

## **PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EDUKASI DIGITAL GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN KASEPUHAN, KECAMATAN BATANG, KABUPATEN BATANG**

Triana Rejekiningsih<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sebelas Maret  
 triana\_rizq@staff.uns.ac.id

### **ABSTRAK**

Kelurahan Kasepuhan merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Batang, Kabupaten Batang, Provinsi Jawa Tengah. Mayoritas masyarakat di Kelurahan Kasepuhan memperoleh pendapatan dari hasil Industri Rumah Tangga yang merupakan salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Untuk meningkatkan kualitas UMKM yang terdapat di Kelurahan Kasepuhan, dilakukan beberapa program, antara lain pemetaan potensi UMKM berbasis aplikasi web dan pemberdayaan UMKM melalui koperasi desa. Tujuan dilaksanakannya program tersebut untuk meningkatkan kualitas UMKM di Kelurahan Kasepuhan sehingga dapat membantu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kelurahan Kasepuhan, terutama selama pandemi Covid-19. Hasil yang dicapai dari kegiatan pemetaan UMKM berupa WEB-GIS UMKM Kelurahan Kasepuhan dan Aplikasi UMKM Kelurahan Kasepuhan berbasis android. Sedangkan hasil dari program pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara Online yaitu penjualan dan pemasaran produk UMKM melalui sosial media dan e-commerce. Program-program yang dilaksanakan diharapkan dapat bermanfaat dan diteruskan oleh masyarakat Indonesia yang ada di Kelurahan Kasepuhan sehingga dapat menjadi solusi permasalahan yang ada.

Kata kunci: digital, koperasi, masyarakat, pengabdian, UMKM.

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting dan strategis dalam perkembangan ekonomi nasional dan ketenagakerjaan di Indonesia (Putra, 2016). Menurut Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020), kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2019 mencapai

60,3% serta mempunyai tingkat penyerapan tenaga kerja sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Adapun jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha yang didominasi oleh pelaku usaha mikro sebanyak 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Hal

tersebut menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam peningkatan ekonomi nasional karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja yang besar.

Perkembangan jumlah UMKM beberapa tahun ke depan diperkirakan akan semakin bertambah, tetapi baru terlihat dari segi kuantitasnya saja. Sedangkan dari segi kualitas atau mutu, terutama dalam hal strategi *branding* dan teknistechnis *marketing* hanya sedikit yang mengalami peningkatan sehingga berdampak pada daya saing dan produktivitas yang rendah. Beberapa penyebab rendahnya produktivitas UMKM antara lain keterbatasan akses terhadap teknologi, manajemen sumber daya manusia yang rendah, serta rendahnya pengetahuan dan pengalaman pemilik dalam mengelola usaha (Hartono dan Hartomo, 2014). Oleh karena itu, dalam rangka peningkatan kualitas UMKM, diperlukan pembinaan dan pendampingan bagi para pelaku usaha Industri Rumah Tangga baik dari pemerintah, perguruan tinggi, maupun swasta.

Saat ini pandemi Covid-19 memiliki dampak cukup besar terhadap keberlangsungan UMKM. Sektor UMKM mengalami kemunduran yang signifikan dibuktikan dengan data Kementerian

Koperasi dan UKM (2020), kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2020 mengalami penurunan hingga 38,14% menjadi 37,3% dan merupakan yang terendah sejak 2010 dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM saat ini antara lain penurunan produksi dan penjualan, permodalan, terhambatnya distribusi, kesulitan bahan baku, serta terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh (Wartana, 2020). Hal tersebut menunjukkan UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja sedang menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional.

Kelurahan Kasepuhan merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Batang, Kabupaten Batang, Provinsi Jawa Tengah. Mayoritas masyarakat di Kelurahan Kasepuhan memperoleh pendapatan dari hasil Industri

Rumah Tangga yang merupakan salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Keterlibatan pemerintah dan perguruan tinggi dalam kegiatan ekonomi, terutama Industri

Rumah Tangga akan berdampak besar bagi peningkatan perekonomian masyarakat di Kelurahan Kasepuhan yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, terutama di masa pandemi Covid-19. Kontribusi tersebut dapat berupa pemberian penyuluhan dan pelatihan berbasis edukasi digital bagi masyarakat para pelaku Industri Rumah Tangga di Kelurahan Kasepuhan. Selain itu, rata-rata UMKM juga memiliki persoalan dalam akses permodalan, produksi, dan pemasaran sehingga peran koperasi dalam hal ini sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha dan daya saingnya (Partomo dkk., 2004).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tim KKN Tematik Universitas Sebelas Maret (UNS) melakukan kegiatan dengan tema Pengembangan UMKM Berbasis Edukasi Digital pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Kasepuhan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang. Program utama yang dilakukan antara lain melakukan pemetaan potensi UMKM berbasis aplikasi web serta pemberdayaan UMKM melalui koperasi desa secara *online*. Pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM) dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing KUMKM. Program-program yang

dilaksanakan diharapkan dapat bermanfaat sehingga dapat membantu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kelurahan Kasepuhan, terutama selama pandemi Covid-19.

