

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA CAWAS

Hasna Latifah<sup>1</sup>, Popy Riliandini<sup>1</sup>, Destya Nuryandara Fadillah<sup>1</sup>, Khoirun Nisa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sebelas Maret  
Corresponding author: sudiby@staff.uns.ac.id

### ABSTRAK

*Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta memberikan masukan mengenai strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Cawas. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Sumber data yang diperoleh melalui observasi di lapangan dan wawancara kepada informan. Partisipasi dan antusiasme pelaku UMKM dalam kegiatan sangat baik, berkontribusi aktif dalam pengadaan pelatihan Pengembangan kemasan dan re-branding produk UMKM, Digitalisasi produk UMKM "Gudeg Yogya Lumintu", serta Pelatihan pembukuan keuangan UMKM. Dampak yang dihasilkan dari kegiatan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam menumbuh kembangkan usahanya membangun perekonomian yang lebih baik. Kegiatan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cawas sangat bermanfaat dan diharapkan dapat berkelanjutan.*

**Kata kunci:** *Kesejahteraan masyarakat, Peranan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*

### Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. UMKM menjadi faktor utama bagi masyarakat

karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi (Alansori dan Erna, 2020). Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan kerja yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyatakan bahwa pemberdayaan UMKM perlu

diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

UMKM bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Salah satu tujuan UMKM adalah menumbuhkembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. UMKM mampu mengatasi beberapa permasalahan ekonomi negara dengan menghasilkan barang/jasa yang dihasilkan yang diperuntukkan kepada masyarakat, mengatasi masalah pengangguran, dan mampu menciptakan lapangan kerja (Sofyan, 2017). Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickle down effect* berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan

lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan (Rachma, 2014).

Dalam pengembangan UMKM hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM meliputi kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya kurangnya kemampuan manajerial, keterampilan beroperasi, rendahnya produktivitas. Hal ini menimbulkan kesenjangan yang sangat lebar antar pelaku usaha, lemahnya organisasi, dan terbatasnya pemasaran (Susila, 2017). Oleh karena itu, kegiatan ini untuk dapat melihat lebih dekat sejauhmana peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat ini dengan salah satu upaya yaitu strategi pengembangan UMKM.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka tujuan kegiatan ini adalah mengetahui perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cawas, mengetahui peran dan kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cawas, dan mengembangkan strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cawas.

## Metode

Metode analisis data yang digunakan penulis yaitu analisis data deskriptif kualitatif. menurut Arikunto (2013:10) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan atau teori pada waktu tertentu. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran dan kondisi UMKM di Desa Cawas. Penelitian ini menekankan aspek pemahaman yang mendalam terhadap masalah serta menggunakan analisis yang mengutamakan proses dan makna.

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung dilapangan serta wawancara mendalam kepada pelaku UMKM yaitu Gudeg Yogya Lumintu dan Ayut Snack yang terletak di RT 02 Desa Cawas. Sumber data sekunder diperoleh melalui informasi data UMKM dari Desa Cawas dan laporan kegiatan yang berasal dari pelaku UMKM.

Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi, yaitu mengumpulkan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama yaitu pelaku UMKM menggunakan observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi.

Strategi penelitian terdiri dari dua tahap. Tahap pertama yaitu persiapan, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan koordinasi dengan semua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan, menentukan program kerja dan penanggung jawab kegiatan. Tahap kedua yaitu pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan *re-branding* produk UMKM, digitalisasi produk UMKM, dan pelatihan pembukuan keuangan UMKM.

