



## **PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) HANINA CRAFT MENUJU UMKM NAIK KELAS**

Khresna Bayu Sangka<sup>1</sup>, Mia Choirul Fadhilah<sup>2</sup>, Tazkia Akmalia Nur Arifah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sebelas Maret

<sup>2</sup>Universitas Sebelas Maret

<sup>3</sup>Universitas Sebelas Maret

Corresponding author: [b.sangka@staff.uns.ac.id](mailto:b.sangka@staff.uns.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Hanina Craft merupakan salah satu UMKM di bawah naungan Bank Indonesia Solo, yang memproduksi kerajinan tangan berupa makrame dan berlokasi di Desa Penggung, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali. Salah satu permasalahan yang masih terjadi pada UMKM di Indonesia yaitu digitalisasi dengan keterbatasan sumber daya manusia serta akses pada teknologi yang masih minim. Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 87 mengadakan berbagai program kerja yang dapat menunjang berkembangnya UMKM Hanina Craft seperti branding, produksi produk usaha, pendampingan EXPO UMKM, pendampingan pembukuan, pembuatan kontrak perjanjian kerja sama, storynomics, pembuatan iklan, serta edukasi tentang Prosedur Operasi Standar (POS) alur ekspor. Tahapan yang digunakan dalam program ini yaitu meliputi identifikasi masalah, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan evaluasi. Adapun tujuan dan hasil yang ingin dicapai dalam program KKN Tematik ini yaitu untuk mengembangkan UMKM Hanina Craft. Diharapkan program-program yang dilakukan dan diterapkan dalam kegiatan KKN dapat membantu mengembangkan potensi usaha UMKM Hanina Craft, mendorong ke ranah dunia ekspor dengan digitalisasi dan mempermudah konsumen untuk mengenal dan membeli produk UMKM Hanina Craft*

Kata kunci: digitalisasi, kuliah kerja nyata, usaha mikro kecil dan menengah

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang dapat disingkat sebagai UMKM merupakan usaha yang biasa dijumpai oleh masyarakat umum. UMKM memiliki definisi yaitu sebagai usaha produktif yang dimiliki perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro (Hardilawati, 2020).

UMKM mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia (Sudrartono dkk, 2022). UMKM merupakan usaha yang dapat mendorong perekonomian di Indonesia dengan jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, manajemen yang sederhana, maupun modal yang terbatas (Jayati dkk, 2021). Begitu pula pada masa pandemi Covid-19, eksistensi UMKM berhasil meningkatkan kondisi perekonomian Indonesia (Hardilawati, 2020).

Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah masalah digitalisasi karena adanya keterbatasan sumber daya manusia



serta akses pada teknologi yang masih minim. Hal tersebut merupakan salah satu alasan kelompok 87 KKN UNS melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UMKM Naik Kelas pada UMKM Hanina Craft di Desa Penggung, Boyolali, Jawa Tengah.



Gambar 1. Logo Hanina Craft

UMKM Hanina Craft merupakan salah satu UMKM di bawah naungan Bank Indonesia Solo, yang memproduksi kerajinan tangan berupa makrame. Makrame yang diproduksi dan dijual oleh UMKM Hanina Craft merupakan kerajinan tali temali dan simpul menyimpul berupa hiasan dinding, gantungan tanaman, gelang, gantungan kunci, dan yang lainnya. Saat ini kreasi kerajinan makrame banyak diminati karena dapat memberikan kesan cantik dan estetik.

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada dalam UMKM Hanina Craft, kami mahasiswa KKN membantu mitra untuk melakukan pembaharuan dan peningkatan dalam strategi pemasaran dan promosi. Hal tersebut dilakukan sesuai dengan tujuan kegiatan KKN Tematik ini yaitu mendorong UMKM untuk naik kelas dan dapat mengeksport produk UMKM.

### **Metode**

Program KKN Tematik dilaksanakan pada periode Juli-Agustus 2023 di UMKM Hanina Craft yang berlokasi di Desa Penggung, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali. Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik diawali dengan tahap survei lapangan, observasi, serta koordinasi dengan pihak yaitu Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN serta wawancara dengan UMKM Hanina Craft dan pemangku kepentingan setempat. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi serta situasi terbaru UMKM tujuan kelompok KKN untuk mendapatkan informasi untuk menjadi dasar dalam penyusunan program kerja.

