



Strategi UMKM Naik Kelas Pada Produk KWT Maju Lestari Desa Kebondowo Melalui Literasi Pemasaran

Indung Wijayanto^{1✉}, Raffi Hemas Anggoro², Amalia Febri Setiyowati³,
Nailus Syifa⁴, Nita Aprillia⁵

¹ Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

^{2,3,4} Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

⁵ Seni Rupa – Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Email: indungwijayanto@mail.unnes.ac.id

Abstrak. Transformasi ekonomi terus diupayakan pemerintah dalam menghadapi derasnya arus globalisasi dengan implementasi digitalisasi yang masif di berbagai sektor penunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Pengabdian yang diimplementasikan oleh Tim UNNES Giat 6 Desa Kebondowo memberikan arahan strategi pengembangan untuk solusi permasalahan pelaku usaha desa yang menghambat perkembangan usaha. Pendampingan menggunakan metode data deskriptif yang diolah melalui metode kualitatif di dusun Jrah dan dusun Kebondowo, Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang dengan fokus pada penguatan SDM dan perluasan pangsa pasar produk melalui digital. Hasil dari program kerja tim diterima kelompok wanita tani Maju Lestari Dusun Jrah dengan baik dengan hasil pembuatan media sosial dan kartu nama UMKM. Pendampingan diikuti oleh para anggota UMKM dan juga sudah diimplementasikan yang berdampak positif terhadap keberlangsungan usaha UMKM KWT Maju Lestari baik melalui langsung atau digital.

Abstract. The government continues to strive for economic transformation in the face of the rapid flow of globalization by implementing massive digitalization in various sectors that support national economic growth. The service implemented by the UNNES Giat 6 Kebondowo Village Team provides development strategy direction for solutions to problems of village business actors that hinder business development. Assistance uses descriptive data methods which are processed through qualitative methods in Jrah and Kebondowo hamlets, Kebondowo Village, Banyubiru District, Semarang Regency with a focus on strengthening human resources and expanding product market share through digital. The results of the team work program were well received by the Maju Lestari Dusun Jrah women's farmer group, with the results of creating social media and MSME business cards. The mentoring is attended by MSME members and has also been implemented which has had a positive impact on the sustainability of the KWT Maju Lestari MSME business either directly or digitally.

Keywords: MSMEs; Digitalization; Marketing; Rural Economy

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia baik perorangan atau badan usaha sebagai kontribusi dalam memperoleh pendapatan. UMKM memiliki peran vital dalam kemajuan pertumbuhan perekonomian Indonesia (Pujiono., 2015). Saat ini, UMKM sedang memasuki tren yang positif dengan pertambahan jumlah yang signifikan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional 2022 sebesar 60,5% yang menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia sangat berpotensi bagi perekonomian Indonesia kedepan. Dilihat dari sejarah perekonomian Indonesia, UMKM sudah secara objektif sebagai penopang perekonomian bahkan dalam kondisi kritis saat terjadi ketidakpastian atau krisis ekonomi baik oleh gejolak politik atau pandemi.

UMKM dinilai tidak terdorong oleh tekanan eksternal sehingga mampu bertahan ketika menghadapi ketidakpastian dan krisis keadaan ekonomi. Hal ini disinyalir terjadi karena UMKM memiliki kekuatan tenaga kerja cukup tinggi dan jumlah investasi yang minim sehingga fleksibel dalam menghadapi dinamika pasar (Oktaviani et al., 2018). Pertumbuhan

skala yang lebih besar dan berkelanjutan terus diupayakan oleh pemerintah dalam memperkuat daya saing lokal pada koperasi dan UMKM (Vikaliana, Harsanti, Wulandari, & Andayani, 2017) demi terwujudnya kemandirian ekonomi nasional antara lain dengan Program Kredit Usaha Rakyat, Program UMKM Go Online, Pemberian HAKI, dan Promosi melalui Galeri Indonesia WOW. Namun, program tersebut masih membutuhkan eksposur yang lebih besar dalam sosialisasinya akan banyak pihak yang terlibat dan mencakup akses informasi yang luas bagi setiap UMKM

