

# Strategi Penguatan Legalitas Dan Pemasaran Kreatif Bagi Umkm Emping Melinjo, Helm dan Aksesoris Lampu dari Bambu Desa Candirejo, Sardonoarjo, Ngaglik

**Sunarno<sup>1</sup>, Yulianto Achmad<sup>2</sup>, Sudirman Budi Santosa<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,  
Jln. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan Bantul, Indonesia. (0274) 387656  
Email: sunarno@umy.ac.id, yuliantoachmad@umy.ac.id, sudirman@umy.ac.id  
DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.947>

## Abstrak

Kondisi pandemi covid19 pada tahun 2021 telah memberikan dampak pertumbuhan ekonomi di DIY sebesar -3,45. Pemerintah berupaya mendongkrak pertumbuhan melalui kekuatan sektor UMKM yang paling potensial dan dibutuhkan yaitu Pertanian dan industri olahan khususnya di pedesaan. Dusun Candirejo sebagaimana dusun dusun lainnya di Wilayah Sleman DIY akhir akhir ini mengalami dampak ekonomi sebagai akibat pandemi covid19. Program pengabdian ini mengangkat permasalahan pemberdayaan UMKM berbasis IT UMKM HOME INDUSTRI Dusun Candirejo di desa Sardonoarjo berupa masih lemahnya tata kelola Administrasi usaha dan melemahnya pemasaran produk yang melalui jalur traditional market. Solusi atau Metode yang dipakai dalam program ini adalah konseling tata kelola Administrasi usaha dan pendampingan pembuatan digital marketing. Kegiatan program ini untuk permasalahan satu dengan mengadakan forum konsultasi dan bimbingan tata kelola Administrasi usaha, sedangkan untuk skema 2 dengan kegiatan yang berupa workshop pembuatan profil usaha dan mengupload profil ke website.

Kata kunci: Pemberdayaan ; Tata Kelola Administrasi Usaha; Digital Marketing, UMKM

## Abstract

The condition of the COVID-19 pandemic in 2021 had an impact on economic growth in DIY of -3.45. The government seeks to boost growth through the strength of the MSME sector with the most potential and needs, namely agriculture and processing industries, especially in rural areas. Candirejo Hamlet, like other hamlets in the Sleman DIY Region, has recently experienced an economic impact as a result of the COVID-19 pandemic. This service program raises the problem of empowering IT-based MSMEs HOME INDUSTRIES Candirejo Hamlet in Sardonoarjo village in the form of still weak business administration governance and the weakening of product marketing through traditional market channels. The solution or method used in this program is business administration governance counseling and assistance in making digital marketing. Activities for this program are for one problem by holding a consultation forum and guidance on business administration governance, while for scheme 2 with activities in the form of workshops on making business profiles and uploading profiles to the website.

Keyword: Empowerment; Business Administration Governance; Digital Marketing, UMKM

## Pendahuluan

Pada akhir Desember 2019 dunia digemparkan dengan adanya berita kemunculan virus baru yang merupakan coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2), kemunculan virus ini bermula di wilayah Wuhan, Cina. Novel Corona Virus (COVID-19) yang dikenal dengan nama Virus Corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular dari manusia ke manusia. Secara makro, kondisi pandemi covid19 pada tahun 2021 telah memberikan dampak pertumbuhan ekonomi di DIY sebesar -3,45. Pemerintah berupaya mendongkrak pertumbuhan melalui kekuatan sektor UMKM yang paling potensial dan dibutuhkan yaitu Pertanian dan industri olahan khususnya di pedesaan. Permasalahan pemberdayaan UMKM berbasis IT UMKM HOME INDUSTRI Dukuh Candirejo di Desa Sardonoarjo berupa masih lemahnya tata kelola Administrasi. Usaha dan lemahnya pemasaran produk yang melalui jalur traditional market. Solusi atau Metode yang dipakai dalam program ini adalah konseling tata kelola Administrasi usaha dan pendampingan pembuatan digital marketing.