## Metode

Program kegiatan pengabdian masyarakat "Pengembangan UMKM Berbasis Edukasi Digital" dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus – 31 Agustus 2021 di Kelurahan Kasepuhan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah.

1. Pemetaan Potensi UMKM Berbasis Aplikasi Web Metode pelaksanaan program "Pemetaan Potensi UMKM Berbasis Aplikasi Web" diawali dengan penyusunan instrumen wawancara, dilanjutkan dengan proses pengambilan data spasial melalui wawancara. Wawancara dilakukan pada pemilik UMKM yang ada di Kelurahan Kasepuhan. Adapun instrumen wawancaranya antara lain:
  1. Pemilik toko, 2. Nama toko, 3. Barang yang dijual, 4. Lokasi toko, 5. Koordinat letak toko, 8. Foto tampak depan. Setelah itu, dilakukan input data spasial dan pengolahan data pada Aplikasi QGIS yang kemudian menghasilkan output berupa WEB-GIS

dan Aplikasi UMKM Kelurahan Kasepuhan berbasis android. Kegiatan dilaksanakan secara fleksibel sesuai dengan *timeline* program kerja tim KKN UNS.

## 2. Pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara *Online*

Program "Pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara *Online*" diawali dengan sosialisasi kepada anggota koperasi mengenai teknis dan luaran kegiatan pada tanggal 9 Agustus 2021 di Koperasi Desa "Bina Umat Sejahtera" yaitu Masjid Baiturrahman, Kelurahan Kasepuhan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang. Setelah itu, dilakukan pendataan UMKM anggota koperasi Bina Umat Sejahtera dilanjutkan dengan foto produk UMKM, pembuatan logo koperasi, pembuatan sosial media, dan *e-commerce*. Selanjutnya, dilakukan pembuatan desain untuk dimasukkan ke dalam media sosial dan *e-commerce*. Langkah terakhir adalah *upload* produk media sosial dan *e-commerce*.

## Hasil, Pembahasan, dan Dampak

### 1. Pemetaan Potensi UMKM Berbasis Aplikasi Web

Kegiatan pemetaan UMKM merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan UMKM yang ada di Kelurahan Kasepuhan menggunakan media WEB-GIS dan Aplikasi berbasis android. Tujuan kegiatan pemetaan ini yaitu untuk membantu pemilik UMKM yang terdapat di Kelurahan Kasepuhan dalam mempromosikan usahanya kepada masyarakat luas sehingga dapat berdampak pada peningkatan pembeli atau penikmat jasa. Selain itu, dengan adanya kegiatan pemetaan UMKM ini dapat menjadi salah satu penyedia data digital desa terkait dengan persebaran UMKM yang ada di Kelurahan Kasepuhan.

Hasil dari program ini berupa WEB-GIS UMKM dan Aplikasi UMKM Kelurahan Kasepuhan berbasis android. Kegiatan berikutnya yang dilakukan yaitu mempromosikan web dan aplikasi yang berisi data persebaran UMKM melalui media massa dan grup *WhatsApp* masyarakat Kasepuhan. Selain itu, dilakukan kegiatan cetak peta persebaran UMKM Kelurahan Kasepuhan dan penyerahan data digital ke pihak perangkat Kelurahan Kasepuhan.



Gambar 1(a)

**Gambar 1.** Peta UMKM Kelurahan Kasepuhan, Batang. (a) Tampilan Peta

UMKM Cetak, (b) Tampilan Aplikasi Android UMKM Kasepuhan

Berdasarkan Gambar 1. diperoleh hasil pemetaan peta UMKM di Kelurahan kasepuhan yang dilakukan secara *sampling* yaitu terdapat 40 titik usaha dengan jenis-jenis usahanya antara lain 18 usaha produksi makanan (45%), 6 toko serba atau sembako (15%), 9 agen/depot/supplier (22,5%), 2 penyedia jasa (5%), 3 *handcrafting* atau kerajinan (7,5%), 1 *fotocopy* dan peralatan sekolah (2,5%), serta 1 *cell* (2,5%). Data UMKM tersebut masih dapat terus bertambah sehingga program ini dapat menjadi keberlanjutan bagi pihak kelurahan Kasepuhan. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar UMKM yang ada di Kelurahan Kasepuhan berupa usaha bidang

pengolahan makanan, antara lain kerupuk, keripik tempe, sale pisang, *snack*, *eggroll*, tempe kedelai, mie, dan lain-lain. Produk-produk tersebut paling banyak diminati pelaku usaha UMKM karena tidak memerlukan modal yang besar untuk investasi peralatan, tenaga kerja, dan bahan baku. Selain itu, dari segi pemasaran produk-produk tersebut dapat mudah dijual baik di pasar tradisional maupun pasar modern dengan tingkat perputaran penjualan yang cukup tinggi sehingga dapat memberikan stabilitas pendapatan kepada pelaku UMKM di bidang pengolahan pangan (Adawiyah, 2013). Oleh karena itu, usaha bidang produksi makanan merupakan bidang yang paling banyak diminati oleh pemilik UMKM yang berada di wilayah pedesaan, seperti di Kelurahan Kasepuhan, Batang.

