



KERUPUK CASSAVA

Finna Dewi Pratiwi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika
Surabaya.

*Email: ¹⁾ dewifinna28@gmail.com

*Correspondence: ¹⁾ Finna Dewi Pratiwi

DOI:

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan : 29-12-2022

Diterima : 30-12-2022

Diterbitkan : 03-01-2023

Proyek PKM ini saya beri nama “Kerupuk Cassava”. Saya menyediakan produk olahan kerupuk yang berbahan dasar dari singkong. Berawal dari saya memiliki hasil panen singkong yang melimpah ruah di sebuah kebun di kawasan pegunungan. Mulanya saya berinisiatif membuat olahan singkong yang dijadikan sebagai jajanan atau gorengan, lalu menjadi olahan keripik singkong. Namun saya berfikir sudah banyak produk keripik singkong yang ada di pasaran untuk dijadikan oleh-oleh di daerah. Akhirnya dengan berbagai macam ide dan riset, saya memutuskan untuk membuat singkong tersebut diolah menjadi sebuah kerupuk. Hal ini dengan pertimbangan rata-rata masyarakat Indonesia jika makan disandingkan atau bahkan ada yang mewajibkan adanya kerupuk di tempat makannya sebagai pelengkap untuk menu makanan apa pun. Pertimbangan selanjutnya yaitu dengan hasil panen kebun yang melimpah tersebut, saya berinovasi agar singkong ini bukan hanya diolah menjadi kerupuk singkong, namun juga bisa menjadi kerupuk namun dengan bentuk yang unik dan berbeda dengan yang lain.

Kata kunci: Kerupuk cassava; bisnis; media sosial

ABSTRACT

I named this PKM project "Kerupuk Cassava". I provide processed cracker products made from cassava. Starting from me having an abundant harvest of cassava in a garden in a mountainous area. At first I took the initiative to make processed cassava which is used as snacks or fried foods, then it became processed cassava chips. However, I think there are already many cassava chip products on the market to be used as souvenirs in the area. Finally, with various ideas and research, I decided to make the cassava processed into a cracker. This is with the consideration that the average Indonesian people eat side by side or even require crackers to be eaten as a complement to any food menu. The next consideration is that with the abundant garden crops, I innovated so that this cassava is not only processed into cassava crackers, but also can be made into crackers but with a unique shape and different from the others.

Keywords: cassava crackers; business; social media

PENDAHULUAN

1. Awal Kegiatan

Proyek PKM ini saya beri nama “Kerupuk Cassava”. Saya menyediakan produk olahan kerupuk yang berbahan dasar dari singkong. Berawal dari saya memiliki hasil panen singkong yang melimpah ruah di sebuah kebun di kawasan pegunungan. Mulanya saya berinisiatif membuat olahan singkong yang dijadikan sebagai jajanan atau gorengan, lalu menjadi olahan keripik singkong. Namun saya berfikir sudah banyak produk keripik singkong yang ada di pasaran untuk dijadikan oleh-oleh di daerah. Akhirnya dengan berbagai macam ide dan riset, saya memutuskan untuk membuat singkong

tersebut diolah menjadi sebuah kerupuk. Hal ini dengan pertimbangan rata-rata masyarakat Indonesia jika makan disandingkan atau bahkan ada yang mewajibkan adanya kerupuk di tempat makannya sebagai pelengkap untuk menu makanan apa pun. Pertimbangan selanjutnya yaitu dengan hasil panen kebun yang melimpah tersebut, saya berinovasi agar singkong ini bukan hanya diolah menjadi kerupuk singkong, namun juga bisa menjadi kerupuk namun dengan bentuk yang unik dan berbeda dengan yang lain.

Usaha saya ini tidak menggunakan kantor/ruang penyimpanan tetap. Karena usaha yang saya pilih adalah usaha yang lumayan fleksibel, sehingga tidak membutuhkan tempat khusus untuk menjalankan usaha karena untuk proses produksi bisa menggunakan rumah pribadi di ruang dapur. Sementara untuk proses pengemasan terkadang di ruang santai keluarga.

Produk “Kerupuk Cassava” yang saya buat ini bertujuan untuk camilan rumahan; oleh-oleh khas Kota Mojokerto; serta menjadi pelengkap disaat makan untuk semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Awal mula produksi pertama yang saya buat yaitu dengan menggunakan kemasan plastik. Produk tersebut dititipkan di warung dan hanya produksi ketika ada yang memesan. Namun, setelah langkah pemasaran sederhana itu dilakukan, masih belum menghasilkan keuntungan yang maksimal. Akhirnya saya berusaha memasarkan produk “kerupuk cassava” ini di beberapa warung makan; toko kios kebutuhan sehari-hari; tempat wisata. Sehingga harapannya nanti banyak masyarakat yang tahu produk kerupuk cassava ini.

2. Perkembangan Usaha

Pada awalnya, bentuk dari olahan singkong yang dibuat yaitu keripik singkong yang banyak dijumpai di beberapa tempat penjualan oleh-oleh (Sundoro, 2022). Namun seiring melakukan riset pasar, terlalu banyak olahan kripik seperti demikian adanya. Dan hal ini membuat omset yang dihasilkan tidak terlalu naik secara signifikan. Akhirnya saya memberanikan diri untuk melakukan inovasi produk yaitu dengan mengubah produk dari keripik singkong menjadi kerupuk cassava. Awal produk yang dibuat yaitu dengan bentuk yang hanya lingkaran saja. Namun saya terus melakukan riset dan inovasi agar bentuk kerupuk ini terlihat lebih unik dan tidak pasaran. Akhirnya saya memberanikan diri dengan membuat bentuk bunga dari cetakan kue dengan cara manual satu per satu. Untuk soal rasa, saya melakukan tester di berbagai orang karena terkadang lidah untuk merasa dari setiap orang berbeda-beda. Dan saya memutuskan beberapa kali resep hingga sampai rasa itu dirasa pas untuk semua lidah. Sehingga memberanikan diri untuk memperluas jaringan pemasaran di beberapa tempat.

Namun, tidak serta merta produk pertama saya laku dipasaran. Saya sedikit melakukan kesalahan di segmentasi pasarnya. Pada awalnya, saya memukul rata bahwa pasar saya adalah kalangan rumahan. Dan melupakan bahwa produk kerupuk ini memiliki jangkauan pasar yang lebih luas (Purnama et al., 2019). Sehingga, saya merubah segmentasi pasar dari yang pasar kalangan rumahan sebagai sandingan untuk makan di rumah, menjadi pasar kalangan semua kalangan hingga bisa menjadi oleh-oleh. Dengan beberapa metode pemasaran via online maupun offline seperti adanya social media khusus untuk bisnis, whatsapp bisnis, marketplace serta menjajakan secara langsung kepada konsumen.