### A. Geografis

Secara geografis Desa Candirejo terletak 3 Km kearah tenggara dari pusat peradaban dunia Candi Borobudur. Dusun Candirejo mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Umbulmartani

Sebelah Timur : Desa Sukoharjo dan Sinduharjo

Sebelah Selatan : Desa Sinduharjo

Sebelah Barat : Desa Sariharjo

Desa Candirejo memiliki luas wilayah 366,25 Ha serta Jarak dari Candirejo ke pusat kabupaten Sleman yakni 34,5 KM dan Luas wilayah berdasar peruntukan/penggunaan lahan. Kondisi lahan pertanian: irigasi penuh, teknis, setengah teknis, tadah hujan (ha/ %). Konfigurasi umum lahannya berbukit dan dataran dengan curah hujan rata - rata 2468 mm, dan dalam siklus waktu tertentu terjadi kemarau panjang sehingga warga masyarakat kesulitan air. Topografi lahan (datar/ pegunungan/ pantai/ dll) Desa Candirejo terletak pada ketinggian 100 hingga 850 dpl dengan konfigurasi umum lahannya berbukit dan dataran dengan curah hujan rata - rata 2468 mm, dan dalam siklus waktu tertentu terjadi kemarau panjang sehingga warga masyarakat kesulitan air.

#### B. Kelembagaan

Jumlah KK 1416 & jumlah penduduknya 4321 jiwa yang secara administratif terbagi menjadi 15 dusun dan terbelah oleh dua sungai (Sungai Sileng / Progo) sehingga 8 dusun di lereng menoreh, 7 dusun merupakan dataran di bagian utara yang dilalui oleh sungai progo. Jumlah organisasi pemuda hanya 1 yaitu karang taruna serta beberapa organisasi kemasyarakatan yang aktif di desa ini.

#### C. Aspek Demografis dan Ketenagakerjaan

Jumlah seluruh penduduk Desa Candirejo adalah 4321 warga dengan total Laki-laki 933 jiwa dan Perempuan 891 Jiwa. Dusun Candirejo yang memiliki jumlah penduduk yang tidak bekerja adalah 150 jiwa, sisanya bekerja di bidang pertanian, perikanan, maupun menjadi pegawai kantor atau pegawai negeri sipil.

#### D. Aspek Sosial, Budaya dan Kesehatan

1. Panjang jalan berdasar kondisi jalan: beraspal/tidak beraspal/conblock: baik, rusak sedang, rusak parah (km dan %)
2. Ketersediaan sarana irigasi dan kondisinya: panjang; baik/buruk, berfungsi/tidak berfungsi (km dan %)
3. Jenis, teknik dan tempat pembuangan dan atau pengolahan sampah rumah tangga
4. Jumlah sekolah berdasar jenjang pendidikan (unit)
5. Jumlah perpustakaan dan unit buku (unit)
6. Jumlah dan kondisi rumah tinggal: permanent/tidak permanent, berdinding tembok, berdinding ½ tembok, berdinding gedek/bamboo; jumlah yang berlantai tanah (unit dan %)
7. Rasio kepemilikan WC pada rumah penduduk (%)
8. Data dan informasi lain yang relevan dengan aspek infrastruktur
9. Data dan informasi lain yang relevan dengan aspek social, budaya dan kesehatan

#### E. Aspek Permasalahan

Permasalahan muncul pada sisi marketing atau pemasaran. Sejak adanya pandemi covid19 pemasaran menjadi semakin menurun karena konsumen mulai menghentikan pembeliannya dengan alasan lockdown dan mencari lokasi jualan sendiri. Sementara itu pedagang kuliner yang lain juga mulai dikenal luas oleh penduduk setempat. Sementara itu, untuk pemasaran yang luas

harus jelas legalitas, merek dagang, keunggulan kuliner ini. Oleh karenanya mengembangkan materi pemasaran dan metode pemasaran sesuai perkembangan teknologi menjadi semakin dibutuhkan. Penguatan legalitas perizinan badan usaha UMKM dan menguatkan digital marketing adalah keniscayaan yang untuk mengatasi permasalahan UMKM kuliner.

