

**E-ISSN:**  
**2721-9933**

**Volume:**  
**2**

**No:**  
**1**

**Juni 2021**

# **EKOBIS**

Jurnal Pengabdian Masyarakat

# **ABDIMAS**



*Unipa Surabaya*

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

**Jl. Dukuh Menanggal XII / 4, Surabaya 60234**

# **EKOBIS ABDIMAS**

**Jurnal Pengabdian Masyarakat**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

**Jl. Dukuh Menanggal XII/4 Surabaya 60234**

Email : [ekobisabdimas@unipasbya.ac.id](mailto:ekobisabdimas@unipasbya.ac.id)

Website: <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/ekobisabdimas>

# INDEXING



**ISJD**Neo

INDONESIAN SCIENTIFIC JOURNAL DATABASE  
Database Jurnal Ilmiah Indonesia



# **EKOBIS ABDIMAS**

## **Jurnal Pengabdian Masyarakat**

### **Dewan Redaksi**

#### **Editor in Chief**

Nashrudin Latif (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

#### **Executive Editor**

1. Ari Kamayanti (Politeknik Negeri Malang)
2. M. Nadjib Usman (STIE Perbanas Surabaya)
3. Untung Lasiyono (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
4. Taudlikhul Afkar (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

#### **Manuscript Editor**

1. Aristha Purwantari Sawitri (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
2. Fauziyah (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
3. Evita Purnaningrum (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

#### **Reviewer Team**

1. Moh. Afrizal Miradji (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
2. Fachrudy Asj'ari (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
3. Holmes Rolandy Kapuy (Universitas Sintuwu Maroso Poso)
4. Tantri Bararoh (Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)
5. Novi Darmayanti (Universitas Islam Darul Ulum Lamongan)
6. Siti Istikhoroh (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)
7. Galuh Kartiko (Politeknik Negeri Malang)

#### **Teknologi Informasi Support**

Widhadi Wahyu Agus Prakoso (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

## **DAFTAR ISI**

Perencanaan Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik <b>Taudlikhul Afkar, Ulfa Puspa Wanti Widodo, Sigit Prihanto Utomo, Martha Suhardiyah, Widiar Onny Kurniawan</b>	1-9
Pelatihan Akuntansi Terapan Berbasis Android Pada UMKM Anggota KADIN Kota Malang <b>Kartika Dewi Sri Susilowati, Nur Indah Riwijanti, Riezky Amalia, Muhammad Muwidha, Hari Purnomo</b>	10-17
Pelatihan Daring Pembuatan Masker Berbahan Kain Untuk Tenaga Kerja Jasa Konstruksi Dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah Garmen <b>Suparji, Ekohariadi, Aisyah Endah Palupi, Mochamad Firmansyah Sofianto</b>	18-26
Optimalisasi Manajemen Pemasaran UMKM Ababil Sublime Printing berbasis <i>Website</i> <b>Henry Bambang, Tutut Wuriyanto, Ferian Rezky Hermawan, Herwanda Ayu Destania, I Ketut Adi Suprianta, Rochmat Rizky Alfand, Muhammad Wahyudi</b>	27-33
Pelatihan <i>UI/UX</i> Dan <i>Wordpress</i> Dalam Pembuatan <i>Website</i> Untuk Mendukung <i>Startup</i> Bagi Pemula <b>Ayouvi Poernawardhanie, Endra Rahmawati, Norma Ningsih</b>	34-42
Strategi Pemberdayaan UMKM Makanan Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kedamean Gresik <b>Nurdina, Mutiara Rachma Ardhiani, Christina Menuk Sri Handayani, Fachrudiy Asj'ari</b>	43-51
Penerapan Lubang Resapan Biopori Guna Menanggulangi Genangan Air Hujan Di Desa Bohar Kecamatan Taman Sidoarjo <b>Indah Nurhayati, Setyo Purwoto, Pungut</b>	52-60
Pemanfaatan Teknologi Biogas Limbah Pabrik Tahu Dalam Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Nglebur, Lamongan <b>Novi Darmayanti, Isnaini Anniswati R, Dian Viola Kartka Sari</b>	61-66

- Meningkatkan Pangsa Pasar UMKM Di Desa Banjarkemantren, Kabupaten Sidoarjo Melalui Digital Marketing 67-77  
**Mochammad Munir Rachman, Aristha Purwanthari Sawitri, I Made Bagus Dwiarta,R. Bambang Dwi Waryanto**
- Business Plan* Sebagai Alternatif Strategi Pengembangan UMKM Di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo 78-85  
**Ferry Hariawan, Tri Ariprowo, Aji Prasetyo, Teguh Purwanto, Noerchoidah**
- Mengelolaan Keuangan Sederhana UMKM di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo 86-91  
**Siti Samsiyah, Yuni Sukamdani, Siti Istikhoroh, Bayu Rama Laksono**
- Digitalisasi Pengajuan Izin Usaha UMKM di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo 92-101  
**Nashrudin Latif, Suharyanto, Bayu Adi, Untung Lasiyono, Mohamad Afrizal Miradji**
- Sosial Media Sebagai Alternatif Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Gresik Jawa Timur 102-108  
**Edy Sulistiyawan, Fauziah, Subakir, Rina Fariana, Sutama Wisnu Dyatmika**
- Kelangsungan Usaha Melalui Legalitas Ijin Usaha Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Distrik Kedamean - Gresik 109-114  
**Yuli Kurnia Firdausia, Sugijanto, Bisma Arianto, Widhayani Puri S, Evita Purnaningrum**
- Pelatihan Komunikasi Pemasaran Terpadu Kewirausahaan Olahan Ikan Nila di Desa Ponggok Kabupaten Klaten 115-120  
**Prahastiwi Utari, Tanti Hermawati, Adolfo Eko Setyanto, Firdastin Ruthnia Yudiningrum, Chatarina Heny Dwi Surwanti, Likha Sari Anggreni, Annisaa Fitri, Eka Nada Shofa Alkhajar**

## **Perencanaan Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik**

<sup>1</sup>Taudlikhul Afkar, <sup>2</sup>Ulfa Puspa Wanti Widodo, <sup>3</sup>Sigit Prihanto Utomo, <sup>4</sup>Martha Suhardiyah, <sup>5</sup>Widiar Onny Kurniawan

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
E-mail: afkar@unipasby.ac.id

### **ABSTRAK**

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tujuannya untuk memberikan wawasan dan ketrampilan pelaku UMKM di Desa Slempit-Kedamean-Gresik agar mampu mengelola keuangan dengan baik dengan mengutamakan kebutuhan yang sangat urgen. Selain itu, juga untuk menjaga kondisi keuangan pelaku UMKM baik dimasa normal maupun pandemi covid 19 ataupun masa-masa resesi ekonomi. Artinya pelaku UMKM harus siap dalam kondisi apapun dengan berbagai macam perencanaan keuangan dimana harus mampu memisahkan kebutuhan prioritas maupun kebutuhan yang dapat ditunda. Tidak ada yang menyangka jika pandemi covid 19 berpengaruh signifikan terhadap perekonomian secara global. Metode yang dilakukan dalam program ini adalah memberikan penyuluhan dan pendampingan mengenai perencanaan keuangan pada pelaku UMKM sampai pada tahap aplikasi sederhana namun dapat dipahami. Hasil program pengabdian masyarakat ini memberikan solusi sederhana untuk bersikap hati-hati dalam mengelola keuangan dengan memperhatikan beberapa kemungkinan terburuk. Peserta merasa mendapatkan solusi ketika ingin merencanakan keuangan baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang.

**Kata Kunci** : Perencanaan Keuangan, UMKM, Pandemi Covid 19

### **ABSTRACT**

*The community service program that is carried out aims to provide insight and skills of MSME players in Slempit-Kedamean-Gresik Village so that they are able to manage finances properly by prioritizing very urgent needs. In addition, it is also to maintain the financial condition of MSME players both during normal times and the Covid 19 pandemic or during periods of economic recession. This means that MSME actors must be ready in any condition with various kinds of financial planning which must be able to separate priority needs and needs that can be postponed. No one would have thought that the Covid 19 pandemic had a significant effect on the global economy. The method used in this program is to provide counseling and assistance regarding financial planning to MSME actors until the application stage is simple but understandable. The results of this community service program provide a simple solution for being prudent in managing finances by taking into account some of the worst possibilities. Participants feel they have a solution when they want to plan finances both in the short and long term.*

**Keywords:** Financial Planning, MSMEs, Covid 19 Pandemic

## **PENDAHULUAN**

Perencanaan keuangan identik dengan diperlukannya sebuah anggaran yang akan memberikan pedoman bagi sebagian orang atau lembaga bisnis untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Perlu penganggaran yang relatif konsisten untuk menjaga kelangsungan sebuah usaha seperti penganggaran kas, piutang, maupun yang sifatnya variabel (Afkar, 2016). Kondisi keuangan masyarakat saat ini menunjukkan adanya gangguan secara ekonomi, hal ini karena dampak dari pandemi covid 19 sampai saat ini yang belum mereda (Arianto, 2021). Kondisi seperti ini menyebabkan pelaku UMKM juga berpikir sangat keras untuk kelangsungan usahanya, ditambah lagi dengan banyaknya pekerja yang terpaksa dirumahkan karena perusahaan maupun pelaku bisnis tidak mendapatkan kepastian pendapatan (Hanoatubun, 2020).

Kondisi selama pandemi covid 19 ini juga memberikan dampak pada Desa Slempit Kedamean Gresik terutama pada sektor usaha mikro yang cenderung memiliki usaha pada sektor makanan, dampaknya adalah semakin menurun pendapatan mereka sampai saat ini. Permasalahan yang demikian tidak hanya pada masyarakat Desa Slempit namun di berbagai negara mengalami hal yang sama tidak terkecuali para pelaku UMKM. Namun, tidak hanya sektor UMKM yang mengalami dampak tersebut karena pada sektor lembaga keuangan juga mengalami permasalahan kredit macet yang diakibatkan karena nasabah tidak mampu membayar kewajibannya di masa pandemi covid 19 saat ini, hal ini didukung dengan hasil penelitian (Afkar & Fauziah, 2021) yang memprediksi adanya kerugian pada tahun 2021 saat ini.

Pelaku UMKM di Desa slempit seperti kebanyakan usaha kecil yaitu belum menerapkan perencanaan keuangan dengan baik bahkan masih belum mengacu pada pencatatan akuntansi terutama untuk usaha yang tergolong mikro dan kecil. Hal ini membuat usaha mereka berjalan apa adanya karena menurut mereka yang penting adalah pemasaran produk yang telah dihasilkan sehingga untuk pencatatan tidak begitu memperhatikan. Kondisi seperti ini jika dilakukan dalam perusahaan besar dengan tidak ada kontrol keuangan dapat menyebabkan terjadinya kecurangan, dan bisa saja menjadi peluang untuk melakukan tindakan tidak baik (Afkar et al., 2020)

Desa Slempit yang terletak di Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik merupakan salah satu wilayah yang turut terdampak oleh pandemi Covid-19. Jenis UMKM yang ada di desa Slempit antara lain UMKM produsen tahu, produsen kerupuk, produsen tas anyaman, dan lain-lain. Banyak bisnis UMKM desa Slempit yang mengalami perlambatan akibat lesunya ekonomi masyarakat sekitar. Rencana keuangan yang dimiliki UMKM di desa Slempit masih belum cukup kuat untuk menghadapi permasalahan yang disebabkan Covid-19, dengan demikian diharapkan dapat menerapkan atau beradaptasi pada pencatatan keuangan (Reeve, 2009), sehingga mampu melakukan perencanaan keuangan untuk mendapatkan keuntungan dalam kondisi resesi (Mulasari & Dianati, 2019)

Survey yang dilakukan tim pengabdian kepada masyarakat dari Dosen dan Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memberikan informasi bahwa perlu adanya bantuan

kepada pelaku UMKM di Desa Slempit mengenai perencanaan keuangan yang dapat menjaga kontinuitas usaha dan siap dalam menghadapi kondisi resesi ekonomi. Kegiatan tersebut merupakan salah satu bentuk tri dharma yang dilakukan oleh civitas akademika dari Program Studi Akuntansi dengan melibatkan mahasiswa sebagai bentuk partisipasi kepedulian kepada masyarakat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Fakultas EKonomi dan Bisnis dari Program Studi Akuntansi ini dengan cara 3(tiga) tahap yaitu tahap survei, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Mekanisme pelaksanaan program ini dapat dijabarkan tahapannya sesuai proses pelaksanaannya hal ini seperti yang telah dilakukan sebelumnya di Desa Kenongo Sidoarjo (Afkar et al., 2018).

### **Tahap Survei Lokasi dan Perijinan**

Tahapan survei lokasi ini ditujukan untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai kondisi Desa Slempit-Kedamean Gresik. Tahap survei ini melibatkan mahasiswa dalam proses pelaksanaannya dengan pendampingan Dosen. Survei lokasi ini diharapkan dapat memperoleh informasi data berupa kondisi desa, potensi ekonomi desa, kondisi pelaku UMKM dengan berbagai jenis usahanya, serta berbagai macam hal yang dapat dikembangkan untuk Desa yang selanjutnya menjadi tema pengabdian masyarakat sehingga jelas sasaran yang ditentukan. Hasil survei menunjukkan permasalahan pada pelaku UMKM yang belum menerapkan perencanaan keuangan dalam mengelola bisnisnya, maka dari itu tema yang diangkat dalam program pengabdian ini adalah perencanaan keuangan UMKM di masa pandemi Covid 19 dengan sasaran pelaku UMKM desa setempat.

Tahap perijinan dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dari Dosen melalui LPPM sebagai lembaga pendukung kegiatan tersebut. Perijinan ini juga dibantu oleh mahasiswa untuk sarana pelaksana lapangan. Setelah memperoleh ijin dari LPPM kemudian tim Dosen mengajukan proposal kegiatan pengabdian selama kurang lebih 4(empat) bulan. Setelah memperoleh ijin dari Kabupaten Gresik yang didisposisikan ke Desa Slempit-Kedamean maka tim dosen mmenyusun rencana kegiatan pengabdian dengan tema yang sesuai kebutuhan lapangan.

### **Tahap Pelaksanaan**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Slempit-Kedamean-Gresik ini dilakukan dengan cara penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat desa sesuai dengan hasil survei yang kemudian ditetapkan dalam tema program pengabdian masyarakat. Penyuluhan dillakukan untuk memberikan konstruksi pada pengetahuan tentang pentingnya perencanaan keuangan baik di situasi normal maupun pada situasi resesi ekonomi sehingga dapat diharapkan dapat membangun pemahaman yang lebih mendalam.

Proses penyuluhan yang dilakukan kepada peserta pengabdian masyarakat yaitu pelaku UMKM di Desa Slempit-Kedamean-Gresik sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan kurang lebih selama 4(empat) minggu yang dilaksanakan. Proses penyuluhan ini memberikan materi mengenai perencanaan keuangan di masa pandemi covid 19 saat ini secara sederhana dengan tetap mengacu pada prinsip keuangan dan akuntansi yang benar.

Proses pendampingan dilakukan oleh tim dosen setelah melakukan penyuluhan pada materi sebelumnya. Pendampingan ini dilakukan kepada pelaku UMKM dengan memberikan materi perencanaan keuangan yang diaplikasikan secara langsung secara bertahap selama kurang lebih 2(dua) bulan. Proses ini diharapkan memberikan kemampuan para pelaku UMKM agar dapat membuat perencanaan keuangan secara sederhana dengan prinsip keuangan yang benar dan memperhatikan berbagai macam faktor kondisi keuangan baik secara normal maupun dalam kondisi resesi ekonomi, tujuannya adalah untuk mengantisipasi ketika terjadi gejolak keuangan secara menyeluruh sehingga pelaku UMKM di Desa Slempit sudah siap dan memiliki persediaan keuangan.

### **Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi dalam program pengabdian masyarakat yang dilakukan tim dosen dibantu mahasiswa dalam pelaksanaannya membutuhkan waktu yang cukup untuk memastikan bahwa pelaku UMKM sudah menguasai perencanaan keuangan meskipun secara sederhana. Tahap evaluasi ini dilakukan dengan cara melakukan koreksi dalam penerapan perencanaan keuangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM Desa Slempit. Jika sudah memenuhi kriteria mampu mengelola keuangan secara sederhana, maka sudah dapat dikatakan pelaku UMKM tersebut sudah menguasai perencanaan keuangan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Slempit-Kedamean-Gresik dilakukan oleh tim dosen dengan bantuan mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan untuk memberikan solusi pada warga masyarakat Desa Slempit terkait dengan permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM yang belum menguasai perencanaan keuangan dalam bisnis yang mereka jalankan. Potensi desa yang memiliki produk-produk sebagai produsen tahu, produsen kerupuk, produsen tas anyaman menjadikan lebih menarik karena berhubungan dengan penjualan dan pemasaran yang erat kaitannya dengan perencanaan keuangan.

Pemilihan tempat untuk melakukan kegiatan program pengabdian ini berdasarkan informasi sebelumnya dari mahasiswa yang melakukan kegiatan sosial termasuk pemahaman pada pencegahan covid-19 di desa Slempit. Setelah mendapatkan informasi dari mahasiswa, maka ditindaklanjuti oleh tim dosen untuk menyiapkan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya. Tindakan lanjutan oleh tim dosen yaitu dengan merencanakan survey lanjutan untuk mendapatkan informasi dan data tentang kondisi desa dan berbagai macam potensi desa yang dapat

dikembangkan. Survey ini dilakukan dengan bantuan mahasiswa secara bersama-sama untuk memperoleh informasi tersebut.

Tahapan survei yang telah dilakukan selama 3(hari) dimana pada hari pertama membawa surat ijin dan proposal yang ditujukan ke kepala desa Slempit untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Pada hari ke dua dilakukan survey lokasi di desa slempit dengan memperoleh informasi mengenai kegiatan perekonomian, hasil survey ini didapatkan bahwa desa slempit memiliki UMKM yang cukup banyak namun terkendala dalam pemasaran produk dan kemampuan mengelola keuangan melalui perencanaan keuangan yang baik. Sedangkan pada hari ke tiga melakukan survey untuk memastikan kondisi di lapangan sama dengan informasi dari pihak perangkat desa, maka dilakukan wawancara dengan pihak perangkat desa setempat. Hasil survei pada hari ketiga didapatkan informasi yang sama tentang kondisi di desa slempit. Oleh karena itu setelah mendapatkan informais tersebut, tim dosen menetapkan untuk mengabil tema tentang perencanaan keuangan dimasa pandemic covid-19 saat ini untuk peningkatan kemampuan pemilik UMKM dalam mengelola usahanya. Sekaligus memberikan pembelajaran mengenai tertib dalam administrasi keuangan, karena dengan tertib administrasi keuangan maka akan memperlihatkan kinerja keuangan usaha (Afkar et al., 2018).

Tahap pelaksanaan ini rencananya dilakukan kurang lebih 4 s.d 5 bulan dengan tahapan pemberian penyuluhan hingga pendampingan serta evaluasi. Pada tahap penyuluhan ini dilakukan dengan cara mengundang pelaku UMKM kemudian diberikan materi tentang perencanaan keuangan yang baik dan sesuai dengan kaidah keuangan sehingga dapat diterapkan dalam kondisi gejala ekonomi maupun normal. Pemberian materi ini dilakukan selama kurang lebih 3 minggu hingga 1 bulan. Hasil pada tahap penyuluhan ini dihadiri oleh pelaku UMKM dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Pelaku UMKM mendapatkan materi mengenai perencanaan keuangan selama pandemi covid-19, mereka sangat antusias dalam memperhatikan materi tersebut. Salah satu evaluasi dalam penyuluhan ini, para peserta banyak yang menyampaikan merasa mendapatkan ilmu baru dan penerapan keuangn yang sederhana namun tetap memperhatikan kebutuhan pelaku UMKM di desa Slempit.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Tahap pendampingan dilakukan dengan cara memberikan beberapa hal yang dapat dipraktikkan secara sederhana dalam bentuk perencanaan keuangan UMKM sampai pelaku UMKM memahami benar tentang fungsi perencanaan keuangan bagi usaha atau bisnis. Tahap pendampingan ini juga dibantu oleh mahasiswa. Selanjutnya memberikan pendampingan dan membantu pelaku UMKM untuk menerapkan perencanaan keuangan di masing-masing usaha yang dimiliki. Pada awalnya banyak pelaku UMKM yang tidak percaya diri untuk menerapkan hasil penyuluhan dan praktik, banyak juga yang mengalami kesulitan, namun tim dosen tetap sabar dalam melakukan pendampingan sampai pelaku UMKM dapat menerapkan perencanaan keuangan tersebut dengan benar.

Setelah beberapa waktu para peserta pendampingan sudah mulai memahami dan dapat menerapkan perencanaan keuangan dengan baik meskipun secara perlahan dibutuhkan pemahaman yang lebih mendalam. Perencanaan keuangan yang diterapkan yaitu mengenai pengeluaran dan pemasukan kas, pencatatan utang dan piutang, serta persediaan barang dagang, dan juga pelaporan keuangan dimulai dari laporan harian hingga mingguan, yang selanjutnya dapat diterapkan untuk laporan bulanan dan tahunan. Pada akhirnya peserta merasakan kebersamaan selama melakukan pendampingan kegiatan pengabdian masyarakat, ucapan terima kasih dari peserta kepada tim dosen memberikan semangat lebih dalam lagi bagi tim dosen untuk lebih baik dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan

Tahap evaluasi dilakukan ditempat pelaku UMKM terlebih dahulu untuk memastikan kemampuan pelaku UMKM menggunakan perencanaan keuangan untuk usahanya. Hasil yang diperoleh oleh tim dosen dengan memperhatikan berbagai macam permasalahan, didapatkan bahwa pelaku UMKM lebih cenderung melakukan kegiatan keuangan harian karena mereka melakukan bisnis usahanya adalah apa yang didapat hari ini maka digunakan pada hari ini, sehingga tidak banyak berdampak pada kemampuan pelaku UMKM desa Slempit. Namun pada akhirnya pelaku UMKM menyadari bahwa kebutuhan dalam perencanaan keuangan sangatlah penting untuk kemajuan dan pengelolaan usaha agar lebih tertata sesuai dengan kaidah keuangan. Selanjutnya evaluasi ini dilakukan di kantor balai desa Slempit kecamatan kedamean kabupaten Gresik yang dihadiri oleh kepala desa setempat. Rasa terima kasih atas kebersamaan selama kurang lebih 4 bulan memberikan kesan yang baik untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya. Akhirnya pembelajaran mengenai perencanaan keuangan diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat desa slempit untuk kemajuan desanya.

#### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan tim dosen akuntansi dengan tema perencanaan keuangan dimasa pandemi covid-19 ini memberikan dampak positif pada pelaku UMKM disa Slempit-kedamea-Gresik karena mereka mendapatkan pengetahuan dan praktikum secara sederhana sesuai dengan bentuk dan jenis usahanya. Manfaat kegiatan ini bagi masyarakat desa slempit terutama peserta kegiatan yaitu pelaku UMKM dapat memberikan kesempatan untuk menerapkannya pada usaha masing-masing dengan memperhatikan perencanaan keuangan yang baik. Manfaat bagi tim dosen yaitu dapat menjalankan tri dharma perguruan tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 3. Kegiatan Evaluasi dan Penutupan

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan tim dosen program studi akuntansi di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik dilakukan dengan cara penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tahapan survei lokasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan ini dilakukan kurang lebih selama 4(empat) bulan dengan izin kepala Desa Slempit. Selama kegiatan pelaku UMKM awalnya merasa kesulitan dengan perencanaan keuangan namun selanjutnya setelah dilakukan pendampingan yang intens akhirnya mereka memahami dan dapat menerapkan pada usaha bisnis mereka meskipun masih sangat sederhana. Perencanaan keuangan yang diperoleh oleh pelaku UMKM berupa perencanaan Kas, perencanaan Utang, Perencanaan Piutang, dan laporan kegiatan usah sesuai dengan periodenya. Hasil program pengabdian masyarakat ini diterima sangat baik oleh pelaku UMKM di Desa Slempit dan telah memberikan pembelajaran tentang perencanaan keuangan dimasa pandemi covid-19 sehingga pelaku UMKM dapat menerapkannya untukantisipasi jika suatu saat nanti terjadi gejolak ekonomi sehingga sudah siap dengan keuangan yang baik dan terencana.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana, Dosen Program Studi Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binsis, Mahasiswa yang telah membantu kegiatan, Kepala Desa dan Perangkat Desa, serta masyarakat Desa Slempit Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik atas terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan lancar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afkar, T. (2016). *Penganggaran Bisnis*. Adi Buana University Press.
- Afkar, T., & Fauziyah. (2021). Predictions And Trends Profitability For Islamic Commercial Banks In Indonesia During The Covid-19. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(1), 188–196.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.2232>
- Afkar, T., Waryanto, R. B. D., Istikhoroh, S., Subakir, Sugijanto, & Fauziyah. (2018). Upaya Peningkatan Penghasilan UKM dengan Tertib Administrasi Keuangan di Desa Kenongo

- Kecamatan Tulangan Sidoarjo. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(September), 351–357.
- Afkar, T., Wicaksono, J. W., & Faujiah, A. (2020). Desain Akuntansi Anti Korupsi. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 3(1), 60–82. <http://www.e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/J-MACC/article/view/1859>
- Arianto, B. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Dunia. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 212–224. <https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.665>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns : Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(2), 146–153.
- Muliasari, I., & Dianati, D. (2019). Manajemen Laba dalam Sudut Pandang Etika Bisnis Islam. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 157–182. <https://doi.org/10.35836/jakis.v2i2.47>
- Reeve, J. M. (2009). *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

## **Pelatihan Akuntansi Terapan Berbasis Android Pada UMKM Anggota KADIN Kota Malang**

**Kartika Dewi Sri Susilowati<sup>1</sup>, Nur Indah Riwijanti<sup>2</sup>, Riezky Amalia<sup>3</sup>, Muhammad  
Muwidha<sup>4</sup>, Hari Purnomo<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

E-mail: kartika.dewi@polinema.ac.id

### **ABSTRAK**

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Akan tetapi, sektor ini juga menghadapi berbagai masalah seperti minimnya penguasaan teknologi modern, akses pasar, akses permodalan, kualitas SDM yang lemah, ketidakmampuan dalam menyusun laporan keuangan dan lain-lain. Berbagai upaya sudah banyak dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM diantaranya dengan mengucurkan dana kredit/ pinjaman murah untuk membantu permodalan usaha, namun hanya sebagian kecil saja yang bisa memanfaatkannya. Hal ini karena terkendala persyaratan pemberi kredit/pinjaman yang tidak mampu dipenuhi oleh UMKM, diantaranya adalah ketersediaan laporan keuangan. Keberadaan laporan keuangan sangat dibutuhkan untuk menjelaskan bagaimana kondisi keuangan usaha mereka saat ini dan juga di masa mendatang. Berkenaan dengan hal tersebut, maka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini dimaksudkan untuk memberikan pelatihan kepada UMKM untuk membuat dan menyusun laporan keuangan yang sesuai Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM (Entitas Mikro, Kecil dan Menengah) menggunakan aplikasi Lamikro. Aplikasi LAMIKRO (Laporan Akuntansi Usaha Mikro) ini adalah aplikasi penyusunan laporan keuangan berbasis Android yang dibuat dan dikembangkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Aplikasi Laporan Akuntansi Keuangan ini memungkinkan pengguna dapat membuat laporan keuangan dengan lebih cepat dan efisien. Aplikasi pembukuan ini dapat diakses kapan saja & di mana saja serta fleksibel dengan banyak pilihan berbasis pengguna.

