

## Menguatkan *Brand Awareness* Dan Digitalisasi Laporan Keuangan Menuju Kebangkitan Bumdes

<sup>1)</sup>Ahmad Izzuddin,<sup>2)</sup>Tatit Diansari Reskiputri,<sup>3)</sup>Mohammad Halim

<sup>1)2)3)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

E-mail: <sup>1)</sup>[izzuddin@unmuhjember.ac.id](mailto:izzuddin@unmuhjember.ac.id), <sup>2)</sup>[tatit.diansari@unmuhjember.ac.id](mailto:tatit.diansari@unmuhjember.ac.id), <sup>3)</sup>[Halim@unmuhjember.ac.id](mailto:Halim@unmuhjember.ac.id)

Diterima: Juli 2022 : Terbit: Agustus 2022

### Abstrak

*BUMDES Amartha bangkit dengan mulai membuat bisnis kripik pepaya dan kripik pisang, toko alat tulis yang mengakomodir kebutuhan pemerintah desa. selain 2 usaha tadi, BUMDES amartha juga merintis usaha bank sampah, menjual produk batik semboro serta produk bibit buah warga sekitar desa semboro kidul. Menurut penuturan ibu listika, selaku sekretaris BUMDES Amartha, bahwa bisnis inti BUMDES sebenarnya bisnis kripik dan toko alat tulis, hanya saja BUMDES juga ingin membantu bisnis yang sudah berjalan di masyarakat desa Semboro Kidul. Berdasarkan hasil observasi, BUMDES Amartha memiliki peralatan yang memadai untuk usaha kripiknya, tapi proses produksinya tidak dilakukan secara terus menerus karena proses produksinya berdasarkan pesanan. Produk kripik pepaya dan kripik pisang BUMDES Amartha sebenarnya memiliki rasa yang enak, karena memiliki banyak varian rasa dan juga sehat, karena tidak menggunakan penyedap rasa sehingga aman untuk dimakan. Produk kripik BUMDES Amartha dijual dengan harga yang cukup mahal, karena memiliki kualitas rasa yang enak, dan aman untuk dikonsumsi. Setelah pelaksanaan program pengabdian masyarakat BUMDES Amartha telah memiliki NIB sebagai nomer identitas bisnis, kemudian tim juga telah membuat kemasan yang baru sehingga pengurus BUMDES amartha bisa lebih percaya diri dalam mengenalkan produknya. Selain itu kami juga telah membuat akun social media sehingga bisa menjangkau konsumen yang lebih luas, mengingat kualitas produk yang sudah bagus, pelatihan pembuatan laporan keuangan akan kita lanjutkan meski program pengabdian masyarakat telah usai, mengingat waktu yang singkat dan pengurus BUMDES masih belum begitu paham.*

*Kata Kunci: Bumdes, kripik, packaging, perizinan.*

### Abstrac

t

*BUMDES Amartha got up by starting a business of papaya and banana chips, a stationery shop that accommodates the needs of the village government. Apart from these two businesses, BUMDES Amartha has also started a waste bank business, selling Semboro batik products and fruit seed products for residents around Semboro Kidul Village. According to Mrs. Listika, as the secretary of BUMDES Amartha, that the core business of BUMDES is actually a chips business and stationery shop, only that BUMDES also wants to help businesses that are already running in the village community of Semboro Kidul. Based on observations, BUMDES Amartha has adequate equipment for its chips business, but the production process is not carried out continuously because the production process is based on orders. BUMDES Amartha's BUMDES banana chips and banana chips actually have a good taste, because they have many flavor variants and are also healthy, because they do not use flavoring so they are safe to eat. BUMDES Amartha's chips are sold at quite expensive prices, because they have good taste quality, and are safe for consumption. After the implementation of the community service program, BUMDES Amartha already has a NIB as a business identity number, then the team has also developed a new packaging so that the BUMDES Amartha management can be more confident in introducing their products. In addition, we have also created social media accounts so that we can reach a wider range of consumers, considering the quality of the products is already good, we will continue the training in preparing financial reports even though the community service program is over, considering the short time and the BUMDES management still don't really understand. With these activities.*