#### F. Solusi Permasalahan

Solusi permasalahan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

1. Penguatan legalitas dan profesionalitas usaha UMKM dan Pengembangan digital marketing usaha mitra, hal ini penting untuk menawarkan penyelesaian terhadap lemahnya branding dan nilai kompetitif produksi diawali karena lemahnya branding, nama produksi, dan nilai keunggulan produk, dan juga untuk mengatasi lemahnya metode pemasaran produk terlebih akibat masih tradisional model pemasarannya sehingga produk tidak dikenal oleh khalayak masyarakat.
2. Target luaran dari program ini adalah secara bertahap terdapat izin usaha, merek dagang untuk UMKM mitra dan memunculkan produk kuliner yang mempunyai kualifikasi terdaftar dan diketahui keunggulan produk tempat tersebut. Demikian pula terdapat luaran alamat website yang mencakup keunggulan produk kuliner dari sisi produk dan proses sehingga masyarakat mengenal dan menjadi pelanggan loyal.
3. Secara terukur luaran untuk legalitas adalah izin Usaha untuk UMKM dan terdapat Tanda Daftar Usaha sebagaimana diatur dalam Perda Kabupaten Sleman, dan sedangkan untuk digital marketing terdapat luaran satu blok alamat website UMKM.

#### Metode Pelaksanaan

Langkah langkah dari metode yang dipakai untuk menyelesaikan permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Penyuluhan dan workshop tentang arti penting profesionalitas dan legalitas izin usaha dan merek dagang kuliner yang dilakukan mencakup kegiatan kegiatan sebagai berikut:
  - a) Perencanaan kegiatan
  - b) Mengumpulkan bahan
  - c) Menentukan pembicara
  - d) Menyebar undangan
  - e) Pelaksanaan penyuluhan dan workshop
  - f) Evaluasi
  - g) Menentukan tindak lanjut pengurusan legalitas
2. Pendampingan dan pembuatan website pemasaran produk dengan digital marketing meliputi kegiatan kegiatan sebagai berikut:
  - a) Perencanaan kegiatan
  - b) Mengumpulkan bahan dan informasi
  - c) Menentukan trainer dan pendamping dan peserta
  - d) Menyebar undangan
  - e) Pelaksanaan dan uji shohih produk
  - f) Launching produk

g) Evaluasi.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Pengenalan UMKM Home Industri Digital Marketing

Home Industri yang ada di Padukuhan Candirejo berjumlah 3 yaitu UMKM Home Industri Emping Melinjo, Helm dan lampu dari bambu di Desa Sardonoarjo, Kecamatan Ngaglik berdiri sejak 2017 dengan semula UMKM Emping Melinjo dengan 50 an pekerja kemudian tumbuh menjadi 100 pekerja tetap dan 5 pekerja panggilan. Modal pertama kali sejumlah masing masing 500.000 sekarang sudah mencapai 1.000.000 rupiah dengan kapasitas penghasilan kotor seharga 50.000 dengan pengunjung yang masih terbatas desa tetangga dekat sampai di luar kabupaten Sleman.

Untuk home industri Helm dan Lampu dari Bambu yang ada di Dukuh Candirejo juga sudah mempekerjakan warga sekitar menjadi pegawai, sehingga masyarakat di dukuh candirejo sudah lumayan banyak yang menjadi pekerja dan tidak pengangguran, UMKM ini pun sudah mulai di distribusikan keluar daerah, dengan adanya pelatihan digital marketing dan pembuatan website untuk UMKM ini diharapkan dapat membantu memperkenalkan produk ini ke masyarakat yang lebih luas.

