

Ngawonggo Entrepreneur Pedia (NEP): Upaya Pendampingan UMKM di Desa Ngawonggo, Kabupaten Malang

Zurriat Nyndia Rahmawati^{1*}, Ismi Iftikad², Muhammad Amanulloh MZ³,
Farid Wahyudi⁴, Siti Fatimah⁵, Bagas Wipranata Yusuf⁶

^{1,3,4,5,6} Sistem Informasi, Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

² Manajemen, Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

*zurriat.nyndia@uniramalang.ac.id

Received 27-02-2023

Revised 03-04-2023

Accepted 10-04-2023

ABSTRAK

UMKM adalah salah satu penggerak perekonomian masyarakat, tidak terkecuali di Desa Ngawonggo, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang. Desa Ngawonggo memiliki 15 UMKM unggulan yang meliputi tempat wisata, kuliner, kerajinan tangan, hingga teknologi. Dalam pengembangannya, beberapa UMKM telah dikelola secara profesional, namun tidak sedikit yang masih mengandalkan cara-cara tradisional. NEP, atau kepanjangan dari Ngawonggo Entrepreneur Pedia, adalah salah satu upaya agar UMKM di Desa Ngawonggo memiliki wadah secara resmi, yang utamanya diperuntukkan bagi kepentingan pemasaran produk. Pendirian NEP dilakukan dengan melalui tahap wawancara dan observasi pada pimpinan dan tokoh desa, serta pelaku UMKM, yang diikuti dengan seminar dan pendampingan. Kegiatan ini menjadi salah satu inisiasi UNIRA Malang dalam mengembangkan potensi desa di sekitar Kabupaten Malang sehingga dapat menjadi lebih baik. Dari kegiatan ini dihasilkan pendirian NEP sebagai wadah UMKM yang telah menyelenggarakan beberapa kegiatan bagi masyarakat, antara lain: 1) pendampingan UMKM untuk pemasaran *online*, 2) seminar pemasaran, dan 3) *launching* galeri NEP.

Kata kunci: UMKM, desa, pengabdian masyarakat

ABSTRACT

Micro, Small, Medium Enterprises, or known as MSMEs, is one of the drives for economic growth, including in Ngawonggo village, Tajinan district, Malang regency. Ngawonggo village has 15 leading SMEs in various categories such as tourism, culinary, handcraft, and technology. Some SMEs have managed professionally, but most are not. Ngawonggo Entrepreneur Pedia, shortened as NEP, is an effort to empower the SMEs, especially those which are still run traditionally. The process of empowering the SMEs were started by observation and interview to discover the strengths and weaknesses of the SMEs, that were followed by seminar dan assistance by the team. This activity becomes an effort of UNIRA Malang in developing the potential of the villages in Malang regency. As a result, the team has successfully form NEP as an organization to accommodate MSMEs activities with the following events: 1) mentoring program for online marketing, 2) marketing seminar, and 3) launching of NEP gallery.

Keywords: MSMEs, village, community service

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perseorangan atau badan usaha yang bukan bagian dari usaha besar, yang mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk turut andil dalam

perekonomian nasional. UMKM menjadi salah satu solusi bagi maraknya isu pengangguran di kalangan usia siap kerja. Hal ini karena UMKM mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi semua kalangan terlepas dari latar belakang pendidikan dan pendiriannya tidak memerlukan birokrasi yang rumit (Munir, 2005), serta dapat dilakukan pada banyak sektor ekonomi (Sofyan, 2017). Dari data yang dihimpun dari siaran *pers* Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Limanseto, 2022), UMKM menyumbang 96,9% penyerapan tenaga kerja nasional dan 60,5% terhadap PDB. Tentu saja fakta-fakta ini menguatkan posisi UMKM yang strategis, terutama dalam masyarakat.

Desa Ngawonggo adalah satu desa yang terletak di Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang. Desa yang terletak di dataran tinggi ini memiliki 15 UMKM unggulan yang termasuk dalam program pengembangan desa. UMKM tersebut bervariasi mulai dari kuliner hingga teknologi. UMKM tersebut antara lain: lupis-cenil, jemblem, tempe, welit (atap daun tebu), benih/ bedengan, pot bunga, tanaman hias, anyam bambu, anyam mendong, wallpaper bambu, tas anyam plastik, seruling, kentongan, *drone* dan wisata situs pentirtaan. Beberapa usaha seperti pembuatan *drone* serta budidaya tanaman hias telah dikelola secara profesional dan menghasilkan laba yang cukup besar. Adapun wisata Situs Pentirtaan Ngawonggo sudah menjadi tempat tujuan wisata yang cukup *viral* di dunia maya, yang telah didukung secara pembangunan oleh pemerintah desa. Akan tetapi, tidak dipungkiri jika UMKM terutama di bidang kerajinan masih dikelola secara tradisional dan membutuhkan dukungan agar lebih berkembang.