**Kata kunci :** UMKM, Lamikro, SAK EMKM.

### **ABSTRACT**

*The Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) sector has an important and strategic role in national development. However, this sector also faces various problems such as lack of mastery of modern technology, market access, access to capital, weak quality of human resources, inability to compile financial reports and others. Various efforts have been made by the government to improve the welfare of MSMEs, including by disbursing credit / cheap loans to help capitalize businesses, but only a small part can take advantage of it. This is because MSMEs are unable to fulfill the requirements of credit / loan providers, including the availability of financial reports. The existence of financial reports is needed to explain how their current and future business financial conditions are. In this regard, this PkM activity is intended to provide training to MSMEs to create and compile financial reports in accordance with EMKM (Micro, Small and Medium Entities) Financial Accounting Standards (SAK) using the Lamikro application. The LAMIKRO application (Micro Business Accounting Report) is an Android-based financial reporting application created and developed by the Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises. This Financial Accounting Report application allows users to create financial reports more quickly and efficiently. This bookkeeping application can be accessed anytime & anywhere and flexible with many user based options.*

**Keywords :** MSMEs, Lamikro, FAS EMKM

## **PENDAHULUAN**

UMKM adalah mesin penting untuk merangsang pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Ketika krisis ekonomi 1998 melanda Indonesia, hanya sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru bertumbangan. Hal ini membuktikan bahwa UMKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat dan mampu menjadi penopang stabilisasi sistem ekonomi yang ada. Peran UMKM ini diperkirakan akan terus meningkat, sehingga peran UMKM terhadap perekonomian nasional akan terus meningkat. UMKM juga memegang peran penting dalam menggerakkan ekonomi nasional yang lesu. Di balik kontribusi UMKM yang cukup baik terhadap perekonomian nasional, ternyata sektor ini masih menyimpan segudang permasalahan yang sangat mendasar. UMKM, masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan (Adiningsih, 2001). Pernyataan ini mendukung penelitian terdahulu oleh Urata (2000) yang mengatakan bahwa di antara permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM adalah banyaknya UMKM yang belum bankable, baik disebabkan oleh belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Laporan Bank Dunia (2015) menyatakan bahwa lebih dari 50% UMKM di seluruh dunia kekurangan modal yang dianggap sebagai kendala utama pertumbuhan mereka. Situasi ini bahkan lebih buruk di banyak negara berkembang karena persyaratan jaminan yang tinggi, kurangnya ketrampilan manajerial dan struktur kelembagaan yang tidak efektif, jaringan terbatas serta lingkungan bisnis yang tidak menguntungkan (Ayyagari & Maksimovic, 2006). Permasalahan UMKM yang juga banyak dikemukakan di berbagai penelitian sebelumnya adalah akses permodalan dan akses pasar (Pham, 2017), rendahnya kualitas SDM, inovasi rendah dan ukuran usaha (Geleta & Talegeta, 2019) dan inefisiensi produksi (Taiwo A et al, 2012). Dari berbagai permasalahan tersebut, kemudahan akses permodalan ke lembaga keuangan atau bank dianggap menjadi kunci dalam menyelesaikan permasalahan UMKM. Akan tetapi kemudahan akses ke permodalan saja tidaklah cukup. Untuk mendapatkan kemudahan akses kredit maka UMKM harus menyediakan informasi keuangan yang lengkap meliputi neraca, laporan laba rugi, penjualan-pembelian, utang piutang, biaya, perubahan ekuitas, arus kas, dan sebagainya. Pasalnya, ribuan UMKM di Indonesia banyak dianggap tidak *bankable* karena pelaku UMKM sendiri masih buta terhadap laporan keuangan. Bahkan, ada pula pelaku UMKM yang laporan keuangannya bercampur dengan keuangan pribadi.

Pembukuan dan pencatatan keuangan yang baik adalah hal yang sangat krusial dan harus diperhatikan oleh UMKM karena informasi keuangan ini memberikan informasi terkait dengan kinerja usaha UMKM. Namun sayangnya, masih banyak UMKM yang tidak mengindahkan bahwa pengelolaan keuangan beserta pencatatan merupakan hal penting. Alasan yang disampaikan oleh UMKM biasanya terkait dengan ketidakmampuan mereka dan kerumitan dalam menyelenggarakan pencatatan keuangan

yang sesuai dengan kaidah-kaidah akuntansi. Untuk memberikan kemudahan kepada UMKM dalam penyusunan laporan keuangan yang baik, saat ini sudah tersedia beberapa Aplikasi software berbasis Android untuk pencatatan keuangan UMKM. Aplikasi ini menyediakan fasilitas bagi UMKM untuk mencatat transaksi keuangan dengan cara yang sederhana, yang dapat menyediakan laporan keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan EMKM (Entitas Mikro, Kecil dan Menengah). Selama ini, UMKM masih kesulitan menyajikan laporan keuangan yang handal dan memadai, biasanya mereka mengandalkan administrasi secara manual. Untuk mendukung kemampuan UMKM tersebut maka PkM ini dilakukan bertujuan untuk memberi pelatihan kepada UMKM anggota KADIN Kota Malang bagaimana menyusun laporan keuangan menggunakan aplikasi Lamikro berbasis android. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan motivasi dan ketrampilan pada para pelaku UMKM anggota KADIN Kota Malang untuk sehingga memberi kemudahan kepada mereka untuk melakukan pencatatan keuangan dengan menggunakan Aplikasi Akuntansi berbasis Android LAMIKRO.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan PkM ini diikuti oleh 17 UMKM anggota KADIN Kota Malang dengan latar belakang usaha dari garmen, kuliner, percetakan dan catering. Narasumber PkM terdiri dari para dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang dan perwakilan dari KADIN Kota Malang. Adapun pelaksanaan kegiatan PkM ini dilakukan secara offline (tatap muka) dengan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi, bertempat di Jalan Semeru No. 12, Malang dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Kegiatan pelatihan ini dibagi menjadi 3 tahap.

##### **1. Tahap Diagnostik**

Pada tahap ini dilakukan pre-test terhadap UMKM untuk melihat seberapa jauh pemahaman mereka terhadap konsep dasar laporan keuangan. Kegiatan pre-test ini dilakukan menggunakan kuesioner

##### **2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan**

Pada tahap ini, dilakukan pelatihan singkat terkait dengan aplikasi laporan keuangan berbasis android LAMIKRO.

##### **3. Tahap Evaluasi**

Pada tahap ini, evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

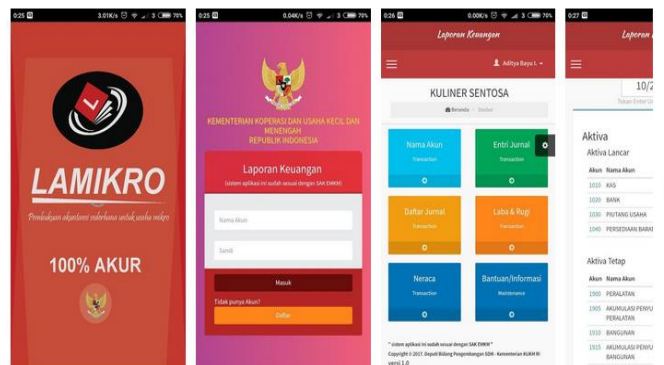
#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bentuk dari kegiatan PKM ini adalah pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis android pada 17 UMKM yang menjadi binaan Kantor Dagang dan Industri (KADIN) kota Malang. Hasil analisis situasi menunjukkan bahwa permasalahan UMKM yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

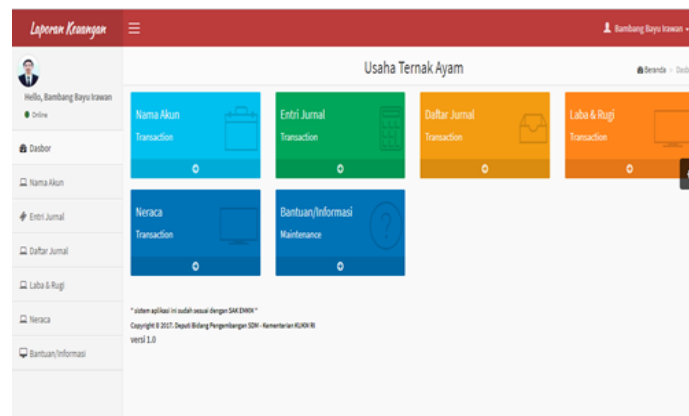
- 1) Minimnya pengetahuan UMKM akan arti penting akuntansi dalam dunia usaha
- 2) UMKM belum memiliki pembukuan yang sistematis dan terstruktur yang sesuai dengan kaidah-kaidah akuntansi.

3) Tidak adanya pemisahan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadinya. Kondisi tersebut menyebabkan laba yang diperoleh, perkembangan usaha serta pengeluaran untuk kepentingan usaha tidak dapat diketahui dengan pasti.

Adapun tujuan dari kegiatan PkM ini adalah untuk memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan minimnya pengetahuan UMKM terkait dengan laporan keuangan dengan pelatihan singkat menggunakan aplikasi software keuangan LAMIKRO. Aplikasi LAMIKRO dipilih karena pertama, aplikasi ini disusun dan dikembangkan dengan mengacu pada Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM yang dikembangkan oleh Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Kedua, pelatihan singkat bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi akuntansi LAMIKRO dapat diikuti dengan mudah karena dapat diakses menggunakan handphone yang mereka miliki sehingga mudah dipahami dan dapat dipraktikkan secara langsung kepada peserta. Ketiga, pelatihan dilakukan dengan metode ceramah dan demonstrasi untuk menjelaskan dan memberi contoh tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penyusunan laporan akuntansi sederhana, sehingga peserta dapat bertanya secara langsung kepada pemateri. Pada sesi ini juga diajarkan bagaimana meng-install aplikasi kedalam handphone peserta, bagaimana cara registrasi dan cara mengoperasikannya.



Gambar 1. Aplikasi LAMIKRO dari Kemenkop UMKM



Gambar 2: Tampilan Utama LAMIKRO

Kegiatan pelatihan ini dibagi menjadi 3 tahap.

### **1. Tahap Diagnostik**

Pada tahap ini dilakukan pre-test terhadap UMKM untuk melihat seberapa jauh pemahaman mereka terhadap konsep dasar laporan keuangan. Kegiatan pre-test ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan fokus utama untuk mengetahui:

- a) Pemahaman tentang perbedaan aset dengan modal.
- b) Pemahaman perhitungan laba usaha.
- c) Pemahaman informasi keuangan.
- d) Pemahaman proses bisnis usaha.
- e) Dan hal-hal lain yang relevan dengan penyusunan laporan keuangan

### **2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan**

Pada tahap ini, dilakukan pelatihan singkat terkait dengan aplikasi laporan keuangan berbasis android LAMIKRO. Pelatihan dilakukan secara bertahap:

- a) Menjelaskan tentang cara mendownload aplikasi LAMIKRO di Play-Store
- b) Menjelaskan cara melakukan registrasi dan mengisi data-data pemilik
- c) Cara melakukan login
- d) Memperkenalkan akun-akun yang ada di aplikasi dan manfaatnya
- e) Memberikan contoh kasus transaksi keuangan dan menjelaskan cara memasukkan transaksi tersebut kedalam aplikasi LAMIKRO.
- f) Menunjukkan cara menganalisis kinerja keuangan menggunakan rasio-rasio keuangan tertentu
- g) Menjelaskan cara mencetak laporan keuangan (Neraca dan laporan Laba Rugi)

### **3. Tahap Evaluasi**

Pada tahap ini, yang merupakan tahap terakhir dalam pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi LAMIKRO dilakukan evaluasi terhadap kemampuan para peserta pelatihan dalam menggunakan Aplikasi akuntansi LAMIKRO. Pada tahap ini peserta diminta untuk memasukkan transaksi keuangan yang terjadi di usaha/ bisnis mereka masing-masing. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan pelatihan dan daya serap peserta terhadap materi yang disampaikan selama pelatihan berlangsung.

Setelah peserta melakukan registrasi, tim mulai menjelaskan terkait tentang fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi LAMIKRO kepada peserta. Pada sesi ini peserta juga diberi latihan praktek penyusunan laporan keuangan sederhana. Adapun materi yang diberikan meliputi penyusunan aset lancar (kas, persediaan barang dagangan, piutang dan perlengkapan), buku aset tetap (peralatan, bangunan dan mesin), hutang, modal dan penyusunan laporan keuangan (laporan laba-rugi dan laporan posisi keuangan) serta bagaimana mencetaknya. Selama kegiatan berlangsung, tim melakukan pendampingan kepada peserta agar mereka memiliki pemahaman dan penjelasan yang sama terkait materi yang disampaikan, dimana hal ini juga memberi peluang bagi UMKM untuk menanyakan secara langsung kepada tim apabila terdapat hal-hal yang belum jelas.

Evaluasi dilakukan pada sesi terakhir pelatihan dengan tujuan untuk melihat bagaimana tingkat pemahaman UMKM terhadap arti penting akuntansi dalam dunia

usaha dan tingkat ketrampilan UMKM dalam mengoperasikan aplikasi akuntansi sederhana berbasis android LAMIKRO setelah semua tahapan pelatihan dilaksanakan. Evaluasi juga dimaksudkan untuk perbaikan dalam pelaksanaan pelatihan di masa mendatang dan juga perbaikan dalam menerapkan format akuntansi sederhana pada UMKM. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui hambatan-hambatan atau kesulitan-kesulitan yang dialami UMKM dalam menerapkan akuntansi sederhana menggunakan LAMIKRO, sehingga tim dapat memberikan saran praktis untuk proses perbaikan UMKM dalam menerapkan akuntansi sederhana dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha. Untuk keberlanjutan kerjasama dengan UMKM maka tim membuka peluang bagi UMKM untuk melakukan konsultasi secara langsung dengan tim PKM ini dengan waktu dan frekuensi yang tidak dibatasi, menyesuaikan kesiapan dan kesediaan waktu masing-masing pihak.

### **DAMPAK DAN MANFAAT**

Adapun manfaat dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan akan arti penting akuntansi dalam dunia usaha serta membantu UMKM mengelola keuangan usaha mereka. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah metode demonstrasi dan ceramah untuk memberikan contoh dan menjelaskan tahapan demi tahapan dalam menerapkan aplikasi akuntansi berbasis android.

Pelatihan Akuntansi Terapan dilakukan dengan memanfaatkan Software Aplikasi penyusunan laporan keuangan LAMIKRO berbasis android. Pelatihan dirasakan memberikan pengetahuan tentang penggunaan software Lamikro dirasakan telah memberikan kemudahan bagi UMKM dalam melakukan penyusunan laporan keuangan, mulai dari proses entry data, jurnal, penyajian laporan laba rugi dan Neraca. Adapun manfaat dari aplikasi ini selain memberikan kemudahan, UMKM juga dapat memantau kondisi keuangan usaha mereka setiap saat. Laporan yang disajikan juga sudah mengikuti Standar Akuntansi Keuangan EMKM (Entitas Mikro, Kecil dan Menengah) sehingga dapat digunakan oleh UMKM untuk persyaratan pengajuan kredit di lembaga keuangan.

### **SIMPULAN**

Dari hasil evaluasi yang terkumpul diketahui bahwa secara umum hambatan atau kesulitan yang dihadapi peserta (UMKM) adalah dalam menjalankan tahapan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi LAMIKTRO. Lupa, waktu yang terbatas dan motivasi menjadi alasan utama mereka khawatir akan sulit sekali menerapkan format akuntansi sederhana setelah kegiatan pelatihan ini. Hambatan lainnya adalah dalam menginterpretasikan makna yang terkandung dalam laporan keuangan, seperti contohnya mereka masih belum memahami mengapa aset tetap selain tanah harus ada penyusutan nilai ekonomis, dan mengapa menjadi beban penyusutan di akhir periode. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang

dihadapi oleh UMKM, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan usaha jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (win-win solution).
2. Pengembangan kemitraan perlu dikembangkan, kemitraan yang saling membantu antara UMKM, atau antara UMKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Di samping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UMKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.
3. Pihak-pihak yang selama ini memberikan pendampingan kepada UMKM, baik dari pihak pemerintah maupun non pemerintah perlu melakukan survey lapangan untuk mengetahui secara langsung apa kebutuhan UMKM saat ini (utamanya pada masa pandemi ini) serta membuat pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dari aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usaha.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim PkM mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu memfasilitasi pelaksanaan kegiatan PkM ini, baik tempat maupun narasumber sehingga memberikan kemudahan bagi tim untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Ucapan terima kasih juga tim sampaikan kepada perwakilan dari Kantor Dagang dan Industri (KADIN) Kota Malang yang telah ikut berpartisipasi dalam dalam kegiatan PkM ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiningsih, S., (2001), Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 10 Januari 2020
- Ayyagari, M, Asli Dermigue Kunt and Voijslav Macsimivic, (2008). How Important are Financing Constraints? The role of finance in the business environment. *World Bank Economic Review*, Vol 22 (3), 483-516.
- Geleta, Negash & Talegeta, Salesi (2019). Determinants of Micro and Small Enterprises Growth in Selected Towns of West Shoa Zone, Oromia Regional State, Ethiopia, *International Journal of Small and Medium Enterprises*; Vol. 2, No. 2; ISSN 2576-7712; E-ISSN 2576-7720
- Juliprijanto, Whinarko; Sarfiah, Sudati Nur dan Priyono, Nuwun (2017). Diskripsi Dan Permasalahan Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM): (Studi Kasus UKM di Desa Balesari, Kecamatan Windusari) *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan* Volume 2 No.2 April 2017
- Jusup, AH. (2011). Dasar-dasar Akuntansi, Yogyakarta: STIE-YKPN.

- Niode, Idris Yanto (2009). Sektor Umkm di Indonesia: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*. Volume 2, Nomor 1/ Januari 2009. ISSN 1979-1607. LPPEB FIS - UNG
- Pham, Hung D. (2017). Determinants of New Small and Medium Enterprises (SMEs) Access to Bank Credit: Case Study in the Phu Tho Province, Vietnam, *International Journal of Business and Management*; Vol. 12, No. 7; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119.
- Sari, PS. (2013). Telisik Perlakuan Entitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol.4, No. 2, Agustus.
- Suprayitno, Bambang. (2007). Kritik Terhadap Koperasi (Serta Solusinya) Sebagai Media Pendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Vol. 4, No. 2, Nopember 2007
- Taiwo A, Muritala; Ayodeji, Awolaja dan Yusuf, Bako (2012), Impact of Small and Medium Enterprises on Economic Growth and Development, *American Journal of Business and Management* Vol. 1, No. 1, p.18–22
- Terdpaopong, Kanitsorn dan Dessalegn Getie Mihret. (2011). Modelling SME Credit Risk : Thai Empirical Evindence. *Journal of International Management Studies*. 2011 Vol. 18 Issue 1. P63-79. <http://www.content.ebscohost.com>.
- Thorsten, Asli Demirgüç, Kunt, and Vojislav Maksimovic, (2005), Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matters? *The Journal of Finance*, Vo. IX, No. 1, February

## **Pelatihan Daring Pembuatan Masker Berbahan Kain Untuk Tenaga Kerja Jasa Konstruksi Dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah Garmen**

**Suparji<sup>1</sup>, Ekohariadi<sup>1</sup>, Aisyah Endah Palupi<sup>1</sup>, Mochamad Firmansyah Sofianto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Pascasarjana, Pascasarjana, Universitas Negeri Surabaya

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: suparji@unesa.ac.id

### **ABSTRAK**

Sejak awal bulan Maret 2020, dunia dihebohkan dengan wabah pandemi akibat penyebaran Virus Corona (Covid-19) yang menyebabkan beragam kepanikan, baik bidang usaha, bidang pendidikan, bidang kesehatan, atau bidang jasa konstruksi. Penyebaran covid-19 yang banyak melewati saluran pernafasan (hidung) dan mulut, maka kebutuhan akan masker menjadi sangat luar biasa. Peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk menambah bidang usaha khususnya masker lebih khusus lagi adalah masker untuk pekerja bidang jasa pelaksanaan konstruksi /kontraktor. Menambah bidang baru tentu membutuhkan pengetahuan dan keterampilan yang relevan. Salah satu cara untuk membantu UKM adalah memberikan pelatihan baik pendalaman pengetahuan maupun keterampilan. Tujuan dari kegiatan ini adalah melaksanakan pelatihan dan pendampingan dalam rangka mengembangkan bidang usaha bagi UKM khususnya produksi masker untuk pekerja jasa konstruksi khususnya kontraktor. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan baik daring maupun luring. Subjek kegiatan adalah usaha mandiri Sdri Miftahul Ikhyaril Ulum Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan pendalaman dengan wawancara. Instrumen yang digunakan adalah angket dan pedoman wawancara. Responden dari angket ini adalah pekerja kontraktor PT. Linggarjati Utama dan PT. Pembangunan Graha Bumi Nusantara. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil dari kegiatan ini adalah sebuah disain masker yang cocok untuk pekerja yang bekerja pada bidang jasa konstruksi khususnya kontraktor. Spesifikasi masker ini adalah bahan dari kain katun toyobo, cara menggunakannya tidak dengan ditali tetapi tinggal mengaitkan di telinga/kepala, bentuk agak cembung ke depan, dan pengikatnya dari bahan karet elastik. Hasil analisis data dari angket diperoleh skor rerata 3,4 dari 4 skala Likert, dan semua rerata skor setiap butir instrumen juga tidak beda jauh dengan rerata total dengan simpangan baku 1,7. Dengan demikian dapat dimaknai bahwa spesifikasi yang dimiliki masker ini dapat diwujudkan dengan sangat baik dan dapat diterima para pekerja dengan sangat baik.

**Kata kunci** : masker kain, bidang konstruksi, kontraktor, UKM, spesifikasi masker

### **ABSTRACT**

*Since the beginning of March 2020, the world has been shocked by the pandemic outbreak due to the spread of the Corona Virus (Covid-19) which has caused a variety of panic, whether in the business sector, education sector, health sector, or construction services sector. With the spread of covid-19, which passes through the respiratory tract (nose) and mouth, the need for masks is extraordinary. Opportunities for small and medium enterprises to add to the business sector, especially masks, more specifically, are masks for construction service workers / contractors.*

*Adding new fields certainly requires relevant knowledge and skills. One of the ways to help them is to provide training both in deepening knowledge and skills. The purpose of this activity is to carry out training and assistance to develop business fields for SMEs, especially the production of masks for construction service workers, especially contractors. The method used in this activity is training and mentoring both online and offline. The subject of the activity is the independent business of Ms. Miftahul Ikhyaril Ulum, Sumbergedang Village, Pandaan District, Pasuruan Regency. Data collection techniques use questionnaires and in-depth interviews. The instruments used were questionnaires and interview guidelines. Respondents of this questionnaire are PT. Linggarjati Utama and PT. Development of Graha Bumi Nusantara. The data analysis technique used quantitative descriptive. The result of this activity is a mask design that is suitable for workers who work in the construction service sector, especially contractors. The specifications of this mask are made of Toyobo cotton cloth, how to use it is not with a strap but just hook it on the ear / head, the shape is slightly convex to the front, and the fastener is made of elastic rubber. The results of data analysis from the questionnaire obtained a mean score of 3.4 from 4 Likert scales, and all mean scores for each instrument item were also not much different from the total mean with a standard deviation of 1.7. Therefore, it can be interpreted that the specifications of this mask can be realized very well and can be accepted by workers very well.*

**Keywords :** *cloth mask, construction sectors, contractors, SMEs, mask specification*

## **PENDAHULUAN**

Sejak awal bulan Maret 2020, dunia dihebohkan dengan wabah pandemi akibat penyebaran Virus Corona (Covid-19) yang menyebabkan beragam kepanikan, baik bidang usaha, bidang pendidikan, bidang kesehatan, atau bidang yang lain. Penyebaran covid-19 yang banyak melewati saluran pernafasan (hidung) dan mulut, maka kebutuhan akan masker menjadi sangat luar biasa. Bahkan di tempat penjualan hampir persediaan semua habis.

Penggunaan masker menjadi suatu kewajiban bagi masyarakat dalam rangka meminimalisasi penularan virus covid-19 oleh karena itu kebutuhan akan masker menjadi luar biasa. Melonjaknya kebutuhan akan masker ini, membuat banyak orang berusaha membuat atau memproduksi masker secara mandiri. Salah satu usaha mandiri yang memproduksi masker kain adalah usaha mandiri Sdri. Miftakhul Ihyaril Ulum Desa Sumbergedang, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Usaha mandiri ini memproduksi beberapa kebutuhan masyarakat akan asesoris pakaian antara lain berbagai jenis kerudung, slayer, sapatangan, dan masker. Lokasi usaha ini berada di Desa Sumbergedang, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan kurang lebih 50 km dari kota Surabaya. Produksi usaha mandiri ini banyak dipasarkan secara *on-line*, walaupun tidak menutup secara *off-line*.

Masker yang selama ini banyak digunakan untuk masyarakat adalah yang berbahan kain. Masker dari kain ini pada umumnya dibuat rangkap satu dan tipis, sehingga nyaman untuk dipakai, apalagi bagi pengguna yang belum terbiasa menggunakan masker. Masker kain tipis ini, cocok untuk yang bekerja di tempat kerja yang bersih, tidak berdebu, tetapi bagi yang bekerja di tempat kerja yang kotor dan

berdebu, masker ini kurang cocok karena masker cepat kotor dan debu sangat mudah menempel. Kondisi tempat kerja yang seperti ini membutuhkan masker khusus.

Salah satu bidang pekerjaan yang membutuhkan masker khusus adalah pekerja yang bekerja di bidang jasa konstruksi khususnya yang bekerja di kontraktor. Bidang pekerjaan ini menuntut masker lebih khusus karena beberapa hal, antara lain bahwa lapangan pekerjaan di tempat terbuka, panas, berdebu, banyak orang, cenderung bidang kerja kasar. Karena begitu hebatnya penularan virus covid-19, maka pekerja-pekerja yang bekerja di kontraktor ini juga membutuhkan perhatian akan masker yang nyaman dan aman.

Dalam rangka mewujudkan peran serta Universitas Negeri Surabaya untuk dalam pencegahan tersebarnya virus covid-19, Tim PKM Pascasarjana Unesa bekerja sama dengan usaha mandiri Sdri. Miftakhul Ihyaril Ulum Desa Sumbergedang, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan mengadakan pelatihan pembuatan masker khusus untuk jasa konstruksi. Oleh karena usaha Sdri. Miftakhul Ihyaril Ulum Desa Sumbergedang, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan belum pernah memproduksi masker untuk tenaga kerja jasa konstruksi, maka diperlukan pelatihan agar hasilnya dapat maksimal. Dengan latar belakang seperti dijelaskan di atas, maka permasalahan yang akan dicari jawabannya dalam kegiatan ini adalah spesifikasi masker yang cocok untuk pekerja bidang jasa konstruksi khususnya kontraktor dan penilaian pengguna terhadap spesifikasi masker, setelah memakai dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Budi (2020:1) ada tiga jenis masker yaitu masker bedah, masker N95, dan masker kain. Masker bedah adalah jenis masker wajah sekali pakai yang longgar yang menutupi hidung, mulut, dan dagu Anda. Biasanya digunakan untuk melindungi pemakainya dari semprotan, percikan, dan tetesan partikel besar. Selain itu untuk mencegah penyebaran sekresi pernapasan yang berpotensi menular dari pemakainya ke orang lain. Sebuah respirator N95 adalah masker wajah yang lebih pas. Selain percikan, semprotan, dan tetesan besar, respirator ini juga dapat menyaring 95 persen partikel yang sangat kecil, di antaranya termasuk virus dan bakteri.

