

**Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian kepada Masyarakat**

Vol. 3, No. 3, Desember 2019, Hal. 259-266

ISSN: 2580-2569; e-ISSN: 2656-0542

DOI: <https://doi.org/10.12928/jp.v3i1.756>

## **PKM Geo UMKM Desa Kenongo**

Fitri Nur Latifah, M. Ruslianoor Maika, Novia Ariyanti

Univeristas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Kab. Sidoarjo

Email: [fitri.latifah@umsida.ac.id](mailto:fitri.latifah@umsida.ac.id)

### **ABSTRAK**

Sesuai dengan peta jalan Industri 4.0 yang telah dibuat Kementerian Perindustrian Republik Indonesia atau lebih dikenal dengan sebutan *making Indonesia 4.0*, yang dijadikan suatu landasan pertumbuhan ekonomi Indonesia dimasa mendatang, perananan teknologi dalam pengembangan UMKM saat ini tidak bisa dipandang hal yang remeh lagi. Permasalahan UMKM sangatlah kompleks dan salah satunya adalah pemasaran (*marketshare*) UMKM itu sendiri, sehingga kami berupaya membuat sebuah direktori UMKM Desa Kenongo yang membantu UMKM dalam memasarkan produknya. Desa Kenongo adalah salah satu desa di kabupaten Sidoarjo dengan jumlah UMKM sekitar 80 UMKM. Metode pelaksanaan yang dipakai dalam melakukan kegiatan ini adalah melakukan survei atas beberapa UMKM, mengelompokkan UMKM berdasarkan jenis usaha mitra, membuat database mitra termasuk koordinat lokasi usaha mitra, dan membuat database/direktori online yang bisa diakses oleh pihak umum. Direktori ini nantinya sangat berdampak positif bagi pengembangan UMKM Desa Kenongo dimasa mendatang.

**Kata kunci:** pengembangan UMKM, direktori, pemasaran

### **ABSTRACT**

*In accordance with the Industry 4.0 roadmap that has been made by the Ministry of Industry Republic Indonesia, better known as making Indonesia 4.0, which will become a basis for Indonesia's economic growth in the future, so that the role of technology in developing MSMEs cannot be considered trivial. The problem of MSMEs is very complex and one of them is the MSME's own marketshare, so we strive to create a directory of the Kenongo Village MSMEs that will help MSMEs market their products. Kenongo village is one of the villages in Sidoarjo regency with a number of MSMEs of around 80 MSMEs. The implementation methods used in conducting this activity are: 1) conducting a survey of several MSMEs; 2) grouping MSMEs based on the type of business partners; 3) create a partner database including the coordinates of the partner's business location; 4) create an online database that can be accessed by public parties. This database will be very positive for the development of the Kenongo Village MSMEs in the future.*

**Keywords:** *developing MSMEs, Database, marketing*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Sidoarjo adalah kabupaten yang terus berkembang secara ekonomi. Berdasarkan data dari dinas koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di kabupaten Sidoarjo untuk tahun 2018 sejumlah 206.000 UMKM (Latifah, dkk. 2019). Hal ini tidak bisa dianggap jumlah yang kecil bahkan beberapa UMKM sudah berpangsa ekspor. Pendataan dan pembinaan UMKM ini selalu diadakan oleh pihak dinas Koperasi dan UMKM.

Desa Kenongo adalah desa yang terletak di Kecamatan Tulangan Sidoarjo dengan luas area 158,3 Ha (Kustono, 2013). Kecamatan Tulangan merupakan Kecamatan terdekat dari bencana lumpur Lapindo, sehingga banyak korban lumpur lapindo akhirnya berpindah mukim di Kecamatan Tulangan, terutama desa Kenongo. Desa Kenongo merupakan desa pusat kegiatan dan perkantoran Kecamatan Tulangan. Gedung kecamatan dan berbagai kegiatan warga ada di desa Kenongo, sehingga banyak sekali pengusaha baru baik jualan makanan, minuman dan hampir semua kebutuhan rumah tangga. Berdasarkan survei yang sudah kami lakukan, terdapat sekitar 80 UMKM yang sudah berdiri di Desa Kenongo.

Pada era Industri 4.0., Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mencanangkan program nasional di tahun 2017 yaitu Go Online UMKM, yang diharapkan rakyat Indonesia bisa lebih mandiri dan bangga menggunakan dan mengkonsumsi produk buatan sendiri yang dihasilkan oleh UMKM di tengah persaingan global sekarang ini. Program ini adalah bentuk perhatian dan dukungan pemerintah untuk UMKM di Indonesia.

