

Pendampingan Tata Kelola UMKM UD Pedharingan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Dyah Mutiarin*1, Sakir Ridho Wijayaz, Slamet Riyadi3

1 Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kampus Terpadu UMY, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

2 Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kampus Terpadu UMY, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

3 Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kampus Terpadu UMY, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: dyahmutiarin@umy.ac.id

mas.sakir@fisisipol.umy.ac.id

riyadi@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.896

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses pemberdayaan terhadap UMKM di masa pandemik covid-19. UD Pedharingan sebagai mitra yang didampingi dalam pemberdayaan ini memiliki permasalahan kurangnya pemahaman mengenai digital marketing yaitu promosi dan penjualan secara online (daring) dengan memanfaatkan jejaring sosial atau platform. Permasalahan lainnya adalah packaging yang kurang menarik serta perlunya sumber daya manusia (SDM) yang memahami digital marketing dan marketplace. Pendampingan Digitalisasi UMKM UD Pedharingan berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi ini bertujuan membantu meningkatkan kegiatan perekonomian desa berbasis digital atau Digitalisasi UMKM. Metode yang dilakukan adalah melalui pendampingan dan pelatihan marketing berbasis digital. Hasilnya ada peningkatan kapasitas UD Pedharingan dalam melakukan digital marketing, pengetahuan tentang marketplace, pembuatan media sosial UMKM dan pembuatan kemasan ulang produk UMKM.

Kata Kunci: digital marketing, peningkatan kapasitas, media social

Pendahuluan

Pemerintah melalui Kemenkop dan UKM melakukan usaha untuk mendukung digitalisasi UMKM. Menurut kementerian, di tengah pandemi, transaksi daring terbukti meningkat. Kemenkop dan UKM merekam bahwa saat ini baru sekitar 13 persen dari 63 juta pelaku UMKM sudah masuk ke dalam ekosistem digital. Dalam usaha mendorong digitalisasi UMKM di sektor pangan, Kemenkop dan UKM membangun kolaborasi beberapa platform digital, yakni tanihub, sayurbox, ekosistem, dan modal rakyat. Ekosistem digital ini dibangun dan diharapkan menjangkau hulu hingga hilir. Untuk membantu memperkenalkan pelaku UMKM dengan pasar daring, Kemenkop dan UKM bekerja sama dengan Smesco Indonesia mengeluarkan program E-Brochure. Program ini bertujuan menjadi wadah pemasaran produk UMKM secara digital. Ke depan, akan dibuat katalog produk UMKM seluruh Indonesia (Kompas, 11/8/2020).

UD Pedharingan juga memiliki permasalahan yang sama yaitu kurangnya pemahaman mengenai digital marketing yaitu promosi dan penjualan secara online (daring) dengan memanfaatkan jejaring sosial atau platform. Permasalahan lainnya yaitu packaging yang kurang menarik serta perlunya sumber daya manusia (SDM) yang memahami digital marketing dan marketplace.

Permasalahan Mitra

Masalah-masalah yang ada di UMKM UD Pedharingan adalah sebagai berikut.

1) Pemasaran Produk

Pemasaran produk UD Pedharingan masih konvensional dan belum memanfaatkan digital marketing.

2) **Packaging Produk**

UD Pedharingan memiliki *packaging* yang kurang menarik dan belum dilengkapi informasi komposisi produk serta alamat.

3) Kurangnya SDM yang Memahami IT

Pemilik usaha kurang memahami teknologi informasi dan komunikasi seperti pemanfaatan media sosial dan belum memahami penjualan melalui *e-commerce*.

Solusi Permasalahan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengusul, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan mitra maka solusi yang Tim Pengusul tawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

1) **Pembuatan Sosial Media dan E-Commerce sebagai Sarana Penjualan di Masa Pandemi**

Penggunaan sosial media di masa pandemi saat ini bisa meningkatkan pemasaran UMKM. Oleh karena itu, perlu pemasaran produk UMKM terutama pada saat pandemi untuk memberikan informasi kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya. Membuat akun sosial media seperti facebook ataupun instagram diperlukan guna memperkenalkan produk.