Tahapan yang digunakan dalam program ini yaitu meliputi identifikasi masalah, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan evaluasi. Adapun hasil yang ingin dicapai dalam program KKN Tematik ini yaitu untuk mengembangkan UMKM Hanina Craft. Diharapkan program-program yang dilakukan dan diterapkan dalam kegiatan KKN ini dapat membantu UMKM Hanina Craft dalam mengembangkan potensi usaha, mendorong ke ranah dunia ekspor dengan digitalisasi, dan mempermudah konsumen untuk mengenal dan membeli produk UMKM Hanina Craft.

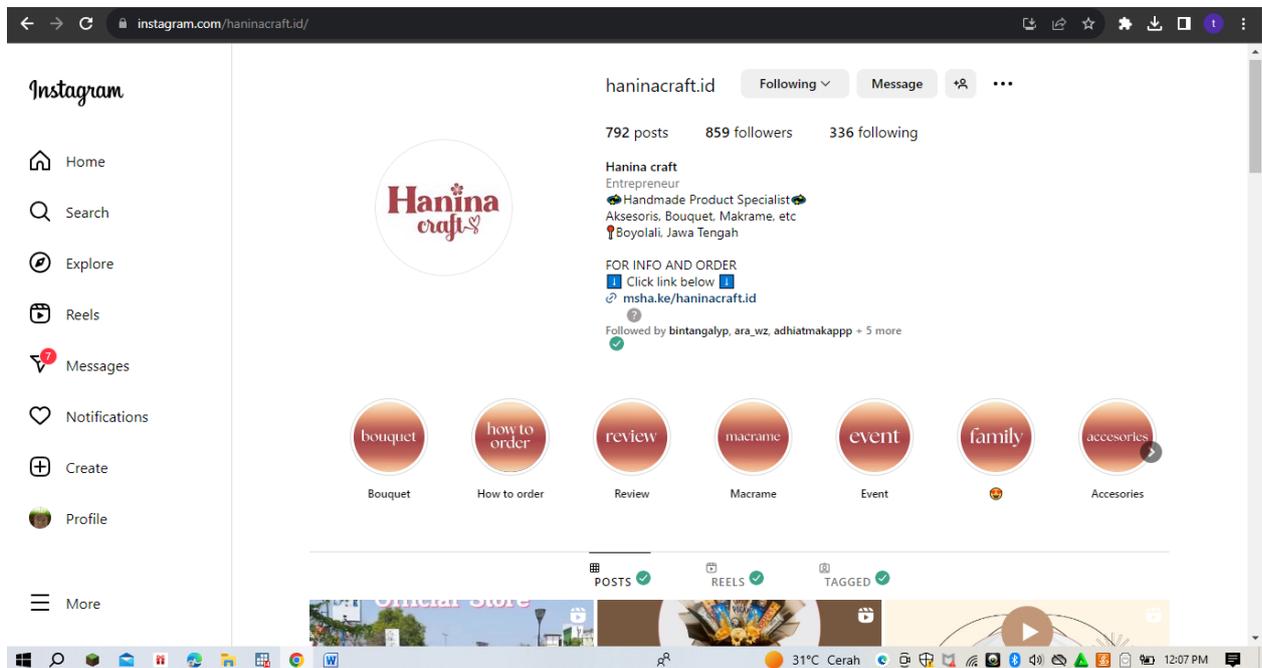


## Hasil, Pembahasan, dan Dampak

Berikut ini adalah hasil dari program kerja yang telah dicapai dari pelaksanaan KKN di Hanina Craft, yaitu:

### A. Branding UMKM Hanina Craft

Dalam program kerja ini kami membangun *branding* UMKM Hanina Craft terutama *branding* melalui media sosial. Kami berhasil membuat logo baru untuk UMKM Hanina Craft yang akan menjadi identitas resmi dan ciri khas Hanina Craft, mendesain ulang akun instagram Hanina Craft agar lebih terstruktur dan menarik, serta melampirkan informasi-informasi penting terkait UMKM dan produk. Kami juga berupaya meningkatkan pemesanan dan penjualan produk melalui *offline* dan *online store* Hanina Craft, dengan mendaftarkan lokasi toko di Google Maps agar memudahkan akses pembeli menuju *offline store*, memperbarui tampilan *online store*, dan memaksimalkan pelayanan dan transaksi calon pembeli di Shopee yang semula hanya dilakukan via Whatsapp.