3. Akhir Kegiatan

Dalam menjalankan proses usaha, banyak beberapa kendala yang dirasakan untuk mempertahankan usaha ini seperti dari segi produksi saya masih menggunakan cetakan kue yang berbentuk bunga manual satu demi satu dalam pencetakan (Chaerani et al., 2020), dari segi packaging awalnya hanya bisa menggunakan plastik kiloan yang berbahan agak tebal namun terlihat kurang menarik, dari segi pemasaran saya memasarkan awalnya satu tempat ke tempat yang lain di warung makanan, beberapa kantin hingga belum berani memasarkan produknya di toko ritel modern. Berbagai

cara saya lakukan untuk terus berinovasi, memikirkan cara untuk meningkatkan omset penjualan serta memperluas jangkauan pangsa pasar.

4. Pelaksanaan Usaha

Adapun pelaksanaan usaha ini memiliki beberapa aspek atau unsur-unsur yang terdiri dari lokasi usaha (Annikmah et al., 2021), proses produksi, distribusi, perkembangan usaha, aset yang ada, serta target-target yang harus dicapai pada visi dan misi sebuah organisasi yang terdapat dalam usaha. Lebih lengkapnya saya jabarkan secara rinci sebagai berikut.

1) Lokasi Usaha

Mengenai lokasi usaha untuk tempat produksi yaitu saya berada di dapur rumah sendiri yang berada di Jln. Rajekwesi VIII No 7 Kota Mojokerto.

2) Proses Produksi



Terdapat 15 tahapan dalam proses produksi hingga bisa menjadi produk kerupuk cassava yang siap jual (Sofi'i & Sudarman, 2022). Dimana proses yang pertama adalah pengambilan bahan yaitu singkong di lahan yang dimiliki (Narendra et al., 2021). Setelah bahan diambil, singkong mengalami tahap sortir, yang mana dipilih singkong yang memiliki bentuk dan kualitas yang baik untuk bisa lolos tahap sortir. Proses selanjutnya yaitu singkong dilakukan proses pengupasan dan pencucian bahan hingga bersih dan setelah singkong bersih dilakukan proses menggiling singkong tersebut hingga halus dengan menggunakan mesin (Kumalasari & Azizzah, 2022). Setelah itu singkong yang sudah halus diberi bumbu yang sudah diracik. Dalam pencampuran bumbu ini, dilakukan proses kurang lebih 20 menit hingga dirasa semua bahan bisa tercampur dengan merata. Proses ke enam yaitu membuat adonan yang sudah tercampur tadi menjadikannya sebuah bentuk lontong serta selanjutnya dilakukan pengukusan hingga matang. Jika proses lontong tersebut sudah matang, diangkat dari dandang besar dan dipindahkan di beberapa tempat untuk dilakukan pendinginan dan proses pelempengan setelahnya. Untuk proses ke 10 yaitu pencetakan, hal ini masih dilakukan manual satu per satu dengan menggunakan cetakan kue kering yang berbentuk bunga. Dalam proses ini karyawan produksi bagian cetak bisa melakukannya di rumah masing-masing. Disusul dengan proses penjemuran pun demikian diperbolehkan di rumah karyawan namun masih dalam pantauan owner. Setelah krecek kerupuk itu kering, biasanya karyawan melakukan penimbangan bersama owner atas hasil pencetakan dan pengeringan yang telah dilakukan. Proses selanjutnya yaitu melakukan penyimpanan kerupuk mentah. Untuk proses penggorengan dan spinning tidak dilakukan setiap hari, yang mana dilakukan sebanyak

3x dalam seminggu saja. Hal ini dibuat untuk menjaga kualitas produk agar tetap fresh, renyah dan tidak cepat lembek/mlempem. Jika proses penggorengan dan spinning telah usai, biasanya langkah selanjutnya adalah melakukan packing produk. Dimana proses ini dilakukan dalam beberapa tempat baik dalam packing plastik PP mika yang tebal, packing standing pouch, packing petcan. Dalam proses produksi yang terakhir adalah proses penerimaan orderan dan pengiriman produk ke pembeli.

3) Distribusi

Dalam proses distribusi ini saya mengklasifikasikan 4 tahapan yaitu pertama dari tempat bahan baku diambil hingga menuju tempat produksi atau diistilahkan pabrik, pada tahapan distribusi ini merupakan proses pengolahan bahan baku hingga menjadi sebuah produk yang berkualitas. Tahapan kedua saya istilahkan “pengiriman” yaitu dimana proses distribusi pemasaran dan pengiriman yang dilakukan. Tahap yang ketiga adalah ekspedisi yaitu proses distribusi untuk mengirim produk. Selanjutnya tahapan yang terakhir dalam proses distribusi ini adalah “Reseller/Konsumen” yang mana produk siap dikonsumsi oleh masyarakat maupun dipasarkan untuk dijual kembali.

Untuk proses distribusi ini, yang lebih sering dikenal sebagai aspek pemasaran produk kepada konsumen (Cicik Harini, 2020), bukan hanya terfokus dipasarkan melalui offline saja di beberapa titik namun juga saya berusaha pasarkan kerupuk cassava melalui media sosial yang dikhususkan untuk berjualan/berbisnis. Terdapat beberapa akun atau aplikasi yang dikelola sebagai media bahkan lapak sebagai tempat pemasarannya seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Melalui aplikasi tersebut saya menerapkan segala sistem penjualan, baik Promosi Produk, Pemesanan, dan lain sebagainya. Dengan adanya beberapa social media ini saya bisa lebih terbantu dalam proses pemasaran dan pengenalan produk.

4) Perkembangan Omzet

Dalam mencapai sasaran target bisnis yang meluas dan penghasilan/omzet meningkat, hal demikian bukan hanya membutuhkan waktu yang cepat. Banyak proses dalam mencapainya. Dimulai dari awal berbisnis dengan menghasilkan omzet yang minim, menawarkan produk dari satu warung ke tempat yang lain hingga bisa menjadikan produk tersebut dikenal.

Dengan harga produk yang terjangkau untuk kantong semua masyarakat (Qomariah & Nursaid, 2020), rasa yang enak & gurih, serta pemasaran produk diberbagai tempat baik online maupun offline untuk bisa mudah masyarakat atau calon konsumen mendapatkannya, membuat omzet yang dirasakan secara perlahan dan naik.

5) Aset

Dalam menjalankan usaha ini, aset yang dimiliki yaitu jenis aset lancar yang berupa kas usaha yang berfungsi sebagai badan pembiayaan segala aktivitas yang dibutuhkan oleh usaha, perbankan & persediaan bahan baku untuk produksi. Aset tetap yang dimiliki adalah alat-alat produksi seperti ember, pisau, baskom besar, alat penggorengan, spinner, kompor gas, cetakan, dll.

