

# Pemberdayaan Umkm Tempe Dan Kerupuk Melalui Penguatan Legalitas Izin Usaha Dan Digital Marketing

**Sunarno<sup>\*1</sup>, Iskandar Bukhari<sup>2</sup>**

1 Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

2 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: sunarno@umy.ac.id)

DOI: 10.18196/ppm.44.602

## Abstrak

. Program ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui penguatan kesadaran berinovasi melakukan penetrasi pasar dan memahami urgensi legalitas izin usaha sebagai syarat penting eksistensi UMKM. Metode yang digunakan adalah workshop dan pendampingan. Dikarenakan masih masa pandemi maka penjabaran metode dilakukan dengan pola sinergi antara program PPMKKN Dosen dengan KKN Reguler berbasis IT atau Information Technology. Program ini berlangsung selama satu bulan yang dimulai dari tanggal 16 Januari 2021 sampai 15 Februari 2021. Hasil pengabdian menunjukkan kesadaran inovasi melakukan penetrasi pasar oleh UMKM melalui program PPMKKN dan KKN Reguler IT ditunjukkan dengan perubahan penggunaan strategi pemasaran traditional ke strategi digital dengan penguatan konten yang harus merefleksikan kualitas produk dan kemasan. Implikasi dari program ini adalah telah adanya upaya adaptasi teknologi, elaborasi, dan sinergi dari berbagai variasi UMKM untuk berkolaborasi sesama UMKM untuk melakukan penetrasi pasar dengan meningkatkan kualitas produk dan memperkuat koordinasi dengan yang berwenang dalam memperkuat legalitas usaha UMKM

KEYWORDS: Pemberdayaan, Adaptasi Dan Kolaborasi, Inovasi Marketing

## Pendahuluan

Desa Sardonoarjo memiliki budaya kewirausahaan dan kemandirian yang tinggi. Jenis usaha dari sektor yang bersifat agraris, industri, jasa, dan agrowisata menjadi andalan kehidupan desa ini. Data desa menunjukkan terdapat 10.000-an UMKM yang eksis di desa tersebut. Sektor agraris saja kalau dihitung rupiah selama pandemi dan lockdown bisa berhemat sekitar sepuluh milyar, terkait budaya tanam sayur di setiap rumah hampir di setiap warga setempat. Dusun Prumpung dan Dusun Ngebel Gede adalah dua dari puluhan dusun di Desa Sardonoarjo. Dusun Prumpung mempunyai cikal bakal sebagai sentra home industry kerupuk gendar dan telo. Sedangkan Dusun Ngebel Gede menjadi cikal bakal hadirnya sentra home industry tempe. Kehadiran home industry itu juga bernilai strategis di masa kini maupun masa mendatang kaitannya dengan keberlanjutan secara ekonomi desa, oleh karenanya UMKM ini terkait erat dengan keberadaan karang taruna Desa Sardonoarjo. Tiga mitra inilah yang menjadi ajang pembelajaran program ini untuk mengangkat topik pemberdayaan UMKM tempe dan kerupuk melalui penguatan legalitas UMKM dan inovasi penetrasi pasar.

Adanya pandemi Covid-19 ini mengakibatkan hampir seluruh aspek kehidupan berubah terutama pada aspek ekonomi yang paling berdampak dan mengalami kerugian yang sangat besar. Banyak UMKM juga yang mengalami kerugian pada saat pandemi ini. Oleh karena itu tujuan dari KKN IT saat ini yaitu ingin membantu UMKM agar mampu bertahan dan berkembang dengan

