

## Pemberdayaan UMKM Melalui Pembentukan Komunitas Bisnis Ibu-Ibu Desa Lumbungkerep

**Eksal Pujiyanto\*, Irman Indarto, Rizal Badarul Mufid, Najma Bintang Hati Darmadi, Tastaftiyan Risfandy, Bimo Saktiawan**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

\*Email: eksalp.0@student.uns.ac.id

Submitted: 10 November 2023, Revised: 6 Desember 2023, Accepted: 8 Maret 2024, Published: 1 April 2024

### Abstrak

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap PDB sebesar 60,51% tidak dapat diabaikan. Adanya transformasi digital dan pandemi COVID-19 mendorong urgensi bagi UMKM untuk berkembang. Kesulitan untuk bertransformasi secara digital di Desa Lumbungkerep, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, menjadi fokus dalam pengabdian masyarakat ini. Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep yang dibentuk oleh KKN 154 Universitas Sebelas Maret bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan bisnis kepada ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Lumbungkerep. Kegiatan ini mencakup sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan dengan berkolaborasi dengan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Partisipasi dan antusiasme 30 ibu-ibu terhadap komunitas ini sangat tinggi pada pengadaan pelatihan UMKM. Dari ketiga pelatihan yang telah terlaksana, ibu-ibu peserta komunitas mendapatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, pemasaran produk, dan perizinan berusaha. Komunitas Ibu-ibu Desa Lumbungkerep telah menjadi wadah yang berguna untuk mendorong kolaborasi dan inovasi, mendukung UMKM Desa Lumbungkerep untuk meningkatkan nilai produk dan pendapatan, serta menumbuhkan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui berbagai pelatihan serta pendampingan dalam mengelola bisnis mereka.

**Kata kunci** : Komunitas Bisnis; Pelatihan; Pengabdian; UMKM

### Abstract

*The contribution of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to the GDP at 60.51% is undeniable. The digital transformation and the COVID-19 pandemic emphasize the urgency for MSMEs to prosper. The challenge of the digital revolution in Lumbungkerep Village, Klaten Regency, Central Java, is the focus of this community service. The establishment of the Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep by KKN 154 Universitas Sebelas Maret aims to provide understanding and business skills to the women involved in MSMEs in the village. Activities include socialization, training, and mentoring in association with the Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) community. The participation and enthusiasm of 30 women in this community are remarkably high in UMKM training. Through three guided training sessions, community members gained insights into financial management, product marketing, and business licensing. The Lumbungkerep Village Women's Community has proven to be a valuable platform for fostering collaboration and innovation, supporting local MSMEs to enhance product value and income, and promoting sustainable welfare and economic growth through various training and mentoring initiatives in managing their businesses.*

**Keywords** : Business Community; Training; Community Service; MSMEs

**Cite this as:** Pujiyanto, E., Indarto, I., Mufid, R. B., Darmadi, N. B. H., Risfandy, T., dan Saktiawan, B. 2024. Pemberdayaan UMKM Melalui Pembentukan Komunitas Bisnis Ibu-Ibu Desa Lumbungkerep. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 13(1). 73-81. doi: <https://doi.org/10.20961/semar.v13i1.80320>



## Pendahuluan

Kontribusi UMKM yang besar pada perekonomian Indonesia perlu terus dipertahankan dengan mendorong para pelaku usaha untuk semakin menguatkan ekosistem bisnis mereka. Hingga Maret 2023, UMKM di Indonesia berhasil berkontribusi sebesar 60,51% pada PDB (Limanseto, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan penggerak utama perekonomian nasional, mengingat skala kegiatannya melibatkan seluruh sektor usaha (Anggraeni dkk., 2013). Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia sepanjang tahun 2020 hingga 2021 membuat perekonomian di seluruh sektor melemah, termasuk UMKM. Sebesar 82,9% UMKM merasakan dampak negatif dari terjadinya pandemi (Katadata, 2021). Fenomena ini juga terjadi di Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah (2020), sebesar 50.488 UMKM terdampak dan mengajukan bantuan ekonomi dan pemerintah. Berbagai tantangan dihadapi oleh pelaku UMKM, mulai dari penurunan penjualan, kesulitan dalam memperoleh modal, terhambatnya distribusi, hingga penurunan tingkat produksi yang menghadirkan ancaman bagi keberlanjutan dinamika ekonomi nasional (Hanim dkk., 2022). Peran UMKM sebagai pendorong ekonomi domestik menjadi terhambat yang berimplikasi pada penurunan keuntungan yang substansial dan menghambat kebutuhan hidup masyarakat. Adanya transformasi digital, yaitu perpindahan bisnis dari konvensional menjadi berbasis *online* telah menuntut para pelaku usaha untuk mengikuti pergeseran perilaku konsumen yang cenderung beralih ke pembelian secara digital. Pada akhirnya, transformasi digital telah membentuk dinamika baru dalam pola pemasaran UMKM serta konsumsi masyarakat.