Berdasarkan survey pra-kegiatan, didapatkan informasi adanya keinginan dari pemerintah desa dan pelaku UMKM untuk dapat memaksimalkan potensi UMKM yang ada di Desa Ngawonggo. Selain itu, pemerintah desa mengingimkan adanya sebuah wadah yang dapat digunakan sebagai media penyampai informasi kepada khalayak umum tentang UMKM unggulan di Desa Ngawonggo ini. Sehingga diharapkan agar terbukanya informasi tentang eksistensi 15 UMKM ini turut membantu perkembangan UMKM dalam segi pemasaran, dan dalam jangka panjang agar lebih maksimal dalam membantu perekonomian baik pelaku UMKM tersebut maupun masyarakat desa pada umumnya. Kendala yang tergambar dalam survey pra-kegiatan adalah pola pikir pelaku UMKM yang masih awam dalam menjalankan bisnis karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran produk maupun pemanfaatan teknologi informasi.

UNIRA Malang sebagai salah satu kampus yang tergabung dalam Perguruan Tinggi untuk Desa (Pertides) yang dibentuk oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. Langkah konkret yang diwujudkan UNIRA Malang dalam hal ini adalah turun ke desa-desa di Kabupaten Malang dalam rangka penelitian dan pengabdian yang dapat bermanfaat langsung bagi masyarakat luas. Dalam konteks di Desa Ngawonggo ini, tim dosen dan mahasiswa yang melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) melakukan kolaborasi pengabdian masyarakat. Sebagaimana uraian permasalahan yang didapati dalam pra survey, tim dosen dan mahasiswa akan melakukan pendampingan UMKM di Desa Ngawonggo dalam

serangkaian kegiatan yang terwadahi dalam Ngawonggo Entrepreneur Pedia. Pendirian Ngawonggo Entrepreneur Pedia, atau yang disingkat sebagai NEP, diharapkan bukan hanya sebagai bangunan fisik untuk area pameran produk UMKM dari Desa Ngawonggo. Namun, lebih jauh, NEP diharapkan menjadi suatu wadah yang memayungi program-program pendampingan UMKM agar edukasi dan pengembangan UMKM di desa Ngawonggo secara lebih terarah.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilakukan dalam kurun waktu 5 minggu pada 11 Januari – 17 Februari 2023. Rangkaian pendampingan dimulai dengan mengenali keadaan dan potensi desa dan UMKM melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan pada pelaku UMKM, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat, sedangkan observasi dilakukan dengan melakukan kunjungan pada UMKM. Setelah data didapatkan, tim melakukan diskusi untuk memetakan masalah dan mencari solusi, sehingga terbentuk program-program. Pada penyusunan program, tim juga berkoordinasi dengan pemerintah desa terkait. Pada tahapan akhir, tim melakukan implementasi tiga program yang telah disusun, yaitu pendampingan UMKM, seminar mengenai pemasaran produk, dan *launching* galeri Ngawonggo Entrepreneur Pedia (NEP).

HASIL KEGIATAN

Pendampingan UMKM di Desa Ngawonggo oleh tim dosen dan mahasiswa menghasilkan serangkaian kegiatan yang dinamakan kegiatan Ngawonggo Entrepreneur Pedia. Rangkaian kegiatan tersebut dijabarkan secara rinci pada penjelasan berikut.

Hasil Wawancara dan Observasi Lapangan

Wawancara yang dilakukan pada pelaku UMKM masuk dalam kategori wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini dilakukan pada minggu pertama secara spontan dan santai dengan tujuan agar dapat mendapatkan informasi yang objektif sealam mungkin melalui percakapan yang dilakukan (Monday, 2019; Koskey & Simiyu, 2015). Cara ini dilakukan mengingat pelaku UMKM adalah warga desa yang sudah cukup berumur dan lebih familiar dengan menggunakan bsehari-hari perpaduan antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa (*krama inggil*). Sedangkan observasi berfungsi untuk melihat kegiatan keseharian alami yang menggambarkan situasi riil di lapangan (Koskey & Simiyu, 2015). Observasi dan wawancara sekaligus dibalut dalam kegiatan mempelajari teknik dasar di beberapa UMKM, sehingga anggota tim bisa merasakan sendiri tantangan dalam pengelolaan UMKM.