Menanggapi kebutuhan mendesak akan masker wajah, banyak orang mulai membuat sendiri dari berbagai bahan, seperti syal dan sarung bantal antimikroba. Meskipun hal ini mungkin menawarkan beberapa tingkat perlindungan, masker kain memberikan perlindungan yang jauh lebih sedikit daripada masker bedah atau respirator. Satu penelitian menunjukkan, masker buatan sendiri mungkin setengah sama efektifnya dengan masker bedah dan hingga 50 kali tidak lebih efektif daripada masker N95. Tetapi Aida (2020:1) memyarankan untuk dipakai masyarakat umum adalah masker kain, atau masker buatan sendiri dengan memanfaatkan ketersediaan bahan-bahan yang ada dan bahan terbuat dari kain katun

Sejak pandemi covid-19, selain masyarakat umum, dunia jasa konstruksi juga mengalami kepanikan karena covid-19. Kepanikan-kepanikan itu antara lain adalah

dilarangnya berkumpul dalam jumlah besar, harus menggunakan alat pengaman diri (APD) utamanya adalah masker, dan terbatasnya komunikasi dengan pekerja yang lain. Alat pengaman diri (APD) bagi pekerja jasa konstruksi terutama masker, tentu berbeda dengan masker untuk tenaga kesehatan, karyawan perkantoran, guru, dan tenaga kerja yang lain. Perbedaan masker untuk tenaga jasa konstruksi tentu disebabkan beberapa faktor antara lain lingkungan kerja yang berdebu, panas, cenderung kotor, dan banyak pekerja jasa konstruksi yang kurang paham tentang covid-19 dan yang lainnya. Panduan sementara dari *World Health Organization* (2020:2) bahwa semua orang dianjurkan untuk menggunakan masker dalam rangka mencegah penularan covid-19.

Berdasarkan Bahan Pelatihan K3 Konstruksi dari Departemen Pekerjaan Umum (2000:21) bahwa pelindung pernafasan (masker) utamanya masker debu adalah alat perlindungan untuk melindungi pernafasan dari debu. Dalam pekerjaan di proyek banyak terdapat pekerjaan yang berhubungan dengan bahaya debu. Menurut PP No. 29 tahun 2000, tentang penyelenggaraan jasa konstruksi, jenis pelindung pernafasan yang harus dipakai tergantung kepada bahaya dan kondisi kerja masing-masing.

Berdasarkan lingkungan kerja dan kebiasaan kerja tenaga kerja jasa konstruksi maka masker yang paling direkomendasi oleh PP No. 30 tahun 2000, tentang penyelenggaraan pembinaan jasa konstruksi adalah masker yang mempunyai spesifikasi bahan dasar kain, tebal, dapat dicuci (digunakan ulang). Hal ini dimaksudkan agar penggunaan masker oleh tenaga jasa konstruksi dapat mengurangi pengeluaran, sehingga kewajiban penggunaan masker tidak menjadi beban ekonomi tenaga kerja jasa konstruksi. Dari beberapa kriteria di atas maka dapat disimpulkan bahwa masker untuk pekerja jasa konstruksi khususnya kontraktor yang paling cocok adalah masker dengan spesifikasi tertentu yang dapat melindungi pekerja dari debu, tidak mengganggu pernafasan, praktis/mudah memakainya, dan murah atau dapat digunakan berulang kali.

#### **METODE PELAKSANAAN**

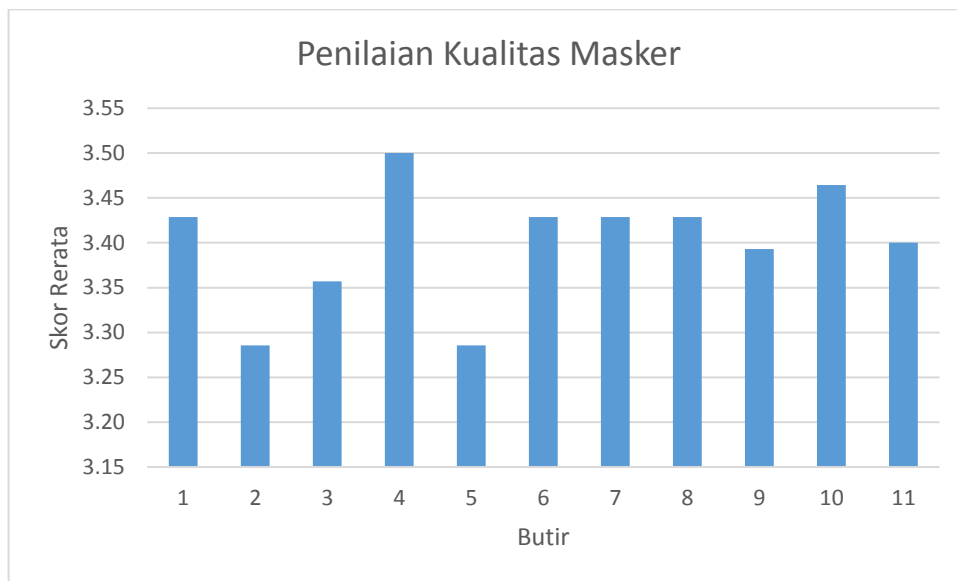
Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan baik daring maupun luring. Subjek kegiatan adalah usaha mandiri Sdri Miftahul Ikhyaril Ulum Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan dengan karyawan sebanyak 5 orang. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode daring, sedangkan pendampingan dilakukan dengan menggunakan metode luring. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan pendalaman dengan wawancara. Instrumen yang digunakan adalah angket tertutup dengan 4 skala Likert dan pedoman wawancara. Responden dari angket ini adalah pekerja kontraktor PT. Linggarjati Utama sejumlah 10 orang dan PT. Pembangunan Graha Bumi Nusantara sejumlah 10 orang. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan dengan metode daring dilakukan dalam memberikan materi tentang masker dan ruang lingkup pekerjaan jasa konstruksi utamanya kontraktor. Sedangkan pendampingan meliputi ruang lingkup pekerjaan pembuatan masker. Berdasarkan angket yang diisi oleh responden sebanyak 6 orang yaitu karyawan usaha mandiri Sdri Miftahul Ikhyaril Ulum Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan, memberikan skor rerata sebesar 3,0 dengan simpangan baku 1,0. Skor terendah adalah skor yang berkaitan dengan metode on line. Skor ini rendah disebabkan karena responden kurang menguasai teknologi yang digunakan dan fasilitas on line yang kurang memadai.

Hasil dari pelatihan dan pendampingan ini, dibantu dengan mitra dari kontraktor yaitu PT. Linggarjati Utama dan PT. Pembangunan Graha Bumi Nusantara, yang pertama adalah menghasilkan disain masker yang diharapkan cocok untuk pekerja yang bekerja di kontraktor. Disain masker ini menghasilkan spesifikasi bahan dari kain katun toyobo, cara menggunakannya tidak dengan ditali tetapi tinggal mengaitkan di telinga/kepala, bentuk agak cembung ke depan, dan pengikatnya dari bahan karet elastik.

Ujicoba masker dilakukan di dua kontraktor yang sedang mengerjakan paket pekerjaan konstruksi di Unesa, yaitu PT. Linggarjati Utama dan PT. Pembangunan Graha Bumi Nusantara, masing-masing 10 orang. Hasil ujicoba kualitas produk dari usaha mandiri Sdri. Miftahul Ikhyaril Ulum Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan, datannya diambil dengan angket. Hasil analisis dengan deskriptif kuantitatif diperoleh simpangan baku = 1,70 dengan rerata = 3,40, sehingga dapat dikategorikan kelompok kecenderungan sangat baik. Setiap butir dari butir 1 sampai dengan butir 10 skor reratanya seimbang dengan simpangan baku yang seimbang pula. Butir 11 menggambarkan histogram untuk rerata total. Skor rerata masing-masing butir dan skor rerata total digambarkan seperti histogram berikut ini.



Gambar 1. Histogram Hasil Penilaian Kualitas Masker

Masker hasil produksi usaha mandiri Sdri. Miftahul Ikhyaril Ulum dari Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan merupakan pengembangan usaha dari usaha sebelum yang berbentuk kerudung/jilbab. Pengembangan usaha ini merupakan dampak dari Pandemi covid-19, yang mengharuskan para wirausaha berpikir kreatif untuk mendapatkan bidang usaha baru, dikarenakan bidang usaha lama kurang memberikan harapan. Walaupun tidak terlalu tinggi jumlah produksi dan keuntungan dari usaha masker ini tetapi dapat memberikan nilai tambah baik dari sisi pengalaman maupun dari sisi finansial.

Kelebihan yang dimiliki oleh masker ini, berdasarkan hasil wawancara dan angket yang diisi responden adalah bahannya lembut saat dipakai sehingga tidak membuat kulit terluka, mudah cara menggunakannya karena menggunakan sistem earloop/headloop sehingga tidak banyak membuang waktu dalam menggunakannya, memungkinkan ruang udara lebih banyak dan tidak membuat sulit bernafas jika digunakan dalam waktu yang agak lama, memungkinkan untuk dicuci sehingga dapat digunakan kembali untuk beberapa kali, dan tidak mahal bahkan cenderung murah untuk ukuran masker yang dapat digunakan ulang dengan mencuci.

Penggunaan masker bagi para pekerja di bidang jasa konstruksi, menjadi sebuah kewajiban dikarenakan selain mengurangi pengaruh debu juga untuk melakukan pencegahan penularan virus covid-19. Penyebaran virus corona yang terjadi melalui droplet (percikan ludah saat batuk dan bersin) membuat masker wajah menjadi benda yang paling dicari saat ini. Tidak hanya saat bersin atau batuk, berbicara dalam jarak dekat pun berisiko menyebarkan virus. Karena itulah, selain jaga jarak minimal 1 meter, masyarakat diimbau untuk menggunakan masker kain khususnya saat berada di ruang publik seperti saat berbelanja di pasar, supermarket, transportasi publik, atau bahkan membeli obat ke apotek.

Mengingat kini banyak masker kain yang diproduksi dengan berbagai model, tetap harus memperhatikan beberapa aspek agar masker tersebut layak digunakan. Masker harus menutup bagian tepi wajah dengan sempurna. Pastikan masker kain cukup lebar hingga dapat menutupi bagian pangkal hidung serta sebagian besar pipi. Anda bisa memilih model yang persis seperti masker bedah sekali pakai maupun yang bentuknya cenderung bulat seperti masker N95.

Masker harus memiliki tali pengikat atau karet telinga. Tali pengikat maupun karet yang digunakan untuk mengaitkan masker ke telinga harus dapat menjaga masker tetap berada di tempatnya selama Anda beraktivitas. Tali atau karet yang terlalu longgar berpotensi membuat Anda lebih banyak menyentuh wajah untuk mengoreksi posisi masker. Masker harus menggunakan jenis kain yang lembut. Mengingat setiap kain memiliki ketebalan dan kerapatan struktur serat kain yang berbeda-beda, menggunakan masker dengan struktur serta kain rapat semakin aman menahan percikan ludah. Tentang materialnya, Johns Hopkins Medicine menyarankan untuk menggunakan kain katun 100%, alias kain katun yang ditenun tanpa campuran benang lain. Cirinya, kain ini tidak melar jika ditarik.

Masker harus tidak menghalangi jalan napas. Meskipun demikian, masker yang terlalu tebal juga tidak baik karena dapat menghalangi jalan napas. Pastikan masih bisa bernapas namun masker tetap menutupi bagian mulut dan hidung dengan sempurna. Masker harus tidak berubah bentuk jika dicuci. Beberapa jenis kain dapat mengalami perubahan bentuk jika bersinggungan dengan mesin cuci. Misalnya, kain bisa melonggar karena pusaran mesin atau sebaliknya bisa menciut karena mesin pengering. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan masker kain adalah bahwa setiap selesai digunakan harus dicuci, hindari melepasnya, menyimpannya ke dalam tas, lalu memakainya kembali. Saat memakai masker, harus menghindari untuk menyentuh sisi bagian depan masker karena virus yang menempel di masker akan berpindah ke tangan. Saat melepas masker, lakukan dengan cara melepas bagian tali pengikat atau karet telinga tanpa menyentuh permukaan masker. Jangan lupa untuk mencuci tangan dengan air dan sabun sebelum dan setelah menggunakan masker.

Perlu diingat juga bahwa masker kain bukanlah sarana pencegahan utama dari penularan virus corona. Mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir serta melakukan physical distancing tetap merupakan cara paling efektif melindungi diri dari virus corona. Namun, jika masih harus bekerja di area publik, khawatir berpotensi menjadi carrier (pembawa) virus corona bagi orang di sekitar tanpa harus membahayakan keselamatan tenaga medis, menggunakan masker kain bisa menjadi pilihan.

## **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Hasil dari pelaksanaan pelatihan pembuatan masker ini kepada UKM menjadi solusi untuk masyarakat sebagai alternatif wirausaha masyarakat di masa pandemic Covid-19 ini. Selain itu, pemberian masker dan sosialisasi tentang pentingnya protokol

kesehatan selama pandemic covid-19 kepada pekerja konstruksi di Penyedia Jasa Konstruksi dapat memberikan alat bantu untuk bekerja dan wawasan bagi pekerja konstruksi. Akan tetapi, selama pelaksanaan masih terdapat kendala bagi pekerja, maka diberikan solusi lain dalam penggunaan masker tersebut di tempat kerja serta penerapan *physical distancing* sebagai salah satu alternatif dalam pencegahan penyebaran covid-19.

## **SIMPULAN**

Dari hasil pembahasan di atas dapat disampaikan bahwa masker yang cocok untuk pekerja yang bekerja di jasa konstruksi khususnya pelaksana jasa konstruksi memerlukan masker yang mempunyai spesifikasi khusus. Minimal empat ciri ini menjadi spesifikasi masker untuk pekerja di kontraktor yaitu kain katun toyobo, cara menggunakannya tidak dengan ditali tetapi tinggal mengaitkan di telinga/kepala (earloop/headloop), bentuk agak cembung ke depan, dan pengikatnya dari bahan karet elastik.

Secara umum masker yang layak pakai harus memenuhi lima kategori yaitu menutup bagian tepi wajah dengan sempurna, memiliki tali pengikat atau karet telinga, kainnya lembut, tidak menghalangi jalan napas, dan jika dicuci tidak berubah bentuk. Masker kain bukanlah sarana pencegahan utama dari penularan virus corona. Mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir serta melakukan *physical distancing* tetap merupakan cara paling efektif melindungi diri dari virus corona. Dalam rangka melakukan pencegahan terhadap penularan virus covid-19 semaksimal dan seribet apapun tenaga kerja yang bekerja di jasa konstruksi khususnya pelaksana jasa konstruksi harus menggunakan masker yang mempunyai spesifikasi khusus.

Pelatihan dan pendampingan on-line untuk usaha kecil kurang dapat diterima karena secara teknologi dan sarana kurang didukung, lebih baik dicari waktu yang tepat untuk pendampingan secara langsung. Pendampingan dari tim ahli sangat dibutuhkan bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja di usaha kecil.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan kami tujuikan kepada pihak-pihak pendukung seperti UKM yaitu Sdri Miftahul Ikhyaril Ulum Desa Sumbergedang Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan dan Penyedia Jasa Konstruksi yaitu PT. Linggarjati Utama dan PT. Pembangunan Graha Bumi Nusantara yang telah mendukung terlaksananya Pengabdian Kepada Masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aida, Nur Rohmi. 2020. *Bikin Masker Sendiri di Rumah*. Jakarta: Kompas.com
- Budi, Nurfahmi. 2020. *3 Jenis Masker yang Bisa Dipakai Cegah Corona-19*. Jakarta:Merdeka.com
- Departemen Pekerjaan Umum. 2000. *Bahan Pelatihan Ahli K3 Konstruksi*. Jakarta: Departemen PU.

- Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2000 tentang *Penyelenggaraan Jasa Konstruksi*.  
Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 2000 tentang *Penyelenggaraan Pembinaan Jasa Konstruksi*.  
Suryanto, Mas. 2017. *Manajemen Konstruksi*. Surabaya:Unipress.  
World Health Organization. 2020. *Anjuran Mengenai Penggunaan Masker Dalam Konteks COVID-19, Panudan Sementara*.

## **Optimalisasi Manajemen Pemasaran UMKM Ababil Sublime Printing berbasis *Website***

**Henry Bambang<sup>1</sup>, Tutut Wuriyanto<sup>2</sup>, Ferian Rezky Hermawan<sup>3</sup>, Herwanda Ayu Destania<sup>4</sup>,  
I Ketut Adi Suprianta<sup>5</sup>, Rochmat Rizky Alfandy<sup>6</sup>, Muhammad Wahyudi<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika,  
email: henry@dinamika.ac.id

### **ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia, yang salah satu perannya adalah membuka lapangan pekerjaan yang luas untuk masyarakat. UMKM Ababil Sublime Printing merupakan UMKM yang bergerak dibidang Jasa dan Barang. Kegiatan yang dilakukan adalah membuat kaos, sedangkan jasa yang ditawarkan adalah jasa printing kain. Semakin pesatnya pertumbuhan UMKM yang sejenis akan menimbulkan munculnya pesaing, beberapa masalah yang dihadapi adalah permasalahan pemasaran, saat ini konsumen masih datang ke lokasi toko dan masih menerapkan metode *mouth to mouth*. Sampai saat ini pemasaran masih minim hal ini karena minimnya pemanfaatan teknologi dalam menyusun strategi pemasaran, dan juga karena pegawai terlalu sibuk dalam tugas masing-masing. Solusi yang ditawarkan adalah membangun sistem informasi pemesanan serta promosi melalui *Website*, Serta memberikan pelatihan dalam penggunaan teknologi informasi dengan menggunakan internet secara efektif dan efisien, untuk memperluas pasar dibandingkan metode sebelumnya. Kegiatan yang dilakukan dengan wawancara kepada pemilik UMKM untuk mengetahui kebutuhan data dan permasalahan, dan mendesain strategis promosi menggunakan Teknologi, dan pelatihan penggunaan internet dan pemakaian sistem informasi yang telah dibuat.

**Kata kunci : Promosi, UMKM, Teknologi Informasi**

### **ABSTRACT**

*Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) are one of the drivers of the Indonesian economy, one of which plays a role in opening up a wide field of work for the community. UMKM Ababil Sublime Printing is an UMKM that is engaged in services and commodities. The activity carried out is making t-shirts, while the services offered are fabric printing services. The more rapid growth of similar UMKM will lead to the emergence of competitors, some of the problems faced are marketing problems, currently consumers still come to store locations and still apply the mouth to mouth method. Until now, marketing is still minimal, because the minimal use of technology in formulating marketing strategies, and also because employees are too busy in their respective tasks. The solution offered is to build information system for ordering and promotion through the website, as well as providing training in the use of information technology using the internet effectively and efficiently, to expand the market compared to previous methods. Activities carried out by interviewing UMKM owners to find out data needs and problems, and designing strategic promotions using technology, and training on the use of the internet and the use of information systems that have been made.*

**Keywords: promotion, UMKM, Information Technology**

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia dimana salah satunya adalah sebagai pembukaan lapangan pekerjaan yang luas untuk masyarakat sehingga dapat mengurangi pengangguran di lingkungan UMKM tersebut. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI pada tahun 2017 yang dilansir pada *website* [www.ukmindonesia.id](http://www.ukmindonesia.id) bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total pelaku usaha di Indonesia. Sementara itu usaha besar hanya sebesar 0,01% (5400 unit). Serta UMKM telah menyerap tenaga kerja sebanyak 97% tenaga kerja nasional. Menurut (Dahlan, 2017) juga menyatakan bahwa peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Terdapat tiga alasan yang mendasari Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM yaitu, Pertama karena UMKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Kedua, karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Ketiga, karena UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar.

Pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini yang menjadi mitra adalah “Ababil Sublime Printing”. Ababil Sublime Printing didirikan sejak tahun 2018. UMKM ini bergerak pada bidang jasa dan barang. Dalam penyediaan barang, Ababil Sublime Printing menghasilkan produk berupa kaos yang telah di-*branding* dengan nama “Ababil”. Sedangkan jasa yang ditawarkan mitra adalah jasa *printing* kain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak mitra, saat ini semakin banyak pertumbuhan UMKM yang sejenis sehingga dapat menimbulkan pesaing bagi mitra. Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh Ababil Sublime Printing, antara lain pihak konsumen harus datang ke lokasi toko dan pemasaran pada mitra masih menerapkan metode *mouth to mouth*. Pemasaran yang belum maksimal ini, dikarenakan minimnya pengetahuan pemanfaatan teknologi dalam menyusun strategi pemasaran di mitra. Dalam pengetahuan pemanfaatan teknologi sangat sulit diterapkan karena masing-masing pegawai sibuk dengan tugas masing-masing, yang membuat pemanfaatan teknologi bagi pemasaran produk di mitra ini kurang mendapat perhatian. Kurangnya sumber daya manusia di bidang IT dalam mitra ini juga merupakan salah satu penyebab pemasaran menjadi kurang maksimal. Dengan adanya masalah pemasaran tersebut pihak mitra tidak dapat meluaskan pasar dan hanya bisa menjangkau pasar di lingkungan sekitar.

Berdasarkan permasalahan tersebut solusi yang akan dilakukan dalam kegiatan PkM ini adalah perancangan aplikasi pemesanan serta promosi melalui *website*. Dengan aplikasi tersebut diharapkan mitra dapat memperluas pasar yang lebih luas dibanding pemasaran hanya melalui *mouth of mouth*.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan dengan (1) Pendidikan Masyarakat, dengan melakukan Penyuluhan tentang strategi pemasaran di era digital agar promosi yang dilakukan bisa tetap sasaran dan semakin meningkatkan pendapatan, (2) Membangun sistem informasi yang sesuai dengan produk dan jasa untuk UMKM Ababil Sublime Printing, (3) Pelatihan menggunakan teknologi internet dan Sistem informasi yang dibangun. Harapan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, akan terjadinya peningkatan produktifitas, pendapatan serta kegiatan pelayanan yang semakin efekti dan efisien.

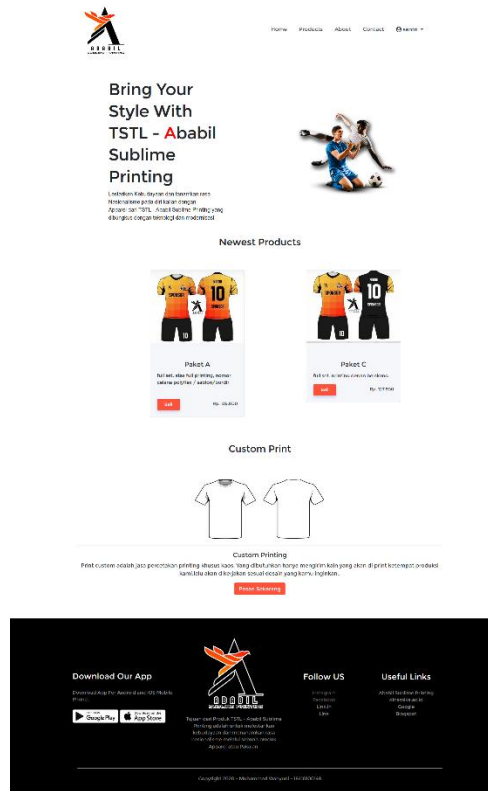
Agar kegiatan ini bisa mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan dalam program Pengabdian kepada masyarakat, maka kegiatan ini dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh Mahasiswa. Sedangkan tahapan yang dilakukan dalam program ini adalah (1) Melakukan survei untuk mengetahui permasalahan dan solusi yang akan dilakukan, (2) Koordinasi dengan pemilik UMKM, (3) Koordinasi dengan tim mahasiswa yang membantu pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat, (4) Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, dan (5) Evaluasi. Semua kegiatan dilakukan dengan secara online (daring) agar menjaga kondisi dari tertularnya virus corona ( covid -19)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

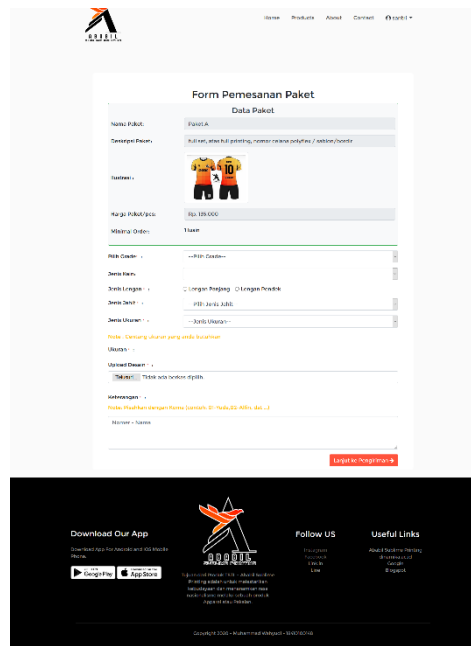
Permasalahan yang dihadapi saat ini belum adanya teknologi informasi dan belum menggunakan strategi pemasaran yang digunakan. Saat ini pembeli harus datang dan memesan secara langsung, sehingga hasil yang didapatkan tidak optimal. Maka solusi yang ditawarkan dengan membangun sebuah perangkat lunak sistem informasi berupa website dengan menggunakan teknologi internet dalam melayani pembelian dan pemasaran. Kemudian sistem ini diberikan kepada UMKM dengan melakukan pelatihan teknologi informasi dengan internet dan juga pelatihan penggunaan sistem. Adapun isi dari sistem informasi yang ada berupa :

(1) Halaman utama dari website sebagai informasi bagi pelanggan agar bisa lihat oleh pelanggan dari luar, (2) Halama pemesanan sebagai proses pembelian dengan melakukan pemesanan lebih dahulu, (3) Halaman pembayaran untuk barang yang dipesan dengan

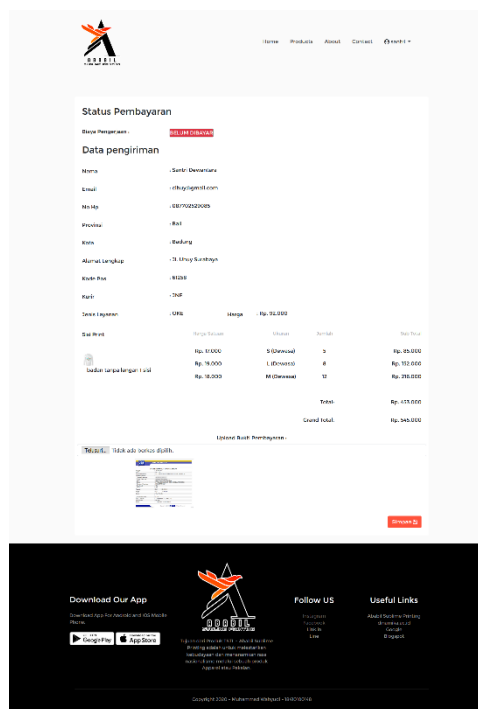
memberikan bukti transfer yang telah dilakukan, (4) Halaman status pembayaran pelanggan untuk mengetahui status pembayaran, (5) Halaman data pengiriman pelanggan yang digunakan memonitor pengiriman barang yang telah dikirim, (5) Halaman dashboard untuk memonitoring semua kegiatan transaksi mulai dari pemesanan sampai pengiriman untuk mengetahui banyaknya penjualan dan layanan yang telah selesai dilakukan. Beberapa tampilan halaman bisa di lihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Halaman Utama pelanggan website



Gambar 2. Halaman pemesanan pelanggan



Gambar 3. Halaman status pembayaran pelanggan

Hasil kegiatan dari kegiatan ini adalah fitur – fitur yang ada dalam program telah sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Kegiatan pelatihan juga menjelaskan cara menjalankan website tersebut kepada UMKM sehingga setelah selesai program pengabdian keadaa masyarakat, pihak UMKM dapat menjalankan program sendiri tanpa bantuan pelaksana Pengabdian kepada masyarakat yaitu Dosen dan Mahasiswa .