## Pendahuluan

Pemerintah Indonesia mengharapkan peningkatan kesejahteraan penduduk desa, dengan pemberian dana yang cukup besar yakni sekitar 2 milyar kepada pemerintah desa untuk pembangunan infrastruktur dan perekonomian. Upaya peningkatan perekonomian desa, salah satunya yakni dengan mengoptimalkan peran dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). BUMDesa yang ada di Indonesia kondisinya sangat beragam, ada yang sukses bisnisnya jalan, pendapatan besar, bahkan bisa memberikan passive income kepada pemerintah desanya, seperti bumdes ponggok yang mampu menghasilkan lebih dari 1 miliar/pertahunnya, dan masih banyak lagi BUMDES lain yang memiliki pendapatan lebih dari 300 juta/pertahun, ada juga BUMDES yang memilki bisnis tapi pendapatannya hanya cukup untuk membiayai operasional bisnisnya, dan ada yang lebih parah lagi, yakni BUMDES yang ada kantornya tapi tidak ada aktivitas bisnisnya. (kemendes.go.id).

Menurut berita di website kemendes, terdapat peningkatan jumlah BUMDES yang signifikan, yang awalnya Jumlah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) 1.022 unit pada Tahun 2015 lalu menanjak tajam dari, menjadi 12.848 unit tahun ini. Peningkatan jumlah BUMDES ini cukup massif terjadi pada setiap kabupaten, salah satunya di kabupaten Jember. Di kabupaten Jember, terdapat banyak BUMDES baru seperti BUMDES Amartha yang ada di desa Semboro Kidul, kecamatan Semboro yang berdiri sejak tahun 2016 tapi baru aktif pada tahun 2020.

BUMDES Amartha bangkit dengan mulai membuat bisnis kripik pepaya dan kripik pisang, toko alat tulis yang mengakomodir kebutuhan pemerintah desa. selain 2 usaha tadi, BUMDES amartha juga merintis usaha bank sampah, menjual produk batik semboro serta produk bibit buah warga sekitar desa semboro kidul. Menurut penuturan ibu listika, selaku sekretaris BUMDES Amartha, bahwa bisnis inti BUMDES sebenarnya bisnis kripik dan toko alat tulis, hanya saja BUMDES juga ingin membantu bisnis yang sudah berjalan di masyarakat desa Semboro Kidul. Berdasarkan hasil observasi, BUMDES Amartha memiliki peralatan yang memadai untuk usaha kripiknya, tapi proses produksinya tidak dilakukan secara terus menerus karena proses produksinya berdasarkan pesanan.

Produk kripik pepaya dan kripik pisang BUMDES Amartha sebenarnya memiliki rasa yang enak, karena memiliki banyak varian rasa dan juga sehat, karena tidak menggunakan penyedap rasa sehingga aman untuk dimakan. Produk kripik BUMDES Amartha dijual dengan harga yang cukup mahal, karena memiliki kualitas rasa yang enak, dan aman untuk dikonsumsi. Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa kripik BUMDES Amartha masih memiliki kekurangan, seperti kualitas packaging yang masih sederhana, pemasaran produk hanya sampai pada teman-teman organisasi, pencatatan keuangan yang masih manual dan belum memiliki izin hukum seperti PIRT dan NIB, sehingga melalui program hibah pengabdian masyarakat ini, kami berharap bisa membantu BUMDES Amartha dalam upayanya membangkitkan bisnisnya.