Gambar 1. Observasi Lapangan

Hasil wawancara dan observasi menghasilkan beberapa simpulan. Pertama, dalam perspektif usaha, UMKM di Desa Ngawonggo dapat digolongkan menjadi empat kategori (LPPI & BI, 2015), yaitu: (1) UMKM sektor informal: lapis-cenil, tempe, dan jemblem, (2) UMKM Mikro: anyaman bambu, tas anyam plastik, anyaman mendong, welit (atap daun tebu), pot bunga, seruling dan kentongan, (3) Usaha kecil dinamis: benih/ bedengan, wallpaper bambu, tanaman hias, dan wisata situs pentirtaan; serta (4) *Fast moving enterprise: drone*. Kedua, beberapa pelaku UMKM tidak berada di area Desa Ngawonggo selama masa kegiatan pengabdian, karena kepentingan pekerjaan yang berpindah tempat atau hanya menggunakan tempat di Desa Ngawonggo sebagai tempat produksi dan bukan rumah tinggal. Hal ini mengakibatkan pendampingan UMKM hanya menasar beberapa pelaku UMKM yang memang menetap di lokasi. Ketiga, mayoritas pelaku UMKM yang masuk dalam kategori perspektif usaha nomor 1 dan 2 tidak memiliki pengetahuan pemasaran produk dan pemanfaatan teknologi informasi yang memadai. Setelah menggali fakta di lapangan melalui wawancara dan observasi, tim dosen dan mahasiswa melakukan penyusunan program NEP.

Implementasi Program

1. Pendampingan UMKM dalam Pemasaran *via Online*

Setelah melakukan kunjungan dan melakukan pendalaman terhadap 15 UMKM yang ada, kegiatan pendampingan diputuskan untuk berfokus pada dua UMKM di bidang kerajinan yaitu anyaman bambu dan tas anyam plastik. Dua UMKM ini dipilih karena pemilik usaha yang menetap di desa dan cukup mudah ditemui oleh anggota tim, serta keterbatasan waktu yang dimiliki dalam kegiatan pengabdian kali ini jika menasar keseluruhan UMKM. Usaha yang dilakukan termasuk usaha kreatif dengan keunikan tertentu yang dapat dikembangkan hingga pasar mancanegara.

Pemilik usaha anyam bambu melakukan penjualan berdasarkan pesanan dari pelanggan yang mengenal beliau dari pemasaran mulut ke mulut. Beliau telah melakukan pemasaran secara online, namun hanya melalui akun *Facebook* pribadi atau melalui forum jual-beli di *platform* tersebut. Lain halnya dengan pemilik usaha tas anyam plastik yang hanya mengandalkan pesanan dari pedagang pasar dan hanya

melalui status *WhatsApp*. Beliau tidak bisa mengoperasikan dan tidak pernah memiliki akun untuk keperluan jual beli via *online*, sehingga pembeli juga hanya datang dari kalangan yang terbatas. Kedua pemilik usaha tersebut mengakui bahwa omzet yang didapatkan juga tidak banyak karena tidak menjangkau pasar yang luas dan keberadaan usaha mereka tidak dikenal publik.

Keterbatasan pengetahuan pemasaran *online* mendasari salah satu penyebab kurang kompetitifnya UMKM dalam bersaing (Rokhmah & Yahya, 2020). Sehingga, memperluas pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi menjadi solusi strategis yang dapat dilakukan, dan edukasi pemanfaatan teknologi informasi menjadi bentuk dukungan nyata yang dapat diberikan bagi pelaku UMKM (Putra, 2016). Pada masa sekarang, akses komunikasi yang mudah dan cukup terjangkau membuat pemasaran produk UMKM dapat menjangkau konsumen yang luas (Permana, 2017). Oleh karena itu, edukasi pemanfaatan teknologi informasi menjadi solusi yang dirasa tepat bagi pelaku usaha yang menjadi target kegiatan pengabdian ini. Tim membantu kedua pemilik usaha dalam hal edukasi pemasaran *via online* melalui *e-commerce* maupun aplikasi *chatting* yang mereka miliki, seperti *WhatsApp*. Edukasi dilakukan dengan secara rutin mendatangi tempat usaha untuk mendampingi pembuatan akun, mempelajari aturan yang berlaku dan cara kerja aplikasi *e-commerce*. Tidak sedikit kendala yang ditemui, seperti pelaku usaha yang memiliki pekerjaan utama lain dan memiliki bayi, sehingga pendampingan hanya bisa dilakukan di jam-jam tertentu. Selain itu, perangkat dan fasilitas seperti gawai dan jaringan internet kurang mendukung, sehingga harus dibantu dengan gawai milik anggota tim.