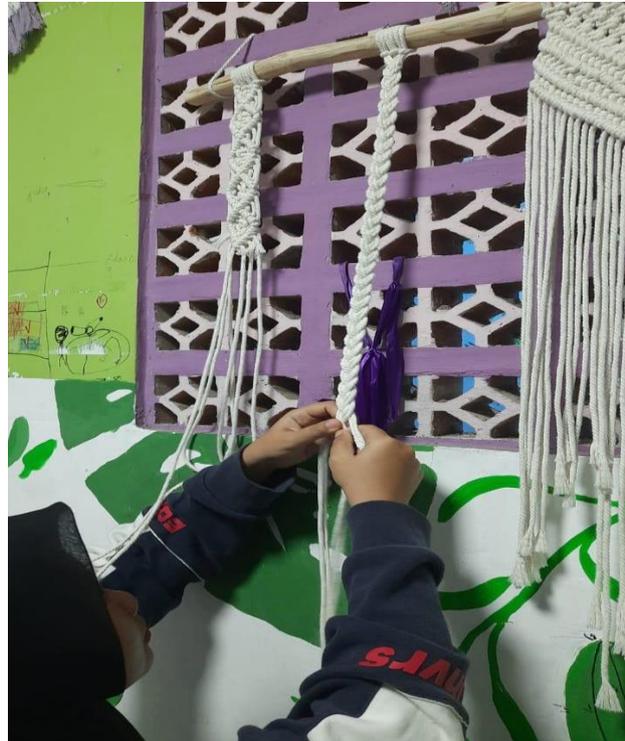
Gambar 2. Tampilan baru instagram Hanina Craft

### B. Produksi Makrame Produk Usaha Hanina Craft

Melalui program kerja produksi produk usaha ini, kami melihat jumlah produksi berupa kerajinan tangan masih kurang, karena hanya diproduksi oleh satu orang pemilik usaha tanpa pegawai. Mahasiswa KKN membantu pembuatan produk Hanina Craft dengan meningkatkan jumlah produk *ready stock* agar dapat memenuhi permintaan pembeli. Hasil kegiatan program kerja produksi produk usaha untuk Hanina Craft ini antara lain, pembuatan berbagai jenis makrame berupa hiasan dinding, gantungan tanaman, gantungan hijab, dll. Kami juga berhasil meningkatkan stok produksi Hanina Craft, menambahkan inovasi baru dengan jumlah produksi yang bertambah signifikan setiap harinya, serta menambah variasi gelang agar semakin



menarik minat pembeli. Stok yang sudah cukup melimpah menginspirasi pemilik UMKM untuk membuka toko *offline*. Sehingga Hanina Craft memiliki potensi jual tinggi dengan menarik konsumen melihat secara langsung produk-produk yang ditawarkan di toko. Barang yang telah diproduksi selanjutnya dipotret dan diunggah ke media sosial agar dapat dilihat oleh konsumen yang lebih luas.



Gambar 3. Produksi Makrame

### C. Pendampingan Expo UMKM Hanina Craft

Expo UMKM memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Expo UMKM yang diadakan di Solo Square ini menjadi *platform* penting yang memungkinkan para pelaku usaha kecil, seperti Hanina Craft untuk berinteraksi langsung dengan calon konsumen, memperkenalkan produk-produk unggulannya, serta berbagi pengalaman dengan sesama pelaku usaha. Hasil yang didapatkan dari kegiatan Pendampingan Expo UMKM adalah terjualnya berbagai produk UMKM, produk yang paling laris selama expo ini digelar adalah gelang makrame. Hasil lainnya adalah upaya pengenalan UMKM Hanina Craft kepada masyarakat luas, yang terbukti dengan ketertarikan pengunjung expo yang menanyakan media sosial Hanina Craft dan tertarik melihat katalog yang telah dibuat oleh mahasiswa.