Seiring dinamika industri ekonomi yang berputar cepat, situasi sulit dihadapi oleh perkembangan UMKM yang dituntut selektif dalam adaptivitas lingkungan yang kompleks, terutama dalam kehidupan digital saat ini yang mempengaruhi perilaku konsumen yang melakukan transformasi menjadi perilaku belanja online baik melalui marketplace, e-commerce, maupun media sosial (Iskandar et al., 2022). Perilaku belanja online memerlukan pemasaran internet yang secara dasar merupakan salah satu aktivitas memasarkan produk melalui penggunaan teknologi jejaring internet. Pemasaran online atau e-marketing tidak hanya berbentuk iklan pada situs web atau aplikasi, tetapi juga pada media lainnya, seperti email dan jejaring sosial.

Perubahan perilaku konsumen harus menjadi perhatian UMKM dalam melakukan pembenahan pengelolaan produk dan jasa yang ditawarkan agar lebih memiliki visi yang solid untuk konsumen (Sutandi, 2020). Hal ini harus menjadi pertimbangan produsen tidak hanya berhubungan dengan isi produk, tetapi juga estetika produk yang dibeli. Untuk itu, sudah seharusnya pengelolaan packaging dan branding sebuah output dikelola dengan baik melalui pengenalan dan pemahaman sehingga dapat berkompetitif yang nantinya meningkatkan nilai dari usaha tersebut.

Salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui program Tim UNNES Giat 6 Desa Kebondowo yang berlangsung selama kurang lebih 2 bulan yaitu “Strategi UMKM Naik Kelas Pada Produk KWT Maju Lestari Desa Kebondowo melalui Literasi Pemasaran”. UNNES Giat 6 merupakan implementasi program MBKM di Universitas Negeri Semarang yang terlaksana pada Semester Ganjil 2022/2023. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Giat 6 ini menjadi salah satu bentuk kegiatan pembelajaran praktik dibawah pengelolaan Pusat KKN Universitas Negeri Semarang.

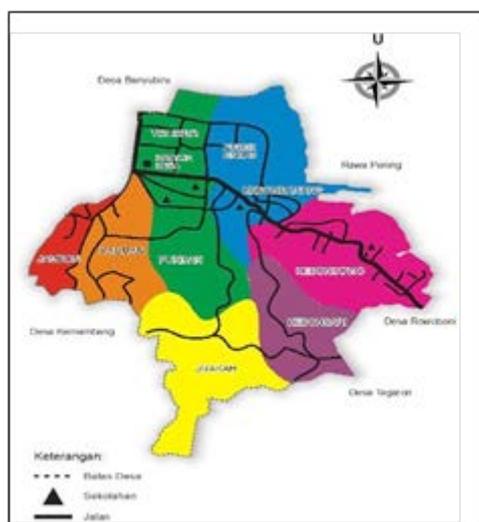
Adapun pelaku UMKM di Desa Kebondowo sudah berada di fase berkembang, salah satunya berada di Dusun Jrasah. Kondisi masyarakat disini sudah mendapat pengetahuan dasar tentang kemasyarakatan, khususnya tentang ekonomi desa. Dengan sumber daya alam yang tersedia, warga setempat memanfaatkan dengan cukup baik sehingga memunculkan produk dagangan, seperti produk jahe dan gula aren kemasan. Salah satu UMKM yang berada di Desa Kebondowo berasal dari organisasi kemasyarakatan KWT (Kelompok Wanita Tani) yang beranggotakan para ibu rumah tangga. Pada observasi awal, tim peneliti mengeksplorasi faktor penting penggerak organisasi baik secara sumber daya manusia maupun produk penjualan. Dengan pertimbangan berbagai data yang diperoleh, tim peneliti menawarkan pendampingan terhadap KWT Maju Lestari secara menyeluruh baik sosialisasi (mentoring terhadap anggota) maupun implementasi secara langsung (terhadap proses pengembangan usaha dan produk). Pendampingan ini nantinya diharapkan akan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan usaha dan produk serta perluasan segmen pasar.

