

Pemberdayaan Komunitas UMKM ‘Usaha Mandiri Sakinah’ Nogotirto, Gamping, Sleman, DIY Menuju UMKM yang Berdaya Saing

Empowering MSME Community Usaha Mandiri Sakinah' Nogotirto, Gamping, Sleman, DIY Towards Competitive MSME

Nur Faidati^{1*}, Muhammad Khozin¹

¹Program Studi Administrasi Publik, Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta
Yogyakarta, 55292, Indonesia

*Corresponding author:
E-mail: Nurfaidati18@gmail.com

Submission October 2019, Revised May 2020, Accepted June 2020

ABSTRAK

Revolusi industri keempat telah membawa lompatan besar bagi sektor industri, dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya. Kegiatan pengabdian masyarakat Pemberdayaan Komunitas UMKM ‘Usaha Mandiri Sakinah’ Nogotirto, Gamping, Sleman DIY Menuju UMKM Yang Berdaya Saing ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan alkan platform digital kepada anggota komunitas UMKM untuk memasarkan produknya. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah workshop. Workshop diselenggarakan sebanyak 3 kali. Workshop pertama terkait penyamaan visi pengembangan usaha dari wirausaha perempuan. Workshop kedua terkait revolusi industri 4.0 dan pemanfaatan media online untuk pemasaran (marketplace dan media sosial). Workshop ketiga, penajaman materi tentang pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran dan pembuatan akun penjualan di marketplace Tokopedia. Output dari kegiatan pengabdian ini untuk anggota komunitas adalah anggota komunitas memiliki marketplace yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Masih diperlukan sejumlah program lanjutan untuk membekali anggota komunitas UMKM agar dapat menghasilkan produk berkualitas yang mampu bersaing di pasar online.

Kata kunci: revolusi industri 4.0, UMKM, daya saing, teknologi

ABSTRACT

The fourth industrial revolution has taken a big leap for the industrial sector, where information and communication technology is fully utilized. MSME as an affected part of the industrial revolution needs to be prepared properly so that the products it produces can compete. MSME Community Independent Business Sakinah 'Nogotirto, Gamping, Sleman DIY is a MSME community that is fostered by oleh Aisyiyah University, Yogyakarta. This community still has obstacles in utilizing technology in developing its business in the industrial revolution era 4.0. Community service activities for the Community Empowerment of MSMEs 'Sakinah Independent Business' Nogotirto, Gamping, Sleman DIY Towards Competitive MSMEs are carried out with the aim of introducing a digital platform to members of the MSME community to market their products. The method used in this community empowerment activity is a workshop. The workshop was held 3 times. The first workshop was related to the common vision of business development of women entrepreneurs. The second workshop was related to the industrial revolution 4.0 and the use of online media for marketing (marketplace and social media). The third workshop, sharpening material on the use of technology as a marketing medium and making sales accounts in the Tokopedia marketplace. The output of this community service activity is that the community members have a marketplace that can be utilized to market the products. A number of advanced programs are still needed to equip members of the MSME community to produce quality products that are able to compete in the online market.

Keywords: industrial revolution 4.0, SMEs, competitiveness, technology

How to cite:

Faidati N, Khozin M (2020) Pemberdayaan Komunitas UMKM ‘Usaha Mandiri Sakinah’ Nogotirto, Gamping, Sleman, DIY Menuju UMKM yang Berdaya Saing 2 (2): 88-94. doi: 10.11594/bjpmi.02.02.04.

Pendahuluan

Revolusi industri keempat telah membawa lompatan besar bagi sektor industri, dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya [1]. Era ini memberikan peluang untuk hadirnya pemberdayaan bagi individu dan masyarakat, karena revolusi industri keempat ini memungkinkan munculnya kesempatan baru bagi ekonomi, sosial, maupun pengembangan pribadi. Para ahli berpendapat bahwa revolusi industri keempat akan dapat menaikkan rata-rata pendapatan per kapita di dunia, memperbaiki kualitas hidup masyarakat, serta memperpanjang usia hidup manusia [2]. Namun demikian, peluang tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan dengan baik jika para pelaku tidak disiapkan dengan baik. UMKM sebagai bagian yang terdampak dari adanya revolusi industri ini perlu disiapkan dengan baik agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran [3].