<sup>1</sup> <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/149>

baik meskipun masih dalam masa pandemi. Program PPMKKN dan KKN Kelompok 194 mengambil tema “Pemberdayaan UMKM dan Karang Taruna di Desa Sardonoarjo Berbasis IT” dilatarbelakangi keinginan membantu mengembangkan UMKM dengan cara memasarkan produk melalui media sosial, branding, packaging yang menarik, pelayanan terhadap konsumen, serta pembuatan konten yang menarik di media sosial agar dapat mencapai pasar yang lebih luas. Diharapkan para mitra UMKM mampu menghadapi hambatan yang mereka hadapi di tengah pandemi Covid-19. Di zaman yang modern ini, hampir semua kegiatan menggunakan teknologi informasi, yang diharapkan hal tersebut mampu digunakan UMKM di kehidupan sehari-harinya sehingga dapat memudahkan mereka untuk bekerja secara efektif dan efisien. Dapat dikerucutkan bahwa fokus permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memberdayakan UMKM Home Industry Tempe dan Kerupuk Gendar dalam mengembangkan potensi marketing?
  2. Bagaimana cara meningkatkan legalitas izin usaha dan branding UMKM agar menarik di masyarakat ?
  3. Bagaimana cara penggunaan pencatatan keuangan digital yang sederhana bagi UMKM?
- Solusi terhadap permasalahan di atas adalah dilakukan secara gradual namun konsisten dalam tahapan waktu terukur dengan melakukan:

1. Penyadaran arti pentingnya pembaharuan pemikiran UMKM untuk memberdayakan UMK*Home Industry* tempe dan kerupuk *gendar* dalam mengembangkan potensi *marketing*.
2. Pelatihan dan workshop untuk meningkatkan *branding* UMKM agar menarik di masyarakat.
3. Pendampingan untuk memperkenalkan pencatatan keuangan digital yang sederhana bagi UMKM.

Dengan solusi tersebut ditargetkan akan memberi implikasi kepada UMKM berupa:

1. Penggunaan teknologi untuk memperluas pemasaran jangkauan pasar produk mitra.
2. Peningkatan omzet yang lebih besar dari sebelumnya.
3. Perluasan pangsa pasar.
4. Intensitas pemberian informasi profil produk semakin luas

Dampak yang lebih jauh dan luas dari program ini meliputi:

1. Upaya legalisasi izin usaha dan inovasi pemasaran produk yang lebih masif dalam bentuk *online* maupun *offline* untuk semua UMKM yang berjumlah sekitar sepuluh ribuan tersebut.
2. Mampu meningkatkan dan menarik daya beli masyarakat Sardonoarjo .
3. Mampu meningkatkan taraf ekonomi yang lebih baik.

### **Metode Pelaksanaan**

Metode yang dipakai dalam pelaksanaan program ini adalah workshop serta pendampingan kepada UMKM mitra.

Workshop dilakukan dengan diawali pengenalan interaktif tentang makna penetrasi pasar melalui webinar. Webinar dilakukan dengan sasaran mitra pelaku UMKM dan karang taruna. Webinar dilakukan untuk memahami arti pentingnya UMKM dan materi materi dasar hukum, strategi pemasaran, dan kelembagaan UMKM serta strategi penetrasi pasar. Pengisi materi webinar adalah dari DPL dan *expert* di bidang ekonomi pemasaran.

Materi webinar ditindaklanjuti dengan pelatihan dan workshop dilakukan dengan mitra yang sama dengan fokus ke penguatan pemahaman dan *skill* pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan UKMKM dengan tujuan mampu mengoperasikan dan mengenal serta membuat *marketplace* UMKM yang bersangkutan

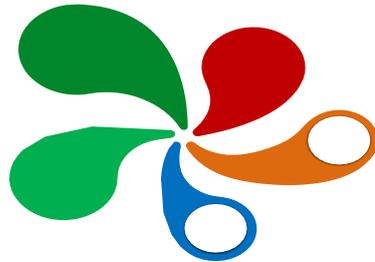
Hasil workshop dan pelatihan kemudian ditindaklanjuti melalui pendampingan dengan fokus memilih model *marketplace* dan meng-*upload* materi *content* UMKM dan meng-*update* dari waktu ke waktu.

Alat alat dan materi yang dioperasikan adalah:

Alat, materi, dan langkah-langkah pelaksanaan kegiatan ini secara detail meliputi:

1. **Webinar** penetrasi pemasaran digital dan legalitas hukum, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan angka 1. Materi dan gambaran iptek sebagai berikut:

Materi dan alat legalitas izin usaha adalah Peraturan perundang-undangan tentang legalitas izin usaha Permkeu tentang Usaha Mikro (UMI) dan Perbub No 94 Kabupaten Sleman



### Apa itu Pembiayaan UMi?

Program pemerintah yang menyediakan fasilitas pembiayaan bagi usaha ultra mikro yang belum dapat mengakses program pembiayaan dari perbankan. Maksimal plafond pembiayaan Rp20Juta / per debitur.