METODE

A. LAPORAN KEUANGAN

1. Laporan laba rugi

Tabel 1
Laporan Laba Rugi
"Kerupuk Cassava"
September - November 2022

Penjualan	Rp	2.000.000
Harga Pokok Penjualan	Rp	1.615.000
Laba Kotor	Rp	3.615.000
Biaya Operasional		
Pegawai	Rp	300.000
Listrik	Rp	150.000
Bensin Operasional	Rp	100.000
Biaya Pemasaran	Rp	35.000
Penyusutan	Rp	30.000
Total Biaya Operasional	Rp	615.000
Laba Bersih	Rp	3.000.000

2. Neraca

Tabel 2
Neraca
"Kerupuk Cassava"
September - November 2022

Aset Lancar			Liabilitas		
Kas	Rp	500.000	Hutang Usaha	Rp	800.000
Bank	Rp	1.000.000	Total Liabilitas	Rp	800.000
Persediaan	Rp	700.000			
Total Aset Lancar	Rp	2.200.000			
			Ekuitas		
			Modal awal	Rp	1.200.000
			Laba Tahun berjalan	Rp	3.000.000
Aset Tetap			Total Ekuitas	Rp	4.200.000
Ember	Rp	75.000			
Pisau	Rp	200.000			
Mixer	Rp	700.000			
Alat cetak	Rp	20.000			
Spinner	Rp	750.000			
Kompor Gas	Rp	300.000			
Alat Penggorengan	Rp	50.000			
Dandang	Rp	35.000			
Alat Pres	Rp	700.000			
Akumulasi penyusutan	-Rp	30.000			
Total Aset Tetap	Rp	2.800.000			
			Total Liabilitas & Ekuitas		
Total Aset	Rp	5.000.000		Rp	5.000.000

3. Laporan Arus Kas

Tabel 3
Arus Kas
"Kerupuk Cassava"

Arus Kas Operational (OCF)		
Penjualan Tunai	Rp	2.000.000
Pembelian Tunai	Rp	1.615.000
OCF =	Rp	385.000
Arus Kas Investasi (ICF)		
Pembelian Ember	Rp	75.000
Pembelian Pisau	Rp	200.000
Pembelian Mixer	Rp	700.000
Pembelian Alat cetak	Rp	20.000
Pembelian Spinner	Rp	750.000
Pembelian Kompor Gas	Rp	300.000
Pembelian Alat Penggorengan	Rp	50.000
Pembelian Dandang	Rp	35.000
Pembelian Alat Pres	Rp	700.000
ICF =	Rp	2.830.000
Arus Kas Financing (FCF)		
Pembayaran Hutang		
FCF =	Rp	800.000

B. Rencana Keberlanjutan Usaha

1. Keuangan

Dalam hal keuangan masih cukup memadai untuk rencana keberlanjutan usaha, masih ada sisa laba Rp. 3.000.000,- dan sisa persediaan yang telah dikalkulasi mencapai Rp. 700.000,- serta dengan sistem pemesanan PO yang juga tidak memerlukan banyak modal tentunya sangat memungkinkan untuk melanjutkan usaha.

2. Produksi dan Distribusi

Produksi di "Kerupuk Cassava" selama ini juga berjalan lancar, karena saya menetapkan minimal pengerjaan suatu project, sehingga ketika ada banyak pesanan saya tidak keteteran. Untuk distribusi juga masih mampu saya handle dengan baik, apabila ada suatu kendala saat hendak mengirim pasti saya infokan terlebih dahulu agar customer mau memahami, contohnya ketika bagian produksi dan distribusi tidak dapat mengirim atau cod, saya langsung mengirimnya via go-send, J&T, Cargo, dll.

3. Promosi dan Pemasaran

Dari segi promosi dan pemasaran "kerupuk cassava" ini terus berusaha diperluas dengan link. Saya mencoba mendisplaykan dan menitipkan untuk dijualkan di beberapa tempat oleh-oleh. Social media "Kerupuk Cassava" selalu stay dan siap melayani customer yang ingin bertanya via online, dalam hal pemasaran juga masih terus dipelajari bagaimana sistem pemasaran yang baik dan efisien. "Kerupuk Cassava" juga berusaha secara konsisten melakukan penguploadan produk, permintaan review kepada konsumen, serta bisa lebih sering memberikan promo maupun penawaran – penawaran yang dapat menarik minat pelanggan atau konsumen.

4. Pengelolaan Pelanggan

Untuk pelanggan “Kerupuk Cassava” banyak dari tempat-tempat makanan, toko oleh-oleh. Jangkauan pasar “Kerupuk Cassava” memungkinkan diperluas.

C. Rencana Keberlanjutan Usaha

1. Keuangan

Dalam hal keuangan masih cukup memadai untuk rencana keberlanjutan usaha, masih ada sisa laba Rp. 3.000.000,- dan sisa persediaan yang telah dikalkulasi mencapai Rp. 700.000,- serta dengan sistem pemesanan PO yang juga tidak memerlukan banyak modal tentunya sangat memungkinkan untuk melanjutkan usaha.

2. Produksi dan Distribusi

Produksi di “Kerupuk Cassava” selama ini juga berjalan lancar, karena saya menetapkan minimal pengerjaan suatu project, sehingga ketika ada banyak pesanan saya tidak keteteran. Untuk distribusi juga masih mampu saya handle dengan baik, apabila ada suatu kendala saat hendak mengirim pasti saya infokan terlebih dahulu agar customer mau memahami, contohnya ketika bagian produksi dan distribusi tidak dapat mengirim atau cod, saya langsung mengirimnya via go-send, J&T, Cargo, dll.

3. Promosi dan Pemasaran

Dari segi promosi dan pemasaran “kerupuk cassava” ini terus berusaha diperluas dengan link. Saya mencoba mendisplaykan dan menitipkan untuk dijualkan di beberapa tempat oleh-oleh. Social media “Kerupuk Cassava” selalu stay dan siap melayani customer yang ingin bertanya via online, dalam hal pemasaran juga masih terus dipelajari bagaimana sistem pemasaran yang baik dan efisien. “Kerupuk Cassava” juga berusaha secara konsisten melakukan penguploadan produk, permintaan review kepada konsumen, serta bisa lebih sering memberikan promo maupun penawaran – penawaran yang dapat menarik minat pelanggan atau konsumen.