Dalam konstelasi inilah, perhatian untuk menumbuhkembangkan industri kecil dan rumah tangga (IKRT) atau yang populer juga dengan istilah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) setidaknya dilandasi dengan oleh tiga alasan. Pertama, UMKM banyak menyerap tenaga kerja dan dominan dalam jumlah unit usaha. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak UMKM juga intensif dalam menggunakan sumberdaya alam lokal [4]. Kedua, UMKM memegang peranan penting dalam menyumbang ekspor non migas sebesar 19.2% hingga hampir 22% selama 2002-2005 [5]. Ketiga, adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk piramida, yang menunjukkan adanya ketimpangan yang lebar antara pemain kecil dan besar dalam ekonomika Indonesia [6].

Komunitas UMKM 'Usaha Mandiri Sakinah' Nogotirto, Gamping, Sleman DIY merupakan komunitas UMKM yang dibina oleh Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Komunitas ini terdiri dari 300 anggota pengusaha perempuan yang tersebar di Kecamatan Gamping. Dalam menghadapi revolusi industri 4.0, komunitas UMKM ini masih terkendala dengan pemanfaatan teknologi, yaitu pemanfaatan platform online untuk pemasaran produk. Dari jumlah anggota yang ada, belum ada yang dapat memanfaatkan marketplace untuk memasarkan produknya. Hal ini disebabkan oleh belum dikenalnya platform marketplace tersebut.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan pemasaran bagi komunitas UMKM Usaha Mandiri Sakinah melalui pengenalan platform digital, salah satunya adalah market place.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan komunitas UMKM Usaha Mandiri Sakinah melalui pengenalan platform digital. Kegiatan ini didukung oleh salah satu platform digital yaitu Tokopedia. Kegiatan ini dilakukan pada komunitas UMKM Usaha Mandiri Sakinah Nogotirto, Gamping, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, selama 3 bulan, dari Agustus sampai Oktober 2019.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam upaya meningkatkan daya saing dan kemampuan pemasaran pada UMKM Usaha Mandiri Sakinah dilakukan secara bertahap, yaitu:

1. Mengelompokkan anggota komunitas UMKM 'Usaha Mandiri Sakinah' kedalam dua kategori. Kategori pertama adalah kategori UMKM yang produknya potensial dipasarkan dengan platform online. Kategori kedua adalah sebaliknya
2. Kategori pertama dikelompokkan kembali ke dalam beberapa kluster sesuai dengan produk yang dihasilkan. Diantara kluster ini adalah kluster food and beverage (makanan dan minuman), craft (kerajinan), dan Fashion (Pakaian, Sepatu).
3. Berdasarkan data tersebut, dipilih 26 (dua puluh enam) UMKM untuk mengikuti kegiatan workshop pemanfaatan platform online sebagai bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat. Dua puluh enam (26) UMKM tersebut merupakan UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan dan sebelumnya belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran online.
4. Workshop diselenggarakan sebanyak tiga kali. Workshop pertama merupakan tahapan penyamaan visi dengan narasumber pendamping dari Women will, Google. Penyamaan visi tersebut dilakukan dengan menunjukkan data bahwa separuh UMKM Indonesia pemiliknya adalah perempuan. Berdasarkan data tersebut kemudian disampaikan motivasi agar perempuan survive dalam mengembangkan dan mengelola usahanya. Dari workshop ini diharapkan sudah ada kesamaan visi diantara peserta workshop

terkait dengan goal dari setiap langkah dan tahapan yang mereka tempuh sebagai wirausaha wanita.