## Hasil dan Pembahasan

Pada pengumpulan data yang telah dilakukan dengan teknik interview (wawancara) serta dokumentasi menghasilkan informasi berkaitan dengan objek penelitian yang dalam hal ini merupakan pelaku UMKM. UMKM di Desa Cawas bergerak dalam bidang industri makanan. Terdapat UMKM "Gudeg Yogya Lumintu" yang merupakan olahan pendamping nasi. Selain itu, terdapat UMKM "Ayut Snack" yang menyediakan berbagai jenis keripik *homemade*, seperti keripik pisang, kripik talas, dan kripik sukun. Kedua UMKM tersebut sudah berjalan dan berproduksi cukup untuk memutar modal. Namun, karena usaha tersebut berdiri atas dasar kebutuhan, para pelaku UMKM cenderung

belum memiliki keinginan untuk mengembangkan produknya. Kecenderungan tersebut juga didasari ketiadaan penggerak UMKM di wilayah Desa Cawas. Sehingga, para pelaku UMKM lebih memilih berada pada jalur aman daripada bergerak tanpa pengetahuan yang beresiko mengalami kerugian. UMKM "Ayut Snack" sudah berdiri sejak lama dan sudah cukup memiliki jumlah pelanggan yang banyak. Lokasi penjualannya juga cukup strategis, di jalan raya pasar Cawas. Namun, kemasan yang digunakan pada produk Ayut Snack tidak pernah mengalami perubahan. Kemasan polos tanpa identitas UMKM, menjadikan produk tersebut tidak memiliki ciri yang identik. Berbeda dengan UMKM "Gudeg Yogya Lumintu" yang baru berdiri sekitar 1 bulan. Gudeg Yogya Lumintu sudah memiliki kemasan khas berupa *beseq* yang dianggap lebih tahan untuk menyimpan gudeg. Namun, karena belum lama berdiri, UMKM tersebut juga belum memiliki identitas pada kemasannya. Selain itu, karena Gudeg merupakan olahan pangan pendamping nasi, maka berpotensi pula untuk dilakukan proses digitalisasi. Dalam hal pencatatan keuangan, kedua UMKM juga belum menggunakan metode pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Arus uang penghasilan masuk dan keluar belum dicatat secara sistematis dan terstruktur.

Berdasarkan uraian informasi hasil pengumpulan data tersebut, maka tim KKN 106 Desa Cawas, berperan sebagai penggerak UMKM guna merancang strategi dalam rangka pengembangan UMKM di Desa Cawas. Beberapa program yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pengembangan kemasan dan *re-branding* produk UMKM

Program ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan identitas produk UMKM sehingga memiliki ciri dan nilai jual yang lebih tinggi. Pembeli juga dapat mengenal produk dan mendapatkan informasi mengenai produk. Selain itu, dengan melakukan *re-branding* pemasaran produk UMKM yang masih bersifat *mouth-to-mouth* akan lebih menjangkau pasar yang luas. Program dilaksanakan dengan membuat spanduk identitas toko pada UMKM "Ayut Snack". Kemudian, mengganti kemasan plastik dengan *finishing* lipat staples menjadi kemasan *standing pouch*. Hal tersebut bertujuan supaya kripik tersebut benar-benar menjadi snack yang mudah penyimpanannya. Setelah itu, untuk menambahkan identitas produk ditambahkan stiker pada kemasan produk. *re-branding* pada produk UMKM "Ayut Snack" dilakukan

dengan membuat parcel kripiik yang dikemas dalam wadah *beseq*.



Gambar 1. Pengembangan Kemasan dan Re-branding UMKM “Ayut Snack”  
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

Program pengembangan kemasan yang dilakukan pada UMKM “Gudeg Yogya Lumintu” berfokus pada identitas produk dan informasi produk. program dilaksanakan dengan menambahkan tali rami untuk mengikat *beseq* dan menggantung tag berisi nama produk dan *barcode* berisi informasi produk. *Barcode* dibuat dengan menggunakan *taplink* yang memiliki cabang beberapa link. Terdapat link yang merujuk pada menu dari UMKM “Gudeg Yogya Lumintu”, link yang merujuk pada *merchant gofood*, nomor whatsapp pemesanan partai besar, nomor whatsapp

pemesanan partai kecil, dan *Google maps* lokasi UMKM.