Metode

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Lokasi pengabdian kepada masyarakat Tim Giat 6 Desa Kebondowo dengan judul “Strategi UMKM Naik Kelas Pada Produk KWT Maju Lestari Desa Kebondowo melalui

Literasi Pemasaran” yang dilaksanakan dalam rangka peningkatan kualitas usaha dan produk dari potensi yang dimiliki Desa Kebondowo, khususnya di Dusun Jarakah RT 02 RW 11 Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang. Produk dari Dusun Jarakah buatan organisasi masyarakat KWT Maju Lestari yang tersedia terdiri atas gula semut manis asli (Gulamas), temulawak herbal, dan Jahe Jalaran.



Gambar 1. Lokasi Desa Kebondowo, Banyubiru, Kabupaten Semarang.
Sumber: kebondowo.com



Gambar 2. Kegiatan Wawancara pada KWT Maju Lestari

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat yang termasuk dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Giat ini yang dipraktikkan di Dusun Jarakah, Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang dengan skema kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pengembangan usaha dan produk serta perluasan segmen pasar dari KWT Maju Lestari. Tim kami dalam pengabdian ini menggunakan data deskriptif yang diolah melalui metode kualitatif. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih detail, tim kami meneliti dengan metode observasi dan wawancara kepada pihak organisasi. Beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pendampingan UMKM KWT Maju Lestari antara lain sebagai berikut:

Tahap Pertama: Langkah pertama dari kegiatan pendampingan UMKM ini adalah observasi awal dengan cara melakukan wawancara. Wawancara dilakukan kepada ketua KWT Maju Lestari yang dilakukan secara langsung pada rumah Ketua organisasi. Wawancara awal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal dan profil usaha serta latar belakang pendirian KWT Maju Lestari. Gambar 2 berikut merupakan kegiatan wawancara yang dilakukan secara langsung di rumah Bu Fatimah Selaku ketua KWT.

Tahap Kedua: Tahapan kedua dari kegiatan pendampingan branding UMKM ini adalah observasi yang dilakukan dengan mendatangi secara langsung rumah produksi KWT Maju Lestari. Tujuan kegiatan observasi ini adalah untuk mengetahui proses produksi berupa pembuatan produk kemasan dan dilakukan pengambilan video serta foto produk. Output observasi ini akan kami tindaklanjuti untuk penentuan permasalahan yang dihadapi oleh KWT Maju Lestari dan membedah solusi seperti apa yang akan diterapkan. Gambar 3 berikut merupakan kegiatan observasi langsung yang dilakukan pada KWT Maju Lestari.



Gambar 3. Aktivitas Observasi pada KWT Maju Lestari

Tahap Ketiga: Tahapan ketiga dari kegiatan pendampingan branding dan sosialisasi ini adalah penentuan solusi atas permasalahan dan tindak lanjut yang dihadapi oleh KWT Maju Lestari. Penyampaian dari solusi akan dilakukan secara langsung melalui penerapan 4 program kerja yang kami tawarkan secara menyeluruh.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Giat 6 Desa Kebondowo terhadap UMKM Desa Kebondowo menjawab permasalahan dan tantangan yang dihadapi, khususnya dalam organisasi kemasyarakatan desa dalam pengembangan usaha dan produk penjualannya. Dalam penerapan programnya, kami memiliki 4 program yang masing masing berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM baik dari sumber daya manusia maupun produk yang dihasilkan. Peran pendampingan ini untuk membantu masyarakat Desa Kebondowo agar UMKM desa menjadi naik kelas. Target sasaran kami menyeluruh khususnya pada seluruh UMKM yang berada di Dusun Kebondowo dan Dusun Jrasah yang masih perlu literasi pemasaran dan edukasi digitalisasi terutama dalam penerapan sehari-hari. Literasi pemasaran di desa mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman tentang pasar desa dan strategi pemasaran. Aspek-aspek ini perlu dipahami oleh pelaku usaha agar mereka dapat memasarkan produk secara efektif dan efisien.