2) **Peningkatan Branding UMKM melalui Kemasan Produk yang Lebih Menarik**

Packaging produk dan pembuatan logo UMKM untuk menarik perhatian pelanggan. Desain *packaging* produk yang baik akan mempresentasikan bisnis sehingga perlu desain yang menarik. Bentuk kemasan juga perlu disesuaikan sehingga tampilannya menarik dengan mengganti kemasan seperti *standing pouch* dan botol. Warna dan font desain logo perlu diperhatikan. Setelah *packing-nya* menarik, dilakukan pemasaran dengan foto yang menarik.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan abdimas ini dilaksanakan dengan melakukan penyuluhan, pendampingan, pelatihan, pembuatan *website* dan pemasaran secara digital kepada Pemilik UD Pedharingan penghasil Beras Bagoes. Materi yang disampaikan meliputi pemasaran digital, desain kemasan, dan promosi produk. Dalam pengabdian ini juga dilakukan upaya peningkatan kemampuan literasi digital. Dalam pengabdian ini juga terdapat unsur penyadaran, sosialisasi, peningkatan pengetahuan dan melatih pemasaran digital (Maryati, T., Rimiati, H. , & Jannah, N. F, 2021; Fitriani, S., farid ma'ruf, Jefree Fahana, & Amalya Nurul Khairi, 2021; Handoyono, N. A., & Sigit Purnomo, 2021; Mutiarin, D., Nurjannah, A., Sugiyo, D., & Sakir, S, 2021; Nugraha, H. S., Naili Farida, Widayanto, & Sari Listiyorini, 2021).

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan mitra melalui pembuatan *website* untuk pengenalan dan pemasaran produk Beras Bagoes.

Sesuai permasalahan yang terjadi pada UMKM UD Pedaringan, Pendampingan Tata Kelola UMKM UD Pedharingan berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Online (*daring*) akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, sebagai berikut.

1) **Penilaian Awal (*initial assessment*) Permasalahan**

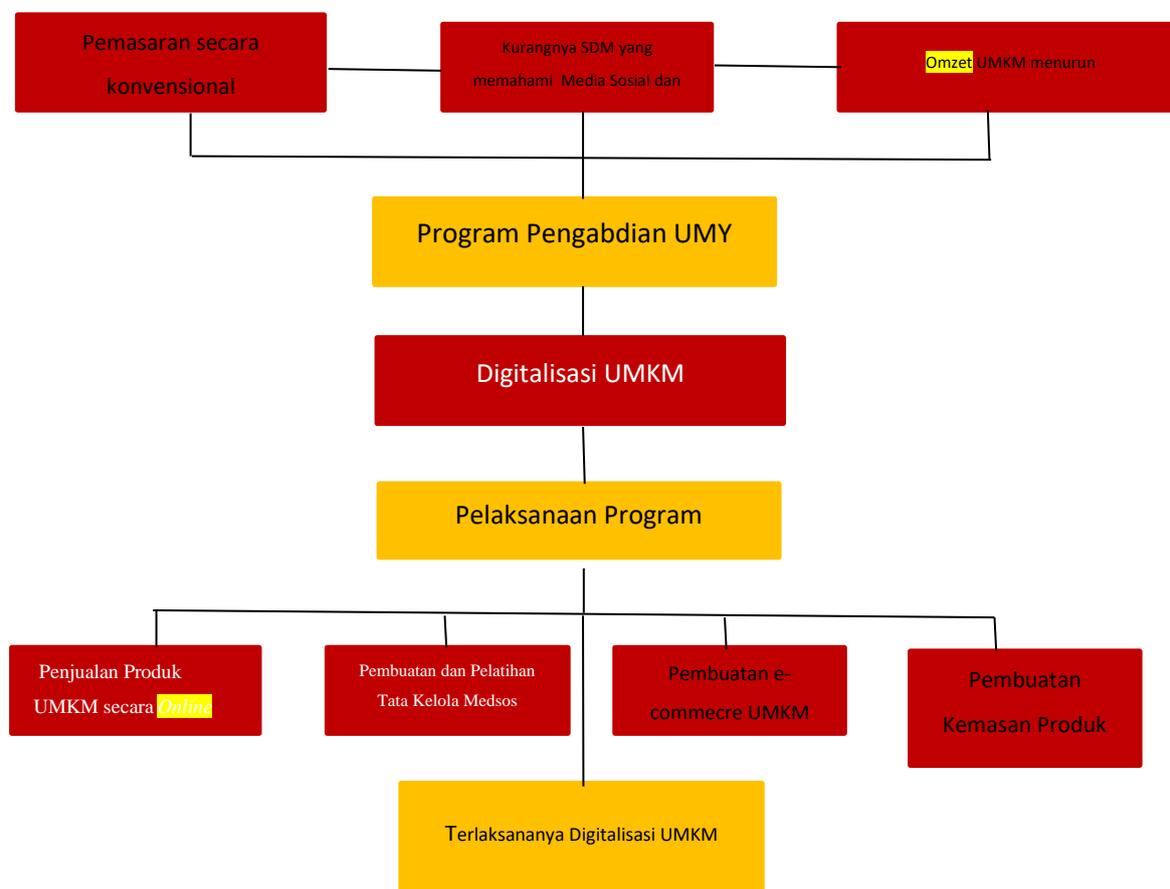
Penilaian awal ini untuk mengetahui kebutuhan pemasaran digital melalui *website* yang akan dikembangkan.