Jika dilihat dari visi ekonomi Indonesia tahun 2020 adalah menjadi “*The Digital Energy of Asia*” dengan target pertumbuhan transaksi e-commerce sebesar US\$130 Miliar. Untuk mencapai visi tersebut, terdapat dua tantangan utama yang harus diselesaikan secara seimbang dan serentak yaitu globalisasi dan sistem ekonomi yang adil dan produktif, yang berpihak pada rakyat serta terjaminnya sistem intensif ekonomi yang adil dan mandiri (Kotler & Keller, 2009).

Jika ditelaah dan diamati, melalui potensi 206.000 jumlah UMKM di Sidoarjo, belum ada ditemukan *database* atau direktori UMKM Sidoarjo secara online, yang bisa bebas diakses oleh UMKM, pelanggan maupun pihak kreditor UMKM. Dengan adanya *Geographic Information System (GIS)* diharapkan bisa membantu pendataan UMKM dan market share UMKM juga akan meningkat (Sampurno & Tukiman, 2016).

Sekilas tentang GIS adalah sistem informasi yang dibuat berdasarkan data spasial dan non spasial berdasarkan keruangan dan dapat digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan (Supuwingsih, 2016). Didalam GIS, proses pemberian informasi dimulai dari menyimpan, memanipulasi dan menganalisis informasi geografi berdasarkan lokasi. GIS juga dapat melakukan analisis statistik berbasis informasi spasial dalam sebuah peta, sehingga GIS banyak dimanfaatkan oleh kalangan insudtri dan pemerintahan. Selain itu, GIS juga dapat diimplementasikan pada berbagai perangkat sistem informasi seperti pada perangkat *mobile* dengan sistem operasi *android* dan perangkat dekstop dengan sistem operasi *windows*.

Berdasarkan survei dan wawancara langsung terhadap mitra, permasalahan yang dihadapi mitra adalah tidak adanya data jumlah UMKM di desa Kenongo, belum adanya direktori lokasi UMKM di desa Kenongo secara lengkap yang nantinya bisa memudahkan menemukan lokasi mitra baik untuk *customer* maupun kreditor, *market share* produk UMKM di desa Kenongo belum luas, dan dengan adanya direktori lokasi UMKM di Sidoarjo diharapkan nantinya ada kesempatan bisa menerima *delivery order* baik melalui *market platform* yang sudah ada maupun langsung dari pelanggan.

Di era yang serba digital ini, direktori UMKM Sidoarjo dinilai sesuatu yang sudah merupakan kebutuhan yang *urgent*. Karena berbagai *platform* sudah bisa menjembatani keinginan pelanggan yang membutuhkan sesuatu, tetapi enggan atau malas keluar rumah,

sehingga tercipta *platform* pengiriman *online* seperti *Go-Send* dan pengiriman makanan semacam *Go-Food*.

## METODE

Metode pelaksanaan yang dipakai dalam melaksanakan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Survei dan pengumpulan data UMKM di wilayah desa Kenongo; dalam kegiatan survei ini kami melibatkan peran serta 4 orang mahasiswa Prodi perbankan Syariah dan prodi Informatika untuk melakukan pendataan UMKM yang ada di desa Kenongo. Survei meliputi lokasi juga aset serta kendala yang dihadapi UMKM dalam pengembangan usahanya.
2. Pengelompokan UMKM berdasarkan jenis usaha; setelah ada hasil survei yang didapat kemudian akan diinputkan ke google form yang telah disiapkan, data juga foto akan diinputkan dan ditambahkan jenis usaha UMKM tersebut.
3. Membuat database mitra termasuk koordinat lokasi usaha mitra; merancang dan membuat sebuah website yang berisi peta lokasi UMKM dan detail usaha UMKM Desa Kenongo.
4. Membuat database *online* yang bisa diakses oleh pihak umum; setelah data dari google form sudah terkumpul maka akan dipindahkan ke website yang sudah dibuat yang menampilkan lokasi koordinat UMKM sesuai dengan google maps dan juga data keterangan UMKM tersebut, sehingga database ini bisa diakses oleh umum, alamat website kami ada di : <https://www.umkm-indonesia.com>