Dalam upaya membantu bisnis batik masyarakat semboro, BUMDES Amartha juga ikut mempromosikan dan menjualkan produknya, sampai keluar daerah. Berdasarkan penuturan ibu listika, produk batik semboro sangat berkualitas, sudah memiliki hak paten, dan memiliki harga yang tinggi, sehingga pangsa pasar batik semboro dari kalangan menengah keatas. Permasalahan yang dihadapi juga sama, yakni produk batik belum memiliki packaging yang bagus, sehingga belum memberi kesan yang elegan terhadap produknya. Berdasarkan hasil Penelitian yang dilakukan oleh Lila (2014) banyak UMKM yang belum mengaplikasikan manajemen pemasaran dengan baik, mereka hanya memasarkan produknya berdasarkan pengalaman saja. Berdasarkan penelitian Sulistiyani dkk (2019) masih banyak UMKM yang masih belum bisa berkembang dari segi pemasaran karena minimnya pengetahuan tentang bisnis digital, jadi pemasaran produknya hanya dititipkan di warung / toko yang ada disekitar daerah UMKM.

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di BUMDES Amartha, desa Semboro Kidul, kecamatan Semboro, kabupaten Jember. Kegiatan pengabdian ini di isi beberapa kegiatan, seperti pembuatan packaging, pembuatan profil bisnis, pendampingan perizinan dan pelatihan pencatatan keuangan. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah BUMDES Amartha, desa Semboro Kidul, kecamatan Semboro, kabupaten Jember.

Metode pelaksanaan yang digunakan

1. Membuatkan packaging yang bagus dan menarik untuk produk-produk BUMDES Amartha, terutama untuk produk kripiknya.
2. Membuatkan video profil yang bagus untuk pengenalan BUMDES Amarta sekaligus pemasaran produknya. Setelah itu mempublikasikan via media social untuk mengenalkan dan menyadarkan masyarakat tentang produk kripik yang lezat dan batik yang berkualitas.
3. Melakukan pendampingan pada BUMDES Amartha saat mengajukan izin usaha.
4. Melatih pengurus BUMDES untuk melakukan pencatatan keuangan secara digital, sehingga mempermudah dalam membuat laporan keuangan.

### **Hasil Kegiatan**

Kegiatan pengabdian masyarakat di BUMDES AMARTHA Semboro kecamatan Tanggul, berjalan cukup lancar hal ini dikarenakan proses persiapan dan pengerjaan pengabdian masyarakat dilakukan selama 2 bulan sebelum serah terima kemasan yang baru, pembuatan NIB dan pembuatan akun-akun promosi di media social.

Proses pengabdian dimulai dengan pengurusan nomor induk berusaha (NIB) di Incubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. BUMDES amartha yg sebelumnya belum memiliki NIB kemudian dibuatkan NIBnya. NIB merupakan salah satu perangkat yang harus dimiliki oleh BUMDES sebagai nomer identitas usaha. Proses pembuatan NIB sangat cepat, cukup 2 jam saja sudah jadi, Nomer NIB BUMDES Amartha yaitu 1602220053154.

Setelah proses pembuatan NIB BUMDES Amartha selesai, tim dari mahasiswa mulai membuat desain kemasan kripik amartha, yang awalnya bentuknya sederhana menjadi kemasan yang lebih menarik dan kekinian. Berikut ini kemasan dari kripik amartha. Berdasarkan penuturan dari mbak listika selaku sekretaris BUMDES Amartha yang membawahi usaha kripik ini, para reseller kripik amartha, antusias dengan kemasan barunya, mereka semakin percaya diri dalam mempromosikan produk kripiknya BUMDES Amartha ini, karena selama ini produk kripik ini memang kekurangannya adalah bungkusnya yg kesanya murahan, padahal kualitas rasanya sangat enak, dan harganya juga lumayan mahal, sepadan dengan kualitas produknya. Dengan adanya kemasan baru ini diharapkan kesadaran masyarakat semboro khususnya dan masyarakat di kota Jember menjadi meningkat bahwa

Jember memiliki produk kuliner yang juga enak untuk dinikmati atau dijadikan oleh-oleh khas Jember.