Hasil yang dicapai dari kegiatan Pemetaan UMKM Kelurahan Kasepuhan adalah kumpulan *database* mengenai informasi UMKM di Kelurahan kasepuhan yang meliputi nama pemilik, alamat beserta *link google maps*, kontak pemilik, dan produk yang dijual pada UMKM tersebut. Dengan adanya pemetaan ini dapat membantu pemasaran UMKM Kelurahan Kasepuhan secara daring

atau melalui inovasi teknologi komunikasi. Secara langsung pemetaan ini memberikan manfaat bagi pemilik UMKM dan pemerintahan Kelurahan Kasepuhan karena dengan adanya data-data spasial ini akan membantu pemetaan persebaran UMKM oleh pemerintahan serta menyediakan *database* berupa peta cetak dan peta digital.

## 2. Pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara *Online*

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui koperasi desa secara *online* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberdayakan anggota koperasi yang memiliki UMKM agar dapat meningkatkan kualitas UMKM yang dimiliki dari segi penjualan dan pemasaran melalui sosial media dan *ecommerce*. Menurut Pratomo dkk. (2004), sebagian besar UMKM mengalami berbagai masalah seperti permodalan, penurunan pembeli, produksi, pemasaran, dan distribusi yang terganggu sehingga sangat diperlukan peran koperasi sebagai badan hukum yang diharapkan dapat menyokong kebutuhan usaha dan membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi.



Gambar 2(a)



Gambar 2(b)



Gambar 2(c)



Gambar 2(d)



Gambar 2(e)

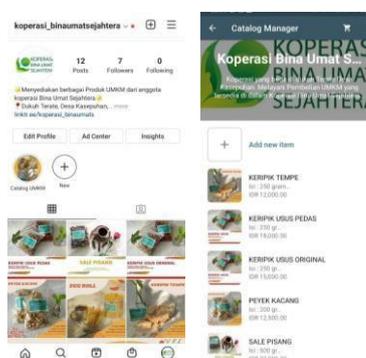
### **Gambar 2.** Produk Koperasi Bina Umat Sejahtera, Kelurahan Kasepuhan,

Batang. (a) Produk Keripik Tempe, (b) Produk Sale Pisang, (c) Produk Keripik Usus, (d) Produk *Egg Roll*, (e) Produk Peyek Kacang.

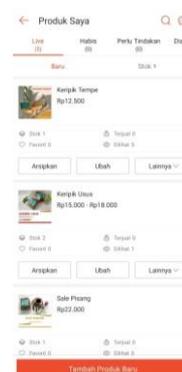
Saat ini terdapat 5 jenis produk yang dijual melalui Koperasi Bina Umat Sejahtera antara lain keripik tempe, sale, keripik usus, *egg roll*, dan peyek kacang. Produk-produk tersebut merupakan produk pangan tradisional atau produk khas daerah Kabupaten Batang. Menurut Adawiyah (2013), pengembangan usaha dalam bidang pangan, khususnya *snack* khas daerah merupakan kegiatan dengan prospek sangat baik karena memiliki kemudahan dalam pemasaran karena

produk makanan khas daerah memiliki permintaan yang tinggi dan merupakan makanan yang dikonsumsi untuk cemilan sehari-hari masyarakat daerah tersebut. Sebelum dilakukan pemasaran, terlebih dahulu dilakukan foto produk dengan teknik *food photography* agar produk pangan tersebut terlihat lebih menarik. Menurut Putra dkk. (2013), foto produk diperlukan untuk peningkatan kualitas pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui media *online*, sehingga calon konsumen mengetahui bentuk produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan foto dan *editing* foto agar foto-foto produk tersebut memiliki nilai komersial sekaligus menampilkan *branding* produk yang dipasarkan. Selain itu, strategi *branding* yang dilakukan yaitu dengan melakukan *labelling* pada produk yang akan dipasarkan. Menurut Angipora (2002), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal mengenai produk. Label sangat penting bagi suatu produk karena dengan label tersebut konsumen dapat mengenal dan mengingat produk tersebut, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut. Akan tetapi, saat ini