Gambar 4. *Screen Shot* saat pelatihan secara online (daring)

## **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Setelah dilakukan menyerahkan sistem informasi pemasaran beserta transaksi penjualan, dan dilanjutkan dengan pelatihan tentang penggunaan teknologi internet dan website sistem informasi, UMKM dapat lebih optimal dalam melakukan transaksi dan promosi dengan sistem *online*. Kemudian para pengelola UMKM juga mendapatkan informasi yang dihasilkan dari sistem yang dihasilkan dalam waktu yang cepat tanpa menunggu proses secara manual.

Manfaat lain yang diperoleh selain perubahan layanan dari cara offline ke arah online, juga meningkatkan pendapatan dan peningkatana layanan dari UMKM sehingga sistem dan pelatihan yang diadakan dipoandang sangat membantu dalam ikut meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat khusus UMKM.

## **SIMPULAN**

Pemanfaatan teknologi infomasi dan dalam kegiatan UMKM sangatlah penting baik dalam kegiatan transssksi maupun prmosi. Pemanfaatan teknologi informasi ini juga bertujuan agar dapat mengoptimalkan hasil usaha yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan yakni terjadinya peningkatan layanan dan peningkatkan pendapatata. Namun pemakaian teknologi infomasi juga membutuhkan Sumber Daya Manusia yang cukup handal, juga kebutuhan perangkat elektroniknya. Tapi semakin sering diadakan pelatihan dengan memberikan wawasan tentang teknologi informasi maka akan dapat meningkatkan *skill* serta kesadaran Sumber Daya Manusia akan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi tersebut dalam rangka memajukan segala bentuk kegiatan usaha

khususnya UMKM.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak Herwanto selaku Pemilik UMKM Ababil Sublime Printing yang senantiasa berpartisipasi aktif dalam semua agenda kami.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Budianto. Apri. 2015. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Ombak  
Mulyadi. 2016. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat  
Pressman. R. 2015. Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi Buku 1. Yogyakarta: Andi.

## **Pelatihan UI/UX Dan Wordpress Dalam Pembuatan Website Untuk Mendukung Startup Bagi Pemula**

**Ayouvi Poernawardhanie<sup>1</sup>, Endra Rahmawati<sup>2</sup>, Norma Ningsih<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi S1 Sistem Informasi, Universitas Dinamika Surabaya  
Email : ayouvi@dinamika.ac.id

### **ABSTRAK**

Semakin pesatnya perkembangan dunia digital saat ini banyak memunculkan peluang-peluang dalam usaha bisnis, salah satunya adalah dengan membuat startup yang dapat membantu mengatasi permasalahan sosial di masyarakat. Namun, tingkat kesuksesan dalam mendirikan sebuah startup digital di Indonesia masih sangatlah rendah hanya sekitar 5% saja yang dapat terus bertahan. Oleh sebab itu, dibutuhkan kemampuan bagi generasi muda dalam mempersiapkan startup baik secara internal maupun eksternal, mengetahui bagaimana mendesain UI/UX (*user interface/user experience*) aplikasi yang baik, dan mampu membuat aplikasi berbasis website untuk menunjang proses bisnisnya nanti. Pelatihan dibidang startup ini dilaksanakan secara online dan ditujukan bagi siswa-siswi SMA/SMK dan mahasiswa di seluruh Indonesia yang tertarik pada dunia startup. Hasil dari pelatihan yang didapatkan dari penyebaran kuesioner setelah acara berlangsung adalah pelatihan ini sangat bermanfaat karena peserta tidak hanya belajar secara teori saja namun juga ada praktiknya. Selain itu, untuk kedepannya diharapkan diadakan webinar seperti ini lagi dengan topik seputar teknologi informasi.

**Kata Kunci :** *Startup, UI/UX, Wordpress, Pelatihan*

### **ABSTRACT**

*The more rapid development of the digital world today has created many opportunities in business ventures, one of which is by creating startups that can help overcome social problems in society. However, the level of success in establishing a digital startup in Indonesia is still very low, only about 5% of which can continue to survive. Therefore, it takes the ability of the younger generation to prepare startups both internally and externally, knowing how to design a good UI / UX (user interface / user experience) application, and being able to create website-based applications to support their business processes later. This startup training is conducted online and is aimed at high school / vocational high school students and students all over Indonesia who are interested in the startup world. The results of the training obtained from distributing questionnaires after the event were that this training was very useful because the participants did not only learn in theory but also practice. In addition, in the future, it is hoped that another webinar like this will be held with topics related to information technology.*

**Keyword :** *Startup, UI/UX, Wordpress, Training*

### **PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini banyak memunculkan peluang – peluang bisnis dalam rangka untuk membantu mengatasi permasalahan sosial di sekitar kita. Salah satu solusinya adalah dengan membangun startup yang mana merupakan sebuah perusahaan rintisan yang berisikan hanya segelintir orang (Agustian & Roikhan, 2020) dan memiliki tujuan untuk memberikan solusi masalah-masalah yang ada di sekitar masyarakat dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan internet (Santika, Yunizar, & Muizu, 2020).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pertumbuhan pengguna internet di pulau Jawa sekitar 51% dari total penduduk Indonesia. Hal tersebut tentu saja merupakan sasaran pasar yang menggiurkan bagi para pengusaha bisnis rintisan atau startup dalam pengembangan bisnisnya nanti (Nugraha & Wahyuhastuti, 2017). Namun, menurut Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo), Rudiantara dalam (Yadika, 2019) menjelaskan bahwa dalam skala internasional, tingkat kesuksesan mendirikan startup di Indonesia memang masih rendah, hanya 5% saja yang dapat terus bertahan. Selain itu, menurut laporan Bureau of Labor Statistic (BLS), sekitar 50% perusahaan rintisan gagal di empat tahun pertamanya mendirikan bisnis, sedangkan 19% startup gagal karena ketatnya persaingan bisnis dan sisanya 18% gagal disebabkan masalah pricing, membuat produk yang salah hingga tidak adanya *engagement* dengan penggunanya (Prasetya, 2019).

Meningkatkan keterlibatan (*engagement*) pengguna layanan di tengah gempuran persaingan berbagai produk/jasa merupakan tantangan tersendiri bagi pengusaha bisnis rintisan digital. Apalagi, berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), jumlah startup di Indonesia hingga Februari 2019 telah mencapai 2.070 dengan pertumbuhan tertinggi di tiga sektor, yaitu *on-demand services*, *financial technology (fintech)*, dan *e-commerce*. Oleh sebab itu, salah satu cara untuk meningkatkan engagement dan retensi pengguna adalah dengan membuat mereka nyaman saat menggunakan produk digital. Kenyamanan bisa dicapai dengan bermacam cara, antara lain dengan menghadirkan *user interface* dan *user experience (UI/UX)* terbaik (Harni, 2019).

Dengan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra kami, yang sebagian besar merupakan anak muda baik itu kalangan pelajar SMA/SMK maupun mahasiswa yang ingin mendirikan sebuah startup yaitu [1] Bagaimana langkah awal dalam membangun sebuah bisnis digital atau startup dan apa saja yang harus dipersiapkan bagi para pemula?, [2] Bagaimana merancang UI/UX pada sebuah aplikasi startup?, dan [3] Bagaimana membuat aplikasi website berbasis wordpress?.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pelatihan startup for beginner kepada seluruh siswa SMA/SMK dan mahasiswa di seluruh Indonesia secara garis besar dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini :

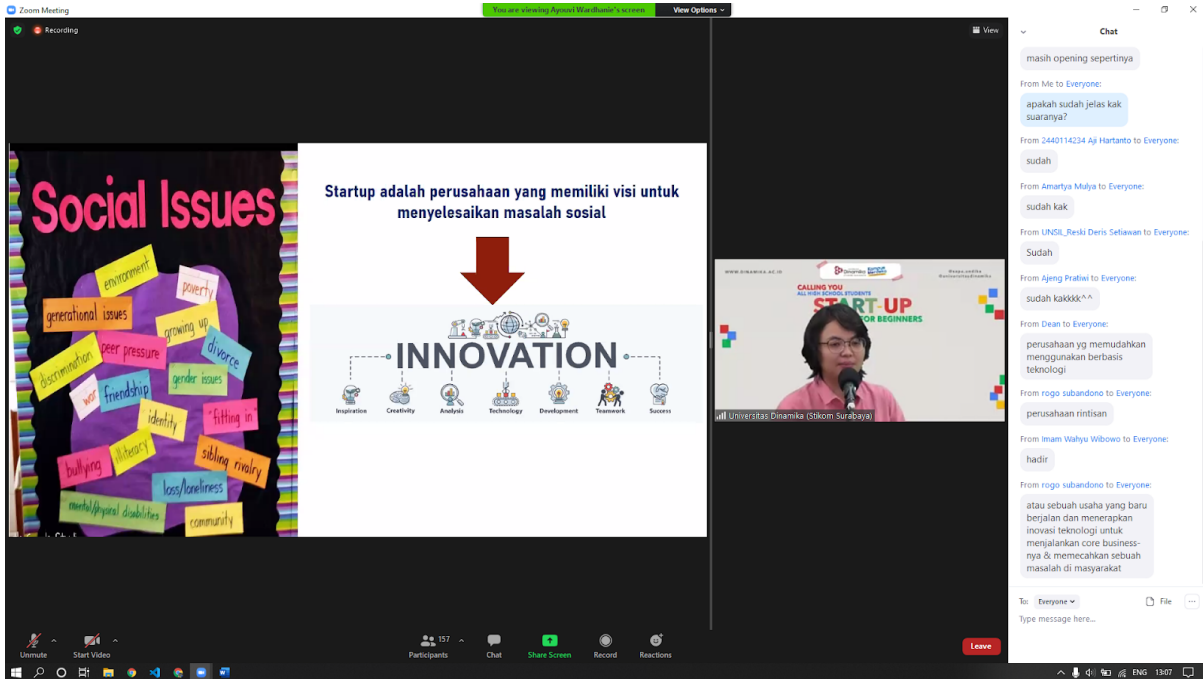


Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

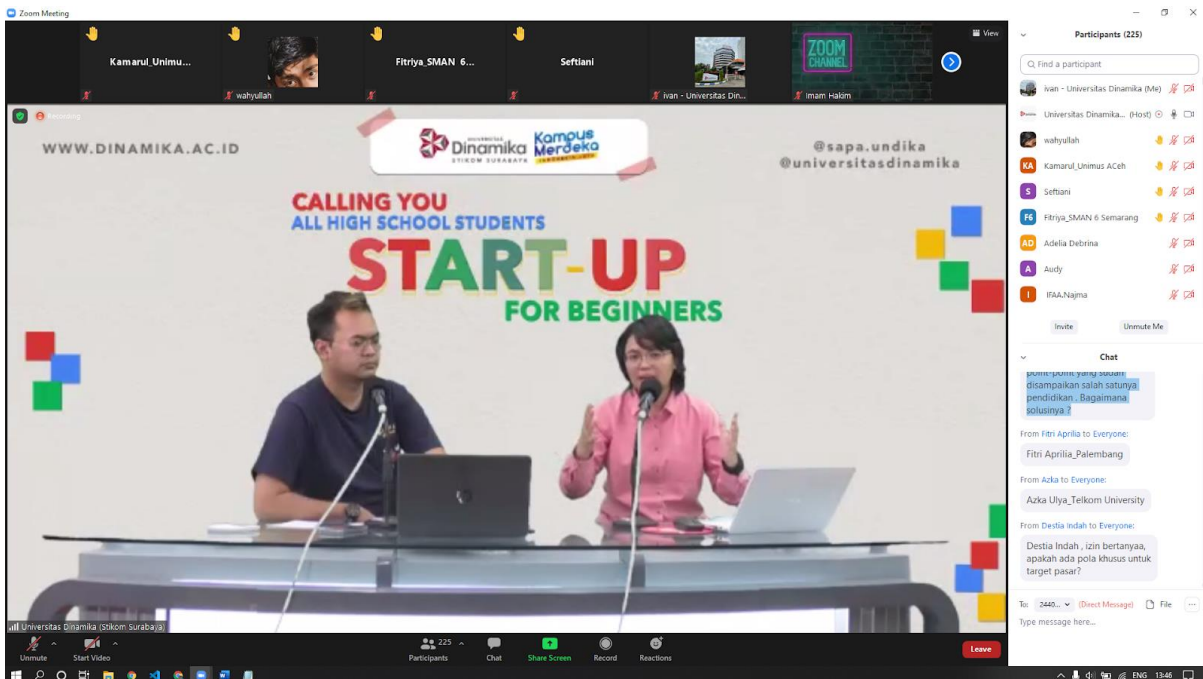
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini bersifat online, dengan jumlah peserta sekitar 207 orang yang terdiri dari siswa SMA/SMK dan Mahasiswa di seluruh Indonesia dan dilaksanakan selama dua hari yakni hari Kamis / 6 Mei 2021 dan Jumat / 7 Mei 2021 dimulai pada pukul 13.00 – 16.00 WIB. Pelatihan ini dilakukan melalui aplikasi Zoom dan terbuka untuk umum agar memudahkan siapa saja khususnya siswa SMA/SMK dan mahasiswa yang ingin belajar tentang startup, bagaimana cara mendesain UI/UX dan sekaligus membuat aplikasi khususnya yang berbasis website. Meskipun pelatihan ini dilaksanakan secara virtual dan berlangsung selama dua hari, namun tidak mengurangi antusias peserta untuk terus mengikuti pelatihan ini sampai selesai, seperti yang terlihat pada gambar dokumentasi dibawah ini :

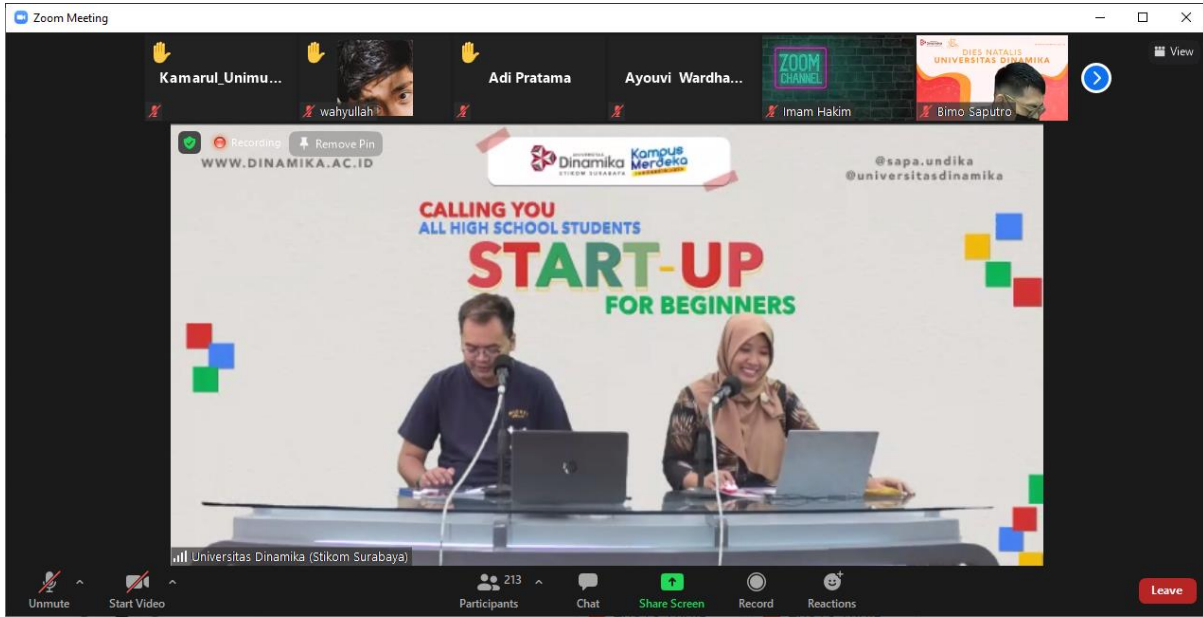
Pelatihan sesi 1 tentang bagaimana konsep dan langkah-langkah yang harus dipersiapkan dalam membuat startup dan merancang desain UI/UX.



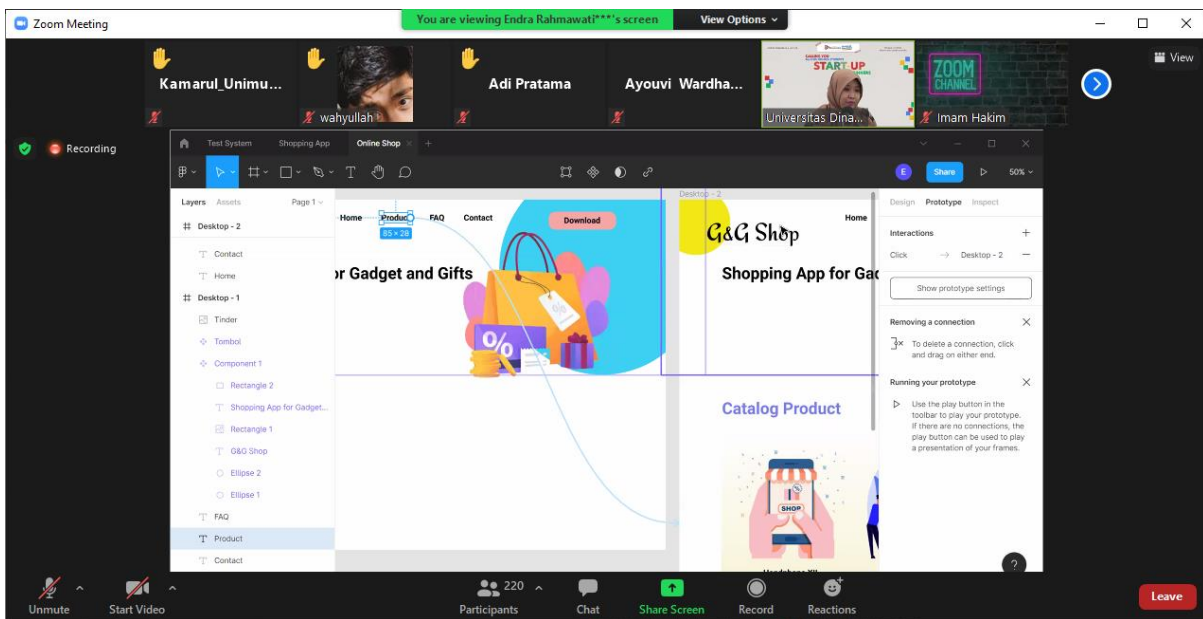
Gambar 2. Pemaparan pemateri pertama tentang konsep Startup



Gambar 3. Sesi tanya jawab

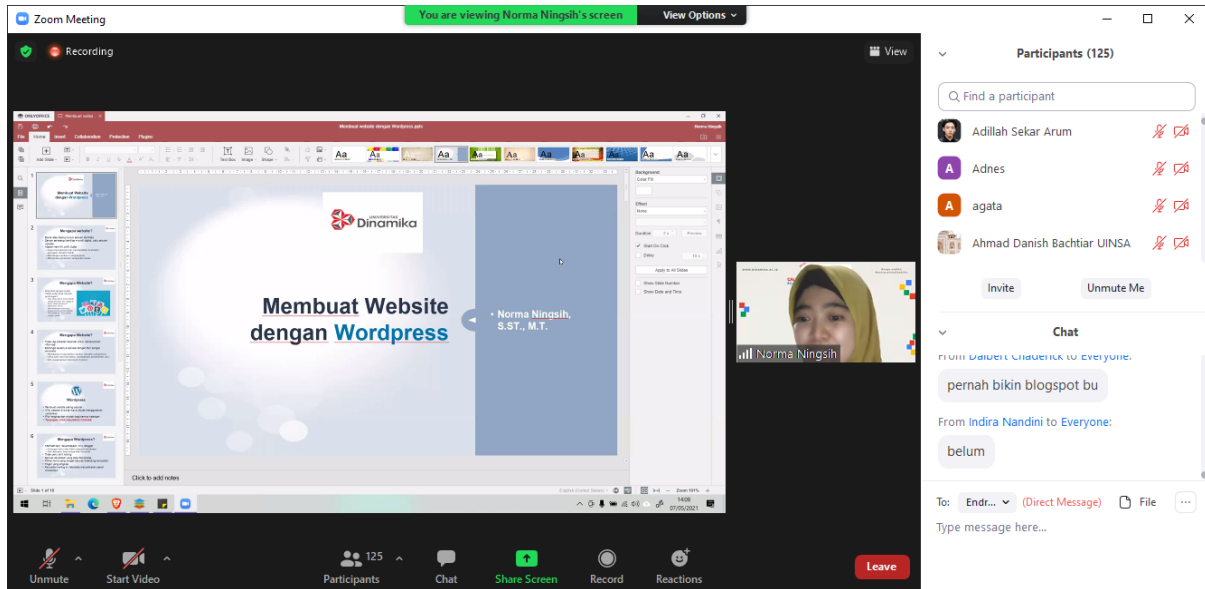


Gambar 4. Pemaparan pemateri ke dua tentang mendesain UI/UX

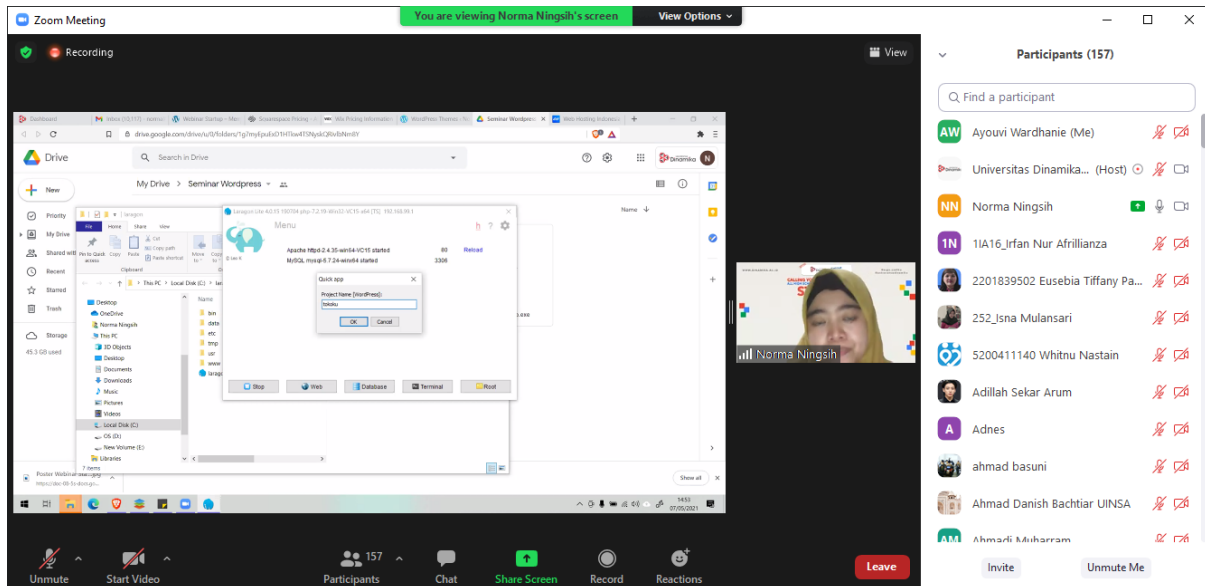


Gambar 5. Praktik mendesain UI/UX pada aplikasi

Pelatihan sesi 2 tentang bagaimana membuat aplikasi website menggunakan wordpress.



Gambar 6. Penjelasan pemateri ketiga terkait pembuatan website dengan wordpress



Gambar 7. Praktik pembuatan aplikasi website

Hasil yang diharapkan dari program pengabdian masyarakat ini adalah para generasi muda Indonesia khususnya siswa-siswi SMA/SMK dan mahasiswa dapat mulai mempersiapkan bisnis rintisan / startupnya berbasis digital dengan baik untuk mengurangi resiko kegagalan di masa depan, serta untuk *sharing* ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait topik yang disampaikan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar ke seluruh peserta pelatihan online, didapatkan beberapa contoh hasil seperti yang terlihat pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Kuesioner

<b>Nama</b>	<b>Asal Sekolah</b>	<b>Kritik &amp; Saran</b>	<b>Tema yang diinginkan untuk ke depannya</b>
Tissa Octaviani Dewi Paramita	SMAN 1 Cileungsi	Sudah baik, narasumbernya juga sudah menjelaskan secara rinci dan pelan-pelan.	Coding
Febrina Ade Susianti	Universitas Dr.Soetomo	Sudah bagus sekali webinar nya sudah oke, lanjutkan.	Security system
Dewa Ayu Gandhi Pratiwi	Universitas Udayana	Penyampaian materi sudah baik dan ada prakteknya.	Laravel
Aldy Lesmana	IBK Kosgoro 1957	Tidak ada, saya justru baru tau ada membuat UI lebih mudah menggunakan figma terimakasih atas ilmunya.	Apa saja tentang sekitar komputer/ coding
Wahyu Dwi Kurniawan	Universitas Muhammadiyah Purworejo	Acara sudah berjalan dengan baik, semoga kedepannya semakin baik.	Proses pengusaha bangkit dari kegagalan
Gregorius Kristian Angger Pinasthika	SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi	Switchingnya alus, videonya good, audionya minus. Terimakasih.	Yang berhubungan dengan teknologi informasi
Amartya Mulya Prameswhari	SMAN 1 PLAYEN	Pemateri dan hostnya sangat seru, terimakasih ilmunya.	Tentang menjaga kesehatan mental pada remaja
Keisha Keiana	SMP Negeri 5 Bandung	Sudah bagus banget eventnya! Terima kasih untuk para panitia semua! Tetap semangat yaa, bagi-bagi ilmunya!	Public Speaking
Norma Deviani	Universitas Sari Mulia, Banjarmasin	Suara dari narasumber yang kurang jelas, agar apabila ada webinar lagi dapat dipersiapkan dengan lebih baik lagi.	cara pengembangan bisnis start up
Isna Mulansari	Universitas Muria Kudus	Sangat bermanfaat sekali ilmunya.	Desain grafis menggunakan corel

## **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Setelah dilakukan pelatihan ini peserta mendapat pengetahuan yang memadai terutama dalam menyiapkan dan merintis *startup* mulai dari sisi bisnis dan teknologi dimana sudah dipaparkan terkait konsep dan cara membuat desain *UI/UX* dan *Wordpress* sehingga dapat membuat website penjualan secara langsung untuk mendukung bisnis yang ingin dikembangkan. dalam sisi bisnis diberikan materi terkait dengan langkah-langkah dalam membangun *startup*, inovasi serta kebutuhan yang dibutuhkan sehingga dengan pengetahuan yang telah diberikan peserta bisa lebih siap dan lebih optimal untuk membuat *startup* yang telah didukung dengan teknologi.