Sosialisasi Literasi Perizinan Usaha dan Pembayaran Digital UMKM

Kegiatan sosialisasi atau mentoring secara langsung dihadiri oleh lebih dari 30 anggota PKK yang tergabung dalam UMKM Desa Kebondowo. Sosialisasi ini menjadi tahap awal dari penerapan program kerja Strategi UMKM Naik Kelas untuk literasi masyarakat tentang pentingnya beradaptasi dalam kemajuan ekonomi saat ini. Tim kami menjelaskan pada pentingnya pengelolaan keuangan yang terstruktur dan penempatan segmen pasar yang sesuai target. Penjelasan ini sudah kami sesuaikan dengan masalah utama yang dihadapi oleh mayoritas UMKM adalah pembukuan keuangan yang terstruktur untuk menganalisis pertumbuhan usaha. Selanjutnya, kami juga menjelaskan pentingnya dual pemasaran antara penjualan secara langsung (offline) maupun penjualan secara daring (online).

Fokus utama UMKM Desa Kebondowo dalam penjualan offline sudah membuahkan performa yang baik, tetapi belum bisa menangkap kesempatan yang lebih luas melalui perizinan usaha yang resmi hingga pembayaran dalam metode cashless. Dengan adanya literasi tambahan tersebut, memberikan pemahaman lebih lanjut evaluasi terhadap pengembangan usaha. Sosialisasi literasi ini juga sejalan dengan program pemerintah Indonesia, khususnya melalui pemerintah provinsi dalam memajukan UMKM dari desa.



Gambar 4. Selebaran Pembayaran Digital dan Perizinan Usaha

Implementasi Perizinan Berusaha pada UMKM

Legalitas usaha menjadi faktor terpenting bagi semua pelaku usaha di Indonesia, termasuk UMKM. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi hal wajib sebagai identitas resmi sebuah usaha yang secara resmi diterbitkan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan berlaku secara nasional. NIB merupakan pengganti; 1) Tanda daftar Perusahaan (TDP); 2) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan 3) Izin Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Mayoritas UMKM masyarakat Desa Kebondowo sudah memperoleh kepemilikan nomor dan sudah terdaftar secara resmi, tetapi juga masih terdapat usaha yang masih belum tercatat secara legal yang akhirnya tim kami membantu untuk pembuatan NIB secara online.



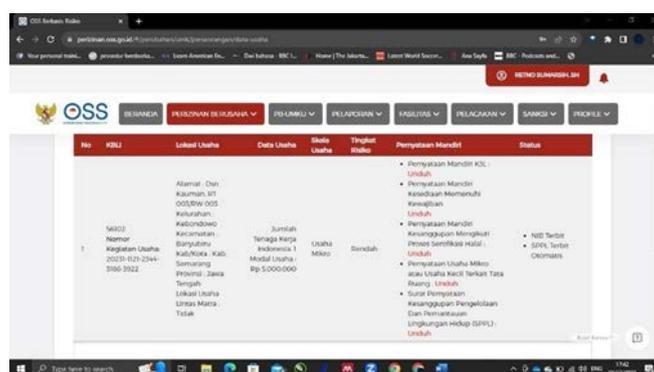
Gambar 5. Sosialisasi Bersama Anggota PKK Desa Kebondowo

Tim kami mendata lebih dari 10 UMKM yang ingin mendaftarkan usahanya untuk mempunyai NIB. Data pemohon kami terima setelah sosialisasi selesai untuk segera diproses. Masyarakat sangat antusias mengenai pentingnya NIB untuk UMKM, seperti 1) kemudahan akses perizinan (izin produksi, izin edar, dan izin impor); 2) akses pembiayaan dari lembaga keuangan; dan 3) kemudahan partisipasi dalam pengadaan barang/jasa Pemerintah. Dengan kepemilikan NIB bagi UMKM di Desa Kebondowo, diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha dan meningkatkan kemudahan dalam pemasaran produk.