Selain perbaikan kemasan produk kripiknya, kami juga sudah membuat profil usaha di Instagram dan face book, sehingga mempermudah BUMDES Amartha dalam mempromosikan produk-produknya, alamat Intagram dan facebook dari kripik Amartha yaitu, Amartha keripik, Amartha keripik berikut ini tampilan dari promosi media sosialnya.

Didalam facebook dan Instagram juga terdapat video review tentang kenikmatan dari kripik amartha sekaligus diversifikasi produknya BUMDES Amartha, Selain perbaikan dari segi kemasan dan promosi produk melalui media social, pada program pengabdian masyarakat ini kita juga mendampingi dari pembuatan laporan keuangan. Dalam proses pendampingan pelaporan keuangan kami merasa masih kurang optimal, karena tim kami berada diluar kota, akan tetapi kita akan menindak lanjuti dengan kerjasama antara BUMDES Amartha dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Jember yang diwujudkan dalam implementasi kegiatan BKP MBKM magang atau proyek desa di BUMDES Amartha Semboro, sehingga proses pendampingan laporan keuangan menjadi lebih optimal. Berdasarkan penuturan dari pengurus BUMDES Amartha, selain mereka ada juga BUMDES-BUMDES lain yang sangat membutuhkan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan, serta pendampingan dalam pengelolaan bisnis BUMDES, terutama dalam hal memasarkan produk-produknya.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Pelaksanaan pengabdian masyakat (PPM) di BUMDES Amartha semboro berjalan cukup lancar, meski ada yang belum optimal, tapi bagian lain sudah berjalan sesuai rencana dan ada sedikit improvisasi dari mahasiswa didalam kegiatan pengabdian saat ini yaitu pengenalan produk / promosi melalui social media agar bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas, mengingat masalah pokok dalam produk kripik BUMDES ini adalah minimnya kesadaran masyarakat akan produk asli semboro yang enak, dan berkualitas. Dalam pelaksanaan PPM di BUMDES Amartha ini kita mulai dengan mendaftarkan BUMDES sehingga memiliki nomor induk berusaha (NIB) melalui tim inqubator Universitas Muhammadiyah Jember, kemudian membuat desain kemasan yang baru untuk dicetak kemudian diserahkan kepada pihak BUMDES Amartha. Kemasan yang bagus membuat pihak

BUMDES percaya diri dalam mengenalkan produk sehingga produk menjadi lebih terkenal di masyarakat. Selain kemasan yang bagus, teman-teman dari mahasiswa kemudian membuat social media agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas, bukan hanya masyarakat Semboro tapi juga masyarakat Jember dan masyarakat Indonesia.

### **Saran**

Pelaksanaan PPM 2022 yang difasilitasi oleh LPPM UM Jember merupakan kegiatan baik, mengingat kondisi BUMDES dan UMKM yang hampir gulung tikar karena pandemic virus covid 19 yang melanda sejak 2019 silam. BUMDES Amartha sudah baik karena sudah berusaha mengoptimalkan sumber daya yang ada di desa Semboro, salah satunya yakni memproduksi kripik dari buah-buahan. Mengingat potensi di semboro juga banyak petani yang jeruk dan petani konvensional, akan lebih baik lagi kalau BUMDES Semboro juga mengakomodir hasil pertanian itu sehingga bukan hanya UMKM yang besar tapi juga para petani di semboro juga ikut merasakan kehadiran BUMDES Amartha.

### **Ucapan terima kasih**

Ucapan Terima kasih kepada pemerintah desa Semboro 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 kepada BUMDESA AMARTHA yang bersedia menjadi peserta pengabdian masyarakat ini.

### Daftar Pustaka

Lila, bismala, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Umkm Di Sumatera Utara Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm”. Jurnal Pembangunan Perkotaan. Vol 2. No 2. 2014

Sulistiyani & Pratama, Aditya “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm”. Jurnal pemasaram kompetitif. Vol 3. No 2. 2019

<https://kemendes.go.id/berita/view/detil/1932/40-bumdes-raih-omzet-ratusan-juta-hingga-rp8-miliar-per-tahun>