## **SIMPULAN**

Adapun beberapa hal penting yang telah dihasilkan adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan telah dilaksanakan selama dua hari, terhitung dimulai pada tanggal 6 – 7 Mei 2021 pada pukul 13.00 – 16.00 WIB dikarenakan materi yang disampaikan cukup banyak dan padat.
2. Pelatihan dilakukan secara online menggunakan aplikasi Zoom dikarenakan mudah di akses oleh seluruh peserta yang terdiri atas siswa-siswi SMA/SMK dan mahasiswa di seluruh Indonesia yang sangat ingin belajar dan mendapatkan pengetahuan di bidang *startup*, desain aplikasi *UI/UX*, dan membuat website menggunakan *wordpress*.
3. Jumlah peserta selama dua hari pelatihan berkisar antara 180 – 200 orang, dan berdasarkan hasil kuesioner menyebutkan bahwa materi yang diberikan sangat bermanfaat karena tidak hanya berupa teori saja tapi juga terdapat praktiknya, sehingga untuk selanjutnya diharapkan dapat diadakan webinar seperti ini lagi.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (Penmaru) dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dinamika Surabaya sehingga pelatihan *Startup for Beginner* ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar, selain itu juga kepada seluruh peserta pelatihan yang tersebar di seluruh Indonesia atas partisipasinya dan antusiasme dalam mengikuti pelatihan selama dua hari sampai selesai.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agustian, L. N., & Roikhan. (2020). Efektivitas Bisnis Startup Digital Pt. Jojo Nomic Ndongesia Dalam Nilai Keuntungan Dan Ibadah Era Covid-19. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1-9.
- Harni, D. (2019, Mei 16). *Mengapa UX Design Penting untuk Memenuhi Kepuasan Pengguna?* Retrieved from TECHINASIA: <https://id.techinasia.com/ux-design-untuk-kepuasan-pengguna>
- Nugraha, A. E., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start Up Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *Jurnal NUSAMBA* , Vol 2, No.1.
- Prasetya, G. (2019, Februari 25). *90% Bisnis/Startup Gagal, Ini Salah Satu Cara Agar Kamu Tak Ikut Mengalaminya.* Retrieved from TECHINASIA: <https://id.techinasia.com/edu/90-persen-bisnis-startup-gagal-ini-tip-mencegahnya/>
- Santika, S., Yunizar, & Muizu, W. Z. (2020). Pengaruh Persepsi Mengenai Startup Terhadap Pilihan Berkarir Dibidang Startup Melalui Motivasi Pada Mahasiswa Generasi Y Dan Generasi Z Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol 4, No.3.
- Yadika, B. (2019, Oktober 8). *Menkominfo: Lebih Banyak Startup Gagal Dibanding Berhasil di Indonesia.* Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/menkominfo-lebih-banyak-startup-gagal-dibanding-berhasil-di-indonesia.html>

**Strategi Pemberdayaan UMKM Makanan  
Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19  
Di Desa Slempit Kedamean Gresik**

**Nurdina<sup>1</sup>, Mutiara Rachma Ardhiani<sup>2</sup> Christina Menuk Sri Handayani<sup>3</sup>, Fachrud  
Asj'ari<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : nurdina@unipasby.ac.id

**ABSTRAK**

UMKM berperan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui terserapnya tenaga kerja. Demikian halnya di wilayah Kabupaten Gresik. Banyaknya UMKM menjadi perhatian tersendiri bagi pemerintah setempat. Agar UMKM dapat berperan aktif dalam menjalankan usahanya dibutuhkan studi kelayakan, karena dalam kenyataannya belum semua pemilik melakukan hanya terbatas pada bagaimana menaikkan pendapatan, sehingga perlu pemberdayaan. Pengabdian ini difokuskan pada UMKM Makanan di Desa Slempit Kecamatan Kedamean kabupaten Gresik yang merupakan usaha turun temurun seperti tahu, krupik dan kerajinan. Melalui metode pendampingan membantu memecahkan persoalan yang sedang dihadapi khususnya dalam keberlanjutan usaha dimasa pandemi *Covid-19* agar mampu mengatasi tantangan dengan kreatif, inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia dan pemasaran online. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa dengan adanya motivasi dan pelatihan menunjukkan bahwa terdapat penguatan kapasitas pada pelaku UMKM sehingga mampu mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitarnya.

**Kata Kunci** : Pemberdayaan , UMKM , Makanan , Kearifan Lokal

**ABSTRACT**

*MSMEs play a role in increasing Indonesia's economic growth through the absorption of labor. This is the case in Gresik Regency. The number of MSMEs is a special concern for the local government. So that MSMEs can play an active role in running their business, a feasibility study is needed, because in reality not all owners have done only limited to how to increase income, so empowerment is needed. This service is focused on MSME Food in Slempit Village, Kedamean District, Gresik Regency which is a hereditary business such as tofu, crackers and crafts. Through the mentoring method, it helps to solve problems that are being faced, especially in business sustainability during the Covid-19 pandemic in order to be able to overcome challenges creatively, product innovation, human resource development and online marketing. The results of the service show that the existence of motivation and training shows that there is a strengthening of the capacity of MSME actors so that they are able to develop businesses and increase the income of the surrounding community.*

**Keywords:** Empowerment, UMKM, Food, Local Wisdom

**PENDAHULUAN**

Salah satu desa di wilayah kecamatan Kedamean adalah desa Slempit. Desa ini berbatasan dengan desa Tulung, desa Belahanrejo, desa Turirejo dan desa Sidoraharjo

serta berada di perbatasan Kabupaten Mojokerto. Selain sebagai petani, profesi penduduk desa Slempit sebagai pelaku usaha Usaha Mikro Kecil di bidang industri, perdagangan, dan jasa seperti usaha industri tahu, krupuk yang sudah berkembang lama. Banyaknya industri kecil di desa Slempit dapat memberi kontribusi penting untuk meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya di Kabupaten Gresik sebelum masa pandemi *Covid-19*.

Wabah *Covid-19* menyebabkan beberapa sektor industri termasuk UMKM di Kabupaten Gresik juga terdampak. Seperti yang disampaikan Diskoperindag (2020) bahwa UMKM di Kabupaten Gresik kondisinya terancam tutup, karena pandemi *Covid-19*. Sebanyak 192.641 UMKM di Kabupaten Gresik, dengan komposisi usaha di sektor mikro sejumlah 171.105, 20.023 melakukan usaha kategori usaha kecil, dan berada pada kategori usaha menengah sebanyak 1.513.

Saat situasi krisis seperti saat ini diperlukan perlakuan khusus kepada UMKM yang berkontribusi besar dalam PDB nasional dan menjadi salah satu sumber penyerapan jumlah pengangguran. Di negara berkembang, keberadaan UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Prasetyo 2020). UMKM dianggap sebagai pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, karena membantu menciptakan peluang kerja, meningkatkan standar hidup dan mengurangi jumlah kemiskinan (Zeb and Ihsan 2020).

Keterbatasan mengakses informasi tenaga kerja, jangkauan pasar dan strategisnya lokasi merupakan tantangan yang dihadapi UMKM. UMKM tahu dan krupuk tetap konsisten melakukan promosi. Promosi dilakukan melalui kerjasama dengan penyelenggara promosi yang diadakan oleh pemerintah daerah kabupaten setempat, dengan cara membuka lapak di tempat-tempat pariwisata, membuka lapak di sentra kuliner, serta dengan memanfaatkan media sosial. Identifikasi faktor-faktor secara internal dan eksternal dibutuhkan dalam pemilihan strategi pemasaran. Strategi tersebut bagian dari manajemen strategi yang meliputi proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, pengendalian berbagai keputusan serta tindakan strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif (Solihin, 2012). Melalui manajemen strategi dapat menilai usaha dan industri yang dilakukan termasuk menilai kompetitornya dan menetapkan tujuan untuk mengungguli pesaingnya saat sekarang maupun yang akan datang. Proses perencanaan dalam organisasi meliputi proses merumuskan tujuan (*goal*) dan proses merumuskan strategi (*strategy*). Manajemen strategis berfokus pada upaya untuk memadukan komponen dalam suatu organisasi agar dapat mencapai keberhasilan seperti komponen manajemen SDM, organisasi, keuangan, pemasaran, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi secara manual maupun komputerisasi.

Hasil identifikasi secara cermat mampu meningkatkan keunggulan bersaing secara tepat untuk bertahan dalam kondisi seperti sekarang ini. Analisis lingkungan eksternal dan internal dapat dilihat dari keunggulan, kelemahan, kesempatan, peluang dan ancaman yang dihadapi (Abdika, 2014).

Upaya meningkatkan pemasaran terpusat pada produk dan faktor lingkungan eksternal seperti persaingan, kebijakan dan aturan pemerintah, sosial budaya, demografi, hukum, politik dan teknologi. Tantangan utama UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital adalah mampu menggunakan teknologi informasi. Pemasaran melalui *website*, *marketplace* belum banyak, sehingga produk atau layanan UMKM yang dipasarkan belum dapat menjangkau pasar-pasar di luar daerah dan pelosok, serta belum mampu bersaing dengan usaha besar lain yang telah dikenal melalui layanan jasa internet dan mampu *go-Internasional*.

Kondisi ini didukung hasil survey Tikno dan Amelia (2019), bahwa dari 253 UMKM jasa, manufaktur dan retail di Kabupaten Gresik ditemukan bahwa 15% memiliki *website*, 74% belum dan ingin mempunyai *website* dan sisanya 11% belum dan tidak menginginkan *website*. Demikian halnya informasi dari media sosial (Detik Online,2017) dari jumlah UMKM yang mencapai 60 juta termasuk yang berada di Kabupaten Gresik hanya 8% atau berkisar 3,79 juta pelaku usaha yang memanfaatkan *platform on-line* dalam memasarkan produknya.

Memperhatikan kondisi di atas tim pengabdian masyarakat dari FEB UNIPA Surabaya bergerak untuk melakukan pengabdian di Desa Slempit, Kedamean Gresik. Dipilihnya Desa Slempit sebagai tempat untuk pengabdian masyarakat karena desa tersebut mempunyai potensi kompetensi inti daerah, dimana mata pencaharian masyarakatnya bertani dan menjalankan usaha UMKM. Hasil survey menunjukkan terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain daya beli masyarakat menurun akibat pandemi *covid-19*. Hal itu membuat permintaan produk UMKM turun beberapa bulan terakhir. Salah satu produksi UMKM di Desa Slempit yang utama adalah tahu dan kerupuk. Dari hasil survey yang telah dilakukan, selama masa pandemi jumlah pendapatan UMKM di desa Slempit mengalami penurunan, karena kurangnya inovasi produk dan sistem pemasaran yang masih manual. Melihat kondisi seperti ini maka bergerak untuk membantu memberdayakan dan memecahkan permasalahan dengan memberikan pendampingan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kurangnya pengetahuan tentang inovasi produk dan sistem pemasaran yang masih manual pada UMKM desa Slempit Kedamean Gresik merupakan hasil identifikasi permasalahan yang didapatkan Tim pengabdian masyarakat dari FEB UNIPA Surabaya dengan UMKM dan Perangkat desa setempat. Memperhatikan hal tersebut, tim pengabdian memberikan solusi pemecahan masalah dengan menggunakan metode sebagai berikut:

### **1. Observasi dan Wawancara**

Metode ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap berbagai peluang usaha dan aktifitas pemasaran yang dapat dilakukan UMKM di masa pandemic *covid 19*.

### **2. Penyuluhan**

Metode ceramah dipilih untuk mempermudah menyajikan konsep penting agar mudah dipahami dan dikuasai pelaku UMKM. Materi penyuluhan dan diskusi berupa pengetahuan tentang strategi pemberdayaan UMKM makanan berbasis kearifan lokal.

### 3. Pendampingan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk mempraktekkan program yang ditawarkan oleh tim berkaitan dengan inovasi produk serta memperluas pemasaran *online*.

### 4. Evaluasi Pelaksanaan

Pada tahap ini tim pengabdian melihat keberhasilan program yang telah dilakukan. Tim melakukan monitoring melalui wawancara dan melihat langsung kegiatan pelaku UMKM dan didiskusikan permasalahan serta ditawarkan alternatif pemecahan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM beserta kriterianya diatur undang-undang seperti dibawah ini :1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki perseorangan atau badan usaha dengan aset bersih (kecuali tanah dan bangunan) pertahun tidak lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) atau mempunyai hasil penjualan terbanyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah); 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang didirikan oleh perorangan atau badan usaha, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan aset bersih tidak termasuk tanah dan bangunan diatas Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) atau hasil penjualan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) per tahun; 3) Usaha Menengah, usaha produktif dikelola perorangan atau badan usaha dan bukan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki usaha besar dengan hasil penjualan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) pertahun.(UU Nomor 20 Tahun 2008).

Adi Fahrudin (2012) menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM sebagai usaha untuk membantu usaha perseorangan atau badan usaha perseorangan sesuai dengan kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. Upaya memanfaatkan potensi yang dimiliki dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kemampuan, maka pemberdayaan usaha kecil ini diutamakan untuk memaksimalkan sumber daya. Seperti diketahui bahwa pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan potensi UMKM agar berpeluang hidup dan berkembang serta dapat bersaing secara sehat. Melalui pemberdayaan, UMKM diharapkan tumbuh secara optimal dalam memanfaatkan peluang dan dapat mengatasi permasalahan kelemahan yang dimiliki serta menghadapi tantangan seperti sekarang ini.

Pemberdayaan adalah usaha meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan kesejahteraan melalui berbagai kebijakan, bermacam-macam program, serta beraneka ragam kegiatan sesuai dengan permasalahan dan prioritas kebutuhan yang berada di masyarakat. (Undang-undang RI No. 6 Tahun 2014). Totok dan Poerwoko (2012)

mendefinisikan pemberdayaan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok, dan masyarakat luas, agar mereka mampu memilih dan mengawasi lingkungannya dalam memenuhi keinginannya, termasuk aksesibilitas sumberdaya berkaitan dengan bidang kerja dan kegiatan sosialnya. Rahman Mulyawan (2012) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses motivasi dan keterampilan dalam mengambil keputusan yang dilakukan kelompok masyarakat berdasar sumber daya secara pribadi, pembelajaran, pengalaman kegiatan sosial, partisipasi, demokratisasi, serta tujuan usaha dalam meningkatkan harkat dan martabat masyarakat.

Pemberdayaan UMKM diarahkan pada peningkatan inovasi produk dan pemasaran *online*, agar dapat meningkatkan kinerja dalam menghasilkan produk berdaya saing tinggi dengan berbasis pada kearifan lokal. Kearifan lokal didefinisikan sebagai falsafah hidup yang berkembang dan dimiliki bersama- sama dalam kelompok serta diwariskan secara turun menurun dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat. Tumanggor (2007) berpendapat kearifan lokal berupa kegiatan atau aktifitas masyarakat lokal dalam menjawab tantangan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam adat istiadat atau tradisi kehidupan manusia terdapat kearifan adat berupa nilai spesifik yang menjunjung adat dan tradisi pada masyarakat tertentu. Pengetahuan yang diakui akal dan dianggap baik oleh agama mendasari kearifan adat. Secara alamiah mengandung kebaikan (Piutanti, 2015). Alfian (2013) menyatakan bahwa kearifan lokal dapat disebut sebagai pengetahuan dan pandangan hidup yang dapat berupa aktifitas masyarakat lokal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kearifan lokal sebagai identitas kepribadian bangsa yang mampu menyerap kebudayaan luar. Kearifan lokal (*local wisdom*) diartikan juga sebagai kebijakan lokal atau setempat, nilai budaya masyarakat lokal/setempat (*indigenous community*) dan kebiasaan masyarakat setempat (Fajarini,2014).

Peningkatan daya saing dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi diperlukan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Prioritas strategi peningkatan strategi UMKM adalah inovasi produk dan memperluas pemasaran *online*.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, maka upaya tim pengabdian pada masyarakat FEB UNIPA Surabaya adalah dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan tentang inovasi produk dan cara memperluas pemasaran *online* kepada pelaku UMKM di desa Slempit, kecamatan Kedamean, Gresik. Upaya ini membantu pelaku UMKM. untuk dapat tumbuh dan berkembang, hingga dapat membantu meningkatkan daya saing. Kegiatan pemberdayaan UMKM Makanan berbasis kearifan lokal dilakukan dengan:

1. Penyuluhan peningkatan inovasi produk.

Masa pandemi covid -19 bukan suatu penghalang untuk terus dapat menghasilkan beragam produk makanan. Kegiatan penyuluhan ini memotivasi pelaku UMKM untuk meningkatkan kreativitas olahan produk, sehingga dapat meningkatkan daya saing. Produk andalan desa Slempit adalah tahu dan krupuk. Hasil perikanan khas Gresik yang

mendukung adalah bandeng. Untuk pengembangan dua produk tersebut dapat dikreasikan dengan mengolah tahu menjadi kripik tahu. Sedangkan krupuk dapat diolah dan dikembangkan menjadi krupuk dengan kombinasi bahan dari hasil perikanan yaitu menjadi krupuk bandeng, krupuk udang, krupuk ikan. Kegiatan ini dilakukan sebagai usaha menumbuhkan rasa percaya diri dan meningkatkan ketrampilan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan. Hasil tersebut diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat menjadi lebih baik dan memperluas lapangan pekerjaan.

## 2. Penyuluhan memperluas pemasaran *online*.

Pandemi covid-19 memberikan dampak negatif bagi UMKM dengan dampak terbesar pada penurunan penjualan, sehingga perlu adanya perubahan perilaku pemasaran produk UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan masyarakat tentang pemasaran melalui media online baik pemanfaatan media sosial maupun memasarkan produk melalui *marketplace*. Penyuluhan yang dilakukan tim pengabdian adalah dengan mengenalkan dan menjelaskan cara menggunakan media online, seperti aplikasi *marketplace* yang meliputi *shoppe*, *tokopedia*, *bukalapak* dan cara penggunaan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook*. Pemasaran dapat melalui publikasi video dan foto produk di akun media sosial secara intensif. Penjualan produk UMKM dengan memanfaatkan media online sangat penting, karena kondisi pasar sepi di tengah pandemi Covid-19. Kegiatan pemasaran *online* memberi dampak positif terhadap peningkatan omzet penjualan, karena dapat menjangkau konsumen lebih luas.

## **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

### **A. Dampak**

Dampak kegiatan yang dilakukan bagi masyarakat adalah:

1. Membangun kesadaran masyarakat dalam upaya pemanfaatan tahu, bandeng, udang, ikan menjadi berbagai macam produk olahan kripik dan krupuk yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat
2. Peningkatan ketrampilan dalam pengelolaan tahu bandeng, udang, ikan menjadi berbagai macam makanan yang menjadi ciri khas yang dimiliki masyarakat setempat.
3. Model pemberdayaan pemasaran online memberi pengetahuan dan pengalaman yang berbeda untuk mengembangkan produk dan pemasaran.
4. Media pemasaran online mendorong pelaku UMKM untuk belajar memahami pergeseran karakteristik konsumen dari tradisional ke arah pasar digital.

### **.Manfaat**

Manfaat yang didapatkan setelah mengikuti kegiatan yaitu:

1. Masyarakat di Desa Slempit Kedamean Gresik dapat meningkatkan wawasan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengolah tahu, bandeng, udang, ikan menjadi berbagai macam produk krupuk dan kripik, untuk meningkatkan

- pendapatan masyarakat.
2. Penggunaan pemasaran melalui *marketplace* dan media social memberi pengaruh positif pada kegiatan produksi dan distribusi selama pandemi, sehingga UMKM mampu bertahan dan bernilai ekonomis.
  3. Kegiatan PPM ini memberikan suatu solusi mengembangkan potensi desa untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

## **SIMPULAN**

Pemberdayaan UMKM makanan berbasis kearifan lokal merupakan penempatan nilai budaya lokal sebagai upaya menanggulangi kemiskinan. Pemberdayaan UMKM Makanan di Desa Slempit Kedamaian Gresik dilakukan dengan penyuluhan dan pendampingan pengolahan sumber daya lokal, seperti tahu, bandeng, udang, ikan menjadi produk olahan krupuk dan kripik. Pengolahan produk berpotensi mampu mengatasi tantangan dengan kreatif, inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia dan pemasaran online sehingga dapat mengembangkan usaha dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat disekitarnya.

Program pemasaran online menjadi pilihan strategi pemasaran produk UMKM agar tetap bertahan dimasa pandemi sekarang ini. Pemberdayaan ini memberi kesempatan UMKM memulai usaha dengan sistem *online* pada aplikasi *marketplace* seperti *shoppe*, *tokopedia*, *bukalapak* atau dengan memanfaatkan pasar media sosial *whatsapp*, *instagram*, *facebook*.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terlaksananya kegiatan tersebut atas kerjasama yang baik dari berbagai unsur, sehingga kami sampaikan rasa terima kasih untuk:

1. LPPM UNIPA Surabaya yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Dekan dan Ketua Program Studi di lingkungan FEB UNIPA Surabaya terima kasih atas dukungan yang diberikan.
3. Perangkat Desa Slempit Kedamean Gresik atas kesediaannya memberikan kesempatan waktu dan tempat kepada tim dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.
4. Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta mahasiswa yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdika, B. (2014). Analisis Formulasi Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran UMKM Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Dan AHP (Studi Kasus Pada UMKM Penghasil Kerajinan Sulam Usus Aan Ibrahim). *Skripsi*. Universitas Lampung. Retrieved from <http://digilib.unila.ac.id/4460/>.

- Alfian, Magdalia. (2013). Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diri dan Karakter Bangsa. Prosiding The 5 thn ICSSIS; Ethnicity and Globalization, di Yogyakarta pada tanggal 13-14 Juni 2013.
- Diskoperindag (2020) .No Title, Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perindag Kabupaten Gresik. Available at: [http://gresikkab.go.id/profil/dinas\\_koperasi\\_usaha\\_mikro\\_dan\\_perindag](http://gresikkab.go.id/profil/dinas_koperasi_usaha_mikro_dan_perindag).
- Detik Online (2017) Detik Online. Available at: <https://finance.detik.com/moneter/3374246/50-jutapelaku-umkm-didorong-untuk-bisa-godigital>.
- Fahrudin, Adi. (2012). *Pemberdayaan, Parisipasi, dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Fajarini, Ulfah. (2014). Peranan Kearifan Lokal dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal Sosio Didaktika*,1 (2), 123—130
- Piutanti, R. (2015). Pemaknaan Kembali Kearifan Lokal Dalam Arsitektur (Keterkaitan Manusia, Budaya dan Alam Nusantara). *Seminar Nasional:2015 Finding The Fifth Element. After Water, Earth, Wind, and Fire” Local Wisdom and Cultural Sustainability. Pemaknaan*. Jakarta.
- Prasetyo, P. Eko. (2020). The Role of Government Expenditure and Investment for MSME Growth: Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(10): 471–80.
- Rahman Mulyawan. (2012). *Masyarakat, wilayah dan pembangunan*. In UNPAD Press. Bandung: UNPAD Press.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tikno and Amelia P. (2019). Measuring the moderating effect of age, gender and educational level on UMKM go digital program, in *AIP Conference Proceedings*. doi: 10.1063/1.5098273.
- Totok dan Poerwoko. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Prespektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Tumanggor, R. (2007). Pemberdayaan Kearifan Terpencil. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, 12(01), 1–17.

Undang-Undang No 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa

Zeb, Arooj, and Anjum Ihsan. (2020). Innovation and the Entrepreneurial Performance in Women-Owned Small and Medium-Sized Enterprises in Pakistan. *Women's Studies International Forum* 79 (January).

## **Penerapan Lubang Resapan Biopori Guna Menanggulangi Genangan Air Hujan Di Desa Bohar Kecamatan Taman Sidoarjo**

**Indah Nurhayati<sup>\*1</sup>, Setyo Purwoto<sup>2</sup>, Pungut<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Teknik Lingkungan, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : indahnurhayati@unipasby.ac.id

### **ABSTRAK**

Pada saat intensitas hujan tinggi, Desa Bohar terutama di RW 9 mengalami genangan air dan masyarakat belum memanfaatkan sampah organik rumah tangga secara optimal. Untuk menanggulangi genangan air hujan dan sampah organik salah satu alternatif dengan menggunakan lubang resapan biopori (LRB). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, ketrampilan, dan kesadaran kepada masyarakat tentang pembuatan dan manfaat LRB. Metode pelaksanaan pengabdian diawali dari survey lokasi, penyuluhan dan praktek pembuatan LRB, dan monitoring serta evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah masyarakat memperoleh, pengetahuan dan ketrampilan serta kesadaran membuat LRB; membangun 20 buah LRB; LRB mengurangi genangan air terutama pada saat hujan dengan intensitas hujan tinggi; sampah organik dari rumah tangga diolah menjadi kompos dengan dimasukkan ke dalam LRB.

**Kata kunci:** Genangan air, Lubang Resapan Biopori, Sampah Organik

### **ABSTRACT**

*When the intensity of rain is high, Bohar Village, especially in RW 9, experiences waterlogging and the community has not utilized household organic waste optimally. To cope with rainwater puddles and organic waste, one alternative is to use biopore infiltration holes. This community service activity aims to provide knowledge, skills, and awareness to the community about the manufacture and benefits of biopore infiltration holes. The method of implementing the service begins with a site survey, counseling and practice of making biopore infiltration holes, and monitoring and evaluation. The result of this activity is that the community acquires knowledge and skills as well as awareness of making biopore infiltration holes; build 20 biopore infiltration holes; biopore infiltration holes reduces waterlogging, especially when it rains with high rain intensity; organic waste from households is processed into compost by putting it into the bio pure infiltration holes.*

**Keywords:** *Biopore Infiltration Hole, Organic Waste, Waterlogging*

### **PENDAHULUAN**

Bohar merupakan adalah sebuah desa yang masuk dalam wilayah Kecamatan Taman kabupaten Sidoarjo. Desa Bohar mempunyai luas wilayah 148 ha, terdiri dari 9 RW dengan jumlah penduduk 5902 jiwa (“Kecamatan Taman Dalam Angka,” 2020). Kabupaten Sidoarjo salah satu kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kota Surabaya. Tingginya urbanisasi di Kota Surabaya menyebabkan pertumbuhan perumahan di Sidoarjo juga meningkat. Keadaan

ini membuat infrastruktur pertumbuhan ekonomi terus meningkat. Pertumbuhan perumahan mengakibatkan berkurangnya ruang terbuka hijau dan sawah. Lahan sawah banyak yang beralih fungsi menjadi perumahan. Pada umumnya perumahan juga dilengkapi dengan pengerasan jalan menggunakan, aspal, semen, beton atau paving sehingga membatasi air hujan masuk ke dalam tanah (Purwaningrum et al., 2021).

Pada saat curah hujan tinggi air hujan langsung masuk ke drainase, atau menggenang di pemukiman yang lebih rendah. Air hujan yang jatuh tidak dapat tertampung dalam air tanah, dapat menyebabkan banjir dan genangan air, jika daerah tangkapan air atau tanah sudah jenuh oleh air. Genangan air hujan dan banjir akan mengakibatkan terganggunya aktifitas masyarakat Desa Bohar. Untuk mengatasi banjir selain membersihkan selokan dari sampah juga dilakukan dengan memperbanyak kesempatan air hujan masuk ke dalam tanah, yaitu dengan menambah daerah resapan dan tangkapan air, dengan membuat sumur resapan dan LRB (Yohana et al., 2017). Tanah dengan LRB akan meningkatkan laju infiltrasi air hujan dari 4,5 cm/jam menjadi 38,1 cm/jam, dan 1 buah LRB pada luas tanah 100 m<sup>2</sup> dapat mengurangi debit limpasan 10,82% (Ichsan & Hulalata, 2018)

Pertumbuhan penduduk juga berdampak pada meningkatnya volume sampah rumah tangga. Timbulan sampah rumah tangga dapat memberikan dampak, antara lain lingkungan menjadi kotor, menjadi sumber penyebaran bibit penyakit, menimbulkan bau yang tidak sedap, menyumbat saluran air sehingga dapat mengakibatkan banjir (Purwaningrum et al., 2021).