Implementasi Pembayaran Digital pada UMKM

Pembayaran digital merupakan transformasi bentuk transaksi yang mengadopsi teknologi digital, seperti internet, smratphone, atau QR Code. Penggunaan pembayaran digital ini sangat didukung oleh Bank Indonesia untuk digencarkan kepada UMKM yang akan menambah daftar UMKM Go Digital kedepannya. Di Desa Kebondowo masih cukup jarang UMKM yang menerapkan digitalisasi. Fokus utama UMKM masih dalam cakupan offline baik melalui relasi terdekat maupun event/festival. Tim kami menjelaskan pentingnya penerapan QRIS sebagai transaksi tambahan menggunakan non-tunai. Selain itu, QRIS juga memberikan jawaban atas permasalahan keuangan yang berantakan agar lebih terstruktur sistematis sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan keuangan.

Tim kami telah mendata beberapa UMKM untuk didaftarkan usahanya agar memperoleh QRIS sebagai pembayaran usahanya. Biaya pembuatan QRIS untuk UMKM sebesar Rp. 30.000 yang meliputi biaya registrasi, biaya aktivasi, dan biaya pemeliharaan. Nantinya juga kami mendampingi bagaimana proses transaksi agar terhubung dengan rekening pemilik sehingga sudah bisa tercatat secara otomatis.



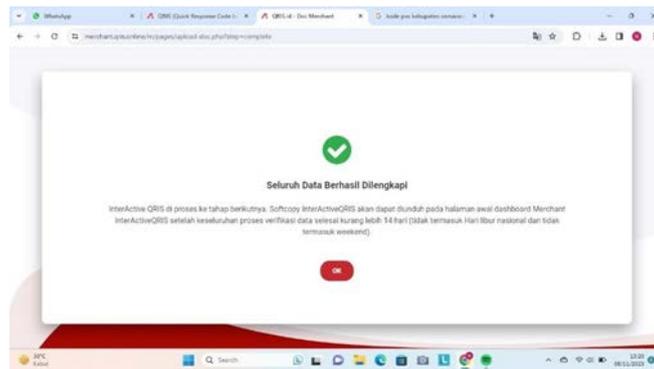
Gambar 6. Pendaftaran NIB UMKM Desa Kebondowo secara *Online*

Implementasi Pengembangan UMKM Melalui Perancangan Branding Produk dan identitas merek

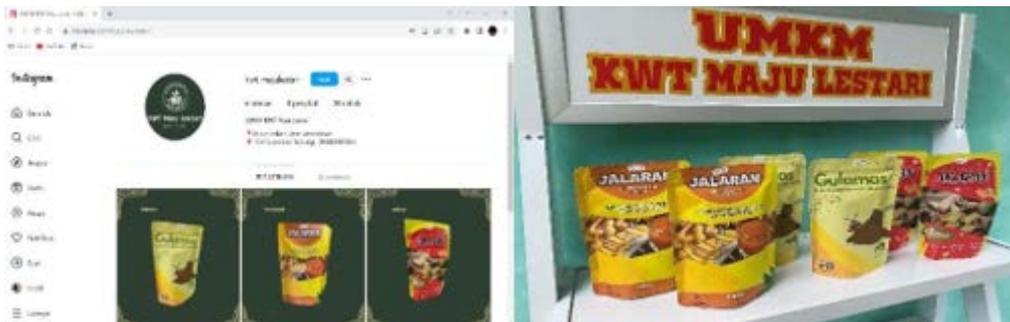
Perluasan pangsa pasar penjualan produk UMKM Desa Kebondowo tak terlepas dari strategi perancangan branding dengan merek. Daya saing yang terus ditingkatkan membuat

Tim kami membantu dalam re-branding produk kemasan produk UMKM KWT Maju Lestari untuk memberikan citra positif di mata pelanggan. Pembuatan produk kemasan sudah melalui riset dan analisis kompetitor untuk dapat masuk dalam persaingan di industri produk makanan kemasan. Tim kami melakukan perancangan branding dengan dua metode, yaitu offline (pembuatan kartu nama) dan online (penjualan di media sosial).