2) Pembuatan Media Sosial dan E-Commerce untuk Pemasaran Produk UMKM

Membuat format/desain media sosial sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembuatan media sosial dan mengadakan pelatihan pengelolaan media sosial yang informatif, efektif, dan efisien. Pembuatan *e-commerce* ini bertujuan sebagai media penjualan produk UMKM secara *online* (daring). Dengan demikian, produk dari UMKM dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan omzet pelaku UMKM.

3) Pembuatan Kemasan Produk UMKM

Kemasan produk UMKM yang ada kurang menarik membuat perlu untuk dilakukan pendampingan dalam mengubah kemasan (*package*) yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan produk UMKM.



Gambar 1. Konsep Pendampingan Tata Kelola UMKM

Pelaksanaan Kegiatan

Partisipasi dari Mitra PKM UMY dalam Program ini adalah sebagai berikut.

a) Sebagai Target Program Pengabdian

UMKM UD Pedharingan akan dilibatkan dalam program ini secara langsung maupun tidak langsung. Artinya akan ada pengelola yang harus hadir dalam kegiatan untuk penyampaian informasi-informasi yang dibutuhkan oleh Tim PKM UMY. Selain itu, ada juga yang tidak

harus hadir, tetapi mendukung jalannya kegiatan, misalnya dalam bidang kesekretariatan.

b) Penyedia Fasilitas Kegiatan

Pengelola UMKM akan menyediakan fasilitas kegiatan mulai dari FGD, pelaksanaan *workshop*, tempat sosialisasi, pendampingan, hingga evaluasi.

Sementara itu, untuk memastikan program pengabdian berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan, akan dilakukan *monitoring* dan evaluasi. *Pertama*, dilakukan dengan cara diskusi terkait apa saja yang menjadi hambatan sebelum pelaksanaan program. *Kedua*, dilakukan *monitoring* setiap 1 minggu sekali dengan memberikan pertanyaan mengenai terlaksana atau tidaknya program. *Ketiga* pemberian kuesioner setelah pelaksanaan program pengabdian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari program pengabdian yang sudah dilaksanakan. Hasil dari evaluasi ini untuk merumuskan Rencana Tindak Lanjut (RTL) untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

