

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI MANAJEMEN USAHA DESA GONDANG

Tri Ariprabowo¹⁾, Luluk Masruroh²⁾, Ita Rosita³⁾, Fitrianiingsih⁴⁾
^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : triariprab@yahoo.com, luluk.masruroh@gmail.com

Abstrak

Desa Gondang adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Mayoritas penduduk desa Gondang memeluk Islam. Pekerjaan penduduk desa Gondang sebagian besar adalah petani dan hanya sedikit orang yang menjadi pengusaha. Desa Gondang sendiri dikatakan sebagai pusat ekonomi karena lokasinya yang strategis dan pusat pemerintahan desa lainnya. Beberapa dusun di Gondang telah mampu menciptakan pekerjaan dengan mengolah kerupuk samiler menggunakan bahan baku dari singkong, dusun lain juga telah membuat obat-obatan herbal tradisional dan ekstrak jus yang memanfaatkan hasil kekayaan alam Desa Gondang. Dan ada satu warga yang telah mengirim bawang ke berbagai daerah, salah satunya adalah pengiriman ke Surabaya, Malang dan lainnya. Dari pengamatan kami bahwa masih ada banyak kekurangan dari produk ini. Kami membuat inovasi dengan menambahkan desain label, kemasan, dan bahkan membantu memperkenalkan media online. Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi. Kesimpulannya adalah hasil dari implementasi kegiatan pelayanan di Desa Gondang, adalah untuk memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM Gondang meliputi aspek manajemen bisnis yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi, serta dalam hal bisnis produktifitas.

Kata kunci: *Pengembangan UMKM, manajemen bisnis, produktivitas*

Abstract

Gondang Village is one of the villages located in Gondang District, Mojokerto Regency, East Java Province. The majority of Gondang villagers embrace Islam. The work of the Gondang villagers is mostly farmers and few people become entrepreneurs. Gondang village it self is said to be the center of the economy because of it's strategic location and the center of another village government. Some of the hamlets in Gondang have already been able to create jobs by processing samiler crackers using raw materials from cassava, other hamlets have also made traditional herbal medicines and juice extracts that utilize the results of Gondang Village's natural wealth. And there is one resident who has sent onions to various regions, one of which is shipping to Surabaya, Malang and others. From our observations that there are still many shortcomings of these products. We make innovations by adding label design, packaging and even helping to introduce online media. The approach method used is socialization. The conclusion is the result of the implementation of service activities in Gondang Village, is to provide solutions to various problems faced by Gondang UMKM covering aspects of business management which consist of aspects of marketing, finance, and production, as well as in terms of business productivity.

Keywords : *Development UMKM, business management, productivity*

1. PENDAHULUAN

Desa Gondang adalah salah satu desa yang berkembang di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Desa Gondang terbagi

dalam empat dusun yaitu Kedungpen, Kejambon, Rejoso, dan Ketegan. Terdapat beberapa UMKM yang terdapat di Desa

Gondang seperti UMKM Samiler, Jamu, Sari Kedelai dan juga Daun Bawang.

Perkembangan usaha rumahan yang semakin banyak memerlukan pembinaan dan pelatihan yang berorientasi nilai tambah untuk meningkatkan daya saing (Setiawan, 2012). Dari beberapa UMKM ini terlihat masih memerlukan pendampingan dalam manajemen usaha diantaranya dari segi pemasaran, produksi, keuangan, serta sisi legalitas usaha. Dari aspek pemasaran, ada UMKM yang belum mampu mengembangkan pasar yang lebih luas, karena masih terpaku pada pemasaran masyarakat sekitar seperti jamu dan sari kedelai. Dari aspek keuangan, tampak bahwa beberapa UMKM ini belum memiliki pencatatan pembukuan yang baik. Dari aspek produksi juga masih menggunakan peralatan dapur yang sederhana, sehingga diperlukan penerapan inovasi teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas usaha.

Menurut Atalay et al (2013), perbaikan cara produksi diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan peningkatan jumlah produksi. Sedangkan desain kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya simpan produk dan juga meningkatkan daya saing dipasaran. Penambahan peralatan produksi diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Sedangkan dari sisi legalitas usaha yang merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk UMKM yang dihasilkan desa Gondang dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut. 1) Aspek pemasaran: terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam media pemasaran. 2) Aspek produksi: kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana. 3) Aspek keuangan: terbatasnya pemahaman dan aplikasi pembukuan sederhana dalam usahanya. 4) Aspek legalitas: belum adanya legalitas usaha dalam produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah :

a. Survei dan Pengumpulan Data

Kami melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada UMKM Desa Gondang. Kami dengan UMKM Desa Gondang melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

b. Design dan Penggunaan Merk

Guna memperkuat pemasaran produk baik secara offline maupun online, UMKM Desa Gondang diedukasi akan pentingnya penggunaan merk dalam memperkenalkan produk ke pasar, meskipun hanya melalui sticker/ label yang ditempelkan di kemasan. Setelah edukasi tersebut dapat diterima, UMKM Desa Gondang didampingi dalam penentuan, design, dan pencetakan merk yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk sticker/ label.

c. Perluasan Pangsa Pasar

UMKM Desa Gondang diberikan sosialisasi dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Pemasaran online yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi social media. Kegiatan tersebut di atas dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar, dengan memasarkan produk melalui toko dan minimarket, serta dimilikinya keterampilan memasarkan produk secara online.

