

Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kadokan

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Development Program in an Effort to Improve the Economy of the Gift Community

Yulian Dwi Nurwanti¹, Maya Rosita², Nola Widiyati Chainaris³, Siska Indriyani⁴, Tito Sarjono⁵, Welly Dwi Cahya Andryanza⁶, Yoga Dwi Pangestu⁷, Rinto Aditia⁸

Universitas Islam Batik Surakarta, Jl. KH. Agus Salim No.10, Surakarta, 57147, Indonesia.

Email: yuliandwinurwanti98@gmail.com

ABSTRAK

Hasil pendataan dan survei lapangan oleh mahasiswa UNIBA di Desa Kadokan, memiliki UMKM potensial berupa usaha yang menghasilkan suatu produk atau jasa. Namun dalam kegiatan pemasaran pelaku usaha masih melakukan secara konvensional dan dalam pemanfaatan strategi branding juga belum optimal. Sehingga lingkup pemasaran masih terbatas menjadikan usaha yang dijalankan belum dapat berkembang dengan baik. Kegiatan KKN sebagai bentuk pengabdian masyarakat di Desa Kadokan bertujuan untuk memberikan sumbangsih sosial dari kampus untuk masyarakat sekaligus agar masyarakat memperoleh bantuan pikiran dan tenaga untuk melaksanakan pengembangan desa dan menyelesaikan permasalahan masyarakat yang ada di desa. Metode yang digunakan metode pendataan UMKM serta partisipasi mitra dengan cara memberikan arahan manfaat sosial media. Turut serta berkontribusi dalam pendataan UMKM yang ada di Desa Kadokan serta membantu pelaku usaha dalam meningkatkan eksistensi Gates Baker sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan kue custom.

Kata kunci : *Desa Kadokan, Pengabdian Masyarakat, Pengembangan UMKM*

ABSTRACT

The results of data collection and field surveys by UNIBA students in Kadokan Village have potential MSMEs (Micro Small Medium Entrepreneur) in the form of businesses that produce a product or service. However, the business actor's marketing activities are still carried out conventionally and the use of branding strategies is also not optimal. So that the scope of marketing is still limited so that the business being run cannot develop properly. KKN activities as a form of community service in Kadokan Village aim to make a social contribution from the campus to the community as well as so that the community gets the help of mind and energy to carry out village development and solve community problems in the village. The method used is the MSME data collection method and the participation of partners by providing directions for the benefits of social media. Participate in contributing to data collection for MSMEs in Kadokan Village and assist business actors in increasing the existence of Gates Baker as one of the MSMEs engaged in the manufacture and sale of custom cakes.

Keywords: *Kadokan Village, Community Service, MSME Development*

1. PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi di Indonesia menyebabkan terjadinya perubahan kultur. Dalam era saat ini media elektronik dan media sosial menjadi salah satu media utama untuk

melakukan komunikasi, bisnis dan marketing. Perkembangan teknologi sangat berpengaruh dalam mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat Indonesia yang menjalankan bisnisnya secara online, merupakan sebuah peluang bisnis yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan.

Jika media sosial dimanfaatkan secara optimal, hal itu dapat membantu bisnis UMKM dalam memiliki pelanggan baru. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk, dengan cara memanfaatkan media sosial.

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian. Mereka merupakan pemercepat dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Usaha mikro kecil selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai bisnis pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan dihimpunnya penerimaan negara berupa pajak. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional (Christiana, Pradhanawati, & Hidayat, 2014).

Permasalahan utama yang menyebabkan lemahnya pertumbuhan UMKM yaitu dari segi permodalan dan ketersediaan sarana dan prasarana penunjang. UMKM yang dapat membuka usaha namun tidak dapat mempertahankan usahanya dengan alasan keterbatasan modal yang terkadang disebabkan oleh lemahnya daya beli masyarakat dan informasi serta pengetahuan tentang berwirausaha bagi UMKM. Beberapa permasalahan dan hambatan yang ditemui baik dalam hal manajemen secara internal dan eksternal maupun dalam pelaksanaan kegiatan usaha yang antara lain sebagai berikut: 1. Terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM. 2. Masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha di dunia bisnis. 3. Kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam membantu pengembangan dan peningkatan usahanya. 4. Adanya hambatan secara eksternal seperti kesediaan tenaga listrik yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM. 5. Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi, sistem dan proses pemasaran bagi hasil produksinya. 6. Kurang pahamiannya mengenai birokrasi dalam dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembangan usaha bagi UMKM. 7. Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas. 8. Akses sarana informasi yang dapat diakses oleh masyarakat masih terbatas dan kebijakan yang masih terlihat

bias bagi pelaku UMKM, sehingga mengurangi ruang gerak bagi pelaku UMKM (Ariani & Utomo, 2017).