Kesadaran masyarakat Desa Bohar terhadap pengelolaan lingkungan terutama dalam mengelola sampah organik juga masih rendah. Masyarakat masih banyak yang membakar sampah dan membuang ke sungai. Masyarakat masih mempunyai pemikiran bahwa sampah merupakan bahan yang harus dibuang dan tidak mempunyai kegunaan. Padahal sampah organik dari rumah tangga dapat dijadikan pupuk kompos yang sangat bermanfaat dalam bidang pertanian dan pertamanan. Pihak pemerintah desa juga belum memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan lingkungan warganya. Pemerintahan desa perlu menambah kapasitasnya dalam melindungi dan meningkatkan kesadaran masyarakatnya dalam mengatasi kesehatan lingkungan

Menurut Peraturan Menteri Kehutanan No. 70 tahun 2008 tentang Pedoman Teknis Rehabilitasi Hutan dan Lahan, disebutkan bahwa konservasi tanah dan air, antara lain dilakukan

dengan membuat lubang resapan biopori (LRB). LRB merupakan lubang silinder dengan diameter antara 10-30 cm yang dibuat di dalam tanah dengan kedalaman sekitar 100 cm, berguna untuk menambah penyerapan air hujan (Ikhsan et al., 2019). Menurut Peraturan Menteri Kehutanan No. 70 tahun 2008, LRB adalah teknologi yang ramah lingkungan, yang bermanfaat untuk mengatasi banjir dengan meningkatkan resapan air hujan, mengolah sampah menjadi kompos, mengurangi emisi gas CO<sub>2</sub> dan CH<sub>4</sub>, dan mengatasi penyebaran penyakit yang disebabkan karena genangan seperti demam berdarah dan malaria.

Sampah organik yang dimasukkan ke dalam LRB menjadi makanan mikroorganisme di dalam tanah, sehingga sampah akan diuraikan menjadi kompos yang bermanfaat menyediakan unsur hara tanaman, memperbaiki struktur dan kesuburan tanah (Ikhsan et al., 2019). Dengan terkelolanya sampah mulai dari sumbernya diharapkan dapat mengurangi timbulan sampah yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya pengangkutan dan penyediaan lahan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sampah.

LRB adalah alternatif teknologi yang cocok digunakan untuk mengurangi genangan dan sampah organik rumah tangga di Desa Bohar Kecamatan Taman Sidoarjo, karena dapat dibuat di lahan sempit di sekitar rumah, biaya yang dibutuhkan murah, cara membuatnya praktis (Yohana et al., 2017). LRB dapat menambah daya serap air tanah, sehingga dapat mengurangi genangan air hujan dan timbulan sampah organik (Ichsan & Hulalata, 2018). Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM) ini adalah memberikan pengetahuan, wawasan, kesadaran, dan ketrampilan masyarakat Desa Bohar tentang cara menangani genangan air hujan dan pengolahan sampah organik menggunakan LRB serta memberdayakan masyarakat untuk mengaplikasikan LRB secara mandiri.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan PPM dilakukan di RW 9 Desa Bohar Kecamatan taman Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan PPM ini adalah kegiatan partisipatif masyarakat sehingga serangkaian kegiatan PPM, yaitu survey lokasi, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi selalu melibatkan masyarakat. Kelompok sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah karang taruna, bapak-bapak dan ibu-ibu PKK.

Langkah-langkah kegiatan PPM yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### Perencanaan

Survey lokasi kegiatan merupakan langkah awal sebelum kegiatan pengabdian dilakukan. Survey dilakukan untuk mendapatkan gambaran awal kondisi lokasi sasaran, kebutuhan LRB yang akan dibuat, teknik kegiatan dan jadwal pengabdian masyarakat ini. Kegiatan survey melibatkan pemerintahan desa, tokoh masyarakat dan perwakilan dari masyarakat sasaran, sehingga kegiatan ini diharapkan memberikan hasil yang optimal karena adanya dukungan dari semua pihak.

### Persiapan Alat dan Bahan

Pengadaan alat dan bahan PPM, sepenuhnya dilaksanakan oleh tim dosen dan dibantu oleh mahasiswa peserta PPM. Bahan yang disiapkan adalah paralon ukuran 3” atau 4”, dan semen. Alat yang dibutuhkan untuk pembuatan biopori adalah linggis atau besi dengan panjang sekitar 1,5 m, bor listrik, bor biopori, tutup paralon, kabel tis, cetok, semen. Gambar bor biopori dan pipa biopori disajikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Paralon Berlubang dan Bor Biopori

### Penyuluhan

Penyuluhan tentang penanganan genangan air hujan dengan LRB dilakukan di Balai RW 9 Desa Bohar. Kegiatan penyuluhan bertujuan agar masyarakat memahami konsep LRB secara

jelas sehingga masyarakat dapat menerapkan LRB secara swadaya masyarakat. Masyarakat juga diharapkan dapat memberikan sosialisasi tentang manfaat LRB kepada masyarakat lain. Warga diberikan materi penyuluhan tentang konsep LRB dan simulasi cara membuat LRB Disamping itu juga diberikan sosialisasi tentang bahaya atau dampak yang terjadi apabila sampah organik ini langsung dibuang ke lingkungan.

#### **Pelatihan dan praktek membuat LRB**

Pelatihan pembuatan LRB bertujuan agar masyarakat mendapatkan ketrampilan membuat LRB secara benar. Pelatihan membuat LRB dipandu oleh Tim dosen dan dibantu oleh mahasiswa. Pelatihan membuat LRB dilakukan di lapangan Balai RW 9, dengan jumlah lubang biopori yang dibuat sebanyak 20 lubang. Diharapkan dengan 20 lubang percontohan warga dapat membuat sendiri di halaman atau jalan paving di sekitar rumah masing-masing.

LRB dibuat dengan cara sebagai berikut: 1) Menentukan lokasi yang akan dibuat LRB, 2) menyiram tanah sekitar lokasi LRB supaya mudah saat dibor, 3) membuat lubang tanah menggunakan bor biopori dengan cara memutar bor searah jarum jam dan menarik mata bor sambil diputar, 4) Pipa paralon yang sudah dilubangi dimasukkan ke lubang, 5) di sekeliling mulut pipa disemen agar kuat, 6) mencacah sampah organik, kemudian dimasukkan ke dalam LRB, 7) menutup LRB menggunakan penutup pipa PVC dan diikat ke PVC yang sudah tertanam menggunakan kabeo tis (Nurhayati et al., 2018).

#### **Pemantauan dan Evaluasi Hasil PPM**

Pemantauan dan evaluasi hasil kegiatan pengabdian dilakukan setelah satu bulan pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Pemantauan dilakukan dengan meninjau LBR di RW 9 Desa Bohar oleh tim PPM Dosen Teknik Lingkungan, bersama dengan aparat desa dan pengurus RW. Kriteria yang dijadikan indikator keberhasilan dari pencapaian tujuan kegiatan antara lain masyarakat sasaran mampu membuat LRB sendiri, masyarakat dapat membagikan pengetahuan dan ketrampilannya kepada masyarakat lain, dan masyarakat dapat mengaplikasikan LRB di sekitar rumahnya sendiri.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kondisi Awal Lokasi Kegiatan**

Warga masyarakat di RW 9 Desa Bohar merasa terganggu dengan sampah organik yang belum terolah dan pada saat intensitas hujan tinggi, air hujan tergenang. Selama ini belum ada suatu teknologi yang ditawarkan oleh suatu instansi untuk menyelesaikannya, sehingga dosen Teknik Lingkungan UNIPA Surabaya tergerak untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan membuat LRB. Air hujan diharapkan dapat masuk ke dalam tanah melalui LRB, dan LRB juga dapat digunakan untuk mereduksi sampah organik.

### **Pelatihan dan Praktek Pembuatan LRB**

Kegiatan pelatihan dan praktek pembuatan LRB dilakukan di Balai RW 9 Desa Bohar. Warga masyarakat yang hadir terbatas hanya 19 orang, karena sedang dalam kondisi pandemic Covid-19. Warga yang hadir yang terdiri dari wakil dari pemerintahan desa Bohar, ketua RW, wakil masing-masing RT, ibu-ibu PKK dan karang taruna. Masyarakat antusias berpartisipasi dalam kegiatan ini. Masyarakat terlibat langsung dalam penentuan titik lokasi pembuatan LRB, mencoba untuk membuat pipa paralon yang berlubang dan mengebor tanah menggunakan bor biopori. Ibu-ibu PKK juga berpartisipasi dalam mengolah sampah organik menjadi kompos dengan cara dimasukan ke dalam LRB. Gambar 2 dan 3 menyajikan foto kegiatan pelatihan.



Gambar 2. Penyuluhan LRB



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan LRB

### **Kondisi Lingkungan Setelah Penyuluhan**

Satu minggu setelah pelaksanaan penyuluhan dan praktek pembuatan lubang biopori untuk

mengatasi genangan air hujan, masyarakat sudah menerapkan secara mandiri dan berkelompok untuk membuat lubang resapan biopori di sekitar balai RW dan di sekitar rumah masing-masing. Ibu-ibu PKK sudah memanfaatkan lubang biopori sebagai tempat untuk mereduksi sampah organik. Dalam pembuatan lubang biopori masyarakat tidak mengalami kendala karena pada saat sosialisasi warga antusias bertanya dan ikut mencoba membuat biopori. Pemanfaatan Sampah Organik.

## **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

### **Kondisi Awal**

Dilihat dari kondisi awal, masyarakat RW 9 Desa Bohar belum pernah melakukan membuat biopori untuk mengatasi genangan air hujan dan mereduksi sampah organik. Selama ini masyarakat hanya mengenal biopori dari media informasi seperti televisi ataupun radio-radio serta media-media yang lain. Hal ini terbukti dengan hasil isian kuisioner yang disebar oleh tim PPM dosen sebelum penyuluhan dan pelatihan dilakukan. Secara garis besar dari isian kuisioner menunjukkan bahwa 90% masyarakat belum mengenal adanya biopori untuk mengatasi genangan air hujan dan mereduksi sampah organik.

### **Kondisi Akhir**

Setelah dilakukan penyuluhan dan pelatihan terkait dengan pembuatan lubang biopori untuk mengurangi genangan air hujan dan mereduksi sampah organik, diperoleh hasil yang maksimal. Secara umum setelah 2 minggu pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan 90 masyarakatnya menerapkan apa yang didapatkan selama pelatihan. Ibu ibu setelah kegiatan memasak melakukan pemisahan sampah. Sampah organik dipotong-potong kemudian dimasukkan ke dalam LRB.

Penyelesaian genangan air hujan dan pengelolaan sampah organik di Desa Bohar memerlukan kesadaran yang tinggi dari warga masyarakat. Air hujan masuk ke dalam tanah melalui pori-pori tanah yang disebut biopori. Akar tumbuhan dan hewan seperti cacing, semut dapat membuat biopori sehingga dapat mengalirkan air dan udara ke tanah yang lebih dalam (Ichsan & Hulalata, 2018).

Biopori dapat dalam tanah dapat diperbanyak dengan membuat LRB yaitu lubang vertikal di dalam tanah. Air hujan akan masuk ke dalam tanah melalui dinding LRB. LRB dapat menjaga

keseimbangan ekosistem tanah. Kondisi tanah yang mengandung air, udara dan zat organik yang cukup mendukung keanekaragaman hayati tanah. Di dalam LRB fauna tanah akan terhindar dari pemangsa dan akan berkembang membentuk biopori. Sampah organik yang dimusukan ke dalam LRB akan diuraikan oleh mikroba sehingga tanah kaya unsur hara (Ikhsan et al., 2019). LRB selain dapat meningkatkan laju resapan air juga dapat berfungsi untuk memperbaiki ekosistem tanah, meningkatkan kesuburan tanah, mengurangi penimbunan sampah organik dan mengurangi resiko terjadinya pencemaran udara, tanah dan air (Ichsan & Hulalata, 2018). Fungsi LRB sebagai dekomposisi sampah organik, diharapkan sampah organik rumah tangga dapat ditangani dari sumbernya sehingga mengurangi beban sampah di tempat pembuangan akhir sampah.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tema LRB untuk menanggapi genangan air hujan dan sampah organik rumah tangga di Desa Bohar Kecamatan Taman Sidoarjo Jawa Timur disimpulkan bahwa, 1) Masyarakat memperoleh, pengetahuan dan ketrampilan serta kesadaran membuat LRB, 2) Membangun 20 buah LRB, 2) LRB mengurangi genangan air, terutama pada saat hujan dengan intensitas hujan tinggi, 3) Sampah organik dari rumah tangga diolah menjadi kompos dengan dimasukkan ke dalam LRB.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kasih kepada LPPM UNIPA Surabaya yang telah membiayai pelaksanaan kegiatan PPM ini, pemerintahan Desa yang telah memberikan izin untuk kegiatan ini dan warga Desa Bohar yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini sehingga kegiatan PPM ini berjalan lancar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ichsan, I., & Hulalata, Z. S. (2018). Analisa Penerapan Resapan Biopori Pada Kawasan Rawan Banjir Di Kecamatan Telaga Biru. *Gorontalo Journal of Infrastructure and Science Engineering*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.32662/gojise.v1i1.139>
- Ikhsan, Z., Rosadi, F. N., Erona, M., Yunita, R., Sari, W. P., & Suhendra, D. (2019). Aplikasi Teknologi Lubang Resapan Biopori (LRB) di Kelompok Tani Banda Sampie Kecamatan

- Lembang Jaya, Kabupaten Solok. *Jurnal Hilirisasi IPTEK*, 2(4), 490–499.
- Kecamatan Taman Dalam Angka. (2020). In *BPS Sidoarjo*. <https://doi.org/10.22146/jp.22475>
- Nurhayati, I., Ratnawati, R., Kholif, M. Al, Tanah, K. A., Masyarakat, P., Sidoarjo, K., & Timur, P. J. (2018). Air Tanah Di Desa Kalanganya Kecamatan Sedati. *Prosiding Seminar Nasional Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat (SNPM)*, 34–41.
- Purwaningrum, P., Winarni, W., Yulinawati, H., & Tazkiaturrizki, T. (2021). Potensi Pemanfaatan Lubang Resapan Biopori Di Kelurahan Kota Bambu Selatan, Palmerah, Jakarta Barat. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.25105/juara.v2i1.8727>
- Yohana, C., Griandini, D., & Muzambeq, S. (2017). Penerapan Pembuatan Teknik Lubang Biopori Resapan Sebagai Upaya Pengendalian Banjir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 296–308. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.2.10>

## **Pemanfaatan Teknologi Biogas Limbah Pabrik Tahu Dalam Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Nglebur, Lamongan**

**Novi Darmayanti<sup>1</sup>, Isnaini Anniswati R<sup>2</sup>, Dian Viola Kartka Sari<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

<sup>3</sup> Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

Email: novismile\_ub@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Biogas merupakan gas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik atau fermentasi dari bahan-bahan organik termasuk di antaranya; kotoran manusia dan hewan, limbah domestik (rumah tangga), sampah biodegradable atau setiap limbah organik yang biodegradable dalam kondisi anaerobik. Biodegradable merupakan kemampuan penguraian/degradasi di alam dengan mikroorganisme seperti bakteri atau jamur. Sebagian besar limbah cair yang dihasilkan oleh industri pembuatan tahu adalah cairan kental yang terpisah dari gumpalan tahu yang disebut air dadih. Cairan ini mengandung kadar protein yang tinggi dan dapat segera terurai. Limbah cair ini sering dibuang secara langsung tanpa pengolahan terlebih dahulu sehingga menghasilkan bau busuk dan mencemari sungai. Sumber limbah cair lainnya berasal dari pencucian kedelai, pencucian peralatan proses, pencucian lantai dan pemasakan serta larutan bekas rendaman kedelai. Metode memanfaatkan limbah tahu sebagai suatu upaya pemenuhan energi secara swadaya masyarakat pedesaan. (1) Bagaimana metode perancangan pembuatan biogas dari limbah pabrik tahu sebagai bahan alternatif. (2) Bagaimana mekanisme kerja dari biogas limbah pabrik tahu untuk aplikasi di UKM mitra para pemilik pabrik tahu Hasil pengabdian masyarakat (1) Untuk mengetahui cara pengolahan limbah pabrik menjadi biogas. (2) Untuk mengajak mitra para pemilik pabrik tahu untuk memanfaatkan limbah pabrik sebagai biogas pengganti LPG. (3) Membantu meringankan perekonomian warga setempat dalam penggunaan bahan bakar LPG beralih menjadi biogas.

**Kata Kunci:** Teknologi Biogas, Limbah, Perekonomian

### **ABSTRACT**

*Biogas is a gas produced by anaerobic activity or fermentation of organic materials, including; human and animal waste, domestic waste (household), biodegradable waste or any organic waste that is biodegradable under anaerobic conditions. Biodegradable is the ability to decompose / degrade in nature by microorganisms such as bacteria or fungi. Most of the liquid waste produced by the tofu-making industry is a thick liquid that is separated from the clumps of tofu called whey. This liquid contains high levels of protein and can quickly break down. This liquid waste is often disposed of directly without prior treatment, resulting in a bad smell and polluting the river. Other sources of liquid waste come from washing soybeans, washing process equipment, washing floors and cooking as well as soy soaking solutions. The method of utilizing tofu waste is an effort to fulfill energy independently of rural communities. (1) What is the design method for making biogas from tofu factory waste as an alternative material. (2) What is the working mechanism of tofu factory waste biogas for application in SME partners of tofu factory owners. Results of community service (1) To find out how to process factory waste into biogas. (2) To invite partners of tofu factory owners to utilize factory waste as biogas to replace LPG. (3) Helping to ease the economy of local residents in using LPG fuel to convert to biogas.*

**Keywords:** Biogas Technology, Waste, Economy

## **PENDAHULUAN**

Biogas merupakan gas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik atau fermentasi dari bahan-bahan organik termasuk di antaranya; kotoran manusia dan hewan, limbah domestik (rumah tangga), sampah biodegradable atau setiap limbah organik yang biodegradable dalam kondisi anaerobik. Biodegradable merupakan kemampuan penguraian/degradasi di alam dengan mikroorganisme seperti bakteri atau jamur.

Biogas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik sangat populer digunakan untuk mengolah limbah biodegradable karena bahan bakar dapat dihasilkan sambil mengurai dan sekaligus mengurangi volume limbah buangan. Metana dalam biogas, bila terbakar akan relatif lebih bersih daripada batu bara, dan menghasilkan energi yang lebih besar dengan emisi karbon dioksida yang lebih sedikit. Pemanfaatan biogas memegang peranan penting dalam manajemen limbah karena metana merupakan gas rumah kaca yang lebih berbahaya dalam pemanasan global bila dibandingkan dengan karbon dioksida. Karbon dalam biogas merupakan karbon yang diambil dari atmosfer oleh fotosintesis tanaman, sehingga bila dilepaskan lagi ke atmosfer tidak akan menambah jumlah karbon di atmosfer bila dibandingkan dengan pembakaran bahan bakar fosil.

Saat ini, banyak negara maju meningkatkan penggunaan biogas yang dihasilkan baik dari limbah cair maupun limbah padat atau yang dihasilkan dari sistem pengolahan biologi mekanis pada tempat pengolahan limbah. Seperti salah satu upaya terobosan yang dilakukan oleh masyarakat Desa Nglebur, Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan ini adalah memanfaatkan limbah tahu sebagai suatu upaya pemenuhan energi secara swadaya masyarakat pedesaan. Berinovasi dengan membuat energi alternatif pengganti gas elpiji dari limbah pabrik tahu, selain lebih ekonomis karena hanya memanfaatkan limbah tahu yang biasanya dibuang, Gas Metana yang dihasilkan juga sangat ramah lingkungan dan dapat mengurangi dampak pemanasan global.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **3.1 Biogas dan Sistem Operasi**

Mitra kerja yang dipilih sebagai rekan untuk bekerjasama adalah seorang pemilik usaha pengolahan tahu, didasarkan pada permasalahan yang terjadi dalam proses produksi. Mitra kerja yang menjadi dasar program kami dilakukan berdomisili di Desa Blawirejo, Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan. Selama ini mitra mengalirkan limbah cair hasil produksinya di aliran sungai yang letaknya jauh dari perumahan warga. Meskipun tidak mengganggu kenyamanan warga setempat, namun air buangan tersebut dapat merusak ekosistem air dan lingkungan.

Dengan adanya program kreativitas ini, limbah cair tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sumber bahan bakar dengan mengolahnya menjadi biogas.

### **3.2 Perancangan Desain Alat Biogas**

Proses pengolahan limbah cair tahu menjadi energi alternatif terbilang sederhana, pertama-tama diperlukan pembuatan sistem dan peralatan yang memadai yaitu :

- a. membuat unit utama yang disebut digester,
- b. jaringan pipa pengumpul limbah,
- c. trickling filter,
- d. jaringan sisa limbah hasil olahan,
- e. kolam penampung air hasil proses dan penampung gas.
- f. Sebagian besar peralatan yang disiapkan berbasis pipa paralon, jaringan got sanitasi dan bak dari semen.

Perancangan desain alat dilakukan, disesuaikan dengan perhitungan besarnya kapasitas rata-rata debit air limbah yang dihasilkan selama proses produksi berlangsung. Perancangan juga sekaligus menentukan bahan-bahan yang diperlukan dalam perakitan alat.

### **3.3 Perakitan Alat**

Alat dibuat sesuai dengan hasil perancangan yang telah dilakukan dengan mengacu pada besar debit air limbah tiap kali produksi. Selama perakitan dilakukan proses pengukuran, pemotongan, dan pengelasan. Proses tersebut mengikuti keterangan yang telah ditetapkan pada proses perancangan desain alat biogas.

### **3.4 Uji Coba/Pengujian Alat**

Alat yang telah dirakit kemudian dilakukan pengujian. Pengujian keefektifan alat dilakukan sekaligus dengan pengujian lamanya waktu pembakaran, kemampuan pembakaran biogas yang telah dihasilkan, bau dan jelaga yang ditimbulkan dan warna api yang dihasilkan. Pengujian dilakukan beberapa kali hingga diperoleh hasil yang maksimal sesuai dengan perencanaan dan target yang ingin dicapai.

### **3.5 Laporan**

Setelah semua tahap di atas selesai dilakukan maka tahap terakhir adalah pembuatan laporan akhir dari semua pelaksanaan program yang dilakukan. Pembuatan laporan berdasarkan atas hasil-hasil yang diperoleh selama kegiatan program hingga uji coba.



Gambar 1. Industri Pembuatan Tahu



Gambar 2. Saluran Pembuangan Limbah



Gambar 3. Limbah dialirkan ke Bak Penampung



Gambar 4. Digster



Gambar 5. Dari Digester disalurkan langsung melalui pipa



Gambar 6. Pipa Kontrol Distribusi



Gambar 7. Proses Penyaluran ke Rumah Warga Setempat



Gambar 8. Instalasi ke Kompor



Gambar 9. Pemanfaatan Biogas oleh Warga Setempat untuk memasak

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Biogas limbah pabrik tahu dalam hubungannya dengan pembangunan ekonomi dan sebuah alternatif. Metode yang hemat sumber daya mudah dirawat, dan berdampak polutif seminimal mungkin dibandingkan dengan teknologi arus utama, yang pada umumnya beremisi banyak limbah dan mencemari lingkungan. Teknologi yang dirancang bagi suatu masyarakat tertentu agar dapat disesuaikan dengan aspek-aspek lingkungan dan ekonomi masyarakat yang bersangkutan.

## **SIMPULAN**

Dengan adanya biogas warga sekitar lebih mudah dan terbantu secara ekonomi karena biogas lebih murah dari bahan bakar lainnya. Saat ini diharapkan para pemilik pabrik tahu di seluruh Indonesia menerapkan pemanfaatan limbah sebagai biogas agar supaya lebih mengurangi limbah buangan dan membentuk pembangunan ekonomi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Putri, P.  
2017Limbahbiodegradable.[http://www.google.com/search/ei=wlq\\_X9OPHMO\\_9QPbllWQCQ&q=limbah+biodegradable](http://www.google.com/search/ei=wlq_X9OPHMO_9QPbllWQCQ&q=limbah+biodegradable)
- Sediadi A, Estu. 2000.Tahu. Menegristek Bidang Pendayagunaan dan Pemasyarakatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Jakarta <http://www.ristek.co.id>
- Sediadi A, Estu. 2000.Tahu. Menegristek Bidang Pendayagunaan dan Pemasyarakatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Jakarta <http://www.ristek.co.id>
- Rahayu,SS. 2009.Limbah Cair. [http://www.chem-is-try.org/materi\\_kimia-industri/limbah-industri/limbah-cair/](http://www.chem-is-try.org/materi_kimia-industri/limbah-industri/limbah-cair/)
- Darsono, V. 2007. Pengolahan Limbah Cair Tahu Secara Anaerob Dan Aerob. Jurnal Teknologi Industri Vol.X1 No1 Januari: 9-20.Universitas Atma Jaya. Yogyakarta
- Macklin, B. 2009. Limbah Tahu Cair Menjadi Biogas. <http://id.onlinebuku.com/2009/01/15/limbah-tahu-cair-menjadi-biogas/>
- Perdana, H. 2010. Biogas dari Limbah Tahu. <http://hendrik-perdana.web.id/index.php/artikel/38-umum/242-biogas-dari-limbah-tahu>

## **Meningkatkan Pangsa Pasar UMKM Di Desa Banjarkemantren, Kabupaten Sidoarjo Melalui Digital Marketing**

**Mochammad Munir Rachman<sup>1</sup>, Aristha Purwanthari Sawitri<sup>2</sup>, I Made Bagus Dwiarta<sup>3</sup>,  
R. Bambang Dwi Waryanto<sup>4</sup>**

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>2,4</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail: hnn\_munir@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Usaha pada sektor UMKM di desa Banjarkemantren yang ditekuni oleh para pelaku usaha home industry belum dapat menunjukkan hasil yang maksimal. Karena pelaku usaha rumahan memasuki pangsa pasar di era pandemi, agak sulit terutama dalam cara memasarkan produk olahannya. Observasi ini dilakukan dengan metode eksplanatif terhadap 15 pelaku usaha rumahan. Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian warga Desa Banjarkemantren belum memahami penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan produk olahan rumah tangga. Dukungan tim dalam menggunakan media sosial untuk berkreasi dan memberikan informasi kepada konsumen antara lain melalui BBM (blackberry Messenger), FB (Facebook), WA (Whatsapp), IG (Instagram), Youtube, email dan Tik Tok, sangat positif dengan penggunaan tersebut. dari pemasaran digital. Oleh karena itu, peluang seperti ini sangat bagus, dan warga tidak merasa kehilangan kesempatan yang bermanfaat untuk menimba ilmu tentang teknologi digital. Warga desa sebagai pelaku bisnis mendapatkan pembinaan dan pelatihan dari tim dalam memanfaatkan digital marketing. Hal ini menjadi salah satu cara untuk membangkitkan semangat para pengusaha home industry dalam meraih kesuksesan bisnis melalui digital marketing.

**Kata kunci:** UMKM, Digital Marketing, Warga Desa Banjarkemantren

### **ABSTRACT**

*Business in the MSME sector in Banjarkemantren village which is occupied by home industry business people has not been able to show maximum results. Because home-based business players enter the market share in the pandemic era, it is rather difficult, especially in ways to market their processed products. This observation was carried out using the explanative method on 15 home-based business people. The findings show that some residents of Banjarkemantren village do not understand using social media as a means of selling processed household products. The team's support in using social media to create and provide information to consumers including through BBM (blackberry Messenger), FB (Facebook), WA (Whatsapp), IG (Instagram), Youtube, email and Tik Tok, is very positive with the use of digital marketing. Therefore, opportunities like this are very good, and residents don't feel like missing out on a useful opportunity to gain knowledge of digital technology. The villagers as business people receive guidance and training from the team in utilizing digital marketing. This is a way to raise the spirit of home industry entrepreneurs in achieving business success through digital marketing.*

**Keywords:** MSMEs, Digital Marketing, Banjarkemantren Villagers

### **PENDAHULUAN**

Salah satu potensi usaha rumahan yang menjadi tumpuan perekonomian di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo adalah usaha di sektor UMKM. Usaha rumahan atau home industri yang memproduksi kerupuk ikan, kerupuk udang, petis dan terasi udang. Hasil olahan produksi yang selama ini di Desa Banjarkemantren belum mampu menunjukkan hasil yang maksimal meski usaha yang ditekuninya memiliki keinginan besar

untuk menjadi penting bagi segmen pasar UMKM. Sementara itu, para pelaku justru menganggap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai bagian yang menjanjikan. Pandangan ini kemudian diperkuat dengan upaya otoritas publik untuk membantu bisnis UMKM.