Gambar 3. Hasil Pengembangan Kemasan dan Tag Identitas  
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

Gambar 2. Kemasan dan Parcel  
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021



Gambar 4. Hasil Scan Barcode  
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

## 2. Digitalisasi produk UMKM “Gudeg Yogya Lumintu”

Program ini berfokus pada UMKM “Gudeg Yogya Lumintu” yang memiliki potensi untuk dilakukan proses digitalisasi. Program dilakukan dengan cara mendaftarkan UMKM ke *GoFood*.

Dengan bergabungnya UMKM tersebut ke marketplace digital, maka akan memperluas target pasar dari UMKM tersebut. Proses digitalisasi ini dilakukan secara bertahap, yang dimulai dari memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya turut serta dalam digitalisasi ini. Kemudian menyiapkan berbagai syarat dan keperluan pendaftaran. Selanjutnya, baru dilakukan pendaftaran ke *GoFood* melalui aplikasi *GoBiz*. Setelah proses verifikasi dan validasi oleh pihak *Gojek* selesai, perlu dilakukan pemberian pemahaman kembali kepada pelaku UMKM mengenai sistem bagi hasil *GoFood*. Sehingga perhitungan harga menu di *GoFood* dan di lokasi offline harus disesuaikan. Untuk meringankan sedikit beban UMKM dalam digitalisasi ini, diberikan pula paket data kepada pelaku UMKM untuk digunakan sebagai sarana mengelola *GoFood*.



Gambar 5. Persiapan Data Pendaftaran  
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021



Gambar 6. Tampilan  
UMKM di Gofood  
Sumber: Dokumentasi  
Kegiatan, 2021

### 3. Pelatihan pembukuan keuangan UMKM

Program pelatihan pembukuan dilakukan di kedua UMKM, baik Ayut Snack maupun Gudeg Yogya Lumintu. Hal ini dikarenakan semua UMKM dinilai wajib melakukan pembukuan secara tertib agar usahanya mengalami kemajuan. Program dilakukan dengan dimulai dengan

pemberian pemahaman mengenai pentingnya pembukuan. Kemudian, pelaku UMKM secara intensif mendapatkan pelatihan bagaimana cara pembukuan. Untuk mendukung proses pembukuan tersebut, diberikan pula buku kas khusus pembukuan kepada masing-masing UMKM beserta alat tulisnya.



Gambar 7. Pemberian Pelatihan Pembukuan Keuangan UMKM

Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021



Gambar 8. Pemberian Buku Kas Keuangan UMKM

Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

## Penutup

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu:

1. Perkembangan UMKM di Desa Cawas sudah berjalan cukup baik namun masih belum bisa mengembangkan produknya sehingga kurang dikenal oleh banyak orang.
2. Kendala yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cawas yaitu Pelaku UMKM belum mempunyai wawasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan produknya serta minimnya modal yang mengakibatkan terbatasnya pemasaran.
3. Peran pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki dampak yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam menumbuh kembangkan usahanya membangun perekonomian yang lebih baik, mengatasi masalah pengangguran, dan mampu menciptakan lapangan kerja.
4. Dari kegiatan ini terlihat adanya kendala yang dihadapi, untuk itu perlu adanya strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan melalui program Pengembangan kemasan dan *re-branding* produk UMKM "Gudeg Yoga Lumintu", serta Pelatihan pembukuan keuangan UMKM yang sekiranya dapat memberikan manfaat agar produknya lebih dikenal oleh

masyarakat luas dengan ciri khas yang dimilikinya serta mampu memudahkan pelaku UMKM dalam mengatur modal yang dimiliki dan mencatat manajemen keuangan yang bijak agar usaha yang dijalankan bisa berkembang lebih maju.

## Ucapan Terima Kasih

1. UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2021

## Referensi

- Alansori, Apip., Erna Listyaningsih. 2020. *Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Rachma, Fitriati. 2014. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta.
- Sofyan, S. 2017. *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia*. Bilancia. Vol 11 (1): 33-62.
- Susila, AR. 2017. *Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global*. Kewirausahaan dalam Multi Perspektif.
- Undari,W & Lubis, A.S. 2021. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora. Vol.6. No.1.