Berdasarkan hasil pendataan dan survei lapangan oleh mahasiswa di Desa Kadokan, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah memiliki UMKM potensial berupa usaha yang menghasilkan suatu produk atau jasa. Namun dalam kegiatan pemasaran pelaku usaha masih melakukan secara konvensional seperti dititipkan pada toko maupun menerima pesanan dari pihak tertentu, dan dalam pemanfaatan strategi *branding* juga belum optimal. Sehingga lingkup pemasaran masih terbatas menjadikan usaha yang dijalankan belum dapat berkembang dengan baik. Seperti salah satu pelaku usaha UMKM yang dianggap memiliki potensi untuk berkembang dimana kegiatan usahanya bergerak dalam bidang pembuatan kue ulang tahun *custom* belum memanfaatkan kegiatan promosi usahanya secara maksimal. Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa kepada pelaku usaha UMKM diharapkan dapat turut serta berkontribusi dalam pengembangan usaha yang sudah ada di Desa Kadokan. Latar belakang pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kadokan disebabkan karena bertujuan untuk memberikan sumbangsih sosial dari kampus untuk masyarakat sekaligus agar masyarakat memperoleh bantuan pikiran dan tenaga untuk melaksanakan pengembangan desa dan menyelesaikan permasalahan masyarakat yang ada desa. Sehingga kelompok KKN tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kadokan, Kecamatan Grogol.

2. METODE PENGABDIAN

Masyarakat dan kelompok sasaran adalah seluruh warga Desa Kadokan yang mempunyai UMKM. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pendataan ke rumah rumah warga yang mempunyai UMKM. Pendataan dilakukan dengan melakukan permohonan izin kepada pihak desa.

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pendataan seluruh warga yang mempunyai UMKM

Melakukan pendataan dari rumah ke rumah untuk mendapatkan informasi UMKM yang dimiliki warga. Pendataan UMKM ini bertujuan untuk mendapatkan jumlah pelaku UMKM secara akurat dan riil, sekaligus membantu pemerintah desa untuk memiliki data terkait kondisi perkembangan UMKM. Program pendataan ini nantinya akan dapat digunakan untuk mewadahi UMKM yang

ada di Desa Kadokan. Dan dengan diadakannya pendataan UMKM ini dapat mengetahui para pelaku usaha yang masih menjalankan bisnisnya kemudian diberikan pembinaan

2. Prosedur Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi:

a. Koordinasi dengan perangkat desa

Kegiatan ini dimaksudkan untuk koordinasi penyusunan jadwal kegiatan. Dengan adanya kesepakatan atau koordinasi terkait jadwal dengan peserta diharapkan semua peserta dapat mengikuti pendataan sesuai dengan jadwal

b. Pendataan

Pendataan UMKM terkait dengan jenis usaha apa yang dijalankan, nama pemilik usaha, strategi marketing, cara mendapatkan barang jualan, lamanya usaha didirikan, dan jumlah SDM

3. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal pendataan dan partisipasi. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan pendataan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim KKN.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai pada kegiatan KKN dan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui “Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kadokan” sebagai berikut :

1. Program Pendataan dan Survei Lapangan Pelaku UMKM di Desa Kadokan

Tabel 1. Tahapan dan Kegiatan Pendataan UMKM

Tahapan	Kegiatan
Persiapan	<p>a) Observasi dan wawancara dengan Kepala Desa mengenai perkembangan UMKM di Desa Kadokan</p> <p>b) Membagi anggota kelompok untuk melakukan survei dan pendataan UMKM</p>