Home Industri ini dapat menjadi penyerap tenaga Kerja wanita yang tidak berpendidikan dan masih banyak di Dukuh Candirejo. Permasalahan muncul pada sisi marketing atau pemasaran. Sejak adanya pandemi covid19 pemasaran menjadi semakin menurun karena konsumen mulai menghentikan pembeliannya dengan alasan lockdown dan mencari Lokasi jualan sendiri. Sementara itu pedagang kuliner yang lain juga mulai dikenal luas oleh penduduk setempat. Sementara itu untuk pemasaran yang luas harus jelas legalitas, merek dagang, keunggulan kuliner ini. Oleh karenanya mengembangkan materi pemasaran dan metode pemasaran sesuai perkembangan teknologi menjadi semakin dibutuhkan. Penguatan legalitas perizinan badan usaha UMKM dan menguatkan digital marketing adalah keniscayaan yang untuk mengatasi permasalahan UMKM kuliner.

Program Sosialisasi “Strategi Digital Marketing Bagi UMKM” merupakan program bertujuan untuk memberikan informasi kepada warga tentang bagaimana strategi digital marketing yang baik. Pada kegiatan ini pemateri hanya berbicara searah dan menggunakan bahasa yang terlalu tinggi. Dalam pengenalan dan sosialisasi terkait digital marketing digunakan dengan beberapa cara :

1. Program pembuatan sosial media merupakan program yang kami lakukan agar mitra memiliki platform marketing produk sendiri dan dapat menjual produk secara online. Karena sebelumnya, mitra belum memiliki platform - platform tersebut. Platform yang kami maksud adalah Instagram.
2. Program pembuatan logo merupakan program yang kami lakukan agar mitra UMKM memiliki logo dengan ciri khas tersendiri sehingga UMKM dapat memiliki identitas produknya sendiri atau yang dinamakan *brand identity*. Karena sebelumnya, mitra belum memiliki logo sendiri
3. Pembuatan video dan foto media sosial UMKM merupakan program yang kami tujukan untuk pengenalan produk UMKM kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui adanya UMKM yang potensial di Padukuhan Kalinongko. Hal ini juga merupakan tugas dari LP3M. Pembuatan video dan foto ini kemudian disebar di platform media sosial yaitu Instagram

agar dapat dilihat khalayak umum. Pengambilan foto dan video rata-rata berlangsung selama 4 hari di setiap UMKM. Secara umum tidak ada kendala yang berarti saat pembuatan foto dan video ini.



**Gambar 1. Hiasan Lampu Terbuat dari Bambu**

#### **B. Manfaat adanya Digital Marketing dalam Home Industri**

Manfaat yang dapat dirasakan oleh home industri apabila menggunakan digital marketing dalam pemasarannya akan sangat menguntungkan, selain untuk memperluas sarana promosi dan pemasaran produk menggunakan media sosial hal itu juga dapat memperkuat tata kelola kuliner dan memperluas penetrasi pasar kuliner dengan menghadirkan banyak pengunjung.

Penguatan legalitas dan profesionalitas UMKM dan Pengembangan digital marketing usaha mitra, hal ini penting untuk menawarkan penyelesaian terhadap lemahnya branding dan nilai kompetitif produksi diawali karena lemahnya branding, nama produksi, dan nilai keunggulan produk, dan juga untuk mengatasi lemahnya metode pemasaran produk terlebih akibat masih tradisionalnya model pemasarannya sehingga produk tidak dikenal oleh khalayak masyarakat. Secara terukur luaran untuk legalitas adalah Izin Usaha untuk UMKM dan terdapat Tanda Daftar Usaha sebagaimana diatur dalam Perda Kabupaten Sleman, dan sedangkan untuk digital marketing terdapat luaran satu blok alamat website UMKM. Sehingga apabila adanya pelatihan digital marketing maka akan membuat masyarakat semakin:

1. Menjadikan masyarakat lebih terampil dalam menjualkan produk- produk UMKM
2. Menjadikan masyarakat lebih terampil dalam melakukan dan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran.
3. Agar tata kelola di dukuh Candirejo UMKM terutama di bidang kuliner lebih kuat lagi.
4. Agar usaha UMKM di dukuh Candirejo banyak menarik pengunjung terutama di bidang kuliner
5. Menciptakan apotek hidup agar masyarakat lebih mudah mendapatkan bahan rempah di dukuh Candirejo.
6. Menjadikan anak-anak di dukuh Candirejo lebih kreatif.