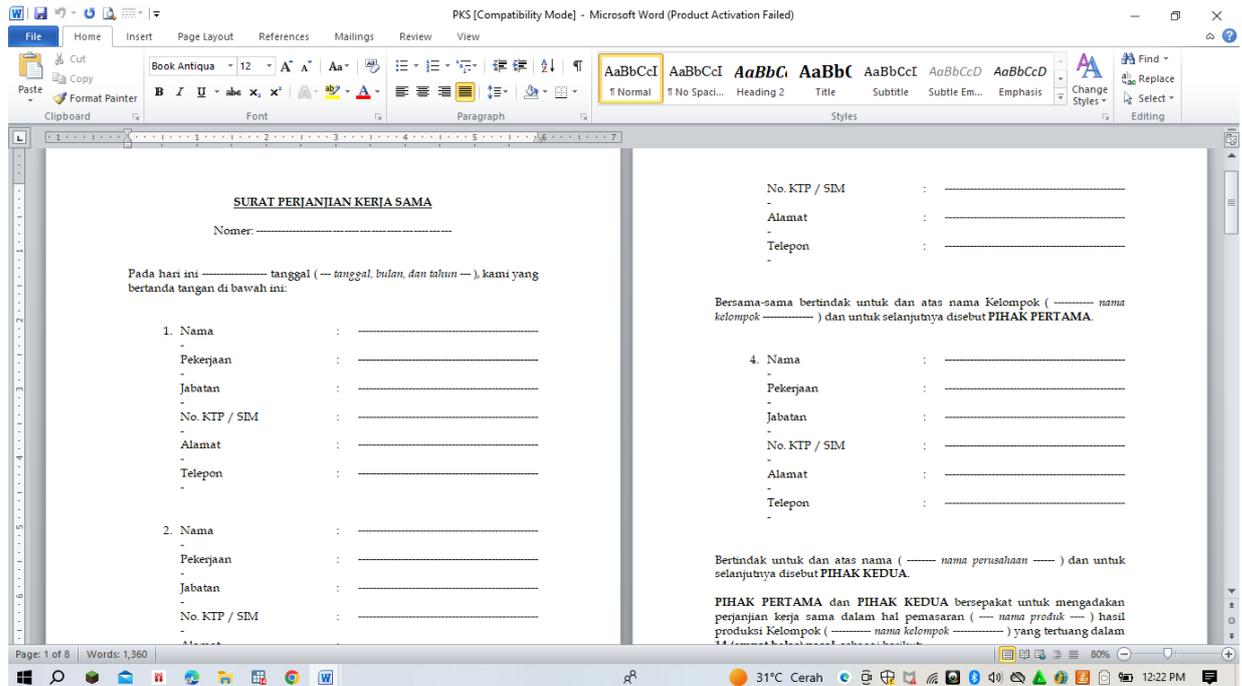
Gambar 4. Pendampingan Expo UMKM

#### D. Pendampingan Pembukuan Keuangan Hanina Craft

Hasil yang diperoleh melalui program pendampingan pembukuan catatan keuangan adalah UMKM Hanina Craft dan pelaku usahanya sekarang memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap pentingnya pembukuan keuangan dalam pengelolaan bisnis. Mereka telah menyadari bahwa catatan keuangan yang baik adalah alat yang sangat berharga dalam mengambil keputusan bisnis yang cerdas. UMKM Hanina Craft telah mengembangkan kemampuan manajemen keuangan yang lebih baik, dengan membuat anggaran, memantau arus kas, dan membuat keputusan berdasarkan data keuangan yang akurat. Hal inilah yang membuat pengelolaan keuangan bisnis menjadi lebih efisien. Selain itu, UMKM Hanina Craft kini lebih siap dalam menghadapi risiko keuangan, dengan mampu mengidentifikasi potensi masalah keuangan lebih awal dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengurangi dampak negatifnya.

#### E. Pembuatan Kontrak Perjanjian Kerja Sama

Dalam upaya mahasiswa KKN meningkatkan pengetahuan UMKM Hanina Craft, maka diadakan edukasi mengenai pembuatan kontrak perjanjian kerja sama. Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah bertambahnya pengetahuan UMKM Hanina Craft akan informasi tentang langkah-langkah dan syarat-syarat dalam pembuatan kontrak perjanjian kerja sama dengan pihak lain. Diharapkan dengan adanya pemahaman mengenai pembuatan kontrak perjanjian kerja sama, UMKM Hanina Craft lebih mengetahui dan memahami mengenai pembuatan kontrak perjanjian kerja sama jika di masa depan akan melakukan kerja sama sendiri dengan pihak lain.



Gambar 5. Draft Kontrak Perjanjian Kerja Sama

#### F. *Storynomics* dan Pembuatan Iklan UMKM Hanina Craft

*Branding* UMKM sangatlah penting, melalui *branding*, UMKM dapat membedakan diri dari pesaing, membangun citra positif, dan membangun kepercayaan pelanggan. Program kerja *storynomics* dan pembuatan iklan UMKM Hanina Craft bertujuan untuk mendokumentasikan perjalanan dan pencapaian dalam membantu UMKM Hanina Craft. Hasil dari kegiatan ini antara lain, pembuatan iklan berkualitas berupa iklan visual dan naratif yang menggambarkan kisah unik dan perjalanan Hanina Craft. Peningkatan eksposur Hanina Craft di *platform online*, seperti media sosial dan situs web dengan pengoptimalan strategi media sosial dan SEO (*Search Engine Optimization*). Upaya peningkatan jumlah pesanan Hanina Craft secara signifikan serta pengembangan *brand awareness* Hanina Craft agar memiliki tingkat kesadaran merek yang lebih tinggi di kalangan masyarakat lokal.