4. Pengelolaan Pelanggan

Untuk pelanggan “Kerupuk Cassava” banyak dari tempat-tempat makanan, toko oleh-oleh. Jangkauan pasar “Kerupuk Cassava” memungkinkan diperluas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pelaksanaan Pkm Per Mata Kuliah Akuntansi

1. Manajemen Koperasi dan UMKM

1) Deskripsi Usaha

Usaha “kerupuk cassava” sudah dijalankan sejak 2005. Hal ini bermula setelah mengikuti kegiatan pelatihan membuat kerupuk dari bahan baku singkong. Owner berusaha menciptakan inovasi dalam hal rasa dan motif dari yang sebelumnya masih belum ada di pasaran. Setelah bentuk/ motif dan rasanya dinilai sudah cocok dan layak dipasarkan untuk konsumen, mulai memberanikan diri untuk memproduksi kerupuk sendiri dengan kapasitas 1 kg singkong. Kemudian digoreng dan dikemas menggunakan plastik ukuran kecil lalu dititipkan di sebuah warung. Dengan meningkatnya permintaan dan produksi, akhirnya dilakukan recruitment untuk ibu-ibu tetangga sekitar rumah untuk ikut bekerja, sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada awal usaha didirikan, brand yang dimiliki yaitu kerupuk “singkong”. Yang pada akhirnya berubah nama menjadi “Kerupuk Cassava” hingga sampai dengan saat ini. Dan dengan adanya 3 varian rasa membuat kerupuk ini menjadi kaya akan rasa. Dalam pemesanan yang awalnya dititipkan di warung, sekarang produk “kerupuk cassava” sudah ada di beberapa tempat oleh-oleh; waralaba modern seperti indomart & alfamart. “Kerupuk Cassava” juga bisa didapatkan melalui marketplace seperti shoope, tokopedia. Produk saya juga dipasarkan di social media bisnis seperti instagram, facebook, whatsapp bisnis. Untuk metode pembayaran saya bisa secara cash, transfer m-banking, maupun qris.

2) Kendala Yang Dirasakan

Pada bagian produksi kendala yang dialami yaitu pertama kondisi cuaca, saat cuaca atau musim penghujan bahan baku yang mana yaitu singkong sangat rawan adanya hewan liar yang menggerogoti, ditambah dengan saat proses penjemuran produk setelah dilakukan pencetakan akan memakan waktu yang lebih karena minimnya panas matahari secara langsung dalam pengeringannya.

Untuk bagian pengemasan / packaging kondisi yang dirasakan adalah terkadang membutuhkan tempat yang agak luas untk bisa melakukan pengemasan, labeling dan meletakkan produk yang siap untuk dikirim dan dijual. Berbeda hal dengan keuangan, kendala yang dirasakan yaitu biasanya ada stakeholder yang agak susah untuk melakukan “payment” secara tepat waktu. Dan dengan jobdesc keuangan yang memerlukan ketelitian dan kejelian, membuat divisi ini memerlukan bagian keuangan yang khusus di dalam yang tugasnya untuk pembukuan; laporan keuangan; dll dan juga bagian keuangan yang berada di luar dengan tugas yang berhubungan dengan keuangan stakeholder bisnis “kerupuk cassava”.

Dalam divisi pemasaran atau marketing terdapat sedikit kendala yang mana masih kurang aktifnya dalam penguploadan produk pada social media instagram dan facebook setiap harinya. Hal ini minim dilakukan dikarenakan kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang bisa mengoperasikannya dan menunggu waktu senggang dalam melakukan penguploadan foto produk; hasil review pembeli; reseller maupun distributor. Untuk divisi distribusi, terkendala biasanya hanya misscommunication untuk jadwal pengiriman barang. Namun hal itu masih bisa dikomunikasikan.

B. Studi kelayakan Bisnis

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Produk “Kerupuk Cassava” memiliki berbagai 3 varian rasa yaitu original, pedas, & barbeque asin. Dengan varian dan bentuk yang berbeda dengan produk yang lain, saya yakin produk “kerupuk cassava” ini bisa lebih dilirik masyarakat dan memiliki nilai manfaat yang lebih tinggi. Harga yang dijual masih tergolong terjangkau mulai dari harga Rp9.000,- hingga Rp 20.000,- . Dengan harga yang demikian terjangkau, pangsa pasar saya di semua kalangan, mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Baik untuk sandingan makan sehari-hari maupun untuk hampers cantik yang bisa diberikan ke kolega.

Untuk menarik pelanggan, “kerupuk cassava” yang dijual di online biasa memiliki banyak penawaran seperti diskon/potongan harga; jika membeli dalam jumlah banyak akan mendapatkan harga yang lebih murah; ada reward untuk reseller yang bisa menjual produk hingga jumlah yang ditentukan.

C. Kewirausahaan

1. Business Plan

1) Perencanaan Pada Business Plan

a. Jam Kerja

Jam operasional kerja per hari ketika ada order produk adalah 8 jam, namun ketika tidak ada order jam kerja dikurangi menjadi 1-2 jam per hari.

b. Sistem Pengiriman

Setelah barang selesai di produksi saya akan mengirim pada konsumen menggunakan kurir atau jasa pengiriman barang yang diberi bubblewrap atau papan kayu agar tidak rusak.

c. Sistem Pemasaran

Rencana pemasaran produk “Kerupuk Cassava” yaitu akan mendaftarkan toko online saya di beberapa e-commerce seperti shopee, lazada dan tokopedia. Dan saya juga berencana akan memasarkan produk di akun-akun media sosial bisnis. Tidak hanya itu tetapi juga berencana memakai jasa endorsement selebgram.

d. Organisasi dan Manajemen Jobdesk

a) Divisi Produksi

Detail:

- (a) Tahap sortir yaitu memilih singkong yang memiliki bentuk dan kualitas yang baik
- (b) Proses pengupasan dan pencucian bahan baku singkong hingga bersih

- (c) Proses penggilingan singkong tersebut hingga halus dengan menggunakan mesin.
 - (d) Pencampuran adonan yang sudah halus dengan bumbu yang sudah diracik
 - (e) Membuat adonan yang sudah tercampur tadi menjadikannya sebuah bentuk lontong
 - (f) Jika proses lontong tersebut sudah matang, diangkat dari dandang besar dan dipindahkan di beberapa tempat untuk dilakukan pendinginan
 - (g) Proses pelempengan
 - (h) Tahap selanjutnya pencetakan, hal ini masih dilakukan manual satu per satu dengan menggunakan cetakan kue kering yang berbentuk bunga
 - (i) Proses Penjemuran
 - (j) Melakukan penyimpanan kerupuk mentah.
 - (k) Proses penggorengan dan spinning
- b) Divisi Pengemasan / Packaging
- Detail:
- (a) Dimana proses ini dilakukan dalam beberapa tempat baik dalam packing plastik PP mika yang tebal, packing standing pouch, packing petcan
 - (b) Pemberian labeling pada produk yang akan di pres
 - (c) Penutupan produk yang telah masuk di packaging dengan menggunakan alat sealer
- c) Divisi Keuangan
- Detail:
- (a) Pembuatan laporan keuangan
 - (b) Pelaporan kas masuk dan keluar
 - (c) Urusan dengan perbankan
 - (d) Piutang dengan beberapa tempat
 - (e) Megurus pre order dengan konsumen, distributor maupun beberapa stakeholder yang bekerja sama
- d) Divisi Pemasaran / Marketing
- Detail:
- (a) Memasarkan produk “kerupuk cassava” ini agar lebih luas pengembangan pasarnya baik secara offline maupun online
 - (b) Kreatif & inovatif dalam membuat sebuah promosi agar calon konsumen, pelanggan lebih tertarik membeli produk “kerupuk cassava”
 - (c) Melakukan kerjasama dengan beberapa stakeholder yang sekiranya bisa menjadi mitra bisnis saya
- e) Divisi Distribusi
- Detail:
- (a) Pengambilan bahan baku yaitu singkong dari kebun ke tempat produksi
 - (b) Pengiriman produk hingga ke distributor, toko waralaba dan beberapa tempat oleh-oleh
 - (c) Proses distribusi pemasaran dan pengiriman yang dilakukan melalui darat, laut maupun udara dibebrrpa tempat luar pulau maupun luar negeri
 - (d) Proses distribusi “Reseller/Konsumen” yang mana produk siap dikonsumsi oleh masyarakat maupun dipasarkan untuk dijual kembali.