5. Workshop kedua, peserta diperkenalkan dengan era revolusi industri 4.0. di era ini. Dalam workshop ini disampaikan pula agar pelaku UMKM dapat bersaing dan merebut pasar yang lebih luas maka, para pelaku ini harus dapat memanfaatkan teknologi yang ada. Platform online (marketplace) dan media sosial menjadi penekanan materi yang disampaikan.

6. Workshop ketiga dihadirkan narasumber pendamping dari salah satu platform online terkemuka yang sedang berkembang pesat, yaitu Tokopedia. Peserta workshop kembali memperoleh penajaman materi terkait urgensi pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha yang dikelola oleh peserta workshop.

7. Peserta workshop diminta membuat akun marketplace dan produk UMKMnya diupload di akun tersebut untuk bisa diperjualbelikan.

Hasil dan Pembahasa

Permasalahan UMKM dan Pengenalan Platform Online

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan workshop berlangsung, diketahui bahwa untuk dapat memasarkan produknya secara online, ada hal-hal yang juga harus diperhatikan oleh anggota komunitas UMKM BWM-LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah'. Hal-hal tersebut antara lain adalah terkait sertifikasi P-IRT untuk olahan makanan, gramasi, dan expired. Hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah terkait dengan merk atau label produk dan kemasan [7].

Dari 26 anggota tersebut mayoritas adalah pelaku UMKM baru yang belum memiliki sertifikasi P-IRT. Padahal untuk produk pangan atau olahan makanan P-IRT ini adalah hal penting yang harus dimiliki. Sertifikasi P-IRT ini merupakan jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota – melalui Dinas Kesehatan - terhadap pangan hasil produksi Industri Rumah Tangga yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu, dalam rangka produksi dan peredaran produk pangan [8]. Artinya jika pelaku UMKM pangan telah memegang P-IRT, maka produknya sudah layak pasar. Berikutnya setelah P-IRT, hal lain yang perlu mendapat perhatian adalah soal kemasan. Ada dua hal utama yang menyebabkan UMKM kita kalah bersaing dengan produk impor, yakni :

kemasan produk dan pengendalian kualitas [9]. Produk yang dihasilkan oleh anggota komunitas UMKM BWM-LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah' ini masih dikemas dalam kemasan yang konvensional. Konvensional dalam konteks ini dimaknai sebagai cara pengemasan yang sederhana, cenderung polos dan menggunakan bungkus atau plastik polos tanpa merk atau label produk, informasi gramasi dan expired. Belum ada merk atau label produk dari produk yang dihasilkan UMKM. Meskipun sebenarnya para pelaku UMKM tersebut telah memiliki ide, produknya mau diberi nama apa. Tapi ide tersebut belum dituangkan dalam secara fisik dalam bentuk merk atau label produk.



Gambar 1. Workshop Pemanfaatan Platform Online Untuk Pemasaran Produk UMKM

Selain aspek-aspek sebagaimana disebutkan di atas, permasalahan yang lain adalah ketrampilan mengoperasikan HP Android [10]. Semua ibu-ibu anggota komunitas BWM KMS 'Usaha Mandiri Sakinah' telah memiliki HP Android, namun mereka hanya familiar dengan beberapa aplikasi diantaranya WA. Ibu-ibu tersebut tidak cukup familiar memanfaatkan aplikasi yang justru diperlukan untuk menunjang pemasaran online, seperti kamera untuk mengambil gambar produk yang mereka hasilkan.

Dalam kegiatan ini dilakukan edukasi kepada ibu-ibu bahwa ada banyak hal yang bisa dimanfaatkan dari HP yang dimiliki dalam rangka memasarkan produk UMKM. Mulai dari foto produk, pembuatan akun marketplace dan email. Setelah proses edukasi dilakukan, kemudian langsung dipraktikkan. Dari kegiatan tersebut separuh lebih dari peserta yang sudah

memiliki akun marketplace langsung dapat mengunggah produknya ke marketplace dan memanfaatkannya untuk memasarkan produk.