2. Seminar Pemasaran



Gambar 2. Seminar Pemasaran Produk

Edukasi dan pendampingan UMKM tidak hanya dilakukan secara individual pada pelaku UMKM terkait, namun juga pada masyarakat sekitar. NEP menggagas adanya seminar yang bertajuk “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pemasaran di

Era 4.0” pada tanggal 13 Februari 2023. Pembicara dalam seminar ini adalah Ibu Ismi Iftikad yang merupakan dosen Manajemen konsentrasi Pemasaran di UNIRA Malang. Materi yang dipaparkan dalam seminar meliputi tantangan pemasaran produk, studi kasus, dan saran bagi pengembangan UMKM. Seminar ini bertempat di Balai Desa Ngawonggo dengan mengundang tidak hanya pelaku UMKM, namun juga dari unsur PKK dan Karang Taruna. Unsur non pelaku UMKM dirasa perlu dilibatkan untuk menciptakan situasi yang kondusif bagi pengembangan UMKM yang ada di Desa Ngawonggo. Dikarenakan seminar diadakan pada hari efektif, tidak seluruh undangan dapat menghadiri seminar ini. Namun demikian, seminar tetap dapat dilaksanakan dengan lancar hingga akhir.

3. Launching Galeri Ngawonggo Entrepreneur Pedia (NEP)

Ngawonggo Entrepreneur Pedia tidak hanya berdiri sebagai sebuah wadah kegiatan pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Ngawonggo, tapi juga memiliki galeri pameran UMKM. Lokasi galeri ini terletak di pasar Desa Ngawonggo lantai 2. Area ini telah dipersiapkan oleh pemerintah desa sebagai tempat penyampaian informasi dan pameran produk UMKM di desa Ngawonggo. Dalam kegiatan pengabdian ini, tim mempercantik galeri tersebut dengan memajang papan informasi dan contoh produk UMKM.



Gambar 3. Galeri Ngawonggo Enterpreneur Pedia

Di depan pintu masuk, terpasang peta Desa Ngawonggo yang diberi titik koordinat lokasi usaha 15 UMKM. Melalui peta ini, diharapkan pengunjung dapat dipermudah untuk menemukan lokasi UMKM bila hendak berkunjung. Pada beberapa rak yang tertata di galeri, terpajang beberapa produk UMKM disertai deskripsi produk dan kontak pelaku UMKM. Galeri NEP ini masih tergolong sederhana dan belum sempurna, terutama di sisi pembangunan area tangga dan belum adanya kunci pintu. Tim berharap dapat terus mengembangkan galeri NEP ini juga dari sisi kelengkapan produk dan kejelasan informasi untuk tiap-tiap UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan UMKM di Desa Ngawonggo, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang dilakukan dengan membuat sebuah wadah bernama Ngawonggo Entrepreneur Pedia (NEP). NEP dirancang sebagai indukan dari program-program pendampingan UMKM, baik berupa pendampingan secara individu pada pelaku UMKM tertentu, maupun seminar dengan topik pemasaran atau UMKM pada khalayak umum. NEP diharapkan dapat terus dikembangkan oleh pihak-pihak terkait, yaitu civitas akademik universitas baik dosen maupun mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmunya untuk perkembangan NEP. Adapun bagi pemerintah desa, diharapkan dapat mendukung adanya NEP di bidang infrastuktur dengan menyempurnakan bangunan NEP, dan juga aktif mengajak masyarakat turut serta dalam perkembangan UMKM di Desa Ngawonggo untuk kemajuan masyarakat desa pada umumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian (LPPM) Unira Malang yang telah memberikan kami kesempatan untuk terjun langsung ke masyarakat. Kami juga berterima kasih kepada Pemerintah Desa Ngawonggo yang menerima kami dengan tangan terbuka dan memberikan masukan untuk terseleggarakannya pendampingan UMKM ini. Tentu saja tidak kalah penting adalah partisipasi para pelaku UMKM utamanya UMKM Tas Anyam Plastik dan Anyaman Bambu, serta para pihak baik dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Koskey, Benjamin & Simiyu, Catherine. 2015. Role of Interviews, Observation, Pitfalls and Ethical Issues in Qualitative Research Methods. *Journal of Educational Policy and Entrepreneurial Research (JEPER)*, 2(3), 108-117.
- Limanseto, Haryo. (2022, Oktober 1). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah (Siaran Pers Kementerian coordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia)*. Diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- LPPI & BI. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: DPUM Bank Indonesia.
- Monday, Titus Utibe. 2019. Impacts of Interview as Research Instrument of Data Collection in Social Sciences, *Journal of Digital Science*, 1(1), 15-24.
- Munir, Moh. 2005. Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Penciptaan Lapangan Kerja Baru. *MODERNISASI*, 1(2), 120-127.
- Permana, Sony Hendra. 2017. Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93-103.

- Putra, Adnan Husada. 2018. Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
- Rokhmah, Betty & Yahya, Ismail. 2020. Tantangan, Kendala dan Keispan pemasaran Online UMKM di Desa Ngeblak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo, *Filantropi*, 1 (1), 20-31.
- Sofyan, Syakir. 2017. Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia), *Bilancia*, 11(1), 33-64
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.