

Literasi Keuangan Dan Penerapan Digital Bisnis Serta Strategi Branding Untuk Meningkatkan Pemasaran Kuliner Suwar Suwir Pada Umkm Mitra Bumdes Panti Kabupaten Jember

Tatit Diansari Reskiputri, Moh. Halim, Nursaidah

Universitas Muhammadiyah Jember

E-mail: tatit.diansari@unmuhjember.ac.id, halim@unmuhjember.ac.id, nursaidah@unmuhjember.ac.id,

Diterima : Agustus 2021; Dipublikasikan: Agustus 2021

ABSTRAK

Suwar-suwir merupakan makanan khas yang berasal dari Kabupaten Jember, suwar-suwir sendiri terbuat dari tape yang diolah sedemikian rupa hingga menjadi makanan ringan. Sebagai salah satu kekayaan kuliner daerah, suwar-suwir patut dilestarikan. Untuk itu diperlukan suatu langkah pengembangan yang tepat dalam persaingan bisnis kuliner melalui penerapan digital bisnis dan strategi branding yaitu bertujuan untuk meningkatkan pemasaran kuliner suwar-suwir. Mitra dari program kemitraan stimulus ini adalah UMKM Mitra Bumdes Panti Kabupaten Jember. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan penerapan digital bisnis serta strategi branding untuk meningkatkan pemasaran kepada mitra tentang pentingnya peran pemasaran dalam bisnis kuliner agar selain dapat mempertahankan eksistensi juga dapat mengembangkan usahanya dalam persaingan bisnis kuliner.

Kata kunci: suwar-suwir, makanan khas Kabupaten Jember, strategi branding, digital bisnis.

ABSTRACT

Suwar-suwir is a typical food that comes from Jember Regency, suwar-suwir itself is made of tape that is processed in such a way that it becomes a snack. As one of the culinary richness of the region, suwar-suwir should be conserved. Therefore, it is necessary to take a proper development step in culinary business competition through the application of digital business and branding strategic that aims to improve culinary marketing suwar-suwir. The partner of this stimulus partnership program is UMKM Mitra Bumdes Panti Jember Regency. The purpose of this dedication is to provide digital application of business and branding strategies to improve marketing to partners about the important role of marketing in the culinary business in addition to maintaining its existence can also develop their business in culinary business competition.

Keywords: suwar-suwir, Jember regency specialties, branding strategic, digital business

PENDAHULUAN

Suwar-suwir adalah sejenis makanan setengah basah yang diolah dari tape ubi kayu dan gula pasir dengan konsentrasi tinggi (lebih dari 70%) melalui proses pemanasan sampai terjadi pemekatan, Wardono (2011). Secara potensial, Jember mempunyai industri kecil yang memiliki daya saing dan mampu untuk ditingkatkan. Tanpa disadari Jember memproklamirkan nama kota suwar-suwir yang menjadi *trade mark* kota. Suwar-suwir memiliki umur simpan yang relatif lama karena memiliki kadar air yang rendah, berbentuk padat tetapi sedikit lunak dengan rasa manis (legit) dan aroma yang khas serta kenampakan yang menarik. Pada umumnya suwar-suwir dimanfaatkan sebagai makanan pendamping (camilan).

Berbagai jenis makanan unik selalu dicari para wisatawan untuk oleh-oleh (buah tangan), diantaranya ialah suwar-suwir makanan ringan khas Jember. Hampir di setiap kota terdapat makanan untuk oleh-oleh (buah tangan) yang disukai semua kalangan, dari orang dewasa hingga anak kecil. Secara umum, keistimewaan suwar-suwir adalah memiliki cita rasa manis yang disukai, tampilannya unik dengan berbagai macam rasa.

Potensi UMKM Mitra Bumdes dalam perkembangan persaingan bisnis sampai saat ini masih belum diupayakan dengan maksimal. Banyak Bumdes justru sering mengalami masalah internal sehingga sulit untuk berkembang dan bersaing baik antara sesama Bumdes maupun dengan dengan pedagang besar. Masalah penerapan digital bisnis merupakan salah satu masalah yang sering ditemui dalam Bumdes. Pelaku usaha mayoritas memulai usaha mereka dengan modal keyakinan tanpa dibekali

dengan rencana taktis dan strategi jangka panjang dalam berwirausaha. Beberapa masalah dalam penerapan digital bisnis yang sering dijumpai pada UMKM antara lain adalah:

a. Pemilihan waktu dalam memulai usaha.

Pelaku usaha sering kali tidak memperkirakan waktu yang tepat dalam memulai usahanya. Usaha yang dikelola sering berbenturan dengan kondisi lingkungan yang kurang mendukung seperti terlalu banyaknya pesaing, *trend* yang sedang berkembang atau selera masyarakat terhadap perkembangan kuliner yang ada, maupun kondisi perekonomian daerah.

b. Kurangnya efektivitas promosi

Pelaku usaha juga sering kali tidak memperhitungkan peran dari promosi. Kebanyakan pelaku usaha hanya sekedar mendirikan usaha tanpa adanya promosi yang terencana. Promosi hanya dilakukan ala kadarnya seperti penyebaran informasi mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada orang – orang yang dikenal saja.

c. Kurangnya komunikasi dengan konsumen.