Solusi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mengatasi dampak setelah adanya pandemi COVID-19 adalah transformasi digital. Akan tetapi, para UMKM merasa kesulitan dalam melakukan digitalisasi dikarenakan terbatasnya pengetahuan. Rendahnya tingkat pemahaman UMKM dalam melakukan transformasi memerlukan upaya lebih untuk membantu mengembangkan usaha mereka. Menurut Rao dan Rajeswari (2020), kurang dari 10% UMKM Indonesia yang mampu mengoperasikan pemasaran secara digital. Desa Lumbungkerep, desa yang berlokasi di Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah, memiliki banyak pelaku dan industri usaha. Mulai dari makanan, pertanian, manufaktur, hingga kerajinan. Meskipun begitu, mayoritas pelaku usaha Desa Lumbungkerep masih merasa kesulitan dalam meningkatkan usaha, terutama dalam hal merambah ke penjualan *online*. Ketidakseimbangan informasi yang masih eksis dapat menghambat kemampuan pelaku UMKM dalam menjalankan proses transformasi digital (Juwita & Handayani, 2022). Berlandaskan masalah tersebut, sebuah program pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh KKN 154 Universitas Sebelas Maret dengan membentuk Komunitas Bisnis Ibu-ibu Lumbungkerep untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM.

Banyaknya pelaku dan bidang industri di Desa Lumbungkerep menunjukkan besarnya potensi bagi UMKM Desa Lumbungkerep untuk berkembang lebih pesat di bidang keuangan, pemasaran, hingga operasional. Meskipun terdapat berbagai potensi, masyarakat setempat masih belum mampu meningkatkan potensi sumber daya dan usaha yang ada. Potensi ini dapat didorong dengan komunitas yang menyediakan berbagai pelatihan komprehensif untuk memperkuat ekosistem UMKM di Desa Lumbungkerep. Tidak hanya berfokus pada transformasi digital, pelatihan ini membantu para UMKM dalam perizinan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan yang akan membantu mereka meningkatkan usaha.

Desa Lumbungkerep berharap dapat menjadi desa yang mandiri melalui pemberdayaan UMKM dengan penerapan karakter pada masyarakat yang swadaya, swakarya, dan swasembada. Untuk mencapai hal ini, Desa Lumbungkerep berkolaborasi dengan PKK dan mahasiswa/i KKN 154 Universitas Sebelas Maret dengan membentuk Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM, seperti penggunaan pembayaran digital, pembukuan kas yang memisahkan uang pribadi dan uang bisnis, menentukan kemasan yang sesuai untuk melakukan ekspansi ke e-commerce untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, hingga pembuatan perizinan berusaha. Permasalahan tersebut perlu segera diselesaikan agar dapat menjadi desa yang mandiri secara finansial dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Desa Lumbungkerep.

Program kerja utama mahasiswa/i KKN kelompok 154 Universitas Sebelas Maret adalah menciptakan inovasi melalui pembentukan komunitas yang akan bergerak pada bidang bisnis bagi ibu-ibu di Desa Lumbungkerep. Tujuan utama dari program ini adalah untuk memberdayakan perempuan di desa tersebut dalam bidang ekonomi. Melalui komunitas bisnis ini, ibu-ibu desa akan diajak untuk berkolaborasi, berbagi pengetahuan, dan mengembangkan keterampilan bisnis mereka, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup mereka serta mendukung perekonomian lokal.



Selain itu, program ini juga akan memberikan pelatihan tentang pengelolaan usaha kecil, pemasaran produk lokal, dan penggunaan teknologi sederhana yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan usaha mereka.