Pelaksanaan	Melakukan survei lapangan dan pendataan secara langsung UMKM Kadokan menggunakan Google Form
Evaluasi dan Refleksi	a) Merekap hasil data UMKM Desa Kadokan b) Memilih salah satu UMKM yang akan dikembangkan pemasaran produk usaha melalui media promosinya berdasarkan pada potensi usahanya
Tindak Lanjut	Membuat design logo dan membantu digitalisasi marketing salah satu UMKM Desa Kadokan

Pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan oleh semua anggota mahasiswa KKN Desa Kadokan, yang sudah terbagi menjadi beberapa kelompok. Dalam kegiatan survei dan pendataan UMKM ini mahasiswa juga dibekali surat keterangan atau surat izin dari kantor kepala desa agar tidak terjadi salah paham oleh warga.

Lokasi pendataan UMKM dilakukan di Desa Kadokan yang terdiri dari 6 Rukun Warga (RW) dan 24 Rukun Tetangga (RT). Alat yang digunakan dalam pendataan adalah Google Form.



Gambar 1. Proses pendataan UMKM

(Sumber :dokumentasi pribadi)

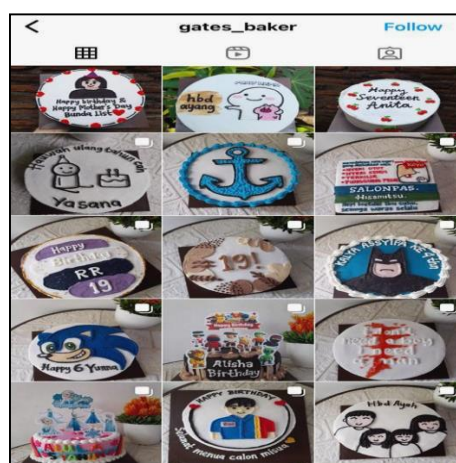
2. Program Pengembangan UMKM di Desa Kadokan

Setelah dilakukan pemilihan salah satu UMKM yaitu “Gates_Baker” karena dinilai berpotensi usahanya dapat berkembang, selanjutnya oleh mahasiswa akan dibantu dalam program pengembangan usaha dengan memberikan sarana promosi tambahan. Produk dari UMKM ini merupakan kue ulang tahun yang dapat dihias dan dibentuk secara *custom* atau sesuai keinginan dari konsumen. Hal tersebut tentunya menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen dalam strategi marketingnya. Pada program ini mahasiswa memberikan informasi serta berkontribusi dalam melakukan promosi melalui media sosial atau digitalisasi marketing.



Gambar 2. Kunjungan ke usaha kue Gates Baker

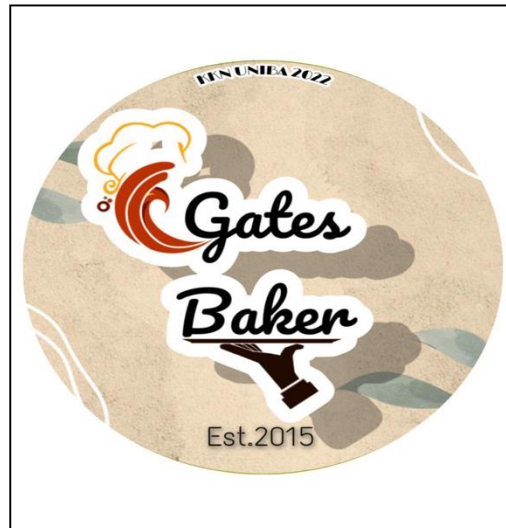
(Sumber : dokumentasi pribadi)



Gambar 3. Contoh produk UMKM

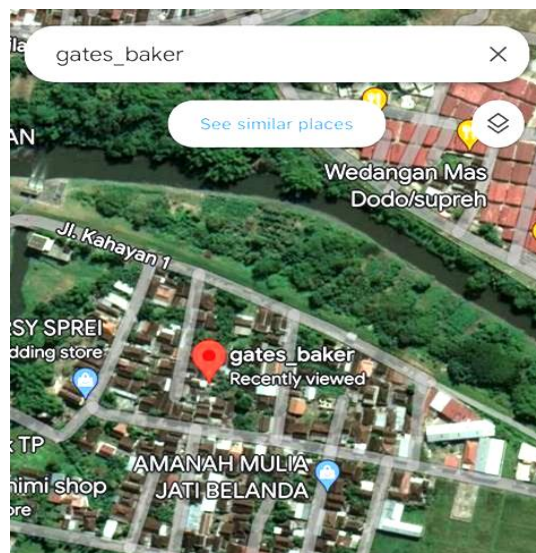
(Sumber:dokumentasi instagram)