1. **Bagaimana UMi Disalurkan?**

Terdapat 2 mekanisme penyaluran UMi yang dapat dipilih oleh Penyalur, yaitu:

- Pola langsung: Penyalur langsung menyalurkan pembiayaan ke Debitur
- Pola tidak langsung: Penyalur menyalurkan pembiayaan melalui Lembaga *linkage* (Koperasi dan LKM)

Pusat Investasi Pemerintah

Pusat Investasi Pemerintah

### Siapa yang berhak memperoleh UMi?

Usaha Ultra Mikro yang dimiliki oleh WNI (dibuktikan dengan NIK elektronik) dan tidak sedang menerima fasilitas pembiayaan pemerintah yang tercatat di Sistem Informasi Kredit Program (SIKP)

### 2. Siapa yang Menyalurkan UMi?

Pembiayaan UMi disalurkan oleh BLU Pusat Investasi Pemerintah melalui Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).

LKBB yang dapat menjadi Penyalur UMi harus memenuhi kriteria:

- Berpengalaman dalam pembiayaan UMKM minimal 2 (dua) tahun
- Sehat dan berkinerja baik
- Terkoneksi dengan SIKP UMi

### Apa Tujuan UMi?

- Menyediakan pembiayaan yang mudah dan cepat bagi Usaha Ultra Mikro
- Menambah jumlah wirausahawan yang mendapat fasilitas pembiayaan dari Pemerintah
- Menjadi jembatan bagi usaha mikro penerima bantuan sosial untuk naik kelas dan dapat mengakses pembiayaan perbankan

**Strategi UMKM**  
**agar Mampu Beradaptasi**  
**di tengah Pandemi COVID-19**

Iskandar bukhori Pengabdian masyarakat jan 2021

## Materi Strategi Penetrasi Pasar



ini diantara materi strategi penetrasi pasar

2. Kegiatan berikutnya yaitu memberikan pelatihan, hal ini dilakukan dalam rangka mencapai tujuan angka 2 dan 3 yang berupa kegiatan dalam bentuk pelatihan, FGD (*Focus Group Discussion*), workshop, dan simulasi

## 3.

Mengenalkan dan mengoperasional berbagai pendekatan strategi digital *marketing*

### Digital Marketing



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi, ilustrasi, diagram, dan sejenisnya dari hasil pelaksanaan program yang secara umum dilaksanakan secara *blended system* yaitu campuran antara *online* dengan *offline* mengingat kondisi pandemi Covid-19 yang masih memuncak di sekitar DIY dan sekitarnya. Pelaksanaan program dan partisipasi masyarakat secara umum terlaksana secara optimal walau ada kendala penguasaan teknologi dari kalangan generasi tua. Secara detail sebagai berikut:

### 1. 1. Webinar UMKM dengan Pendekatan Holistik

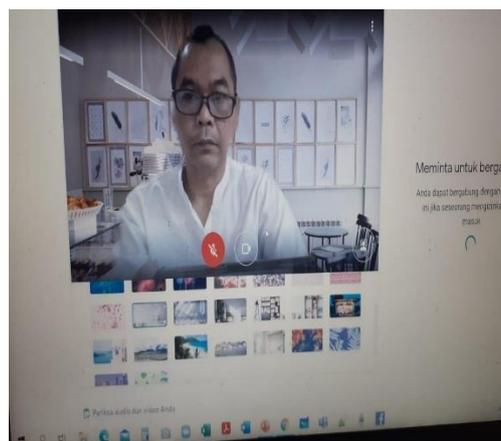
Dikarenakan kondisi pandemi maka semua bentuk kegiatan dan target kegiatan harus berbasis *online*. Demikian pula untuk webinar untuk tujuan memberi pemahaman, penyuluhan dan sosialisasi dilakukan dengan *platform online*.