Masalah yang dialami pelaku usaha Bumdes berikutnya adalah kurangnya komunikasi dengan konsumen. Seringkali pelaku usaha menganggap konsumen, terlebih pelanggan hanya sebagai sumber pendapatan semata. Selama mereka membutuhkan produk kita, mereka pasti akan membelinya, dan selama tidak ada komplain, berarti segalanya baik-baik saja. Pelaku usaha tidak memperhitungkan perilaku konsumen yang semakin cerdas dalam memilih produsen, dimana konsumen cenderung memilih produsen yang mau mendengar suara mereka, diberi akses untuk berkomunikasi dalam menyampaikan masukan, kritik, atau mendapatkan informasi terbaru. Mendapatkan informasi sebagai umpan balik dari pelanggan akan membantu berkembangnya bisnis di masa yang akan datang.

d. Kurang mengintegrasikan *brand*

Sebuah *brand* akan tersampaikan dengan efektif apabila menaruh *branding* pada setiap kegiatan bisnis yang dijalankan, misalnya yaitu dengan meletakkan logo pada setiap produk kemasan, iklan yang ditayangkan, ataupun pada media sosial.

e. Kurangnya pengetahuan tentang pembuatan laporan keuangan sederhana

Terkadang tidak setiap pelaku bisnis kecil menengah bisa dengan mudah menerapkannya. Padahal, laporan keuangan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan usaha, baik skala kecil maupun besar. Dalam usaha skala kecil menengah, laporan keuangan juga sangat diperlukan bila memang pemilik usaha menginginkan agar usaha yang dikelola terus berkembang dan memiliki arah yang jelas. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 Tahun 2016 mendefinisikan bahwa literasi keuangan ialah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi 3 kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat sehingga dapat mencapai kesejahteraan keuangan individu (Atkinson dan Messy, 2012).

Dari permasalahan pada UMKM ABI SUWAR-SUWIR, banyak pelaku usaha belum mengetahui fungsi manajemen pemasaran. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Setelah survei pada UMKM ABI SUWAR-SUWIR, masih terlihat kurangnya efektif dalam pembuatan *packaging*, suwar-suwir hanya dibungkus dengan plastik bening dan polos lalu dimasukkan dalam mika saja.

Selain permasalahan strategi *branding*, UMKM mitra bumdes panti ini juga kurang menguasai dalam pembuatan laporan keuangan sederhana hal ini berdampak pada sedikitnya laba yang mereka terima, dan ketidaktahuan perputaran uang dalam usaha. Meskipun *packaging* dan pembuatan laporan keuangan sederhana masih kurang sempurna, akan tetapi peluang usaha produk suwar suwir masih terbuka lebar, mengingat banyaknya jumlah konsumen di Kabupaten Jember, daya beli Wisatawan dan jumlah masyarakat Jember juga selalu meningkat. Sehingga memungkinkan bagi usaha kuliner ini masih bisa berkembang dengan pesat.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilakukan di UMKM “Abi Suwar-Suwir” yang merupakan salah satu mitra bumdes Panti, Kabupaten Jember. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan pelatihan, diskusi dan pendampingan. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah UMKM “Abi Suwar-Suwir” mitra BUMDES Panti Kabupaten Jember.

Metode pelaksanaan yang digunakan:

- 1) Memberikan pengetahuan tentang pemberian nama, logo, slogan, karakter, kemasan yang bagus, dan membangun ekuitas *branding* merk.
- 2) Memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM “Abi Suwar-Suwir” mitra BUMDES Panti Kabupaten Jember.
- 3) Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan laporan keuangan sederhana yaitu tentang pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran, dan laporan keuangan.

HASIL KEGIATAN

Output yang dicapai dalam Program Kemitraan Masyarakat Stimulus ini adalah literasi keuangan dan pengetahuan tentang pemberian nama, logo, slogan, karakter, kemasan yang bagus, membangun ekuitas *branding* merk sekaligus memberikan bantuan digital bisnis secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM “Abi Suwar-Suwir” mitra BUMDES Panti Kabupaten Jember. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan laporan keuangan sederhana yaitu tentang pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran, dan laporan keuangan. Pada tahap diskusi, diskusi berjalan sangat lancar. Materi diskusi yang diberikan adalah pengenalan atau pendahuluan mengenai manajemen keuangan dan pengetahuan tentang pemberian nama, logo, slogan, karakter, kemasan yang bagus, dan membangun ekuitas *branding* merk. Sebagian besar audiens belum mengerti tentang literasi keuangan dan digital bisnis serta strategi *branding*. Pada sesi ini terjadi diskusi yang menarik antara audiens dengan pemateri mengenai konsep dasar literasi keuangan dan digital bisnis serta strategi *branding*. Beberapa audiens memiliki persepsi berbeda tentang digital bisnis dan strategi *branding*. Setelah diskusi berakhir dilanjutkan dengan pemberian nama, logo, slogan, karakter, kemasan yang bagus mempermudah memasarkan produk maupun usahanya.