Di dalam setiap kegiatan baik dalam perencanaan kegiatan, proses kegiatan dan hasil akhir melibatkan peran serta mitra. Keterlibatan mitra bukan hanya pada aspek pelaksanaan, tetapi mulai dari komunikasi masalah, perencanaan program serta pelaksanaan, sehingga ketercapaian target luaran dan kesinambungan program terjamin. Evaluasi program dilakukan pasca kegiatan PKM dilaksanakan dengan mengecek kesesuaian database dengan lokasi UMKM sesungguhnya di desa Kenongo, selanjutnya, dipantau dampak positif setelah dibuatkan database *online* apakah berpengaruh terhadap *marketshare* UMKM desa Kenongo.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

### Analisa Situasi Mitra

Desa Kenongo adalah desa yang terletak di kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo, yang berjarak sekitar 10 kilo meter dari kampus Muhammadiyah Sidoarjo. Desa Kenongo terdiri dari 2 (dua) dusun yaitu Kenongo dan Ganting. Pada awalnya desa Kenongo belum seramai sekarang, dengan adanya bencana lumpur Lapindo dan menyebabkan warga terdampak bencana tersebut kebanyakan pindah ke daerah sekitar termasuk desa Kenongo sehingga mengakibatkan jumlah penduduk desa Kenongo maju pesat. Dengan perkembangan infrastruktur Desa Kenongo dan banyaknya pendatang karena adanya bencana lumpur Lapindo ini membuka peluang para warga desa Kenongo untuk membuka usaha atau UMKM baik itu bidang jual beli makanan, kebutuhan sehari-hari, laundry dan lain sebagainya. Saat kami kunjungan ke balai desa Kenongo belum ada data yang menunjukkan jumlah UMKM yang ada di desa Kenongo sehingga pihak aparat desa juga kesulitan untuk membina dan mengembangkan UMKM warga desa Kenongo. Terkait dengan pemasaran UMKM itu sendiri juga terkendala belum ada tempat untuk memasakan usahanya, sehingga kita tergerak untuk membuatkan direktori *online* UMKM desa Kenongo.

### Tahapan-Tahapan PPM Geo UMKM Desa Kenongo

Kegiatan PPM-UMKM ini dimulai dengan sosialisasi kepada warga diadakannya pendataan dan pembuatan website direktori UMKM Desa Kenongo. Dalam kegiatan ini, kami melibatkan 6 orang mahasiswa dari prodi Perbankan Syariah dan Prodi Informatika yang melakukan sosialisasi awal ke lokasi-lokasi UMKM Desa Kenongo. Survei ini meliputi sosialisasi kegiatan dan penyampaian pentingnya direktori online UMKM untuk pemasaran produk/pemasaran usaha, seperti tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan PPM Geo UMKM Desa Kenongo

Setelah dilakukan tahapan sosialisasi, kemudian kami lakukan kegiatan survei. Hasil dari survei langsung kita masukkan ke database dengan google form melalui *smartphone* surveyor kami, seperti tampak pada Gambar 2. Data meliputi Nama Usaha, alamat Usaha, nama pemilik, no HP, Foto tempat usaha dan aset yang dimiliki UMKM tersebut.



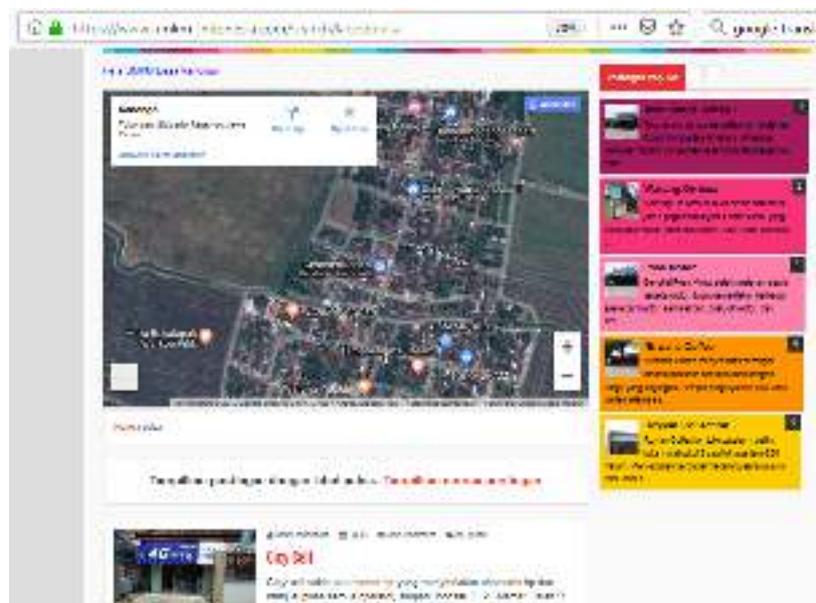
Gambar 2. Tampilan Google Form hasil Survei

Sebelum kami lakukan kegiatan survei kami juga mulai membuat website dengan menampilkan lokasi, peta untuk UMKM Desa Kenongo. Selain Peta dalam website tersebut kami juga menampilkan detail usaha dan pengelompokan UMKM berdasarkan jenis usahanya, seperti tampak pada Gambar 3. Website kami bisa diakses di <https://www.umkm-indonesia.com>.