Dari kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM ibu-ibu di Desa Lumbungkerep, dihasilkan sebuah ide berupa Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep. Pada komunitas tersebut, para anggota dapat berkonsultasi dan berdiskusi terkait permasalahan yang dialaminya ke forum tersebut. Melalui pelatihan dan mentoring, diharapkan dapat mengembangkan keterampilan dalam menjalankan bisnis secara lebih efektif dan efisien. Komunitas ini tidak hanya terbatas pada pelatihan dan mentoring, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai wadah kolaborasi untuk menciptakan inovasi produk yang dapat meningkatkan nilai jual dengan memanfaatkan potensi alam desa dan membantu desa untuk meningkatkan rata-rata pendapatan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat Desa Lumbungkerep.

## Metode Pelaksanaan

Desa Lumbungkerep merupakan desa yang berlokasi di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Desa Lumbungkerep memiliki 6 pandukuhan, 8 RW, dan 24 RT. Mayoritas masyarakat bekerja sebagai petani, peternak, dan buruh pabrik. Desa Lumbungkerep memiliki beberapa potensi sumber daya alam, salah satunya lahan pertanian padi sebagai komoditas utama. Masyarakat juga mengembangkan UMKM di bidang kuliner, mulai dari telur asin, intip, hingga getuk singkong. Akan tetapi, potensi dan usaha yang ada masih belum mampu dioptimalkan. Berbagai hambatan masih ditemukan dalam menjalankan UMKM, mulai dari pemasaran, operasional, hingga keuangan.

Berbagai permasalahan yang muncul pada UMKM Desa Lumbungkerep harus segera diatasi dengan mencari solusi yang tepat agar tidak menghambat perkembangan bisnisnya. Maka dari itu, mahasiswa/i KKN 154 Universitas Sebelas Maret berinisiatif untuk mendirikan Komunitas Bisnis Ibu-ibu di Desa Lumbungkerep yang berkolaborasi dengan PKK setempat untuk memberikan pemahaman dan keterampilan bisnis pada UMKM di Desa Lumbungkerep. Komunitas Bisnis ini memiliki tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bisnis ibu-ibu di Desa Lumbungkerep.
2. Mendorong pengembangan usaha mikro dan kecil yang dimiliki oleh para ibu-ibu.
3. Meningkatkan taraf ekonomi dan kemandirian para ibu-ibu serta keluarganya.
4. Membantu menciptakan iklim kewirausahaan dan pengembangan bisnis di desa.

Dengan tujuan didirikannya komunitas bisnis ini, diharapkan pengelolaan bisnis para UMKM Desa Lumbungkerep dapat meningkat. Hal ini dikarenakan peran sentral ibu-ibu dalam mengelola kehidupan keseharian keluarganya sehingga terintegrasi dengan pengelolaan keuangan keluarga dan pengembangan usaha rumahan. Selain itu, turut mendukung pemberdayaan perempuan dalam meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan, mengatasi kesenjangan gender, dan meningkatkan keadilan sosial sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan menjadi kontributor ekonomi yang lebih aktif.

Dengan melibatkan ibu-ibu dalam komunitas bisnis ini akan memberikan dampak atau sebagai contoh yang positif bagi generasi muda untuk mendorong semangat kewirausahaan dan membangun jejaring sosial melalui kolaborasi bersama ibu-ibu dan pelaku bisnis lokal lainnya. Maka dari itu, Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep melalui kolaborasi dengan PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) merupakan inisiatif yang tepat untuk mengembangkan dan memajukan UMKM di Desa Lumbungkerep.

Adapun pelaksanaan pengabdian dalam memberdayakan bisnis UMKM melalui pembentukan komunitas bisnis Ibu-ibu di Desa Lumbungkerep berupa pengadaan pelatihan, sosialisasi, dan pembentukan dokumen-dokumen untuk UMKM. Pelatihan dan sosialisasi yang pertama Sosialisasi QRIS dan Pembukuan Kas UMKM Desa Lumbungkerep. Dalam kelas ini, kami menghadirkan seorang praktisi untuk melatih para pelaku bisnis untuk mencatatkan keuangannya secara terstruktur dan digital menggunakan sebuah aplikasi berbasis android. Selain itu, para pelaku UMKM juga diberikan sosialisasi terkait pembuatan QRIS dan penggunaannya.