Gambar 2. Tim Tokopedia Memfasilitasi Pembuatan Akun Tokopedia

Rekomendasi Program

Berpijak dari identifikasi permasalahan UMKM dalam memasarkan produk melalui platform online sebagaimana digambarkan di atas terdapat sejumlah rekomendasi program yang bisa dilakukan untuk menata dan menyiapkan manajemen produksi dari UMKM tersebut. Pertama, membuat merk atau label produk dari UMKM tersebut. hal ini penting dilakukan agar produk yang dihasilkan tersebut dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat dan kemudian menunjang strategi pemasaran. Kedua, pengurusan sertifikasi P-IRT. Hal ini juga penting karena memberikan kepastian bagi konsumen baga produk pangan yang dihasilkan memang layak konsumsi. Bersamaan dengan sertifikasi P-IRT ini sekaligus dilengkapi informasi komposisi, gramasi dan expired.

Terkait dengan PIRT, Undang-undang Kesehatan dengan tegas menentukan bahwa makanan dan minuman hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Implementasi izin edar produk makanan dan minuman industri rumah tangga secara umum menjadi tanggung jawab pihak Dinas Kesehatan

Kota / Kabupaten, melalui penerbitan Sertifikat Penyuluhan dan Sertifikat Produk Industri Rumah Tangga (PIRT). Sertifikasi izin edar tersebut merupakan bentuk legalisasi yang dikeluarkan oleh pihak yang berwenang untuk memberikan jaminan perlindungan kesehatan dan keamanan pangan kepada konsumen pangan industri rumah tangga (PIRT) agar terhindar dari bahan-bahan tambahan makanan yang berbahaya dan merugikan kesehatan [11].

Berikutnya jika hal-hal mendasar dari produk sebagaimana gambaran di atas sudah dilengkapi, maka aspek ketiga yang perlu juga untuk diperbaiki adalah aspek kemasan [12].

Ada beberapa UMKM yang sudah cukup memperhatikan aspek fisik kemasan dari produk yang dihasilkan, tetapi masih banyak juga yang belum. Kemasan produk kebanyakan hanya dengan menggunakan plastik polos yang distrepler atau diplester. Hal ini berlaku tidak saja pada produk pangan, tetapi juga craft dan fashion. Oleh karena itu penting untuk membuat kemasan yang menarik, agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan [13].



Gambar 3. Penyamaan Visi Pengembangan UMKM bagi Wirausaha Perempuan anggota Komunitas BWM LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah

Masayu Endang Apriyanti (2018) menyatakan bahwa kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam bahasa visual [13]. Lebih lanjut Apriyanti menyatakan bahwa kemasan memiliki 2 fungsi, yaitu Fungsi Protektif, yang berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan

iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan.

Sinergis dengan upaya memberikan tampilan fisik yang menarik dari produk UMKM, pelaku UMKM dari komunitas UMKM BWM LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah' ini perlu dilatih memanfaatkan HP android mereka untuk pengembangan usaha. Seperti, memanfaatkan kamera untuk pemotretan sederhana dari produk yang mereka hasilkan. Dari hasil foto tersebut, para pelaku UMKM tersebut bisa menyusun katalog produk yang bisa disebarluaskan melalui media sosial maupun diunggah ke akun marketplace atau akun pemasaran online yang lainnya (Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dll) [14].