Hasil dan Pembahasan

Beras Bagoes merupakan usaha penyediaan beras yang dimulai sejak tahun 2010. Kebutuhan akan beras berkualitas dan terjangkau menjadi alasan berdirinya Beras Bagoes oleh UD Pedharingan. UD Pedharingan berlokasi di Desa Margoagung, Kecamatan Seyegan, Kabupaten Sleman. Di wilayah desa Margoagung ini potensi pertanian masih sangat tinggi, terutama padi. Desa Margoagung dilalui oleh Sungai Jetis, Sungai Klegung, Sungai Karetan. Dengan adanya 3 sungai yang melalui desa Margoagung ini, area pertanian yang memanfaatkan air dari 3 sungai tersebut sekitar 228 Ha Lahan Sawah dari seluruh luas Desa Margoagung seluas 518 Ha. Luas panen dan produksi padi sawah sekitar 452 Ha, dengan produksi padi 24.419,5 kuintal. Produksi padi ini Sebagian besar dikonsumsi oleh penduduk Margoagung. Berdasarkan proyeksi tahun 2018, jumlah penduduk Margoagung diperkirakan sejumlah 4.872 laki-laki dan 4.847 perempuan sehingga total jumlah penduduk sejumlah 9.719 jiwa.

Dengan demikian, jika dirata-rata maka produksi padi di Margoagung adalah 2,512 kg/orang. Ini tentu masih sangat kurang jika dihitung dari sisi produksi padi. Oleh karena itu, adanya masalah ini menjadi pertimbangan utama berdirinya Beras Bagoes untuk mencukupi persediaan beras bagi masyarakat Margoagung dan di luar Margoagung.

Pangan sering diidentikkan dengan beras karena jenis pangan ini merupakan makanan pokok. Beras juga bernilai strategis karena merupakan makanan pokok yang paling penting. Industri perberasan memiliki pengaruh yang besar dalam bidang ekonomi (dalam hal penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan dan dinamika ekonomi perdesaan, sebagai *wage good*), lingkungan (menjaga tata guna air dan kebersihan udara) dan sosial politik (sebagai perekat bangsa, mewujudkan ketertiban dan keamanan). Beras juga merupakan sumber utama pemenuhan gizi yang meliputi kalori, protein, lemak dan vitamin.

Dengan pertimbangan pentingnya beras tersebut, Beras Bagoes berupaya untuk meningkatkan sediaan beras sebagai bahan pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, dan higienis.

Ketahanan pangan terutama produksi beras tidak lepas dari sifat produksi komoditi pangan itu sendiri yang musiman dan berfluktuasi karena sangat mudah dipengaruhi oleh iklim/cuaca. Karakteristik komoditi pangan beras adalah mudah rusak, lahan produksi petani

yang terbatas, sarana dan prasarana pendukung pertanian yang kurang memadai, dan lemahnya penanganan panen dan pascapanen.



Gambar 1 Tempat Menjemur Beras



Gambar 2. Beras yang Sudah Diproduksi

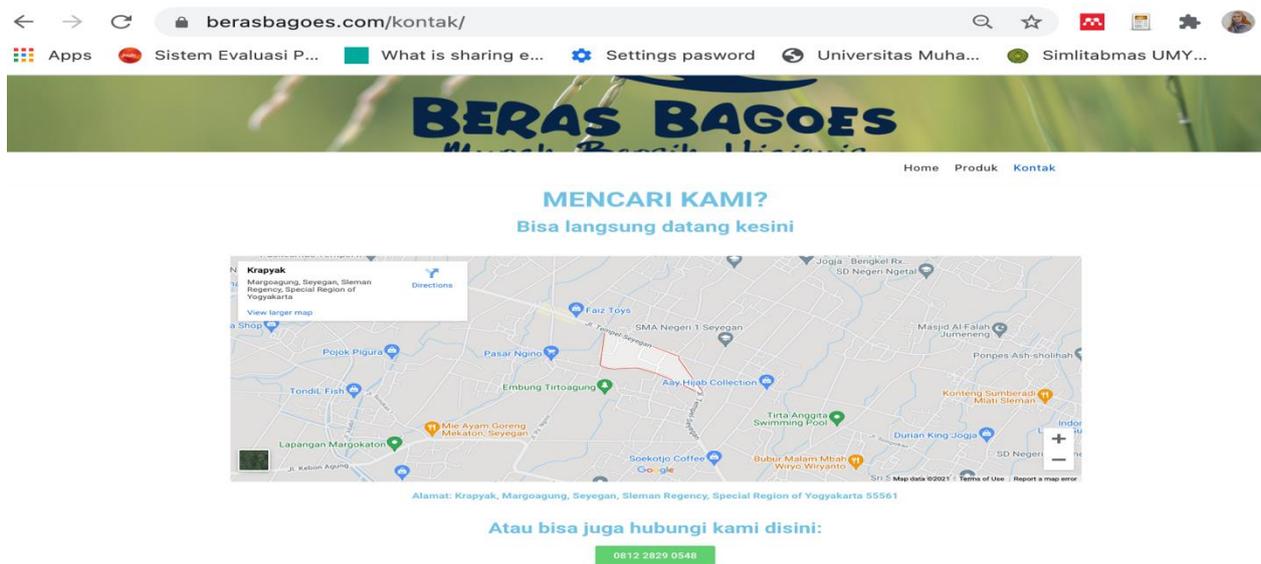
Website Beras Bagoes: <https://berasbagoes.com/beras-bagoes/>