d. Pembukuan Keuangan Sederhana

UMKM Desa Gondang diberikan edukasi dalam penerapan pembukuan keuangan sederhana di usahanya. Materi pelatihan ini meliputi pencatatan transaksi keuangan baik pengeluaran maupun penerimaan. Tujuannya adalah agar UMKM Desa Gondang memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, sehingga memiliki catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun

penerimaan dengan rapi, dan akhirnya para pemilik UMKM dapat mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu.

e. Inovasi Produk

UMKM Desa Gondang diberi sosialisasi melalui peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk melalui varian rasa dan varian kemasan.

f. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Proses produksi UMKM Desa Gondang selama ini masih menggunakan peralatan sederhana, yang digerakkan dengan tenaga manusia. Oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam peningkatan proses produksi.

g. Legalitas Usaha

Beberapa UMKM Desa Gondang belum memiliki legalitas usaha, sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut. Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang legalitas UMKM, mulai dari ijin usaha pendirian usaha, hingga sertifikasi produk yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan sosialisasi ini diharapkan UMKM Desa Gondang paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, dan mulai mengurus kepemilikan legalitas usahanya tersebut, diharapkan UMKM Desa Gondang dapat lebih bersaing di tengah era global, serta dipercaya konsumennya sebagai produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Pengabdian Desa Gondang ini menghasilkan beberapa kegiatan yang telah dilakukan sesuai rencana kegiatan dan ada yang tidak sesuai, dengan rincian sebagai berikut.

a. Design dan Penggunaan Merk

Menurut Hadyati (2008) pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat

bersaing di pasar. Setelah edukasi, dan pendampingan yang kami berikan kepada UMKM dapat diterima, maka diperoleh merk yang akhirnya dipasang di kemasan produk jamu dan sari kedelai.

b. Perluasan Pangsa Pasar

Menurut Mia Ajeng A (2018), pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan *e-commerce* atau *market place* dan *social media* sebagai salah satu sarana pemasaran. Media pemasaran online memudahkan konsumen dalam menjangkau para produsen. Media pemasaran online yang diperkenalkan kepada pemilik UMKM melalui pelatihan adalah *e-marketplace* dan media sosial melalui *facebook*, *instagram*, *whatsapp*. Sebelum dilaksanakan kegiatan ini, para pengusaha hanya mengandalkan promosi melalui *offline*.

c. Pembukuan Keuangan Sederhana

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara kepada UMKM Desa Gondang diperoleh hasil bahwa mereka tidak memiliki pembukuan keuangan. Selain itu tidak adanya nota-nota pembelian mengakibatkan keuntungan yang diperoleh para pemilik UMKM tidak bisa diketahui dengan mudah.

Kami memberikan sosialisasi dalam perbaikan administrasi keuangan dengan cara memperkenalkan manfaat pembuatan rekap penjualan pada format yang sederhana sehingga mudah dipahami dan diterapkan, serta penggunaan nota atas produk yang telah dibeli oleh konsumen. Sosialisasi diberikan dalam administrasi keuangan agar lebih tertata dan mendeteksi keuntungan serta kerugian yang diperoleh. Akan tetapi UMKM Desa Gondang masih belum melaksanakan pembukuan secara teratur.

d. Inovasi Produk

Sosialisasi dalam inovasi produk dilakukan melalui inovasi varian rasa dan kemasan. Dari sosialisasi inovasi produk ini hasil yang diperoleh adalah adanya penambahan varian rasa pada sari kedelai dan samiler, varian kemasan pada ketiga produk yaitu samiler, jamu dan sari kedelai.

e. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Sosialisasi mengenai teknologi ini memberikan edukasi kepada UMKM untuk menggunakan teknologi yang lebih modern dan memberikan efektivitas untuk peningkatan produktivitas sehingga dapat memenuhi permintaan pasar. Hasilnya UMKM samiler sudah mulai menggunakan beberapa alat yang lebih modern.

f. Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan usaha, tetapi para pelaku UMKM terkadang belum memahami hal tersebut. Kami memberikan sosialisasi kepada UMKM Desa Gondang terhadap besarnya peran legalitas usaha untuk kemajuan suatu usaha. Dalam sosialisasi ini para pemilik UMKM diberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha, manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi. UMKM Samiler sudah mendaftarkan dan mendapatkan P-IRT dari Disperindag Kabupaten Mojokerto.



Gambar 1. Hasil produk



Gambar 2. Berkunjung ke pengusaha

4. KESIMPULAN

Program pengabdian ini dilaksanakan guna memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM Desa Gondang meliputi segi manajemen usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi, serta dari segi legalitas usaha. Kesimpulan yang menjadi hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Gondang, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto ini sebagai berikut. Aspek pemasaran, pemahaman dan kemampuan para UMKM tentang penggunaan media yang digunakan dalam peningkatan pemasaran bertambah, baik melalui offline maupun online, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan penggunaan merk produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar.

Aspek keuangan, sosialisasi pembukuan keuangan sederhana yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi para UMKM dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Aspek produksi, penciptaan inovasi produk melalui varian rasa dan kemasan, yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan UMKM dalam pengembangan variasi produk. Aspek legalitas, sosialisasi yang diberikan kepada UMKM tentang legalitas usaha mendorong UMKM untuk meningkatkan usaha yang dimiliki, untuk meningkatkan daya saing produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

5. REFERENSI

- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan. 2013. The relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75 : 226-235.
- Hadiyati, E. 2008. Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*. 5(1).
- Mia Ajeng, A. 2018. Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 2(2): 83-90.

Setiawan, Heri. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis* Edisi ke-VIII : 12-19

