S. (2019a). Apa itu analisis SWOT? Berikut pengertian, metode analisis, dan contohnya. Retrieved from cpssoft.com website: <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
- Priharto, S. (2019b). Pengertian manajemen pemasaran, fungsi, konsep dan karakteristiknya. Retrieved from cpssoft.com website: <https://cpssoft.com/blog/manajemen/pengertian-manajemen-pemasaran-fungsi-konsep-dan-karakteristiknya/>
- Putri, F. F. P., & Alfanur, F. (2015). Analisis inovasi model bisnis menggunakan pendekatan business model canvas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1-10.
- Ramesia.com. (2016). Hand sealer, mesin sealer % press plastik. Retrieved September 1, 2020, from www.ramesia.com website: <https://ramesia.com/hand-sealer/>
- Riyanto, B. (2012). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Suharti. (2015). Penerapan business model canvas pada perumahan galaxy regency Malang PT. Sarana Hijrah Kamulyan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Tjitradi, E. C. (2015). Evaluasi dan perancangan model bisnis berdasarkan business model canvas. *Agora* 3, 1(1).
- Wunady, J. (2020). Pentingnya peran teknologi informasi dalam bisnis. Retrieved from www.mas-software.com website: <https://www.mas-software.com/blog/pentingnya-peran-teknologi-informasi-dalam-bisnis>

- Xendit. (2018). 4 Strategi pemasaran memperluas pangsa pasar dengan budget terbatas. Retrieved from www.xendit.co website: <https://www.xendit.co/id/blog/4-strategi-pemasaran-memperluas-pangsa-pasar-dengan-budget-terbatas/>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil* (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.