Gambar 3. Tampilan website yang memuat peta UMKM

Tampilan yang dihasilkan pada website kami diharapkan mampu mendiskripsikan jenis usaha UMKM yang bersangkutan, baik itu data tentang nama usaha, lokasi, jenis usaha juga tentang jam buka dan tutup usahanya (Gambar 4).



Gambar 4. Tampilan website terkait informasi UMKM

### Monitoring dan Evaluasi

Monitoring keberhasilan kegiatan kepada para mitra harus dilakukan agar kami bisa mengevaluasi tingkat keberhasilan kegiatan PPM-UMKM Geo UMKM Desa Kenongo ini, yang dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Kegiatan

No	Aktivitas	Indikator Keberhasilan
1	Persiapan kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lancarnya koordinasi dengan UMKM terkait kegiatan sosialisasi.</li> <li>2. Perancangan pembuatan direktori online</li> <li>3. Perancangan pembuatan website</li> <li>4. Kegiatan terlaksana sesuai jadwal yang direncanakan</li> </ol>
2	Pelaksanaan Kegiatan survei dan pembuatan website	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Partisipasi aktif pihak UMKM selama pelaksanaan kegiatan.</li> <li>2. Kesesuaian data hasil survei dan inputan kedalam website</li> <li>3. Tampilan website mudah dipahami dan komunikatif</li> </ol>
3	Pasca Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sudah ada website <a href="https://www.umkm-indonesia.com">https://www.umkm-indonesia.com</a></li> <li>2. Website memuat database UMKM Desa Kenongo</li> <li>3. Usaha para mitra bisa lebih maju dan berkembang</li> </ol>

Kegiatan evaluasi ini meliputi evaluasi data UMKM, ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana keakuratan data UMKM di desa Kenongo baik itu dalam jumlah, nama usaha, lokasi usaha, jenis usaha dan aset usaha UMKM tersebut; evaluasi website, ini diperlukan untuk mengetahui kesiapan infrastruktur website dalam menyampaikan data UMKM; dan evaluasi perbaikan website, ini diperlukan untuk mengantisipasi jika ada data yang perlu diedit atau ditambahkan.

## SIMPULAN

Kegiatan PPM-UMKM Geo UMKM telah berhasil membuat sebuah website yang memuat database online data UMKM Desa Kenongo. Diharapkan dengan adanya data UMKM online ini, akan memudahkan pihak UMKM memasarkan produknya, membuka peluang untuk jual beli online dan memudahkan pembinaan UMKM untuk warga desa Kenongo khususnya.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini didanai oleh institusi dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tahun 2018. Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Umsida yang telah mengorganisir pendanaan kegiatan ini dan kepada UMKM mempunyai usaha di desa Kenongo selaku mitra pada kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih yang sama ditujukan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi aktif dan membantu tim pengabdian sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (Ed.13, Jilid.1. Terj. Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kustono (2013). *Profil Desa Kenongo*, <https://desakenogotulangan.weebly.com/profil-umum.html>, diakses 20 Januari 2019.
- Latifah, F.N., Maika, M.R., & Kumalasari, H.M. (2019). Bankable Household Business Management in Kenongo Village [Manajemen Bisnis Ibu Rumah Tangga yang Bankable di Desa Kenongo]. *Proceeding of Community Development*, 2, 139-144.

- Sampurno, A., & Tukiman, K. (2016). Implementasi Geographic Information System Berbasis Web untuk Pemetaan Sentra Industri Batik Sebagai Produk Unggulan di Kota Pekalongan. *IC-Tech*, *XI*(2), 75-78.
- Supuwingsih, N.N. (2016). Implementasi Geographic Information System untuk Pemetaan Lahan Pertanian Kota Denpasar. *Jurnal Sistem dan Informatika (JSI)*, *11*(1), 29-35.