2. Inovasi

Seperti yang telah kita ketahui bahwa Inovasi bisnis merupakan sebuah perubahan yang terjadi dalam suatu usaha dan merupakan salah satu cara untuk mengembangkan sebuah usaha untuk menuju ke arah perubahan yang lebih baik (Ardinata et al., 2022). Inovasi bisnis menjadi sebuah keharusan bagi setiap jenis usaha antara. Baik di usaha dalam skala kecil, skala menengah, dan bahkan skala besar. Ada beberapa alasan yang dirasa sangat penting bagi sebuah usaha untuk melakukan inovasi, tidak lain lagi karena persaingan pasar yang sangat ketat, tuntutan kebutuhan konsumen untuk terus kreatif dan inovatif, serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Inovasi sendiri terbagi menjadi beberapa bagian, salah satunya yaitu inovasi produk serta inovasi pemasaran (Harini et al., 2022). Inovasi tersebutlah yang telah berhasil saya terapkan pada usaha

kecil saya yang masih merintis karier dimata khalayak umum. Apa saja inovasi-inovasi tersebut yang telah saya terapkan pada usaha ini. Pada aspek inovasi produk sendiri saya merevisi kesalahan-kesalahan yang telah saya pelajari sebagai peluang untuk daya tarik kepada pelanggan. Yang mana dulu pada awal pendirian usaha ini saya menggunakan alat dan bahan baku seadanya. Hal tersebutlah yang menuntut saya untuk berpikir lebih maju dan inovatif, dilandasi fakta berkata terbalik, bahwa permintaan pasar sangat menginginkan kualitas yang baik dan tampilan yang menarik, saya merevisi packaging yang awalnya dengan menggunakan plastik kecil kiloan menjadi plastik PP mika dengan labeling yang lebih informatif dan menarik; packaging standing pouch.

Sedangkan untuk inovasi selanjutnya yakni inovasi pemasaran mami menerapkan sistem online di beberapa aspek aktivitas kecuali produksi. Aktifitas-aktifitas tersebut meliputi promosi produk, pemesanan, serta pemberitahuan pesanan siap ambil atau kirim. Beberapa inovasi lain pada aspek pemasaran ini saya menggunakan beberapa aplikasi penunjang untuk kita gunakan sebagai pelengkap dalam promosi yaitu Instagram, Facebook dan beberapa marketplace seperti shoope, tokopedia, dll. Pada awalnya untuk pemasaran hanya menggunakan media sosial WhatsApp saja, namun secara perlahan, saya rasa media lain kita rasa perlu untuk menggait pelanggan yang lebih banyak serta penyebaran pangsa pasar yang lebih luas.

1) Inovasi Pada Produk

Sebelum inovasi produk packaging tambak kurang menarik untuk dilihat

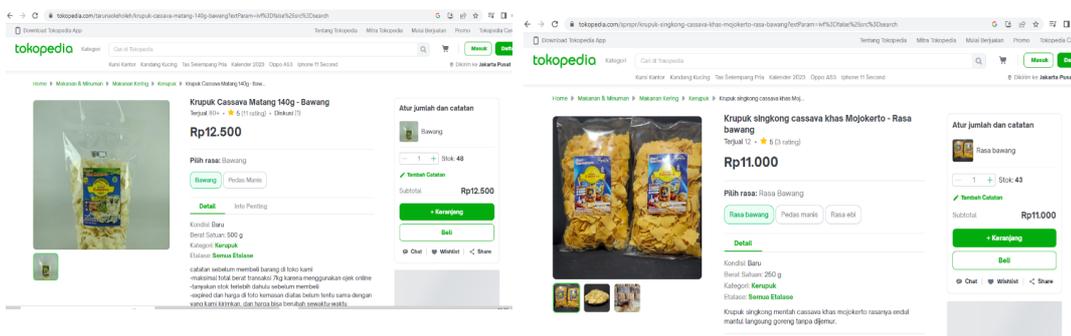


Setelah melakukan inovasi, menggunakan packaging dengan plastik PP mika dengan labeling yang lebih informatif dan menarik & packaging standing pouch



2) Inovasi Pada Pemasaran

Awalnya saya mempromosikan produk secara online hanya menggunakan whatsapp pribadi melalui story WhatsApp pribadi, namun setelah melakukan inovasi pada divisi pemasaran saya menggunakan beberapa aplikasi penunjang untuk kita gunakan sebagai pelengkap dalam promosi yaitu Instagram, Facebook dan beberapa marketplace seperti shoope, tokopedia, dll.



3. Pengembangan Usaha

Secara teori, untuk mencapai hasil serta tujuan organisasi yang maksimal, kita harus mengatur dan menempatkan sesuatu pada yang seharusnya ditempatkan. Begitu pula dengan organisasi bisnis yang saya telah jalankan. Organisasi bisnis yang saya dirikan bernama “Kerupuk Cassava”. Saya telah menempatkan suatu pekerja atau karyawan sesuai dengan bakat dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing personal. Hal ini untuk mengantisipasi perseteruan jika ada kesalahpahaman atau risiko bahkan hal lain yang tidak diinginkan terjadi pada kemudian hari dalam tugas dan fungsi pokok pekerjaan.

Ada beberapa bagian yang mungkin jika saya salah dalam mengambil keputusan atau salah penempatan pekerja, maka sedikit pun visi dan misi organisasi ini mungkin tidak akan pernah bisa tercapai. Maka dari itu saya sangat menjunjung tinggi asas musyawarah mufakat untuk menempatkan yang seharusnya ditempati oleh bakat serta kemampuan karyawan.