#### **C. Rencana Tindak Lanjut**

Rencana tindak lanjut pada pemasaran melalui digital marketing adalah pembuatan akun sosial media berupa Instagram. Fungsi pembuatan akun media sosial ini adalah agar pembeli atau calon pembeli dapat dengan mudah mencari informasi tentang UMKM Emping Melinjo, Helm, dan Lampu Hias yang berada di Yogyakarta khususnya di Padukuhan Candirejo. Program kerja digital marketing ini diharapkan dapat membantu Mitra UMKM agar jangkauan pasarnya lebih luas sehingga pendapatannya lebih besar.

## **Simpulan**

Setelah semua kegiatan dilaksanakan, maka dapat dikatakan bahwa masih Di era pandemi seperti sekarang dengan adanya sosialisasi mengenai cara membangkitkan UMKM supaya bisa tetap berdiri pada masa pandemi ini. Karena Pandemi ini juga berdampak bagi UMKM sehingga membuat pendapatan mereka berkurang. Maka perlu adanya pendampingan untuk memajukan UMKM seperti UMKM yang ada di Padukuhan Candirejo (Emping Melinjo, Helm, dan Lampu Hias ) tersebut seperti ikut mempromosikan melalui media sosial dan sosialisasi mengenai penjualan online yang pada saat pandemi sekarang sangat berpengaruh.

## **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada UMY melalui LP3M yang telah memberikan dukungan pendanaan dalam rangka pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kepada perangkat Desa Sardonoarjo yang telah memberikan fasilitas, waktu serta partisipan dalam menjalankan proses pengabdian ini. Kepada pemilik UMKM Desa Sardonoarjo juga kami ucapkan terimakasih telah berpartisipasi dalam kegiatan kegiatan yang diadakan.

Kepada teman sejawat, Bapak Yulianto Achmad dan Sudirman Budi Santosa yang telah menjadi tim dalam kegiatan pengabdian ini. Serta tidak lupa diucapkan terima kasih kepada individu yang memberikan sumbangan maupun bantuan dalam program Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (PPM), Pengolahan data, dan penulisan artikel tanpa imbalan di luar penulis.

## **Daftar Pustaka**

- [1]. D A. Kuasa, Erni, H.S. Disemadi, "URGENSI PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA", Jurnal Yustisiabel, Vol. 6 No. 1, 2022, hal 9
- [2]. Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid", ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 6 No. 2, 2020, hal. 5
- [3]. Achmad Fawaid, Erwin Fatmala, "Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat", Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, Vol. 14 No. 1, 2020, hal 13
- [4]. N. Khaerudin, Kholil Nawawi dan Abrista Devi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Desa Bantar Jaya Bogor)", Jurnal Akrab Juara, Vo. 5 No. 4, 2020, hal 11
- [5]. Indah Andayani, M.V. Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih, "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Pendidikan Nonformatif, Vo. 16 No. 1, 2021, hal 6

- [6]. Noor Huda, M.D. Rahadhini dan A. E. Sarnowo, “Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten)”, *Economic, Business, Management and Accounting Journal*, Vol. 19 No. 1, 2022, hal 9
- [7]. A I. Gunawan, dkk, “Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 10. No. 2, 2021, hal 5
- [8]. C A. Ramadhanty, dkk, “Strategi Digital Marketing Bagi Ukm Terdampak Covid-19 Di Kelurahan Sidorejo Temanggung”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2 No. 1, 2021, hal 4
- [9]. Rafnel Azhari, dkk, “Peningkatan Kualitas dan Penerapan Sistem Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Istana Rendang”, Vol. 28 No. 3, 2021, hal 8
- [10]. A S. Hadi dan Ardhi Khairi, “Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo”, *Jurnal pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4 No. 1, 2020, hal 13