Beberapa hal yang diperoleh dari pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus dapat diuraikan dalam pembahasan berikut ini:

- a. Para peserta yang hadir sangat menyambut baik pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat sebab akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para peserta yang hadir.
- b. Dengan diberikannya literasi keuangan, penerapan digital bisnis dan strategi *branding* bagi UMKM “Abi Suwar-Suwir” mitra BUMDES Panti dapat meningkatkan pemasaran usaha/produknya guna meningkatkan produktifitas usaha.
- c. Dengan ketekunan dan antusias para peserta dapat diaplikasikan dengan baik, serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan lebih mengenai manajemen pemasaran.

Saat kegiatan program kemitraan masyarakat stimulus kami memberikan kemasan baru yang sebelumnya kemasan suwar suwir memakai mika, tetapi kami membuat strategi *branding* yaitu membuat kemasan *standing pouch* dengan berbahan metalize dengan netto 350gr, memberikan logo ABI suwar suwir khas Jeember dengan warna kuning, putih kombinasi coklat yang menarik untuk menunjang proses pemasaran mengingat kemasan lama yang dimiliki UMKM Abi suwar suwir kurang layak dipasarkan. Setelah kami berikan kemasan baru, pemilik langsung mencoba mengemas suwar suwir tersebut dan hasilnya sangat bagus sekali dan terlihat sangat menarik dengan kemasan baru.

Setelah berdiskusi cukup banyak tentang digital bisnis dan dengan berkembangnya teknologi, bertambah pula kemudahan dalam bidang teknologi yang bisa dirasakan. Mungkin tidak pernah terbayangkan sebelumnya, jika kegiatan jual beli bisa terjadi tanpa adanya tatap muka, ataupun pergi ke suatu tempat dengan menggunakan kendaraan yang bisa dipesan melalui telepon genggam. Saat ini, terlebih ketika pemerintah menghimbau masyarakat agar bekerja dan belajar dari rumah, peran teknologi itu semakin terasa. Anak-anak belajar dengan menggunakan sistem digital melalui webinar,

orang-orang pun bekerja *remote* tanpa harus keluar rumah. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis digital merupakan salah satu usaha yang menjanjikan, dimana para pelakunya bisa menjalankan bisnis tersebut dari tempatnya masing-masing. Bisnis digital merupakan kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi dalam pelaksanaannya, baik saat menciptakan pun dengan serangkaian kegiatan pemasarannya. Bisnis ini meliputi penyediaan barang dan jasa, perubahan dari jenis fisik juga berbagai usaha yang bisa dilakukan secara online. Dengan bisnis berbasis digital ini, kita bisa terhubung dengan konsumen secara cepat, melewati batasan ruang, wilayah, maupun waktu. Satu sama lain bisa langsung terkoneksi hanya dengan menggunakan gadget serta koneksi internetnya. Penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk komunikasi, koordinasi, dan manajemen organisasi. (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon. 2011).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus dengan literasi keuangan, penerapan digital bisnis serta strategi *branding* guna meningkatkan pemasaran kuliner suwar suwir ABI khas Jember adalah sebagai berikut:

- a. Para peserta yang hadir sangat menyambut baik pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat sebab akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para peserta yang hadir.
- b. Dengan diberikannya literasi keuangan, penerapan digital bisnis dan strategi *branding* bagi UMKM “Abi Suwar-Suwir” mitra BUMDES Panti dapat meningkatkan pemasaran usaha/produknya guna meningkatkan produktifitas usaha.
- c. Dengan ketekunan dan antusias para peserta dapat diaplikasikan dengan baik, serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan lebih mengenai manajemen pemasaran.

Saran

Pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus dengan literasi keuangan, penerapan digital bisnis serta strategi *branding* guna meningkatkan pemasaran kuliner suwar suwir ABI khas Jember di Panti Kabupaten Jember perlu dilakukan kepada mitra lain. Tidak hanya UMKM saja, tetapi perlu juga dilakukan kepada kelompok-kelompok lain seperti koperasi, kelompok tani dan pengelola dana desa. Selain itu, kami menyarankan kepada pemilik UMKM ABI Suwar-Suwir untuk mulai mengurus BPOM dan barcode sehingga bisa menambah tempat pemasaran hasil produksi.

UCAPAN TERIMA KASIH :

Ucapan Terima kasih kepada BUMDesa Panti dan pemerintah desa Panti yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Tak lupa kami juga mengucapkan terima kasih pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UM Jember yang telah membiayai terselenggaranya program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga pada UMKM ABI Suwar Suwir yang bersedia menjadi peserta pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, A. dan Messy, F.-A. (2012) "Measuring Financial Literacy," *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), hal. 296–316. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x.
- Laudon. Kenneth C., dan Laudon. Jane P., "Management Information System", 10th ed, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Wardhono, A. 2010. Membangun Industri Kecil tangguh. Available at: [http :/www.Student.uni-marbuq/wardhono/Industri%20kecil.htm](http://www.Student.uni-marbuq/wardhono/Industri%20kecil.htm). Diakses 30 Desember 2004.