Lambatnya peningkatan usaha di sektor UMKM di desa Banjarkemantren menjadi persoalan, mengingat bisnis industri rumahan yang selama ini dilibatkan oleh masyarakat sebagai pelaku bisnis belum memberikan indikasi perubahan hasil usaha yang besar. Isu-isu yang dilihat oleh para pelaku bisnis industri rumahan sangat membingungkan dan sulit untuk menghadapi persaingan bisnis UMKM. Persoalannya, warga desa tersebut sebagai pelaku bisnis belum memahami peluang bisnis UMKM yang menjanjikan dalam memasuki porsi industri secara keseluruhan di masa pandemi ini. Para pelaku bisnis dapat melakukannya dengan cara alternatif yang dipandang siap memasuki pasar dengan membuka pintu dalam menjual barang-barangnya, misalnya dengan menggunakan teknologi digital. Seperti yang dikatakan Wardhana (2015), sistem promosi atau digital marketing itu mempengaruhi hingga 78% UMKM yang unggul dalam memasarkan barang-barangnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital dengan menggunakan jejaring sosial menjadi sangat penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM tentang bentuk dan tahap perluasan jaringan konsumen dengan menggunakan jejaring sosial dalam pemasaran produk untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Kemajuan inovasi atau teknologi saat ini telah menunjukkan kemajuan yang kolosal. Banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan kehidupan bisnisnya telah memanfaatkan kehadiran teknologi itu sendiri. Kemajuannya secara signifikan mempengaruhi kehidupan bisnis dengan menggunakan inovasi atau teknologi dalam desain hierarkis yang mengandung kualitas sosial. Karena pencapaian dalam mengembangkan bisnis UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital dipandang siap memperoleh kebebasan untuk memasuki pangsa pasar yang menjanjikan dari industri rumahan secara keseluruhan. Dengan demikian, peningkatan UMKM dapat menjadi suatu cara yang sangat efektif untuk menciptakan kemandirian suatu bangsa dan bisa melepaskan ketergantungan dari segala permasalahan dan membantu pemerintah dalam mewujudkan kemakmuran (Putra, 2015).

Di antara kekhawatiran dan pusat para pelaku bisnis mengembangkan usaha yang ditekuninya adalah lesunya pemanfaatan pengetahuan dan teknologi yang diklaim oleh para pelaku usaha UMKM di desa Banjarkemantren. Hal ini diidentikkan dengan kondisi pandemi dan strategi PSPB (enormous scope social of level) yang mengurangi minat pelaku bisnis dalam memasuki pangsa pasar untuk bersaing dengan hasil produksi dari wilayah daerah lain yang memiliki hasil produksi produk yang seidentik. Penerapan strategi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) turut mempengaruhi perkembangan UMKM. Dengan cara ini, pelaku UMKM juga harus meningkatkan kualitas mengingat dalam *marketplace* banyak produk yang sudah memiliki pangsa pasar yang kuat, meski menghadapi PSBB, dan kedepannya pemerintah telah menyiapkan produk UMKM yang memiliki keunggulan pasar sehingga bisa bersaing dalam pangsa pasar domestik. Semakin banyak pesaing menjadi cara bagi pengusaha/pebisnis untuk berpikir menang dalam persaingan. Salah satunya adalah pengusaha/pebisnis harus menggunakan strategi

komunikasi pemasaran yang tepat untuk mencapai target pangsa pasarnya, sehingga meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017).

Beberapa permasalahan yang sering menjadi keluhan pelaku UMKM di Banjarkemantren Buduran adalah kurangnya transfer pengetahuan dan pemasaran digital, khususnya di bidang pemasaran digital. Hal ini kemudian menjadi fokus utama, terutama di era teknologi internet, ketika perilaku pelanggan telah bergeser dari individu yang biasa berbelanja secara langsung, mengubah kebiasaan pembelian individu ke pembelian online (Hapsoro et al., 2019). Inilah dampak keajaiban yang disebut dengan *The Network Effect*, di mana penawaran produk saat ini lebih ditentukan oleh ukuran jaringan yang terkait dengan produk daripada kualitasnya (Gretz dan Basuroy, 2013). Apalagi di era bisnis online saat ini, pasar dalam negeri juga efektif diserang barang-barang impor. Namun lagi-lagi, produk UMKM dalam negeri yang perlu bersaing mengalami kendala dalam melakukan penjualan. Oleh karena itu, para pelaku bisnis rumahan harus mendapatkan ilmu pengetahuan dan teknologi agar dapat memanfaatkan digital marketing untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan memanfaatkan digital marketing, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan kapan saja/berkelanjutan dan dapat diakses di mana saja di dunia, Orang juga dapat melihat berbagai produk melalui Internet, sebagian besar informasi tentang berbagai barang/produk yang tersedia sekarang dapat ditemukan di Internet, kemudahan pemesanan dan kemampuan konsumen untuk membandingkan produk dengan produk lain (Kotler dan Keller, 2016). Ali (2013) percaya bahwa pemasaran digital ditandai dengan penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan periklanan, serta upaya untuk membuat atau menyesuaikan ide periklanan mereka sendiri, menyampaikannya dalam skala global, dan mengubah cara organisasi bekerja sama dengan pelanggan atau pelanggan.

Kemajuan teknologi yang dicapai melalui pemasaran digital tidak dapat dihindari dalam kehidupan bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah saat ini, karena kemajuan teknologi akan sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi membawa manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, dan sebagai cara baru dalam kegiatan bisnis. Pertanyaannya adalah bagaimana melatih UMKM untuk masa depan agar memiliki kemampuan kompetitif dan dapat bersaing dengan produk dari industri lain, serta untuk memenuhi tujuan segmen pasar mereka. Dalam contoh ini, pelaku UMKM didorong untuk menggunakan temuan penelitian untuk membangun produk unggulan yang dapat ditawarkan di pasar digital. Karena pengeluaran pemerintah dan konsumsi swasta sangat bergantung pada kekuatan lokal, ekonomi daerah sangat bergantung pada mereka.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi para pelaku bisnis di sector UMKM di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran Sidoarjo maka sebagai tim PPM melalui kemitraan dengan pelaku UMKM dalam melakukan penyuluhan tentang pengetahuan dan informasi penggunaan digital marketing sebagai cara kegiatan untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM meski dalam kondisi di masa pandemi. Sehingga tujuan dari pengabdian pada masyarakat adalah untuk mengembangkan pemasaran digital agar para pelaku bisnis UMKM mampu meningkatkan omset penjualan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep UMKM**

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah usaha terbesar. Selain itu, pertemuan ini telah terbukti tahan terhadap berbagai masalah dalam krisis ekonomi, UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah. UMKM adalah lembaga perdagangan yang diawasi oleh badan atau orang yang mengacu pada kegiatan ekonomi yang bermanfaat sesuai standar yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Meskipun skala usaha yang difokuskan oleh usaha Mikro, Kecil dan Menengah bukan dengan kemitraan kelas berat, banyak individu yang terbuka untuk bekerja bersama. Permana (2017), bahwa bahwa sektor UMKM memiliki peran sangat besar atau strategis terhadap perekonomian Indonesia, karena sektor ini merupakan salah satunya sebagai sektor ekonomi yang memberikan kontribusi terbesar untuk pembentukan PDB.

Industri rumah tangga adalah organisasi yang anggotanya terkait langsung dengan kepemilikan dan kontrol atau kapasitas. Bisnis keluarga memiliki ciri khas dengan kepemilikan atau keterlibatan selain dua peran atau lebih anggota keluarga yang sama dalam kehidupan dan fungsi bisnis (Longenecker et al., 2013). Oleh karena itu, usaha rumahan atau rumah tangga dapat berkembang dengan baik jika dukungan dari dinas industri dan perdagangan daerah Kabupaten/Kota banyak banyak melakukan sosialisasi, dan mengadakan pelatihan tentang berbisnis melalui online. Juga, UMKM adalah jawaban elektif untuk masalah sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Rudjito (2011), bahwa UMKM (Usaha Micro, Kecil dan menengah) adalah pengusaha yang membantu perekonomian Indonesia. Karena lapangan kerja baru akan tercipta melalui UKM serta menambah devisa melalui badan perpajakan.

### **Digital Marketing**

Digital Marketing adalah gerakan periklanan termasuk branding dengan memanfaatkan media elektronik/berbasis web (Sanjaya dan Tarigan, 2009). Digital marketing juga merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk mencapai tujuan, menampilkan upaya dan menciptakan atau mengubah ide periklanan itu sendiri, memiliki kemampuan komunikasi untuk menyebarkan dalam skala dunia, dan mengubah cara organisasi berbisnis dengan klien (Ali, 2013). Pemasaran digital menggunakan teknologi digital untuk menunjukkan. Salah satu jenis periklanan digital yang menggunakan media elektronik atau internet adalah pemasaran jaringan (electronic marketing). Pemasaran elektronik adalah interaksi pemasaran yang menggunakan teknologi berupa komunikasi elektronik khususnya internet/jaringan. Peran pemasaran digital memainkan peran penting dalam kemajuan teknologi digital di masa depan dan pengembangan rencana untuk menarik pembeli, serta kombinasi komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Chaffey et al., 2015).

Memang, pemasaran digital (*digital marketing*) telah digunakan dan diterapkan oleh para pelaku bisnis selama beberapa tahun, sebagai bentuk variasi dari peningkatan teknologi di masa depan. Meski demikian, dengan adanya pandemi Covid-19, para pelaku bisnis

khususnya para pelaku usaha kecil menengah (UMKM) dituntut untuk lebih fleksibel dan meninggalkan strategi tradisional. Harus diakui bahwa pandemi Covid-19 telah mengurangi daya beli pembeli atau masyarakat umum untuk barang-barang imajinatif dan jasa yang ditangani oleh UMKM. Semua hal dipertimbangkan, banyak pembeli kemudian menjauh dan mengarahkan perhatian mereka tentang pembelian dengan online. Dengan demikian, banyak UKM terpaksa menutup usaha mereka karena berkurangnya pembelian dan masih bergantung pada kesepakatan yang terputus. Sehingga beberapa sektor UKM yang tidak menyesuaikan diri akhirnya sangat terpengaruh untuk menutup gerainya. Apalagi, pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah memicu perubahan baru dalam gaya bisnis Indonesia. Perubahan ini merupakan peralihan dari bisnis yang terputus ke bisnis maju yang disebut keajaiban *entrepreneurship digital*. Media sosial/berbasis web dan *market place* (perantara) dapat menjadi konsep yang memfasilitasi UKM untuk mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019). Seperti Purwana, dkk, (2017), bahwa media sosial/berbasis web merupakan salah satu sarana peningkatan bisnis/kewirausahaan dan pemeliharaan UMKM. Seperti yang ditunjukkan oleh Slamet et al., (2016), pentingnya mengembangkan strategi digital untuk UKM dalam penyediaan infrastruktur teknologi informasi, proses produksi, dan perluasan pasar baik di Indonesia jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang untuk bisnis kecil daya saing menengah dan dapat meningkatkan kinerjanya. Dengan demikian, penggunaan sistem digital marketing sebagai media sosial/ berbasis web memiliki peran yang signifikan, karena dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM mengenai strategi dan tahapan dalam produk mereka sehingga bisa meningkatkan pendapatan UMKM sendiri.

Ada dorongan kuat dari UMKM untuk menerima inovasi dalam periklanan (Alford dan Page, 2015). Meski demikian, ada kendala yang dilihat pada UMKM sehingga pemanfaatan teknologi ini cukup baik. Tidak disadari bahwa UMKM perkembangan digital, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital (Alford dan Page, 2015). Sementara Chaffey et. al., (2015), menemukan bahwa Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk membuat saluran online untuk menjangkau pelanggan dan berkontribusi pada upaya pemasaran. Setiap pengusaha memiliki prosedur digital marketing sebagai alternatif membedakannya, dan disesuaikan dengan persyaratan dan tujuan yang ingin dicapai. Secara sederhana, berikut adalah cara untuk sistem digital marketing untuk pemula, dan lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Pengembangan Aset digital marketing; langkah awal adalah menyiapkan perangkat digital untuk sebuah bisnis. Kegiatan yang dilakukan untuk pelatihan dalam menggabungkan situs web dan menyiapkan akun media online (seperti model: Facebook, Instagram, YouTube, dan lainnya)
2. Meningkatkan kunjungan situs, tepatnya dengan menyelesaikan beberapa cara yang berbeda seperti peningkatan SEO (Search Engine Optimization), publikasi CPC melalui Google AdSense, dan lain-lain.
3. Pengembangan akun media berbasis web, khususnya untuk memperluas hubungan dengan klien media online dengan menyiapkan dan mendistribusikan konten yang menarik. Selain itu, peningkatan dengan mempromosikan melalui media berbasis web juga patut dipertimbangkan.

4. Kegiatan peLatihan dan memasarkan dengan Email. Email sebagai alat khusus teknologi yang kuno, memang masih bisa digunakan untuk memperluas transaksi bisnis. Tidak diragukan lagi bahwa semua klien menggunakan ponsel harus memiliki catatan email untuk dapat memanfaatkan penggunaan ponsel. Kondisi ini pada umumnya merupakan potensi yang sangat baik jika dapat dimanfaatkan dengan baik.
5. Pesan untuk penyampaian penting untuk digital marketing yang dapat kita temukan. Tidak jarang kita, justru mendapatkan pesan yang dikomunikasikan seperti pesan singkat (SMS), Whatsapp, hingga Social Media Direct Messages. Meskipun tidak berdaya terhadap pemblokiran akun, sejujurnya pesan yang dikomunikasikan sebenarnya memiliki tingkat perubahan yang sangat baik.

Selain kelima teknik di atas, masih banyak sistem periklanan yang lebih canggih yang masih berpotensi untuk diselesaikan. Mempertimbangkan sistem digital marketing penting untuk dibuat oleh kelompok inventif yang gelarnya luas untuk membangun komunikasi bisnis dengan klien potensial atau pelanggan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode ekplanatif yang dipilih sebagai dasar dalam memperoleh informasi, dan merancang penelitian pada subyek yang diteliti, menggali informasi untuk pengumpulan data sebagai keabsahan dengan teknik tringulasi untuk menganalisis datanya (Rachman, 2018). Selain itu, juga ada alternatif lain dalam menggali informasi pada pelaku bisnis usaha rumahan atau UMKM yang ada di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran Sidoarjo sebanyak 15 pelaku bisnis rumahan. Namun mengawali kegiatannya, Tim melakukan kemitraan dengan masyarakat setempat melalui kegiatan sosialisasi berupa pengenalan dan penggunaan digital marketing sebagai media informasi penjualan produk sebagaimana di bawah ini, yaitu:

### **a. Persiapan kegiatan**

Metode pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengumpulan informasi untuk menentukan keadaan lokasi dan kebutuhan yang sebenarnya. Kemudian tim akan melakukan pengabdian melalui sosialisasi berupa penyuluhan atau ceramah dan diskusi.

### **b. Pendampingan Pengenalan Internet dan Media Sosial**

Sebelum dilaksanakan pelatihan diberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai pengenalan internet dan media sosial bagi pelaku *home industry* krupuk ikan dan udang, dan petis udang yang dilaksanakan di Balai desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo.

### **c. Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari pelatihan input data produk mina collections ke media online marketing dan pelatihan menampilkan produk krupuk ikan dan udang, dan petis udang yang dipromosikan melalui media online marketing dan dilaksanakan di lab. komputer Prodi Manajemen.

### **d. Pengembangan Model Pemasaran**

Model pemasaran yang dibuat oleh Tim, yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi lokal, akan disajikan pada poin ini. Strategi digital marketing menjadi salah satu model yang dibuat..

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan penelitian ini difokuskan pada usaha industri rumah menjadi subjek informasi, dan pemanfaatan dalam menggunakan media sosial melalui jaringan internet dapat membuat konten digital marketing sebagai strategi meningkatkan animo masyarakat atau konsumen atas penjualan produk olahan atau industri rumahan untuk memasuki pasar UMKM. Sebagai subyek yang difokuskan pada usaha rumahan diantaranya pengusaha kerupuk ikan, kerupuk udang, petis dan terasi udang yang menjadi spesifikasi hasil produksinya.

Tabel 1. Karakteristik Jenis Usaha Industri Rumahan

No.	Jenis Usaha	Jumlah
1	Kerupuk ikan	15
2	Kerupuk udang	15
3	Petis udang	12
4	Terasi udang	8

Sumber: SekDes. Banjarkemantren, 2021

Dari informasi kepala Desa, bahwa usaha industri rumahan itu mulai mendapat perhatian warganya. Mereka sadar bahwa usaha industri rumahan itu tidak mengganggu aktivitas kesehariannya, bahkan bisa menambah pendapatan bagi keluarganya.

Selama ini, warga belum menyadari kalau hasil produksinya dapat dilakukan penjualan melalui media sosial atau internet dengan cara memanfaatkan teknologi digital marketing. Meski belum sepenuhnya mahir dalam penggunaan teknologi digital tapi kehadiran dan pemanfaatan teknologi digital bisa diterima, dan itu merupakan salah satu cara dalam memasarkan produk olahan rumah tangga warga desa Banjarkemantren. Oleh sebab itu, Tim PPM melakukan pendekatan dan sosialisasi pada warga dengan agenda pengenalan teknologi digital marketing dan pemanfaatannya dalam melakukan penjualan hasil olahan rumah tangga melalui media sosial. Tidak hanya sosialisasi yang disampaikan tapi warga diberikan pelatihan dan pembimbingan dalam penggunaan teknologi digital maupun cara-cara mendesain produk dalam penyampaian dengan menggunakan digital marketing yang baik.



Gambar 1. Pemateri Sosialisasi Digital Marketing, 2021

Beberapa masyarakat antusias dalam menanggapi sosialisasi yang disampaikan oleh Tim tentang pengetahuan teknologi digital marketing sebagai media penjualan produk online. Karena dalam kegiatan tersebut, banyak warga yang sudah menggunakan ponsel atau smartphone yang cukup kekinian. Tampaknya, selain itu warga menyadari dan melakukan mengiklankan produk hasil olahan rumahan dengan pemanfaatan smartphone, dapat menghasilkan yang positif. Komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan telepon langsung, sms, dan sudah mulai penggunaan media sosial untuk membuat dan memberi informasi pada konsumen termasuk melalui BBM (blackberry Messenger), FB (Facebook), WA (Whatsapp), IG (Instagram), Youtube, email maupun Tik Tok. Berdasarkan motif di atas Tim PPM FEB Unipa telah direspon warga. Diskusi yang diberikan kesempatan pada warga tentang media bagian sosial dari iklan virtual yang digunakan, bisa berdampak pada volume pendapatan industri rumahan mereka meningkat. Ini menambah semangat para pengusaha UMKM desa Banjarkemantren dalam responnya untuk meminta Tim menindaklanjuti agar warga diberikan pengetahuan dan wawasan dalam memanfaatkan teknologi untuk digital marketing melalui pelatihan sebagai kemitraannya, termasuk cara cara pemasaran yang benar.



Gambar 2. Diskusi Warga Dengan Tim Narasumber, 2021.

Setelah memberikan materi untuk berbisnis di web, maka diadakan sharing meeting. Dalam sharing meeting dengan warga atau pelaku bisnis mengungkapkan permasalahan yang mereka hadapi dalam usahanya, kemudian berdiskusi dengan narasumber untuk ditindaklanjuti dan upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Sebagaimana warga desa Banjarkemantren dalam diskusi menyampaikan kesulitan kesulitannya dalam penggunaan digital marketing, bahkan ada yang belum memahami sama sekali, sehingga warga bertumpu pada Tim agar diberikan pelatihan dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi digital. Karena warga sangat merasa begitu besar manfaat yang diperoleh pengetahuan dengan menggunakan media sosial sebagai sarana kegiatan pemasaran hasil produk industri rumahan. Namun warga merekomendasikan dalam diskusinya, bagaimana caranya agar usahanya bisa berkembang meski tempatnya di jalan yang kecil? Dari diskusi tersebut disampaikan bahwa berbisnis tidak melihat tempatnya meski masuk di jalan kecil atau lebar bukan menjadi masalah, melalui bisnis online yang penting faktanya lokasi bisnis berada di jalan kecil dan bisa dilalui kendaraan. Hal utama yang perlu diperhatikan adalah titik area tertentu harus dapat dilihat oleh google map, juga harus ada umbul umbul atau sepanduk untuk memudahkan pengambilan produknya seperti menggunakan go food agar dapat ditemukan lokasi bisnisnya meski berada di jalan kecil.

Semangat warga menjadi begitu tinggi, dan perlu mendapat respon Tim agar usaha industri rumahan warga Banjarkemantren bisa menggunakan media sosial, terus memanfaatkan dalam mengembangkan produk yang dihasilkan agar makin meningkat, bisa melakukan komunikasi dengan konsumen dan pelanggan, penyalur, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi, sehingga hasil penjualan produknya makin besar

Salah satu keberhasilan dalam berbisnis olahan industri rumahan yang didiskusikan dengan warga dalam menggunakan teknologi digital sangat bermanfaat, karena teknologi digital memberikan solusi dan peluang dalam pemasaran ditengah pandemi Covid-19. Kondisi ini banyak dihadapi oleh UMKM di desa Banjarkemantren, karena selama ini cara pemasaran yang dilakukan dengan cara tradisional ke pasar pasar, juga diambil oleh para tengkulak. Itu merupakan keterbatasan dari warga atau pebisnis industri rumahan terhadap

pengetahuan teknologi digital sebagai sarana dalam pemasaran dan dalam pengembangan usahanya.

Tim pembicara juga mengemukakan berkembangnya salah satu usaha industri rumahan dapat melakukan pemasaran dengan dukungan teknologi digital. Pemilik usaha atau UMKM tidak perlu mengeluarkan banyak biaya operasional dan tidak perlu memiliki banyak karyawan, tidak perlu memiliki toko yang besar, sehingga dapat menghemat berbagai biaya operasional. Oleh sebab itu, peluang seperti ini sangat baik, dan warga terasa tidak menghilangkan kesempatan yang bermanfaat dalam memperoleh pengetahuan teknologi digital untuk kepentingan dalam digital marketing terhadap produk-produk yang dihasilkan. Karena menggunakan teknologi bisa ditekuni, hasilnya banyak sekali manfaatnya, dapat meraih keuntungan, dapat mengembangkan jaringan bisnis, dan dapat meningkatkan omset setelah menggunakan teknologi dalam usahanya. Ini adalah cara untuk membangkitkan semangat warga usaha industri rumahan dalam mencapai kesuksesan berbisnis dengan menggunakan digital marketing.

## **KESIMPULAN**

Hasil dari mengidentifikasi akibat menurunnya penjualan produk UMKM di desa Banjarkemantren, karena kesulitan memasarkan hasil industri rumahan. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi UMKM ini memerlukan pengembangan dengan menggunakan teknologi digital agar usaha yang ditekuni dapat meningkatkan omset penjualannya. Sebagian warga desa Banjarkemantren belum paham menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan produk olahan rumah tangga. Dukungan Tim dalam penggunaan media sosial untuk membuat dan memberi informasi pada konsumen termasuk melalui BBM (blackberry Messenger), FB (Facebook), WA (Whatsapp), IG (Instagram), Youtube, email maupun Tik Tok, sangat positif dalam pemanfaatan sebagai digital marketing. Oleh sebab itu, peluang seperti ini sangat baik, dan warga terasa tidak menghilangkan kesempatan yang bermanfaat dalam memperoleh pengetahuan teknologi digital untuk kepentingan dalam digital marketing terhadap produk-produk yang dihasilkan. Ini adalah cara untuk membangkitkan semangat warga usaha industri rumahan dalam mencapai kesuksesan berbisnis dengan menggunakan digital marketing.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alford, P. and Page, S.J. (2015). Marketing Technology For Adoption By Small Business. *The Service Industries Journal*. Vol. 35, Nos. 11–12, 655–669.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston, and Fiona Ellis-Chadwick. (2015). *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*. London, England: Pearson Education Limited.
- Febriyantoro, Mohamad Trio dan Arisandi, Debby. (2018). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*. Vol 1 No 2, Desember 2018, halaman 62 - 76
- Gretz, R. T. and Basuroy, S. (2013). Why Quality May Not Always Win: The Impact of Product Generation Life Cycles on Quality and Network Effects in High-tech Markets. *Journal of Retailing*. 89(3), 281–300.

- Hapsoro, Bayu Bagas, Palupiningdyah, dan Slamet, Achmad. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *ABDIMAS*. 23 (2), Desember 2019: 117-120.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. 15th Global Edition. ISBN 978-0-13-385646-0. London, England: Pearson Education, Inc.
- Longenecker, Justin G. Moore, Carlos W. Petty, J. William, (2013). *Small Business Management*. Seventeenth Edition. United States: Amazon, Cengage Learning. September 26.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*. 11(2), 46–53.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah Dalam Pengembangan UMKM Di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89-95.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. 1(1), 1-17.
- Putra, O. dan Saktya, D. (2015). Pengaruh Pelatihan Keterampilan Menjual Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada Bagian Staf Marketing PT. BPR MEKAR NUGRAHA. *Jurnal Prediksi*. 1(4), 72–80.
- Rachman, Mochammad Munir. (2018). *Metodologi Penelitian*. Cetakan Ketiga. Surabaya: Unipress, Universitas PGRI Adi Buana.
- Rudjito (2003). Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis. *Makalah yang disampaikan pada Seminar Peran Perbankan dalam memperkuat Ketahanan Nasional*. Kerjasama Lemhanas RI dengan BRI, April.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Wardhana, Aditya. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV*. pp. 327–337. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Jaringan*. Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Sekretariat Negara.

## ***Business Plan* Sebagai Alternatif Strategi Pengembangan UMKM Di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo**

**Ferry Hariawan<sup>1</sup>, Tri Ariprowo<sup>2</sup>, Aji Prasetyo<sup>3</sup>, Teguh Purwanto<sup>4</sup>, Noerchoidah<sup>5</sup>**

<sup>1,2,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>3,4</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : ferry@unipasby.ac.id

### **ABSTRAK**

Usaha rumahan di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah di rintis oleh warga Desa Banjarkemantren mulai menunjukkan hasil yang cukup baik meskipun kurang maksimal. Dibutuhkan strategi dalam pengembangan UMKM agar bisnis yang dijalani bisa lebih maksimal. Oleh karena itu, diperlukan sebuah model bisnis untuk mempermudah para pelaku UMKM dalam merancang, mengevaluasi, dan mengelola bisnisnya. Sebagai alternatif strategi pengembangan UMKM Di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, salah satu model *Business Plan* yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, maka para pelaku UMKM memperoleh 9 aspek tentang gambaran model bisnis. 9 aspek tersebut diantaranya adalah *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships* dan *Cost Structure*. Para pelaku UMKM dapat melakukan analisis bisnisnya dengan mengevaluasi 9 (sembilan) aspek yang telah di jelaskan sehingga dapat menyusun strategi pengembangan UMKMnya. Dengan dibantu oleh mahasiswa Universitas PGRI Adi buana Surabaya dan Tim Pengabdian Pada Masyarakat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi buana Surabaya.