Terdapat 5 divisi dalam usaha bisnis “Kerupuk Cassava” ini yang mana setiap divisi memiliki tugas dan fungsi masing-masing. Divisi produksi saya bagi menjadi 2 yaitu produksi dari barang mentah menjadi barang setengah jadi dan produksi barang setengah jadi menjadi barang jadi. Dimana divisi produksi dari barang mentah menjadi barang setengah jadi yaitu adalah proses dari mulai sortir singkong yang berasal dari kebun, pengupasan & pencucian singkong, proses penggilingan hingga halus, pencampuran bumbu, proses menjadikan adonan menjadi lontong, pengukusan di tungku dandang yang besar, pendinginan bahan adonan hingga pelempekan. Dan divisi produksi barang setengah jadi menjadi barang jadi yaitu mulai dari proses pencetakan adonan yang berbentuk bunga, penjemuran dibawah terik sinar matahari, penyimpanan kerupuk mentah, penggorengan hingga spinning. Untuk divisi pengemasan atau packaging adalah proses dimana “kerupuk cassava” yang telah digoreng dikemas di beberapa tempat, seperti di plastic PP mika; standing pouch; hingga petcan lalu mereka sealer hingga labeling. Divisi keuangan terfokus pada pembuatan laporan keuangan, pelaporan

kas masuk dan keluar, urusan dengan perbankan, piutang dengan beberapa tempat, urusan pre order dengan konsumen, distributor maupun beberapa stakeholder yang bekerja sama dengan “kerupuk cassava”. Devisi pemasaran atau marketing ini dituntut untuk bisa memasarkan produk “kerupuk cassava” ini agar lebih luas pengembangan pasarnya baik secara offline maupun online. Mereka juga diminta untuk kreatif & inovatif dalam membuat sebuah promosi agar calon konsumen, pelanggan lebih tertarik membeli produk “kerupuk cassava”. Disisi lain tim marketing juga diminta untuk melakukan kerjasama dengan beberapa stakeholder yang sekiranya bisa menjadi mitra bisnis saya. Pada divisi distribusi, saya fokuskan pada bagian lapangan, yang mana tugasnya adalah mengambil bahan singkong dari kebun untuk dibawa ke pabrik atau tempat produksi, mengirimkan produk “kerupuk cassava” di beberapa tempat seperti distributor, beberapa tempat jualan oleh-oleh, tempat makan, hingga pengiriman langsung maupun tidak langsung ke konsumen.

D. Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen atau yang sering kita kenal dengan disingkat SIM yang berasal dari bahasa Inggris yaitu management information system. Untuk pengertian SIM sendiri adalah sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal dalam bisnis yang terdiri atas pemanfaatan dokumen, manusia, teknologi, serta prosedur dalam akuntansi manajemen. Tujuannya dari SIM adalah memecahkan beragam masalah dalam bisnis yang meliputi layanan, biaya produk, serta strategi bisnis. Keseluruhan dari sistem tersebut digunakan dalam rangka menganalisis sistem informasi yang lain pada penerapan segala aktivitas operasional dalam suatu organisasi. Management information system adalah kumpulan perangkat keras dan perangkat lunak yang dirancang untuk mentransformasikan data dalam bentuk informasi yang berguna. (Bodnar dan hopwood: Accounting Information System)

Ada banyak manfaat serta fungsi dari sistem informasi manajemen itu sendiri. Fungsi dari sistem ini tidak tertuju pada pihak manajemen saja, melainkan juga bagi organisasi secara keseluruhan. Dari fungsi-fungsi tersebut akan saya bahas lebih lanjut di bawah ini:

- 1) Meningkatkan produktivitas serta penghematan dalam hal biaya di dalam organisasi
- 2) Meningkatkan kualitas dari SDM dikarenakan unit sistem kerja akan lebih terkoordinasi serta sistematis.
- 3) Mempermudah pihak manajemen dalam melakukan pengawasan, perencanaan, pengarahan serta pendelegasian kinerja pada semua departemen yang mempunyai koordinasi dan hubungan.
- 4) Meningkatkan efisiensi serta efektivitas data yang lebih realtime dan akurat.

Dari semua tujuan serta fungsi yang tertera diatas sangat berdampak bagi usaha saya yang mengakibatkan semakin efektif dan efisiennya segala aspek usaha saya baik dalam bidang sumber daya manusia, bahan baku, biaya-biaya produksi, serta lokasi yang saya gunakan.

a. Sistem Manajemen Bisnis “Kerupuk Cassava”

Banyak sekali sistem manajemen dari pengetahuan karyawan usaha saya yang dapat diterapkan ditegah wabah pandemi Covid-19 (Petri et al., 2020). Berbagai rintangan dan halangan sangat berdampak pada keberlangsungan bisnis ini. saat cuaca atau musim penghujan bahan baku yang mana yaitu singkong sangat rawan adanya hewan liar yang menggerogoti, ditambah dengan saat proses penjemuran produk setelah dilakukan pencetakan akan memakan waktu yang lebih karena minimnya panas matahari secara langsung dalam pengeringannya.

Bukan hanya dalam proses produksi saja, pada proses pemasaran terdapat sedikit kendala yang mana masih kurang aktifnya dalam penguploadan produk pada social media instagram dan facebook setiap harinya. Hal ini minim dilakukan dikarenakan kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang bisa mengoperasikannya dan menunggu waktu senggang dalam melakukan penguploadan foto produk, hasil

review pembeli, reseller maupun distributor. Berpedoman pada visi dan misi sebuah usaha yang telah saya dirikan, tak segampang itu saya menyerah begitu saja dalam menghadapi rintangan dan halangan tersebut.

Unsur-unsur sistem informasi manajemen yang saya implementasikan pada usaha saya menjadi beberapa aspek sebagai berikut:

a) Sistem Manajemen Sumber Daya Manusia

Adapun pengelolaan sumber daya manusia pada usaha saya memiliki berbagai rincian serta tugas-tugas sendiri guna mencapai tujuan yang efektif dan efisien (Paramansyah et al., 2021). Ada beberapa pembagian job pada bisnis ini yaitu divisi produksi dari barang mentah menjadi barang setengah jadi yaitu adalah proses dari mulai sortir singkong yang berasal dari kebun, pengupasan & pencucian singkong, proses penggilingan hingga halus, pencampuran bumbu, proses menjadikan adonan menjadi lontong, pengukusan di tungku dandang yang besar, pendinginan bahan adonan hingga pelempekan. Dan divisi produksi barang setengah jadi menjadi barang jadi yaitu mulai dari proses pencetakan adonan yang berbentuk bunga, penjemuran dibawah terik sinar matahari, penyimpanan kerupuk mentah, penggorengan hingga spinning. Untuk divisi pengemasan atau packaging adalah proses dimana “kerupuk cassava” yang telah digoreng dikemas di beberapa tempat, seperti di plastic PP mika; standing pouch; hingga petcan lalu mereka sealer hingga labeling. Divisi keuangan terfokus pada pembuatan laporan keuangan, pelaporan kas masuk dan keluar, urusan dengan perbankan, piutang dengan beberapa tempat, urusan pre order dengan konsumen, distributor maupun beberapa stakeholder yang bekerja sama dengan “kerupuk cassava”. Divisi pemasaran atau marketing ini dituntut untuk bisa memasarkan produk “kerupuk cassava” ini agar lebih luas pengembangan pasarnya baik secara offline maupun online. Mereka juga diminta untuk kreatif & inovatif dalam membuat sebuah promosi agar calon konsumen, pelanggan lebih tertarik membeli produk “kerupuk cassava”. Disisi lain tim marketing juga diminta untuk melakukan kerjasama dengan beberapa stakeholder yang sekiranya bisa menjadi mitra bisnis saya. Pada divisi distribusi, saya fokuskan pada bagian lapangan, yang mana tugasnya adalah mengambil bahan singkong dari kebun untuk dibawa ke pabrik atau tempat produksi, mengirimkan produk “kerupuk cassava” di beberapa tempat seperti distributor, beberapa tempat jualan oleh-oleh, tempat makan, hingga pengiriman langsung maupun tidak langsung ke konsumen.