Gambar Poster Sosialisasi Webinar

Kegiatan ini berjalan secara interaktif penuh dengan dialog yang hidup dan komunikatif dengan partisipasi dari mitra UMKM dan karang taruna dengan partisipan 20-an orang.

Materi meliputi dua bidang yaitu hukum dan manajemen pemasaran. Bidang hukum menekankan pentingnya legalitas dan perizinan badan Usaha UMKM mengingat di era digital kejahatan terkait produk dan hak cipta UMKM sangat marak terjadi. Sehingga pemahaman dan kesadaran izin usaha UMKM akan membantu mendapatkan perlindungan hukum baik menyangkut legalitas badan usahanya maupun produk UMKM. Sedangkan manajemen dan penetrasi pasar UMKM menekankan pentingnya sentuhan baru, daya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan variasi produk, daya tarik kemasan produk, dan segmen pasar baru yang perlu dikembangkan ke segmen-segmen yang selama ini tidak tersentuh.



Gambar Narasumber yang ahli dan berpengalaman menghadapi krisis

Model manajemen dan penetrasi pasar UMKM di era pandemi perlu dieksplorasi oleh narasumber yang berpengalaman menghadapi berbagai jenis krisis. Bapak Iskandar Bukhori

dihadirkan karena mempunyai kepakaran dan pengalaman menggerakkan UMKM baik miliknya sendiri maupun masyarakat untuk berinovasi menghadapi krisis agar tetap eksis dan berkembang.



Gambar Ilustrasi Interaksi Peserta dan Pembicara dalam Webinar

Kegiatan webinar dilakukan selama lebih kurang 3 jam dengan presentrasi, dialog, dan konsultasi.

Kegiatan pendampingan, *monitoring* dan evaluasi dilakukan beberapa hari setelah webinar dalam bentuk memberi pelatihan operasionalisasi mesin digital



Gambar pendampingan dan pengambilan gambar produk untuk digital *marketing*

Gambar di atas menggambarkan perlunya pertemuan secara *offline* untuk mempertegas prinsip-prinsip dan kriteria gambar dalam penyajian dan *lay out* berbagai produk yang akan di-*upload* dalam digital *marketing*.

2 UMKM *home industry* tempe dan kerupuk merasakan ada implikasi positif setelah adanya sentuhan model pemasaran *online* berupa respon dari berbagai jenis segmen pasar baik berupa semua generasi umum untuk bertanya dan berniat membeli produk tempe dan kerupuk.



Proses menentukan model *marketplace* yang cocok untuk jenis produk UMKM

UMKM untuk produk tempe dan kerupuk ini secara tradisional mempunyai pangsa pasar berumurparuh baya ke atas. Sehingga jenis medsos yang digunakan juga berbeda dengan untuk kalangan muda. Sehingga perlu dianalisis lebih mendalam sesuai konteks kegunaannya.



Gambar Pendampingan dipimpin oleh Nara Sumber

Implikasi program untuk UMKM tempe dan kerupuk secara umum menjadi lebih positif dan sadar arti pentingnya digital *marketing* dan penetrasi pasar baru. Kekuatan tradisional produk tempe dan kerupuk yang secara umum didukung kalangan tua dan teknologinya juga tua maka dengan program ini menjadi lebih sadar makna penting inovasi dan modernisasi pemasaran, sementara untuk produk tetap dengan sentuhan yang original dan tradisional untuk menampilkan selera alami dan nonpengawet dan herbalis.

## 2. *Implikasi Produk, Kemasan Dan Jenis Penetrasi Pasar Sebelum Dan Sesudah Pelaksanaan Program*

Komponen	Sebelum	Sesudah
Produk	Tempe bungkus daun pisang kerupuk goreng dari nasi liwet saja	Bervariasi produk, lebih dari 4 produk
Bahan Kemasan	Tempe dengan kemasan daun	Dibuat dengan berbagai bahan
	kerupuk dengan kemasan plastik	baik daun , plastik, kertas makan, bahkan dengan komninsi kain dan plastik