Untuk kelas berikutnya yaitu Pendampingan Desain Packaging dan Digitalisasi Produk melalui Marketplace pada UMKM Desa Lumbungkerep. Dalam kelas ini, kami dan menghadirkan seorang praktisi untuk memberikan pelatihan terkait penggunaan marketplace yang sedang trend untuk memasarkan secara digital dan pelatihan terkait desain



kemasan produk bisnis UMKM. Selanjutnya, kelas yang kami berikan di dalam program pembentukan komunitas bisnis Ibu-ibu di Desa Lumbungkerep yaitu Sosialisasi Sertifikasi Halal dan NIB bagi UMKM Desa Lumbungkerep. Dalam kelas ini, kami dan menghadirkan empat praktisi yang berasal dari BPJPH Kabupaten Klaten untuk memberikan pelatihan dan pembuatan secara gratis NIB dan Sertifikasi Halal untuk produk. Semua kelas yang kami laksanakan dihadiri oleh 30 peserta ibu-ibu pelaku bisnis UMKM.

## Hasil Dan Pembahasan

Komunitas Bisnis Ibu-Ibu Lumbungkerep merupakan inisiatif yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan bisnis kepada para ibu-ibu di Desa Lumbungkerep. Target dari komunitas ini adalah ibu-ibu yang memiliki bisnis maupun yang tidak memiliki bisnis yang memiliki ketertarikan berbisnis. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bisnis para ibu-ibu, mendorong pengembangan usaha mikro dan kecil yang dimiliki oleh para ibu-ibu, meningkatkan taraf ekonomi dan kemandirian para ibu-ibu serta keluarga mereka, dan menciptakan iklim kewirausahaan dan pengembangan bisnis di Desa Lumbungkerep.

Terdapat tiga kelas yang telah terlaksana, yaitu Sosialisasi QRIS dan Pembukuan Kas UMKM Desa Lumbungkerep, Pendampingan Desain *Packaging* dan Digitalisasi Produk melalui *Marketplace* pada UMKM Desa Lumbungkerep, dan Sosialisasi Sertifikasi Halal dan NIB bagi UMKM Desa Lumbungkerep. Antusiasme ibu-ibu di Desa Lumbungkerep terhadap komunitas ini sangat tinggi dengan 30 pelaku UMKM yang tergabung. Dari tiga pelatihan tersebut, ibu-ibu peserta komunitas mendapatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, pemasaran produk, dan perizinan berusaha.



Gambar 1. Peserta Komunitas Bisnis Ibu-ibu Lumbungkerep

## Sosialisasi Pengenalan Sistem Pembayaran Digital dan Pelatihan Pembukuan Kas bagi UMKM Desa Lumbungkerep

Kelas pertama dalam Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep adalah sosialisasi pembayaran digital (QRIS) dan pembukuan kas bagi UMKM. Adanya perkembangan teknologi informasi membuat berkembangnya pembayaran non tunai salah satunya melalui dompet digital atau bisa dikatakan pembayaran dengan transfer, seperti QRIS (Aini et al., 2018). Tujuan dari adanya QRIS dapat memudahkan sistem pembayaran secara non tunai (Wibowo & Rimadias, 2022). QRIS pertama kali diterbitkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 dan dapat digunakan mulai tanggal 1 Januari 2020 untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada masa digitalisasi ini. Pentingnya para pelaku UMKM mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan aplikasi online menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing di pasar (Yuliaty et al., 2020). Selain itu, penting bagi entitas untuk menyusun laporan keuangan untuk memberikan informasi mengenai keadaan entitas (Arista, Satyanovi, Rahmawati, & Hapsari, 2021). Dengan adanya laporan keuangan pada pelaku UMKM dapat dilakukan evaluasi atas perkembangan bisnis serta dapat dimanfaatkan untuk menganalisis informasi dalam pengambilan keputusan (Ningtyas, 2017).

Sosialisasi QRIS dan pembukuan kas diselenggarakan pada Rabu, 26 Juli 2023 di Balai Desa Lumbungkerep dengan pembicara Muhammad Fathoni yang memberikan pemahaman mengenai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang memiliki peran penting bagi UMKM Desa Lumbungkerep untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mendukung perkembangan UMKM dalam era ekonomi digital yang semakin pesat pertumbuhannya. Materi QRIS yang disampaikan oleh Muhammad Fathoni antara lain mengenai komponen QRIS, segmentasi pengguna QRIS, *merchant presented mode*, *customer presented mode*, manfaat bagi *merchant*, risiko penggunaan QRIS, hingga mitigasi risikonya.