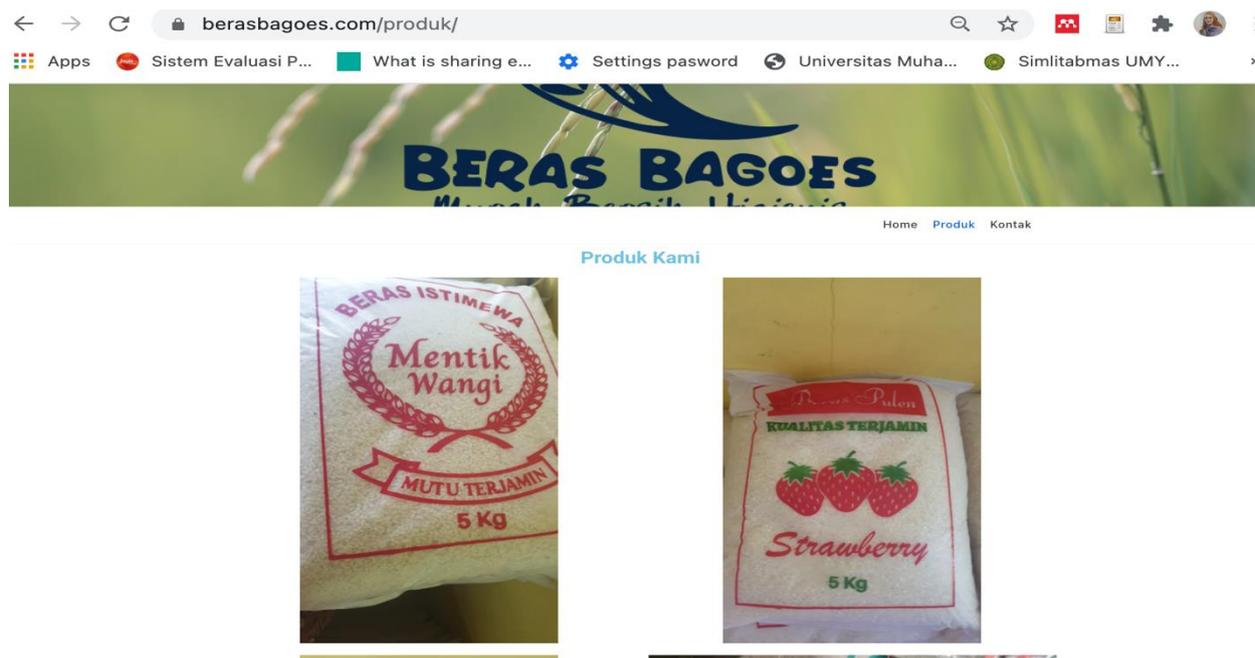
Beras Bagoes

by berasbagoes / 11 Mei 2021

Gambar 3. Link Website



Gambar 4. Link Website



Gambar 5. Hasil Pengemasan

Tujuan dari program pemberdayaan UD Pedharingan Produsen Beras Bagoes ini adalah untuk melakukan pemberdayaan mitra berbasis informasi teknologi sehingga diharapkan dapat berkembang dalam bidang digital. Selain itu, juga memberikan sosialisasi mengenai kendala dasar saat produksi yang dirasakan oleh mitra ekonomi.