Uraian kemasan	Tidak ada uraian	Dibuat uraian, deskripsi bahan, dan legalitas,
Gambar kemasan	Polos	Dibuat berbagai deskripsi gambar yang menarik namun tetap dapat dipertanggungjawabkan
Penetrasi pasar	Menunggu pembeli di rumah dan pelanggan tradisional	Menggunakan medsos dengan berbagai variasi yang ada untuk sasaran semua kalangan



Gambar Produk baru dengan Kemasan Baru dan diunggah dalam melalui media baru

Pendampingan untuk memperbaiki konten pemasaran digital harus tetap berpondasi perbaikan kualitas bahan baku, proses pembuatan yang klinis dan produk yang berkualitas. Gambar di atas DPL dan KKN memastikan bahwa konten pemasaran yang baik didasarkan peningkatan kualitas produk. Pendampingan menjadi sangat penting agar UMKM membuat inovasi pemasaran didasarkan pada inovasi produk yang bertanggung jawab.

## Simpulan

Hasil pengabdian menunjukkan kesadaran inovasi melakukan penetrasi pasar oleh UMKM melalui program PPMKKN dan KKN Reguler IT ditunjukkan dengan perubahan penggunaan strategi pemasaran tradisional ke strategi digital dengan penguatan konten yang harus merefleksikan kualitas produk dan kemasan. Implikasi dari program ini adalah telah adanya upaya adaptasi teknologi, elobarasi, dan sinergi dari berbagai variasi UMKM untuk berkolaborasisesama UMKM untuk melakukan penetrasi pasar dengan meningkatkan kualitas produk dan memperkuat koordinasi dengan yang berwenang di dalam memperkuat legalitas usaha UMKM

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada UMY melalui LP3M dengan nomor kontrak 546/PEN- LP3M/I/2021 telah memberikan dukungan pendanaan dalam rangka pelaksanaan kegiatan ini. Juga kepada Perangkat Desa Sardonoarjo yang telah memberi fasilitas dan partisipasi yang strategis. Kepada tokoh masyarakat dan masyarakat Desa Sardonoarjo juga kami ucapkan terimakasih telah berpartisipasi aktif untuk memberdayakan UMKM tempe dan kerupuk tersebut. Kepada teman sejawat bapak Iskandar Bukhori yang telah menjadi rekan tim dalam kegiatan ini.

## Daftar Pustaka

- Agus Dwiyanto : Reformasi Birokrasi untuk keberdayaan masyarakat, UGM Press, 2010
- Endang Sudirman, Pemberdayaan masyarakat Perdesaan, Lembaga kependudukan UGM, 2005.
- Pemda Sleman, Profil Kabupaten Sleman, Biro Humas, Pemda Sleman
- BPS Sleman, Sleman dalam Data, BPS Sleman, Kabupaten Sleman
- Bapeda Sleman, Properda Sleman 2020-2025, Bapeda Sleman
- Pemda Sleman, Profil Pembangunan Kabupaten Sleman
- Provinsi D.I Yogyakarta Dalam Angka 2018". BPS D.I Yogyakarta. Diakses tanggal 16 Agustus 2019.
- Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut di Kabupaten Sleman". Badan Pusat Statistik. Diakses tanggal 21 Januari 2021.
- Rincian Alokasi Dana Alokasi Umum Provinsi/Kabupaten Kota Dalam APBN T.A 2019" (PDF). [www.djpk.kemenkeu.go.id](http://www.djpk.kemenkeu.go.id). 2019. Diakses tanggal 21 Januari 2021.
- Metode Baru Indeks Pembangunan Manusia 2019-2020". [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses tanggal 21 Januari 2021.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 137 Tahun 2017 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan". Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Diarsipkan dari versi asli tanggal 29 Desember 2018. Diakses tanggal 3 Oktober 2019.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 72 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Permendagri nomor 137 Tahun 2017 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan". Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Diarsipkan dari versi asli (PDF) tanggal 25 Oktober 2019. Diakses tanggal 15 Januari 2020.
- Bahasa di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". Bahasa dan Peta Bahasa di Indonesia. Diakses tanggal 23 Mei 2020.

### Internet

- 1 <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/149>
- <https://dataumkm.slemankab.go.id/portal>
- <https://www.instagram.com/dinkopukmsleman/?hl=id>
- <https://perindag.slemankab.go.id/>