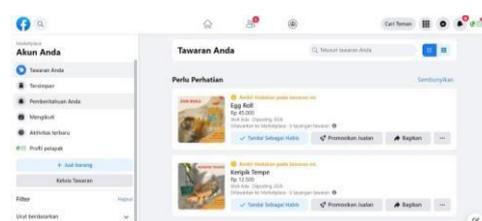
pelabelan yang dilakukan masih terbatas pada nama Koperasi Bina Umat Sejahtera pada kemasan produk. Untuk selanjutnya, diharapkan dapat melengkapi informasi yang disyaratkan pada pelabelan produk pangan oleh BPOM diantaranya nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat IRTP, masa kadaluarsa, kode produksi, dan nomer PIRT (BPOM, 2018).



Gambar 3(a) Gambar 3(b)



Gambar 3(c)



Gambar 3(d)

**Gambar 3.** Sosial Media dan *E-commerce* Koperasi Bina Umat Sejahtera, Kelurahan Kasepuhan, Batang. (a) *Instagram*, (b) *WhatsApp Business*, (c) *Shopee*, (d) *Facebook*

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mengenalkan produk-produk Koperasi Bina Umat Sejahtera yaitu melalui media sosial dan *ecommerce*. Berdasarkan Gambar 3, sosial media dan *e-commerce* yang digunakan antara lain *instagram*, *whatsapp business*, *shopee*, dan *facebook*. Menurut Diez-Martin (2019), penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan *awareness* konsumen. *Marketplace* sebagai bentuk manifestasi dari *e-commerce* digunakan sebagai inovasi atau perubahan metode penjualan (Santoso, 2020). Selain itu, pemasaran dengan media digital dapat juga digunakan untuk meningkatkan *branding* koperasi desa Bina Umat Sejahtera. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan UMKM melalui koperasi ini dapat meningkatkan produktivitas anggota koperasi yang memiliki UMKM agar UMKM lebih baik lagi dari segi penjualan dan pemasaran melalui akun social media dan *e-commerce* serta. dengan adanya program ini diharapkan terjadi keberlanjutan penjualan produk

UMKM melalui koperasi dengan sosial media dan *e-commerce* serta penyebarluasan informasi yang lebih masif sehingga dapat meningkatkan penjualan produk UMKM anggota koperasi.

### Penutup

Program kegiatan pengabdian masyarakat "Pengembangan UMKM Berbasis Edukasi Digital" yang dilaksanakan di Kelurahan Kasepuhan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah antara lain "Pemetaan Potensi UMKM Berbasis Aplikasi Web" dan "Pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara *Online*" bertujuan untuk meningkatkan kualitas UMKM di Kelurahan Kasepuhan sehingga dapat membantu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kelurahan Kasepuhan, terutama selama pandemi Covid-19. *Output* kegiatan pemetaan UMKM berupa WEB-GIS UMKM Kelurahan Kasepuhan dan Aplikasi UMKM Kelurahan Kasepuhan berbasis android. Sedangkan *output* program pemberdayaan UMKM Melalui Koperasi Desa Secara *Online* yaitu peningkatan kualitas UMKM dari segi penjualan dan pemasaran melalui sosial media dan *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan

penjualan produk UMKM anggota koperasi

### Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2021. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada kepala desa, perangkat desa, serta masyarakat, para pelaku UMKM, ibu-ibu anggota koperasi di Kelurahan Kasepuhan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang sebagai mitra pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang sudah bersedia ditempatkan untuk lokasi KKN dan menerima Mahasiswa KKN Universitas Sebelas Maret Kelompok 26 dengan sebaik-baiknya sehingga program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan baik.

### Referensi

[BPOM]. Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2018. Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). BPOM. Jakarta.

Adawiyah, W. R. 2013. Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage*. 1(1): 1-18.

Angipora, M. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., dan PradoRoman, C. 2019. Research challenges in digital marketing: Sustainability. *Sustainability*. 11(10).

Hartono dan Hartomo, D. D. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14(1): 15-30.

Kementrian Koperasi dan UKM. 2020. *Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010 – 2020*. Jakarta.

Partomo, T. S., dan Abd. Rachman S. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Putra, A. H. 2016. Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blera. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 5(2): 40-52.

Putra, I. R. P., Bahrudin, M., dan Dewanto, T. H. 2013. Pembuatan Buku Fotografi Makanan (Studi Kasus Obyek Wisata Jawa Timur). *Jurnal Desain Komunikasi Visual*. 1(1): 50-56.

Santoso, R. 2020. Review of Digital Marketing & Business Sustainability of ECommerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*. 5(2): 36–48.

Wiarta, G. 2020. Kajian Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Kabupaten Buleleng. *Badan Penelitian, Pengembangan, dan Inovasi Daerah Kabupaten Buleleng*. Singaraja