Tak hanya itu, materi mengenai pentingnya melakukan pembukuan kas bagi UMKM Desa Lumbungkerep juga disampaikan oleh Muhammad Fathoni dengan memberikan pemahaman pencatatan kas melalui salah satu aplikasi, yakni BUKU KAS. Dalam penyampaian materi tersebut, para UMKM juga didampingi oleh mahasiswa/i KKN Riset 154 Universitas Sebelas Maret untuk memberikan tutorial dalam mencatat kas usaha setiap ada transaksi dalam periode tertentu. Tujuan dari adanya pelatihan pembukuan kas ini diharapkan para UMKM Desa Lumbungkerep dapat mengelola keuangan bisnisnya dengan baik agar dapat memantau kinerja usahanya dan memisahkan keuangan pribadi dan keuangan bisnis untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan ekonomi yang beragam.



Gambar 2. Sosialisasi Pengenalan Sistem Pembayaran Digital dan Pelatihan Pembukuan Kas bagi UMKM Desa Lumbungkerep

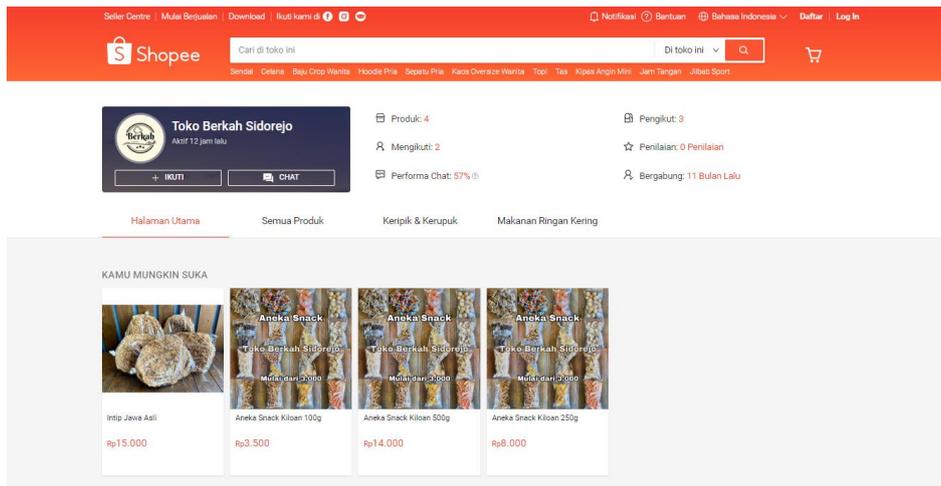
### Sosialisasi Pengenalan Digitalisasi Pemasaran dan Desain Kemasan bagi UMKM Desa Lumbungkerep

Menurut Ridwan dkk. (2018), *purchase intention* didefinisikan sebagai suatu tahapan mengenai perilaku konsumen dimana akan timbul rasa tertarik terhadap suatu produk tetapi hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan rencana mereka untuk membeli produk tersebut. Konsumen dapat membentuk niat beli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, serta manfaat produk yang diharapkan (Kotler dan Armstrong, 2021:170). Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli pelanggan telah dilakukan oleh Mirabi dkk., (2015). Terdapat lima faktor yang diduga mempengaruhi niat beli konsumen, diantaranya yaitu kemasan, nama merek, harga, iklan, dan kualitas.

Saat ini, belanja online sangat digemari masyarakat karena menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan dibandingkan jika belanja di pasar. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM juga harus mengikuti adanya trend tersebut supaya dapat terus berkembang. Untuk mendukung perkembangan UMKM tersebut, berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan marketplace telah banyak dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Prita Haryani pada tahun 2020 di Kabupaten Bantul. Haryani (2020) menjelaskan bahwa dampak dari adanya pelatihan dan pendampingan penggunaan *marketplace* bagi UMKM tersebut mendorong para pelaku UMKM dapat memaksimalkan penggunaan *marketplace* sebagai sarana untuk memasarkan barang dan jasa mereka. Beliau juga berharap bahwa dengan meningkatnya transaksi jual beli produk UMKM melalui marketplace, kesejahteraan UMKM akan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, kami ingin mengangkat tema bagaimana cara periklanan sekaligus pemasaran secara digital dan desain kemasan ke dalam sesi sosialisasi ini. Sesi kedua dari rangkaian kegiatan sosialisasi di Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep diselenggarakan pada Rabu, 2 Agustus 2023 di Balai Desa Lumbungkerep. Pada