#### G. Standarisasi *Packaging*

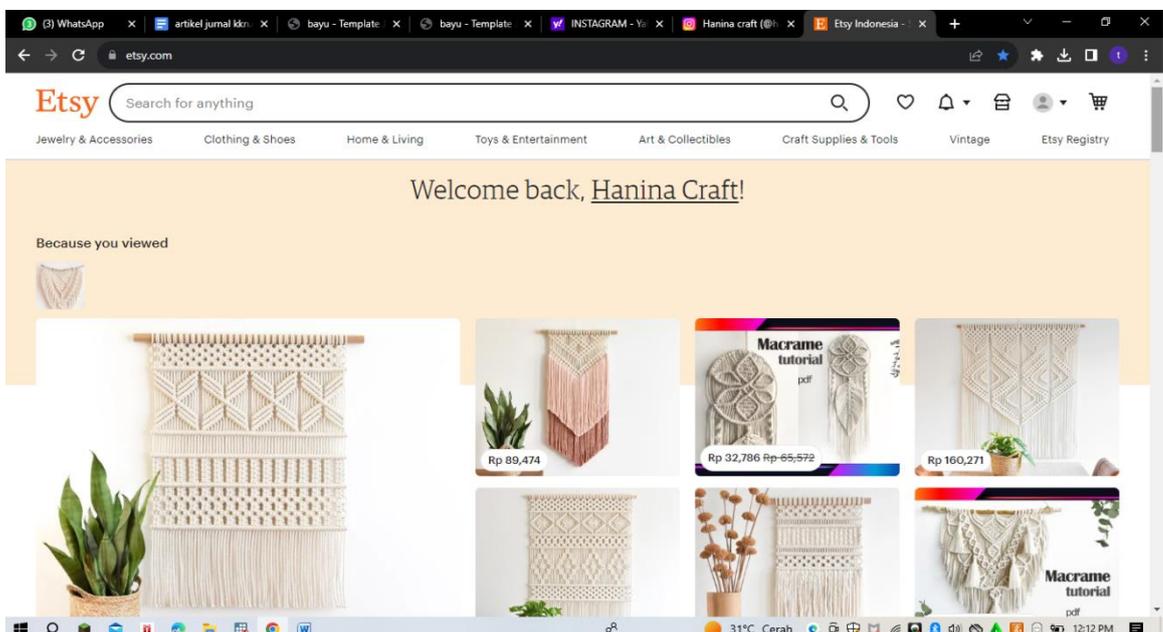
Sebagai upaya peningkatan kualitas produk UMKM menjadi lebih baik maka dilakukan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada UMKM Hanina Craft mengenai standarisasi *packaging*. Sosialisasi dan edukasi standarisasi *packaging* bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM mengenai standar standar yang perlu dipenuhi dalam pengemasan sebuah produk. Memberikan pengetahuan mengenai jenis, bentuk, bahan, dan desain kemasan produk yang baik terhadap pelaku UMKM. Dalam kegiatan ini kami membantu memberikan rekomendasi *packaging* yang baik dan membantu membuat desain yang sesuai dengan produk buatan UMKM Hanina Craft. Hasil dari kegiatan ini adalah Hanina Craft dapat meningkatkan *value* dan harga jual produk yang dibuat, selain itu *packaging* yang bagus dapat menjaga produk tetap dalam kondisi yang baik serta menarik minat pelanggan untuk membeli produk.