Kegiatan yang dilakukan mahasiswa untuk membantu memperluas promosi UMKM tersebut, diantaranya sebagai berikut :



Gambar 4. Inovasi logo usaha
(Sumber:dokumentasi pribadi)

Gambar bentuk secara visual mengenai inovasi logo oleh mahasiswa KKN. Logo sebagai bagian dari brand maka seharusnya berbeda dengan lainnya (Rini Agustina, dkk, 2021).



Gambar 5. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps
(Sumber:dokumentasi Google Maps)



Gambar 6. Proses pembuatan baner .
(Sumber:dokumentasi pribadi)



Gambar 7. Pemberian dan pemasangan baner usaha oleh mahasiswa.
(Sumber:dokumentasi pribadi)

Selain pembuatan logo usaha oleh mahasiswa, kegiatan lainnya yaitu pendaftaran titik lokasi usaha di Google maps dan pemasangan baner yang berfungsi untuk pengenalan kepada masyarakat luas mengenai tempat lokasi produksi UMKM tersebut.

4. SIMPULAN

Hasil dari program pengembangan UMKM di Desa Kadokan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa KKN UNIBA turut serta berkontribusi dalam pendataan usaha UMKM yang ada di Desa Kadokan serta membantu pelaku usaha dalam meningkatkan eksistensi *gater_baker* sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan kue *custom*. Dalam hal ini dengan adanya pembuatan inovasi design logo, pembuatan baner usaha, dan digitalisasi berupa pendaftaran lokasi yang akurat di *google maps* dengan tujuan mengembangkan dan mempromosikan produk serta membangun *branding* terhadap produk. Sehingga masyarakat dan calon konsumen lebih mudah menemukan UMKM *gater_baker* dibandingkan pelaku usaha lainnya.

5. SARAN

Hal yang harus dilakukan untuk UMKM Desa kadokan adalah melakukan pemasangan logo, pembuatan baner usaha dan digitalisasi berupa pendaftaran lokasi yang akurat di *google maps*.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada kepala Desa Kadokan, dan juga kepada masyarakat desa Kadokan serta pihak-pihak yang telah membantu dalam pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi COVID-19. *SERINA IV UNTAR 2022*, 1-8.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1, 1-10.
- Femi Oktaviani, D. R. (2018). Penguatan Produk UMKM "Calief" Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI*.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1, 1-16.

-
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, VII, 1-13.
- Munsa, Y., & Pinilih, M. (2019). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers*, 1-10.
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2 (1), 1-9.
- Nasution, I. S., & Siregar, E. F. (2019). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Aplikasi Ujian dalam Jaringan Berbasis Web bagi Guru SMP Muhammadiyah di Kota Medan. *Jurnal Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, III, 1-9.
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., NF, A. G., & N, D. R. (2018). Penguatan Produk UMKM "Calief" Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI*, I, 1-7.
- Padilah, A. R., Khofifah, A. N., Izzulhaq, E. N., Natasya, S., Nisa, S. N., & Khumaeroh, M. S. (2021). Strategi Pengembangan Umkm melalui Digitalisasi Promosi Produk di Desa Melati Wangi Rw. 08 Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, I, 1-13.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pengembangan Marketing Website dan Desain Kemasan pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17)*, V, 1-7.
- Puji, R. A., Kartono, & Rahmadi. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Teknologi dan Integrasi Akses Permodalan. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, VIII, 1-9.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, IV, 1-16.
- Sandi, B. S., Muljaningsih, S., & Wahed, M. (2022). Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Kelurahan Tambak Wedi Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, II, 1-7.

Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, XXIX, 1-10.

Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi COVID-19 di Riau. *Prodi Administrasi Publik UPN Veteran Jawa Timur*, 1-194.