1. Pengenalan Media Online (Daring) kepada Mitra
 - a) Melakukan pemahaman kepada masyarakat tentang media sosial
 - b) Membuatkan akun media sosial mitra ekonomi
2. Manajemen Administrasi UMKM dan Organisasi Masyarakat
 - a) Untuk melakukan pemahaman administrasi kepada mitra ekonomi
 - b) Melakukan pemahaman untuk memajemen penjualan beras
3. Pembuatan Website Beras Bagoes
 - a) Untuk memberikan pemahaman tentang website Beras Bagoes terhadap calon pembeli
 - b) Untuk memberikan informasi tentang Beras Bagoes melalui website
4. Mengatur Pengelolaan Dana Mitra Ekonomi
 - a) Memberikan penjelasan tentang bagaimana melakukan pengelolaan dana dengan baik
 - b) Menjelaskan apa saja sistem yang dipakai dalam pengelolaan dana

Berita:

<https://lp3m2021.medium.com/pemberdayaan-pengusaha-kecil-beras-bagoes-melalui-digital-marketing-211caabdf85>



Gambar 6. Berita di Media Massa



Gambar 7. Alat Produksi Beras/Rice Mill



Gambar 8. Penyerahan Kemasan Produk

Simpulan

- a. UD Pedharingan telah mampu meningkatkan kapasitas pemasaran secara *online* (daring). UD Pedharingan sebagai UMKM penyedia beras dengan merek **Beras Bagoes** telah mampu meningkatkan kapasitas setelah diberi pendampingan.
- b. Pembuatan **Media Sosial** dan **e-commerce** untuk **Pemasaran Produk** UMKM
Membuat format/desain media sosial sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembuatan media sosial dan mengadakan pelatihan pengelolaan media sosial yang informatif, efektif, dan efisien. Pembuatan **e-commerce** ini bertujuan sebagai media penjualan produk UMKM secara

online (daring). Sehingga produk dari UMKM dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan omzet pelaku UMKM.

c. Pembuatan Kemasan Produk UMKM

Telah dilakukan pendampingan untuk melakukan perubahan kemasan/*packaging* yang lebih menarik. Sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan produk UMKM Kemasan produk UD Pedharingan.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini terlaksana atas dukungan LP3M UMY dengan SK Kepala LP3M UMY nomor 2816/ SK-LP3M/2021. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada UD Pedharingan, produsen Beras Bagoes dan Pemilik UD Pedharingan Bagus Sudarsono, S.T.

Daftar Pustaka

- Maryati, T., Rimiyati, H. ., & Jannah, N. F. . (2021). PENDAMPINGAN PENGABDIAN MASYARAKAT UKM TEMPE DAN MAKANAN KECIL DI AISYIYAH CABANG GODEAN. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.18196/ppm.31.143>.
- Fitriani, S., farid ma'ruf, Jefree Fahana, & Amalya Nurul Khairi. (2021). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN USAHA YANG EFEKTIF BAGI PESERTA PROGRAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN FTI UAD. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.33.162>.
- Handoyono, N. A., & Sigit Purnomo. (2021). E-COMMERCE POTENSI WISATA GUNUNGJAMBU. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.33.194>.
- Mutiarin, D., Nurjannah, A., Sugiyo, D., & Sakir, S. (2021). PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI KELUARGA TANGGUH KELOMPOK TANI WANITA DI MASA PANDEMI COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(4). <https://doi.org/10.18196/ppm.34.296>.
- Nugraha, H. S., Naili Farida, Widayanto, & Sari Listiyorini. (2021). LITERASI PERANGKAT DIGITAL UNTUK KOMUNIKASI PASAR PADA USAHA OLAHAN SINGKONG "KAMPOENG TELO". *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.33.192>.