b) Perangkat keras (*hardware*)

Sistem Informasi Manajemen umumnya dikenal adalah sebuah sistem manusia/mesin yang terpadu (*intregeted*) yaitu untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi (Simarmata et al., 2020). Sistem ini menggunakan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) komputer, prosedur pedoman, model manajemen dan keputusan, dan sebuah “data base”. Dalam keutuhan bisnis beserta tugas-tugas antar divisi, sehingga dapat menjadi sebuah perangkat keras dalam keberlangsungan sebuah usaha.

c) Perangkat lunak (*software*)

Hal-hal penduduk dalam bisnis saya yang berperan sebagai perangkat lunak adalah sebagai berikut:

(a) Keuangan

Dalam hal keuangan masih cukup memadai untuk rencana keberlanjutan usaha, setelah program pengembalian dana ke pihak kreditor. Masih ada sisa laba Rp. 3.000.000,- dan sisa persediaan yang telah dikalkulasi mencapai Rp. 700.000,-

(b) Produksi dan Distribusi

Produksi di “Kerupuk Cassava” selama ini juga berjalan lancar, karena saya menetapkan minimal pengerjaan suatu project, sehingga ketika ada banyak pesanan saya tidak keteteran. Untuk

distribusi juga masih mampu saya handle dengan baik, apabila ada suatu kendala saat hendak mengirim pasti saya infokan terlebih dahulu agar customer mau memahami, contohnya ketika bagian produksi dan distribusi tidak dapat mengirim atau cod, saya langsung mengirimnya via go-send.

(c) Promosi dan Pemasaran

Marketing dan admin social media “Kerupuk Cassava” selalu stay dan siap melayani customer yang ingin bertanya via online, dalam hal pemasaran juga masih terus dipelajari bagaimana sistem pemasaran yang baik dan efisien.

(d) Pengelolaan Pelanggan

Untuk pelanggan “Kerupuk Cassava” banyak dari tempat-tempat makanan, toko oleh-oleh dan beberapa toko waralaba indomart, alfamart. Jangkauan perluasan pasar “Kerupuk Cassava” bukan hanya di wilayah Mojokerto & Jawa Timur, namun juga luar pulau hingga luar negeri.

(e) Pengelolaan SDM

Sumber daya manusia yang ada sampai saat ini kurang lebih sekitar 10-15 orang. Dalam hal ini adalah para tetangga, ibu-ibu sekitar yang sudah dibekali kemampuan untuk bisa ikut mengembangkan usaha “Kerupuk Cassava” hingga sampai saat ini. Dengan adanya karyawan yang notabene adalah tetangga sendiri, hal demikian bisa membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf hidup perekonomian di wilayah tersebut

d) Data perkembangan Usaha

Menerima data sebagai masukan (input) sebagai bahan evaluasi dan inovasi pada produk saya. Memproses data dengan melakukan perhitungan, penggabungan unsur data, pemutakhiran perkiraan dan lain-lain, yang mana hal tersebut adalah landasan saya untuk menentukan keputusan sebuah produk baru yang hendak di launching atau produk lama yang saya kasih sentuhan inovasi. Memperoleh informasi sebagai keluaran (output) sebagai produk jadi yang saya asah serta saya padukan dengan permintaan dan evaluasi antar divisi guna menjadi terobosan baru untuk dijual ke permukaan pasar. Tidak hanya data dari evaluasi produk saja, saya juga mengevaluasi data-data kegiatan karyawan yang dapat saya jadikan sebagai evaluasi kinerja baik di faktor produksi, promosi, atau divisi lainnya.

e) Prosedur produksi serta distribusi usaha

Pada proses produksi sendiri, proses yang pertama adalah pengambilan bahan yaitu singkong di lahan yang dimiliki (Jati & Widayatno, 2022). Setelah bahan diambil, singkong mengalami tahap sortir, yang mana dipilih singkong yang memiliki bentuk dan kualitas yang baik untuk bisa lolos tahap sortir. Proses selanjutnya yaitu singkong dilakukan proses pengupasan dan pencucian bahan hingga bersih dan setelah singkong bersih dilakukan proses menggiling singkong tersebut hingga halus dengan menggunakan mesin. Setelah itu singkong yang sudah halus diberi bumbu yang sudah diracik. Dalam pencampuran bumbu ini, dilakukan proses kurang lebih 20 menit hingga dirasa semua bahan bisa tercampur dengan merata. Proses ke enam yaitu membuat adonan yang sudah tercampur tadi menjadikannya sebuah bentuk lontong serta selanjutnya dilakukan pengukusan hingga matang. Jika proses lontong tersebut sudah matang, diangkat dari dandang besar dan dipindahkan di beberapa tempat untuk dilakukan pendinginan dan proses pelempekan setelahnya. Untuk proses ke 10 yaitu pencetakan, hal ini masih dilakukan manual satu per satu dengan menggunakan cetakan kue kering yang berbentuk bunga. Dalam proses ini karyawan produksi bagian cetak bisa melakukannya di rumah masing-masing. Disusul dengan proses penjemuran pun demikian diperbolehkan di rumah karyawan namun masih dalam pantauan owner. Setelah krecek kerupuk itu kering, biasanya karyawan melakukan penimbangan bersama owner atas hasil pencetakan dan pengeringan yang telah dilakukan. Proses selanjutnya yaitu melakukan penyimpanan kerupuk mentah.