Gambar 6. Desain Baru *Packaging* Produk Gelang

#### H. Prosedur Operasi Standar (POS) Alur Ekspor

Dalam rangka meningkatkan pengetahuan UMKM Hanina Craft terkait pengelolaan ekspor, kami memberikan edukasi kepada UMKM Hanina Craft tentang Prosedur Operasi Standar (POS) Alur Ekspor. Hasil yang didapatkan pelaksanaan aktivitas ini yaitu pengetahuan UMKM Hanina Craft akan informasi tentang Prosedur Operasi Standar (POS) Alur Ekspor serta pendaftaran akun *seller* pada *e-commerce* Etsy yang merupakan salah satu *e-commerce* penjualan makrame di tingkat internasional. Kegiatan Edukasi POS alur ekspor sangat penting bagi UMKM Hanina Craft karena hal tersebut untuk mengetahui, memahami dan menerapkan pengetahuan tentang alur ekspor. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengenalkan POS alur ekspor ini kepada UMKM Hanina Craft. Diharapkan dengan adanya edukasi POS alur ekspor UMKM Hanina Craft lebih mengetahui dan memahami alur ekspor jika di masa depan akan melakukan ekspor mandiri.





Gambar 7. Pendaftaran akun *seller* pada *e-commerce* Etsy

## Penutup

Kegiatan KKN yang berfokus pada pengembangan UMKM Hanina Craft telah dilakukan selama 45 hari. Beberapa hasil yang telah dicapai dari program kerja kami adalah pembuatan logo baru Hanina Craft, pembaruan akun instagram Hanina Craft, *make over offline* dan *online store*, meningkatkan dan menambah variasi stok produksi produk usaha, memperkenalkan UMKM Hanina Craft melalui expo, memberikan edukasi kepada UMKM terkait pembukuan keuangan, kontrak perjanjian kerja sama, standarisasi *packaging*, dan POS alur ekspor, serta memberikan branding yang khas melalui *storynomics*, dan lain sebagainya.

## Ucapan Terima Kasih

1. Unit Pelaksana Kuliah Kerja Nyata (UPKKN), Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2023.
2. Ibu Anita Natalia selaku pemilik UMKM Hanina Craft yang telah menerima kami serta mau belajar dan berkembang bersama kami demi mencapai UMKM Hanina Craft naik ke kelas yang lebih tinggi.
3. Pemerintah Desa Penggung, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah, dan seluruh pemangku kepentingan setempat yang telah menerima, mendukung serta membantu pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2023.
4. Warga Desa Penggung yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program KKN periode Juli-Agustus 2023.
5. Mahasiswa anggota KKN Kelompok 87, Bintang Aly Prayoga, Afifah Miftahul Jannah, Frimananda Mutiara Bintani, Sekar Wulan Oktavia, Adhiatmaka Purna Wisuda, Dimas Triadi Pamungkas, Yeandita Quintara Salsabila, Ananda Wahyu Nur Said, Mia Choirul Fadhilah, dan Tazkia Akmalia Nur Arifah yang telah melaksanakan seluruh program KKN dengan semangat dan baik.

## Referensi

- Aulya, W. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.
- Fauzar, S. (2022). PEMBINAAN SERTA PENGEMBANGAN PENGELOLAAN KEUANGAN PADA UMKM KELURAHAN KAMPUNG BULANG. *Journal of Maritime Empowerment*, 5(1), 1-4.
- Febriansyah, F., & Anggraini, L. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS E-MARKET PADA UMKM DESA GUNUNG RAYA. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(9), 6127-6132.
- Fitri, R. (2021). Pengembangan Keterampilan Pembuatan Desain Kemasan Serta Pemanfaatan Pemasaran Digital Sebagai Strategi Bertahan UMKM yang Terdaftar Pada PLUT K-UMKM Kota Batu. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(3), 35-41.
- Jayati, A. Febrina, C.S., Ashari I.H., Razkia D. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Kerupuk Rambak RW 15 Kelurahan Rejosari. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 5(2), 155-159
- Hardilawati, L.W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.



- Hartati, C. S. (2021). ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIMENSI KREATIVITAS DAN INOVASI (Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Sugihwaras Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(4), 256-265.
- Karsono, L. D. P., & Lida, U. M. (2023). Kreativitas Digital UMKM: Strategi Pengembangan, Operasional, dan Pemasaran.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Amaria, H., ... & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital.
- Sya'bania, A., Zain, M. A. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DENGAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DI ERA MODERNISASI (STUDI PADA UMKM LAMINGO97). *Jurnal Pemantik*, 1(2), 134-143.
- Tobing, D. S. K., & Ardhyansyah, G. (2022). Sosialisasi UMKM dan Pembuatan Label Produk Sebagai Program Pengembangan Umkm Lokal Desa Summersari Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(2), 85-95.
- Zefriyenni, Z., Eliza, E., Azka, B. P., & Lusiana, L. (2022). PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS DIGITAL PADA UMKM BATU GADANG KECAMATAN LUBUK KILANGAN PADANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3).