Dalam pembuatan kartu nama merupakan kebutuhan dimana mayoritas pendapatan usaha dari UMKM masih berada di segmen penjualan secara langsung. UMKM KWT Maju Lestari juga sering diundang dalam acara pameran UMKM yang diadakan baik oleh Kecamatan Banyubiru maupun Provinsi Jawa Tengah. Adanya kartu nama ini akan membangun citra profesional di mata calon pelanggan bahwa UMKM ini serius dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang disampaikan di kartu nama berupa logo dan kontak pemilik yang nantinya dapat membangun hubungan dengan calon pelanggan.



Gambar 7. Pembuatan QRIS melalui Web



Gambar 8. Dokumentasi Produk UMKM KWT Maju Lestari



Gambar 9. Desain Kartu Nama UMKM KWT Maju Lestari

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh Mahasiswa KKN Giat 6 Desa Kebondowo disimpulkan untuk kemajuan UMKM Desa Kebondowo, khususnya UMKM KWT Maju Lestari membuahkan hasil yang positif untuk kemajuan UMKM sebagai ujung tombak perekonomian desa. Dengan adanya penerapan program kerja UMKM Naik Kelas ini diharapkan hadirnya pengembangan usaha secara menyeluruh mulai dari pengembangan sumber daya manusia mengenai adaptasi ekonomi digitalisasi yang serba efisien dan sistematis hingga pengembangan produk yang inovatif dan memiliki pangsa pasar yang luas.

Strategi UMKM Naik Kelas merupakan program pemerintah yang bertujuan meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM di Indonesia. Program yang diluncurkan oleh Pemerintah ini kami dukung dengan penerapan pada Desa Kebondowo sebagai langkah awal UMKM mendorong pertumbuhan kesejahteraan masyarakat.

Dengan segala permasalahan yang sudah kami teliti dan observasi, kami menerapkan program kerja yang melengkapi kekurangan dalam usaha UMKM, seperti sosialisasi literasi keuangan digitalisasi untuk kebutuhan dasar agar usaha bisa bertahan berkelanjutan, perizinan usaha dan branding usaha melalui media online dan offline agar mendapat eksposur yang lebih besar untuk output penjualan yang lebih maksimal.

Selanjutnya, Tim kami memberikan rekomendasi dalam peningkatan inklusi pemasaran agar para ibu-ibu anggota PKK dan UMKM KWT Maju Lestari Desa Kebondowo agar selalu meningkatkan kemampuan digitalisasinya baik belajar otodidak maupun merekrut profesional dalam menjalankan usaha ataupun juga bisa bermitra dengan pihak ketiga dalam mengelola media sosial agar segmen penjualan secara online tetap terus berkontribusi.

Referensi

- (Desa Kebondowo, 2023)
- (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023)
- Kadeni, Srijani Ninik, (2020) Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *Jurnal Equilibrium*, Vol. 8, No. 2
- Pujiono, Akselarasi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui Pendidikan, *Proceeding Seminar Nasional Peningkatan Kapabilitas UMKM dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas*, t.th.
- Ragimun, Sudaryanto, & Wijayanti, R. R. (2015). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Web Kementerian Keuangan, 1–32.
- Rahmini Suci, Yuli. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia, *Jurnal IlmiahCanoEkonomos*, Vol. 6
- Suryanto, R. (2022). Kajian UMKM Naik Kelas di Kabupaten Sleman Tahun 2020 (Study of Upgrade MSMEs In Sleman District In 2020). 3(2), 127–139.
- Sutandi, S., Vikaliana, R., Hidayat, Y. R., & Evitha, Y. (2020). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM melalui “UMKM Naik Kelas” Pada UMKM di Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusa. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 159–163. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.740>