sesi ini membahas mengenai tips bagaimana suatu produk dapat terlihat lebih ‘menonjol’ daripada pesaing dan tips bagaimana suatu produk dapat dengan mudah dijumpai oleh calon pelanggan yang mana kedua materi ini disampaikan oleh El Fitro Dian Wahyu Aji selaku pemilik dari El Brader Gitar Shop. Pada sesi ini juga ditekankan pentingnya kemasan, desain kemasan, dan logo yang berperan penting dalam rangka pemasaran suatu produk. Selain itu, peran media sosial dan marketplace dalam menyebarkan informasi mengenai produk yang sedang dipasarkan juga menjadi catatan penting dalam sesi ini. Pada akhir sesi dari sosialisasi, mahasiswa/i KKN Riset 154 Universitas Sebelas Maret memberikan pendampingan dalam penyusunan logo serta pembukaan akun marketplace bagi Komunitas Ibu-Ibu Desa Lumbungkerep. Berikut merupakan hasil penyusunan logo pada UMKM Rambak Bilqis dan pembukaan toko di marketplace Shopee untuk UMKM Berkah Snack :



Gambar 3. Tangkapan Layar Toko UMKM Berkah Snack pada Marketplace Shopee



Gambar 4. Logo UMKM Rambak Bilqis

### Sosialisasi dan Pembuatan NIB & Sertifikasi Halal bersama BPJPH Kabupaten Klaten bagi UMKM Desa Lumbungkerep

Sesi terakhir dari rangkaian kegiatan sosialisasi di Komunitas Bisnis Ibu-ibu Desa Lumbungkerep diselenggarakan pada Rabu, 9 Agustus 2023 di Balai Desa Lumbungkerep. Sesi ini membahas mengenai NIB dan Sertifikasi halal. Dalam sesi ini, materi disampaikan oleh BPJPH Kabupaten Klaten secara detail. Pembuatan NIB dan sertifikasi halal sangat penting untuk legalitas dan perizinan usaha. Dari total peserta sosialisasi tersebut, sebanyak 14 orang telah membuat NIB pada saat sosialisasi berlangsung. Pembuatan NIB dilakukan secara online dan surat NIB langsung di cetak serta dibagikan kepada pemilik. Untuk pengajuan sertifikasi halal, peserta sosialisasi yang mengajukan harus menunggu sekitar 1 bulan sampai surat sertifikasi halal diterbitkan.





Gambar 5. Sosialisasi dan Pembuatan NIB dan Sertifikasi Halal bersama BPJPH Kabupaten Klaten bagi UMKM Desa Lumbungkerep



Gambar 6. Penyerahan surat NIB kepada salah satu peserta kegiatan sosialisasi dan Pembuatan NIB dan Sertifikasi Halal bersama BPJPH Kabupaten Klaten

## Kesimpulan

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata pada kelompok 154 Universitas Sebelas Maret dapat terlaksana dengan baik melalui pembentukan Komunitas Bisnis Ibu-ibu yang bertujuan untuk memajukan UMKM di Desa Lumbungkerep, Wonosari, Klaten. Inisiatif ini dilakukan melalui kolaborasi dengan PKK setempat yang memiliki target utama ibu-ibu sebagai peserta pelatihan dalam komunitas bisnis karena ibu-ibu memiliki peran sentral dalam keluarga, mendukung pemberdayaan perempuan, serta sebagai percontohan bagi generasi muda mengenai minat untuk berbisnis/kewirausahaan. Proses pelatihan dan pendampingan ini berlangsung secara aktif dan dinamis sehingga memiliki manfaat bagi UMKM di Desa Lumbungkerep agar mampu mengembangkan bisnis dari segi keuangan, pemasaran, dan operasionalnya.