Pada aspek distribusi, yang lebih sering kita kenal sebagai aspek pemasaran produk kepada konsumen, saya hanya terfokus melalui media sosial yang sengaja saya aplikasi untuk akun utama terhadap penjualan produk. Beberapa akun atau aplikasi yang saya kelola sebagai media bahkan lapak ialah Instagram, Facebook, WhatsApp maupun beberapa marketplace. Melalui aplikasi tersebut saya menerapkan segala sistem penjualan saya, baik Promosi Produk, Pemesanan, dan lain sebagainya. Adanya pandemi Covid-19 yang memacu saya selalu kreatif dan berpikir cerdas supaya penjualan meskipun tanpa tatap muka antara penjual dengan konsumen tetap berjalan. Saya telah mempertimbangkan secara matang untuk memulai pendistribusian produk melalui dunia maya atau lebih tepatnya yang sering kita kenal sebagai Online Shop.

Untuk prosedur secara keseluruhan dalam pemesanan yang sering kita terapkan secara singkat hari akan terhitung ketika si konsumen telah sepakat dengan permintaan dan ketentuan yang telah kita sepakati bersama antara konsumen dan divisi marketing.

E. Desain Komunikasi

Komunikasi akan sampai kepada pelanggan bergantung pada desain seperti, tata letak yang tidak membosankan, warna-warna yang sesuai dan yang terpenting tersampainya hasil dari desain tersebut kepada pelanggan. Patut disayangkan jika toko online tidak memiliki tatanan yang baik dari tampilan utama maupun foto barang yang dijual. Banyak dari faktor ini menjadi penyebab toko online tidak didatangi pembeli.

Dalam usaha saya, untuk menarik pelanggan saya melakukan cara salah satunya adalah memperindah packaging produk agar terlihat indah dan menarik serta rasa yang enak dan tetap menjaga kualitas produk itu sendiri. Oleh karena produk dalam usaha “kerupuk cassava” dipasarkan secara offline & online melalui media sosial bisnis seperti instagram, facebook, whatsapp dan beberapa marketplace yang basednya merupakan dilihat dari tampilan yang menarik, maka saya mendesain sedemikian rupa agar tampilan toko online saya mendatangkan penjualan. Saya mendesain toko online saya sendiri dan tidak menggunakan jasa design. Mulai dari logo, desain produk, foto maupun video produk dan packaging. Dengan mempelajari step-step untuk mendesain dan aplikasi yang akan digunakan, toko saya terlihat menarik dan tidak kalah dengan toko yang lain. Value dan harga barang tersebut juga menjadi bertambah karena desain yang saya terapkan. Baik foto maupun video yang saya shoot memberikan hasil yang baik sehingga saya mampu menyampaikan kesan dan signature produk dan menunjukkan bahwa saya dapat dipercaya pelanggan. Banyak dari pelanggan saya memberikan feedback bahwa produk saya memang bagus. Terbukti bahwa hasil dari video yang saya buat menunjukkan betapa indah dan bagusnya kualitas dan produk-produk saya. Sehingga beberapa diantaranya juga melakukan repeat order.

Dalam membuat video ataupun foto saya tidak menggunakan kamera canggih, tetapi hanya memakai handphone pribadi dan diberi editan agar foto tidak terlihat goyang atau stabil seperti kamera canggih. Dalam tampilan toko di sosial media instagram background yang digunakan sederhana tapi unik, tidak memakai background yang bertolak belakang dengan barang yang akan difoto, baik dari segi warna maupun konsep dari toko online tersebut. Selain mengoptimalkan media sosial sebagai tempat promosi untuk mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang maksimal, saya melakukan beberapa cara:

- a. Meminta teman saya yang memiliki banyak pengikut untuk promote usaha saya
- b. Tergabung dalam komunitas makanan & minuman di Kota Mojokerto yaitu IPM3
- c. Meminta review dari customer untuk mengevaluasi toko online saya

SIMPULAN

Berdasarkan hasil usaha yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: a) Bisnis “Kerupuk Cassava” mendapatkan respon yang baik dalam penjualan. b) Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk saya sangat puas. c) Mutu produk dan packaging yang menarik mempunyai hubungan dengan tingkat kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Annikmah, A., Akhmadi, A., & Fauziah, F. (2021). Analisis Pelaksanaan Marketing Mix dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan pada Usaha Home Industri Toko Roti Gembong Riduannur di Muara Bulian. *JURNAL MAHASISWA*, 1(1), 22–31.

Ardinata, R. P., Rahmat, H. K., Andres, F. S., & Waryono, W. (2022). Kepemimpinan transformasional sebagai solusi pengembangan konsep smart city menuju era society 5.0: sebuah kajian literatur [Transformational leadership as a solution for the development of the smart city concept in the society era: a literature review]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1).

Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275–282. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>

Cicik Harini, M. M. (2020). *Strategi pemasaran kewirausahaan umkm*. Media Sains Indonesia.

Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67–82.

Jati, S. S., & Widayatno, T. (2022). Pengaruh Konsentrasi Kapang dan Lama Waktu Fermentasi terhadap Kadar Bioetanol dari Limbah Kulit Singkong (Manihot esculenta). *Jurnal Teknik Kimia USU*, 11(2), 102–109. <https://doi.org/10.32734/jtk.v11i2.8279>

Kumalasari, I. D., & Azizzah, Z. (2022). Evaluasi Proses Produksi dan Pengemasan Modified Cassava Flour (Mocaf) di PT Rumah Mocaf Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. *Sainteks*, 19(1), 79–87. <https://doi.org/10.30595/sainteks.v19i1.13448>

Narendra, A., Prasetya, A. F. S., Gini, C. S., Ramadhani, D., & Fitriyaningrum, R. (2021). E-Commerce pada UMKM Produksi Keripik Singkong: Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Desa*, 3(3), 181–186.

Paramansyah, H. A., SE, M. M., Husna, A. I. N., & Sos, S. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam*. Almuqsith Pustaka.

Petri, M. M., Majid, N., & Addiarrahman, A. (2020). *Strategi pemasaran dalam mempertahankan bisnis umkm di tengah pandemi Covid-19 (Studi UMKM buket bunga gallery daisuki Jambi)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Purnama, V. F., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2019). Perancangan rebranding UMKM keripik tempe Reza. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 9.

Qomariah, N., & Nursaid, N. (2020). Sosialisasi pengurangan bahan plastik di masyarakat. *Jurnal*

Pengabdian Masyarakat Manage, 1(1), 43–55. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i1.3293>

Simarmata, J., Romindo, R., Putra, S. H., Prasetio, A., Siregar, M. N. H., Ardiana, D. P. Y., Chamidah, D., Purba, B., & Jamaludin, J. (2020). *Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.

Sofi'i, Y. K., & Sudarman, S. (2022). Dissemination of oil draining machine technology for MSMEs Cassava Chips Maju Jaya Singosari, Malang Regency. *Community Empowerment*, 7(6), 1006–1012. <https://doi.org/10.31603/ce.6555>

Sundoro, B. T. (2022). Pelatihan Pengolahan Singkong menjadi Olahan Keripik dan Donat di Desa Playen. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(2), 182–187.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).