Tabel 1. Rekomendasi Program Untuk Komunitas UMKM BWM-LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah'

No	Jenis Program	Mitra
1.	Workshop Pengemasan Produk	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
2.	Workshop Foto Produk	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
3.	Workshop Pembuatan Katalog Produk	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
4.	Workshop Pembuatan Instagram Untuk Pemasaran	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
5.	Workshop Google My Bisnis	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
6.	Workshop Pembuatan Akun Platform Penjualan Online	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
7.	Workshop Trik Efektif Meningkatkan SEO	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll

Rekomendasi program sebagaimana disebutkan dalam tabel merupakan sejumlah upaya yang dapat dilakukan di masa yang akan datang untuk meningkatkan kualitas produk UMKM binaan LKMS Usaha Sakinah. Lebih lanjut jika kualitas produk sudah baik maka akan memberikan *impact* peningkatan daya saing produk.

Pelaksanaan program pengembangan UMKM sebagaimana direkomendasikan bisa dilakukan dengan menggandeng mitra yang memiliki concern UMKM go online. UMKM go online sendiri menjadi tuntutan yang justru dapat membuka peluang pasar baru bagi UMKM baik di ranah regional maupun global [15]. Dengan memadukan sistem penjual-an *online* dan *offline*, bisnis UMKM diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan harapan meningkatkan potensi penjualan.

Kesimpulan

Output dari kegiatan pengabdian ini untuk anggota komunitas adalah anggota komunitas memiliki marketplace (Tokopedia) yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Namun demikian masih banyak hal yang perlu dilakukan agar anggota komunitas UMKM Perempuan BWM-LKMS 'Usaha Mandiri Sakinah' dapat memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, proses edukais lanjutan masih dibutuhkan utamanya terkait pemanfaatan teknologi bagi pengembangan UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Aisyiyah atas kontrak penugasan kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2019/2020.
2. Komunitas UMKM Bank Wakaf Mikro (BWM) Lembaga Keuangan Syariah (LKMS) 'Usaha Mandiri Sakinah' yang sudah bersedia menjadi mitra pengabdian kami.
3. Google melalui women will dan juga Tokopedia yang bersedia bekolaborasi dalam menyiapkan materi yang dibutuhkan oleh anggota komunitas.

Referensi

1. Schwab, K. (2017). The fourth industrial revolution. Crown Business.

2. Tjandrawinata, R. R. (2016). Industri 4.0: revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi. *Jurnal Medicinus*, 29.
3. Sommer, L. (2015). Industrial revolution-industry 4.0: Are German manufacturing SMEs the first victims of this revolution?. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(5), 1512-1532.
4. Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Masalah Kebijakan dan Politik: Ekonomika Pembangunan*. Jakarta, Erlangga.
5. Warta KUMKM, Kementrian PPN/Bappenas, Volume 5-No. 1-2016, ISSN 2338-3747.
6. Jauhari, J. (2014). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1).
7. Daroini, A., Rokana, E., & Sarbini, R. N. (2019). Diversifikasi Olahan Susu Kambing Menjadi Krupuk Susu Di Kelompok Wanita Ternak Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Dedikasi*, 16(1), 39-48.
8. Naimah, N., & Soesilo, S. (2016). Manfaat Legalitas P-IRT Bagi Pengembanagn Usaha Dalam Program Ibm Kripik Pisang Berkulit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 1(2).
9. Kartawan, K., Rinandiyana, L. R., & Kurniawan, D. (2017). Pengembangan Usaha melalui Peningkatan Kemampuan Bersaing Produk UMKM dalam Memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(2).
10. Lubis, T. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 163-174.
11. Hermanu, B. (2016). Studi implementasi izin edar produk pangan industri rumah tangga (pirt) dalam mewujudkan ke amanan pangan yang optimal di kota semarang. *Hukum dan Dinamika masyarakat*, 11(2).
12. Asnawi, A., Saud, I. M., & Wiratmanto, W. (2017). Peningkatan Mutu Produk dan Pemasaran Olahan Ikan Bandeng. *BERDIKARI: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 5(1), 11-21.
13. Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-Kons*, 10(1), 20-27.
14. Tahalea, S. (2016). *Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu untuk Perajin Lampu di Nitiprayan Yogyakarta*. Universitas Trisakti.
15. Rindrayani, S. R. (2017). *Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia*.