Pada akhir sesi pelatihan dalam Komunitas Bisnis Ibu-Ibu Desa Lumbungkerep, para pelaku UMKM sudah mampu untuk menerapkan pengetahuannya melalui pendampingan mahasiswa KKN Riset kelompok 154 Universitas Sebelas Maret dengan dibuktikannya pembuatan akun marketplace, logo branding produk UMKM, Nomor Induk Berusaha (NIB), dan sertifikasi halal. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pada Komunitas Bisnis Ibu-Ibu Desa Lumbungkerep mendapatkan antusias dan respon yang positif dari pelaku UMKM karena mampu mengembangkan potensi dari produk unggulan dari masyarakat Desa Lumbungkerep. Maka dari itu, pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mampu berlangsung secara berkelanjutan agar Desa Lumbungkerep dapat maju dan tumbuh melalui pengoptimalan produk UMKM.

## Daftar Pustaka

- Aini, Q., Rahardja, U., & Fatillah, A. (2018). Penerapan Qrcode Sebagai Media Pelayanan Untuk Absensi Pada Website Berbasis Php Native. *Sisfotenika*, 8(1), 47. <https://doi.org/10.30700/jst.v8i1.151>.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Arifin, R. S. dan Hariyanto, R. (2021). Peran manajemen sumber daya manusia (msdm) melalui usaha mikro kecil dan menengah (umkm) untuk penguatan ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18 (3), 425-430
- Arista, D., Satyanovi, V. A., Rahmawati, L. D. A., & Hapsari, A. A. (2021). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Bumdes Banyuanyar Berkarya Desa Banyuanyar Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 550–556.
- David, F. R. (2009). *Manajemen strategi, Edisi Kesepuluh Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, M, Hubeis, M, dan Riani, E. (2020). Marketing Strategy UMKM In Improving the Competitiveness Of The Modern Retail Market in the Carefour (Cases on PT MadaniFood, Jakarta). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM)*, 15(1), 77-83.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 01, Edisi 01.
- Suganda, R. F dan Purnamasari, I. (2022). Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit. *Journal of Knowledge Management*, 16 (1) , 1-12.
- Hanasah dkk., N. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Tahun 2021*, 2(1), 30-39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Haryani, P. (2020). Pelatihan Marketplace bagi Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*. 8 (1), 78-83.
- Juwita, D. R., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*, 2(5), 249-255. <http://dx.doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>
- Katadata. (2021). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Katadata. Retrieved September 29, 2023, from <https://katadata.co.id/umkm>
- KBBI, (2018). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Diakses <https://kbbi.web.id/komunitas> pada 10 September 2023.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition 15e*. Pearson Education Inc.
- Limanseto, H. (2023). *Menko Airlangga: Potensi UMKM Menjadi Modal Dalam Ekosistem Pengembangan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5047/menko-airlangga-potensi-umkm-menjadi-modal-dalam-ekosistem-pengembangan-ekonomi>
- Mirabi, D.V., Akbariyeh, H., Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, 2, 267-273.
- Ningtyas, J. D. A. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan). *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 2(1), 11–17.
- Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2020). 50.488 UKM Klaten Terdampak Pandemi Ajukan Bantuan Produktif. Diakses 29 September 2023 dari <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/50-488-ukm-klaten-terdampak-pandemi-ajukan-bantuan-produktif/>
- Rao, D. V. M., & Rajeswari, K. (2020). Adoption of Digital Marketing Practices in Micro Small Medium Enterprises for Inclusive Growth. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(6), 1239-1244. 10.35940/ijrte.F7539.038620
- Ridwan, L.M., Solihat, A., Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Penelitian Bidang Kepariwisata dan Destinasi Wisata* 5, 68–82. <https://doi.org/10.31311/par.v5i1.3060>
- Suad Husna. (2000). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Panjang*. Yogyakarta: BPFE.
- Suganda, R. F dan Purnamasari, I. (2022). Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit. *Journal of Knowledge Management*, 16 (1) , 1-12.



Tambunan, T. (2012). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.

Tambunan, T.T.H. (2021). *UMKM di Indonesia : Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. PRENADA.

Wenger, E. (2004). Engagement, identity and innovation: Etienne Wenger on communities of practice. An interview by Seth Kahan in the *Journal of Association Leadership*, January issue.

Wibowo, P., & Rimadiaz, S. (2022). Perilaku Penggunaan “QRIS BRI BRIMO” Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), 236-257.

William J. Stevenson. (2009). *Management Operation*. UK: Prentice Hall. Yamit, Zulian. 2008. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas. Ekonomi.

Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19 (3), 293–308.