**Kata kunci** : Desa Banjarkemantren, UMKM, *Business Model Canvas*, BMC.

### **ABSTRACT**

*Home businesses in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector have been pioneered by residents of Banjarkemantren Village, starting to show good results, although not optimal. It takes a strategy in developing MSMEs so that the business that is carried out can be maximized. Therefore, a business model is needed to make it easier for MSME actors to design, evaluate, and manage their business. As an alternative strategy for developing MSMEs in Banjarkemantren Village, Buduran District, Sidoarjo Regency, one of the Business Plan models used is the Business Model Canvas (BMC). By using the Business Model Canvas, MSME actors get 9 aspects of the business model description. These 9 aspects include Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships and Cost Structure. MSME actors can conduct their business analysis by evaluating the 9 (nine) aspects that have been described so that they can develop a strategy for developing their MSMEs. With the assistance of students from PGRI Adi Buana University Surabaya and the Community Service Team, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Adi Buana University Surabaya.*

**Keywords:** *Banjarkemantren Village, MSME, Business Model Canvas, BMC..*

## **PENDAHULUAN**

Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo merupakan salah satu desa yang terletak di kabupaten Sidoarjo provinsi Jawa Timur. Desa Banjarkemantren memiliki banyak potensi desa yang luar biasa. Salah satu potensi yang dimiliki adalah warga yang beraneka ragam matapencahariannya. Dimana mayoritas dari warga Desa Banjarkemantren memiliki usaha rumahan di sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Usaha rumahan ini telah menjadi tumpuan bagi perekonomian desa. UMKM yang telah di rintis oleh warga Desa Banjarkemantren mengolah dan memproduksi kerupuk ikan, kerupuk udang, petis dan terasi udang. Pengolahan ikan dan udang ini mulai menunjukkan hasil yang cukup baik meskipun kurang maksimal.

Kurang maksimalnya pengembangan bisnis disektor UMKM ini telah menjadi persoalan tersendiri mengingat bisnis rumahan ini memiliki peluang yang cukup besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Banjarkemantren. Para pelaku UMKM diharapkan memahami secara mendalam terhadap bisnisnya agar mereka dapat menghindari permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM. Oleh karena itu, diperlukan sebuah model bisnis untuk mempermudah para pelaku UMKM dalam merancang, mengevaluasi, dan mengelola bisnisnya. Ada empat keuntungan jika memiliki model bisnis, yang pertama adalah memudahkan bagi para perencana dan pengambil keputusan melihat hubungan logis antara komponen-komponen dalam bisnisnya, sehingga dapat dihasilkan nilai bagi konsumen dan nilai bagi UMKM itu sendiri. Kedua, model bisnis dapat dipakai untuk membantu menguji konsistensi hubungan antar komponennya. Ketiga, model bisnis dapat digunakan untuk membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan ketika mengembangkan bisnis. Sedangkan yang terakhir, model bisnis dapat dipakai untuk menunjukkan seberapa radikal suatu perubahan dilakukan dan konsekuensinya (ppm manajemen 2014).

Peran model bisnis dalam perusahaan besar sangat vital dalam menentukan keberlangsungan hidup perusahaan, bahkan model bisnis tersebut dibuat sebelum perusahaan tersebut memulai usahanya. Hal ini dikarenakan sebuah model bisnis memiliki andil yang sangat besar terhadap kinerja perusahaan, dimana model bisnis merupakan kunci perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan akhirnya. Akan tetapi pada UMKM proses pengembangan model bisnis terjadi tanpa disadari. Model bisnis pada UMKM tidak diformalisasikan atau direncanakan seperti halnya model bisnis pada perusahaan besar. Apabila para pelaku UMKM tidak cermat, hal ini bisa mengakibatkan UMKM tidak berkembang atau bahkan mengalami kegagalan. (Rezqi 2015).

Dari hasil diskusi dan pengamatan yang telah dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dapat disimpulkan beberapa masalah diantaranya:

1. Kurang maksimalnya *Business Plan* disektor UMKM.
2. Pelaku UMKM tidak mengetahui tentang *Business Plan*.
3. Tidak dapat merancang dan menganalisa bisnis dengan baik.

Permasalahan bisnis yang dialami oleh warga Desa Banjarkemantren ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi akademisi. Dalam upaya merencanakan pengembangan bisnis, sebagai UMKM harus senantiasa mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki secara cermat untuk terus berinovasi dan berkreasi. Mampu mengoptimalkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki dengan model bisnis sesuai dengan karakter bisnisnya.

Dalam menilai dan memahami model bisnis, Osterwalder dan Pigneur (2016) menawarkan sebuah metode yang disebut bisnis model kanvas. Merupakan salah satu model strategi bisnis yang layak untuk diterapkan oleh UMKM Desa Banjarkemantren untuk terus berinovasi dan berkreasi dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi usahanya. Elemen-elemen yang terdapat dalam model bisnis kanvas ini antara lain proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran, sumberdaya kunci, hubungan pelanggan, alur pendapatan, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya dapat dijadikan salah satu model bisnisnya.

*The business model canvas (BMC) has advantages in business model analysis, which is able to describe simply and thoroughly the current condition of a company based on consumer segments, value offered, value supply channels, relationships with customers, income streams, vital assets, partners, as well as the cost structure it owns.* (Hariawan et al., 2021).

Business model canvas (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis, yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh kondisi perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, nilai yang ditawarkan, saluran pasokan nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra, serta struktur biaya yang dimilikinya.

Salah satu konsep model bisnis yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan pencapaian tujuan UMKM adalah BMC yang mengubah sebuah model bisnis yang rumit menjadi model lebih sederhana. Oleh karena itu, dengan kesederhanaan BMC dapat lebih motivasi pemilik sekaligus karyawan untuk terlibat dalam pengembangan bisnis model ini. (Wijayanti 2020)

#### **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama perangkat Desa Banjarkemantren, solusi yang telah disepakati untuk menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan metode pendekatan teori. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo dengan tetap menjaga protokol kesehatan yang ketat. Dibantu dengan tim dari mahasiswa universitas PGRI Adi buana Surabaya, tim PPM melaksanakan pendampingan kepada seluruh peserta.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan sasaran target peserta adalah masyarakat Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo dimana kegiatan tersebut dijalankan berdasarkan jadwal yang telah disesuaikan waktunya oleh masyarakat. Fleksibilitas ini dilakukan mengingat kesibukan peserta dalam beraktivitas sehingga tidak mengganggu sepenuhnya dan kegiatan dapat terselenggara dengan baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Pengabdian Pada Masyarakat ini dibagi kedalam beberapa tahap kegiatan, yang pertama adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pendampingan. Pertama yaitu mempersiapkan segala sesuatu dalam pelaksanaan penyuluhan diantaranya persiapan meliputi penyusunan rencana dan jadwal kegiatan, sosialisai jadwal kegiatan, pengumpulan peralatan dan perlengkapan. Selanjutnya, tahap pelaksanaan kegiatan meliputi pemberian materi secara langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Banjarkemantren.



Gambar 1. Salah satu proses pemberian materi.

Materi yang diberikan yaitu tentang 9 aspek atau 9 blok bangunan dari model bisnis kanvas.

1. *Customer Segments*, menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani. Pelanggan adalah inti dari semua model bisnis, tanpa adanya pelanggan tidak ada perusahaan yang dapat bertahan lama.
2. *Value Propositions*, suatu nilai yang disalurkan, dikomunikasikan, dan diketahui. Dapat diaplikasikan kepada seluruh organisasi, konsumen, produk atau layanan yang menggambarkan gabungan antara jenis produk dan jenis pelayanan yang dapat menciptakan nilai lebih untuk segmen pelanggan. Nilai lebih misalnya harga dan kecepatan pelayanan dapat dikategorikan bersifat kuantitatif. Sedangkan misalnya desain dan pengalaman pelanggan dapat dikategorikan bersifat kualitatif. Proporsisi nilai ini menciptakan nilai lebih untuk segmen pelanggan melalui perpaduan elemen-elemen yang berbeda yang melayani kebutuhan segmen tersebut.
3. *Channels*, gambaran dari cara perusahaan mengkomunikasikan dan menyampaikan *value propositions*, distribusi, serta penjualan kepada pelanggan. Menemukan perpaduan antara saluran yang tepat, melalui salurannya sendiri atau melalui mitra

kerja untuk memenuhi bagaimana pelanggan ingin dijangkau. Hal ini sangat penting karena dapat membawa nilai tersendiri ke pasar.

4. *Customer Relationships*, berhubungan dengan pelanggan dalam menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun organisasi bersama dengan segmen pelanggannya lebih spesifik. Sebuah organisasi harus menjelaskan jenis hubungan yang ingin dibangunnya bersama *Customer Segments*.
5. *Revenue Stream*, merupakan arus pendapatan yang menggambarkan aliran pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan (biaya harus mengurangi pendapatan untuk menghasilkan pemasukan).
6. *Key Resources*, berisikan sumber daya utama yang menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi. Setiap model bisnis memerlukan Sumber Daya Utama. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan menciptakan dan menawarkan Proporsisi Nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan, dan memperoleh pendapatan.
7. *Key Activities*, merupakan aktivitas inti yang menggambarkan hal-hal apa saja yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja. Setiap model bisnis memerlukan sejumlah aktivitas kunci, yaitu tindakan-tindakan terpenting yang harus diambil perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses.
8. *Key Partnerships*, berisi tentang siapa saja yang menjalin hubungan kemitraan. Menggambarkan tentang jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja. Perusahaan menciptakan aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis, mengurangi risiko, atau memperoleh sumber daya mereka. Pihak-pihak yang diajak kerjasama.
9. *Cost Structure*, merupakan gambaran tentang semua biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. Adalah suatu hal yang biasa bila setiap model bisnis harus meminimalkan biaya. Akan tetapi, struktur biaya yang rendah lebih penting bagi beberapa model bisnis lainnya.

Masyarakat Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo sangat antusias dalam mengikuti kegiatan penyampaian materi ini. Tidak berhenti sampai disitu, kegiatan ini dilanjutkan dengan tahapan kegiatan ketiga yaitu melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM. Diskusi dan tanya-jawab dalam sesi ini berlangsung dengan sangat baik. Terbukti banyak warga yang bertanya tentang tatacara implementasi dalam pengisian 9 aspek BMC.



Gambar 2. Diskusi interaktif sekaligus pendampingan.

Dalam sesi diskusi interaktif tersebut, tim juga menghadirkan beberapa mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah melakukan pemetaan bisnis yang dijalaninya dengan metode yang sama yaitu *Business Model Canvas* (BMC). Hal ini menjadikan contoh kepada masyarakat bahwa Universitas PGRI Adi Buana juga membina para mahasiswa agar belajar berwirausaha sedini mungkin dengan didampingi oleh dosen-dosen yang ahli dalam bidangnya.



Gambar3. Sesi penutupan dan foto bersama.

Setelah sesi ketiga berakhir, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya diberikan kesempatan untuk mengikuti foto bersama dengan beberapa peserta dan perwakilan dari perangkat desa.

### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Sebagai alternatif strategi pengembangan UMKM Di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, salah satu model *Business Plan* yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang telah dijelaskan oleh Osterwalder dan Pigneur dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, maka para pelaku UMKM memperoleh gambaran tentang model bisnis seperti di bawah ini.

1. *Customer Segments*, para pelaku UMKM dapat mengelompokkan, memilih dan memilih *segment* pelanggannya.
2. *Value Propositions*, para pelaku UMKM dapat mengetahui posisi produk/jasanya sehingga produk/jasa tersebut dibutuhkan oleh pelanggan.
3. *Channels*, para pelaku UMKM dapat mempersiapkan, memilih dan menggunakan media dalam mengirim/menginformasikan produk/jasa tersebut kepada pelanggan.
4. *Customer Relationships*, para pelaku UMKM dapat menggunakan cara yang sesuai dan membangun kedekatan dengan pelanggannya.
5. *Revenue Stream*, para pelaku UMKM dapat mengetahui sumber-sumber pendapatan dan mengamankan sumber-sumber tersebut.
6. *Key Resources*, para pelaku UMKM dapat menyiapkan, menyimpan, memilih dan mengamankan sumber daya yang dibutuhkan agar bisnis yang dijalankan tetap berlangsung tanpa terjadi hambatan dibidang sumber daya atau bahan bakunya.
7. *Key Activities*, para pelaku UMKM dapat memahami proses aktivitas kegiatan bisnisnya, sehingga akan lebih mudah dalam mengatur dan mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan dalam menjalankan roda usahanya.
8. *Key Partnerships*, para pelaku UMKM dapat menjalin kedekatan dengan beberapa pihak yang dipilih sebagai rekan bisnis.
9. *Cost Structure*, para pelaku UMKM dapat mengetahui dari mana saja biaya-biaya itu timbul sehingga dapat lebih berhati-hati dalam menggunakan biaya operasional dan pengeluaran perusahaan lainnya.

### **SIMPULAN**

Model *Business Plan* yang digunakan dalam menganalisa bisnis di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini adalah dengan *Business Model Canvas* (BMC). Para pelaku

UMKM dapat melakukan analisis bisnisnya dengan mengevaluasi 9 (sembilan) aspek yang telah di jelaskan sehingga dapat menyusun strategi pengembangan UMKMnya. Dengan dibantu oleh mahasiswa Universitas PGRI Adi buana Surabaya, Tim Pengabdian Pada Masyarakat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis tidak hanya menjelaskan tetapi juga melakukan pendampingan dalam menyusun 9 aspek tersebut.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan dalam membantu kelancaran kegiatan ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya melalui Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM), Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Kepala Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Sidoarjo, Sekretaris Desa yang selalu mendampingi Tim PPM beserta para perangkat Desa lainnya, Pemerintah Kota/Kabupaten Sidoarjo, dan segala pihak yang sudah membantu proses jalannya kegiatan ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Hariawan, F., Latif, N., & Faculty, B. (2021). *SCANNING RITEL STORE USING THE BUSINESS MODEL CANVAS*. 2021(1), 108–115.
- Osterwalder, A., Y. Pigneur. 2016. *Business Model Generation*. Jakarta (ID). PT. Elex Media Komputindo
- Rezqi Muhammad Gilang, Astri Ghina. Analisis Model Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Bidang Sepatu Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Studi Kasus : UMKM “GZL” dan UMKM “ASJ” Di Kota Bandung Pada Tahun 2014. 2015. e-Proceeding of Management.
- Tim PPM Manajemen 2014. *Business Model Canvas Penerapan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Wijayanti, Nur., Hidayat, Hety Handayani. (2020). *Model Business Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah*. Jurnal Agroindustri Halal ISSN 2442-3548 Volume 6 Nomor 2, Oktober 2020 114 – 121.

## Mengelolaan Keuangan Sederhana UMKM Di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo

Siti Samsiyah<sup>1</sup>, Yuni Sukamdani<sup>2</sup>, Siti Istikhoroh<sup>3</sup>, Bayu Rama Laksono<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>2,3,4</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : sitisamsiyah@unipasby.ac.id

### ABSTRAK

Manajemen keuangan adalah komponen penting dari bisnis yang efektif atau bukan metode langsung untuk mengawasi akun bagi para visioner bisnis. Manajemen yang hebat akan menghindarkan bisnis dari kebangkrutan. Bisa dikatakan, manajemen keuangan adalah cara untuk mengawasi akun untuk bisa lebih mendapatkan keuntungan dari bisnis yang dijalankannya dan memanfaatkan sumber modal dari kas yang ada untuk mengembangkan bisnisnya. Para pengusaha di desa Banjarkemantren mengalami kendala untuk mengelola keuangan sederhana. Saat pandemic Covid-19 para pengusaha di desa Banjarkemantren sangat berpengaruh dengan kondisi yang ada seperti saat ini, bagaimana cara mengatasi usahanya supaya bisa berjalan seperti sedia kala. Di balik pencapaian tersebut, terdapat berbagai tugas dan hasil yang harus diselesaikan, tentunya membutuhkan kerja keras yang lebih dan kesiapan yang mantap untuk mempelajari berbagai hal baru, termasuk tentang administrasi moneter. Item dan administrasi yang luar biasa, tetapi banyak dari mereka tidak benar-benar memahami akuntansi keuangan langsung.

**Kata Kunci :** Pengelolaan, Keuangan, Sederhana, UMKM

### ABSTRACT

*Financial management is an important element of a successful business or not a simple way of managing finances for entrepreneurs. Good management will take a business away from bankruptcy or bankruptcy. It can be said, financial management is the process of managing finances in order to benefit from the business it runs and use the source of capital from existing money to develop its business. Entrepreneurs in Banjarkemantren village experience difficulties in managing simple finances. During the Covid-19 pandemic, entrepreneurs in the village of Banjarkemantren were very influential with the existing conditions as it is today, how to deal with their business so that it can run as usual. Behind this achievement, there are various responsibilities and consequences that must be carried out, of course, it requires hard work and a strong willingness to learn many new things, including about financial management. a great product and service, but on the other hand, many of them don't really understand simple financial bookkeeping.*

**Keywords:** Management, Finance, Simple, UMKM

### PENDAHULUAN

Manajemen keuangan adalah komponen penting dari bisnis yang efektif atau bukan metode langsung untuk mengawasi akun bagi para visioner bisnis. Manajemen yang hebat akan menghindarkan bisnis dari kebangkrutan. Bisa dikatakan, manajemen keuangan adalah cara untuk mengawasi akun agar bias lebih mendapatkan keuntungan dari bisnis yang dijalankannya dan memanfaatkan sumber modal dari kas yang ada untuk mengembangkan bisnisnya. yaitu toko bangunan, counter HP, toko bahan pokok, toko klontong dll. Para pengusaha di desa Banjarkemantren mengalami kendala untuk mengelola keuangan sederhana. Cara mengelola manajemen keuangan yang bisa dipraktekkan

UKM adalah membuat rencana pengeluaran uang atau mencatat semua aliran uang masuk dan keluar bisnis. Catatan pengeluaran uang ini penting untuk menilai hanya sebagai metodologi dalam mengembangkan bisnis. Mengetahui perubahan pendapatan, bahwa biaya kerja usaha bukanlah biaya tetap karena bagian-bagian di dalamnya dapat berubah sewaktu-waktu, misalnya pada saat baik dan buruknya biaya bahan mentah, catatan ini akan menjadi patokan dalam memutuskan pembiayaan di hal yang berbeda. Tidak mengizinkan piutang pelanggan tertunda sehingga mengganggu pendapatan bisnis.

Usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menteri Keuangan No.40 / KMK.06 / 2003 tanggal 29 Januari 2003, adalah organisasi bermanfaat yang dimiliki oleh keluarga atau orang yang merupakan warga negara Indonesia dan memiliki kesepakatan dengan batasan sebesar Rp. 100.000.000,00 (100.000.000 rupiah) setiap tahun. Miniatur usaha dapat mengajukan kredit dari bank hingga Rp50.000.000. Pemilik usaha atau Individu yang bertanggung jawab untuk mempertahankan bisnisnya harus mendominasi informasi sehubungan dengan kewajibannya dan kapan kewajiban tersebut diharapkan akan dibayarkan. Usahakan untuk tidak membiarkannya karena kelalaian mencatat kerangka waktu kecantikan agar kewajiban terabaikan. Ini akan menjadi rekor buruk bagi UKM atau UMKM. Sebanyak apapun yang diharapkan dapat mengurangi biaya operasional, ini harus dilakukan agar bisnis dapat berjalan secara memadai dan efektif. Misalnya, dengan mengurangi biaya pemasaran konvensional dengan meningkatkan teknik periklanan online. Saat pandemic Covid-19 para pengusaha di desa Banjarkemantren sangat berpengaruh dengan kondisi yang ada seperti saat ini, bagaimana cara mengatasi usahanya supaya bisa berjalan seperti sedia kala. Masa depan suatu usaha akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dari seorang yang akan mengelola usaha tersebut dalam membangun sistem manajemen.

Sebanyak apapun modal yang ada, punya, seluas apapun pasar menanti produk yang dikelola oleh masyarakat. Oleh karena itu masyarakat desa Banjarkemantren harus semangat melakukan pengembangan dan inovasi usaha yang ada. Di balik pencapaian tersebut, terdapat berbagai tugas dan hasil yang harus diselesaikan, tentunya membutuhkan kerja keras dan kesiapan yang mantap untuk mempelajari berbagai hal baru, termasuk tentang administrasi moneter. Item dan administrasi yang luar biasa, tetapi banyak dari mereka tidak benar-benar memahami akuntansi keuangan langsung. Mereka mengira bahwasanya melakukan pembukuan adalah suatu pekerjaan yang rumit. Menurut Brealey, Myears, and Allen (2011), Modal kerja bisa dibiayai dengan modal sendiri, kewajiban sesaat atau kewajiban jangka panjang. Kerangka pengeluaran yang dipilih harus didasarkan pada perhitungan mengenai manfaat dan resikonya.

Namun, sejujurnya, jika Anda dapat memahami dan menggunakan informasi pembukuan dengan baik, Anda memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk memiliki opsi untuk mengembangkan bisnis Anda. Potensi moneter kota sangat penting saat ini, memberikan pertimbangan yang luar biasa terhadap perkembangan keuangan provinsi adalah salah satu langkah pertama dalam beberapa waktu untuk meningkatkan kualitas keuangan di semua pelosok negeri. Selama sepuluh tahun terakhir, otoritas publik telah dengan kuat meningkatkan ekonomi lokal. Ini dilakukan melalui beberapa proyek yang berfokus pada kota. Tujuannya adalah dalam segala kejujuran yang tidak memihak pergantian peristiwa dan perekonomian, sebagai indikasi kualitas yang terkandung dalam UUD 1945. Ketika semua dikatakan selesai, seperti yang ditunjukkan oleh Brigham dan Houston (2009), pilihan mendasar dalam

administrasi yang harus diambil oleh bisnis adalah pilihan dalam hal usaha, pilihan pembiayaan, dan pilihan dalam hal pembagian / penggunaan manfaat. Dengan harapan dapat memberikan pengaturan sehubungan dengan perhitungan moneter dasar dan eksekutif serta laporan keuangan yang unggul dapat dibuat sehingga jaringan kota dapat menangani peningkatan dana bisnis mereka.

### **METODE PELAKSANAAN**

Sasaran sosialisasi pelatihan dan pengembangan di desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo bergerak dalam pengelolaan keuangan sederhana pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), untuk memajukan desa yang mempunyai wirausaha. Pengembangan desa Banjarkemantren diharapkan banyak perubahan yang maksimal dan bisa mensejahterakan masyarakat disekitarnya. Gerakan pendampingan ini merupakan bagian cukup penting dari Program Studi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Universitas PGRI Adi Buanan, Surabaya. Teknik latihan yang diberikan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Menyusun proposal pada tahap awal dan melakukan rancangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui rancangan pengelolaan keuangan secara sederhana.
2. Melaksanakan pendampingan membuat pengelolaan keuangan sederhana UMKM sebagai bentuk untuk pengabdian kepada masyarakat.

Untuk mengetahui terwujudnya keberhasilan pengabdian maka masyarakat bisa bekerjasama ikut memajukan, saling gotong royong dan mensejahterakan masyarakat desanya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Laporan keuangan yang sederhana dengan menunjukkan cara mudah membuatnya untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengelolaan keuangan ini merupakan suatu gerakan persiapan, perencanaan, pengecekan, pengawasan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan aset yang dimiliki oleh suatu asosiasi atau organisasi. Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo merupakan desa yang mempunyai lahan yang luas untuk mengembangkan usahanya dalam bentuk pujasera, pertokoan. Dalam melaksanakan pengembangan desa perlu adanya pembangunan yang didukung dengan modal, sarana dan prasarana serta pengelolaan keuangan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa Banjarkemantren.

Untuk mengetahui terwujudnya keberhasilan pengabdian pada masyarakat, indikasinya adalah apabila dalam pengelolaan keuangan dan terpenuhinya sarana dan prasarana untuk pengembangan desa. Adapun dokumentasi dari terselenggaranya pengabdian pada masyarakat tertera pada gambar dibawah ini.





### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Efek positif dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah adalah wajib karena mengikuti pedoman Kementerian Riset dan Teknologi untuk membina latihan instruktur dan mahasiswa untuk mencapai prestasi dan nilai tinggi. Seperti halnya dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, kemajuan data dan korespondensi kepada masyarakat pada umumnya harus ditingkatkan agar dapat tetap waspada terhadap pergantian peristiwa secara mekanis. Dengan demikian, konsekuensi merugikan bagi instruktur yang tidak berkiprah dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah akan mendapatkan nilai yang rendah, khususnya pada jenjang perguruan tinggi. Semua kegiatan yang diselenggarakan diharapkan akan membawa manfaat bagi masyarakat sekitar dan bagi perguruan tinggi. Pengabdian ini dilaksanakan oleh tim Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pelaksanaan setiap kegiatan pengabdian ini semoga membawa peningkatan bagi masyarakat desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidaorjo.

### **KESIMPULAN**

Hasil yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah adanya pembuatan proposal dan perencanaan pengembangan desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidaorjo segera terelaisasi oleh pemerintah daerah. Kepala Desa Banjarkemantren akan segera mensosialisasikan kepada masyarakat tentang pengelolaan keuangan yang sangat sederhana supaya masyarakat bisa melaksanakan kegiatan usahanya bertambah maju dan berkembang. Pengabdian ini diselenggarakan dengan menyampaikan materi mengenai pentingnya melakukan pengalokasian anggaran. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh kepala desa, perangkat desa, karang taruna, komunitas dan masyarakat setempat. Usaha desa tersebut adalah cita-cita kepala desa dan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dan harapan sangat tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik dan untuk membangun desanya supaya tambah maju. Oleh karena itu masyarakat sangat antusias membantu kepala desanya supaya cita-cita tersebut bisa terwujud. Masyarakat desa selalu gotong royong membangun desanya supaya bisa maju dan menambahkan penghasilan perekonomian dan sejahtera.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan Alhamdulillah dengan bersyukur atas hadirat Allah SWT, Tim Pengabdian Masyarakat dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya mengucapkan terima kasih kepada Bupati dan Pemkot Banjarkemantren serta lingkungan sekitarnya yang Sudah mengajak rombongan kami melakukan pengabdian masyarakat di Banjarkemantren, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Kami telah menyelesaikan tugas ini untuk mensosialisasikan materi yang telah tersampaikan. Semoga apa yang kami sampaikan bermanfaat bagi masyarakat desa Banjarkemantren serta menambah wawasan dan memberikan semangat kepada masyarakat dan memberikan motivasi kepada masyarakat dan sekitarnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. 2011. Principles of Corporate Finance (10 ed.). New York: Douglas Reiner.
- Brigham, E., & Houston, J. 2009. Fundamentals of Financial Management (12 ed.). USA: Soth Western.
- <https://www.desabisa.com/tips-manajemen-keuangan-sederhana-ukm-umkm/>
- [https://www.yayasanhadjikalla.co.id/umum/ekonomi-desa-untuk-peningkatan-kualitas-ekonomi-negeri/diakses tanggal 1 April 2021](https://www.yayasanhadjikalla.co.id/umum/ekonomi-desa-untuk-peningkatan-kualitas-ekonomi-negeri/diakses%20tanggal%201%20April%202021)
- [https://www.bukukas.co.id/pembukuan-keuangan-sederhana-untuk-umkm-begini-cara-mudah-menyusunnya/diakses tanggal 7 April 2021](https://www.bukukas.co.id/pembukuan-keuangan-sederhana-untuk-umkm-begini-cara-mudah-menyusunnya/diakses%20tanggal%207%20April%202021)
- [https://www.berdesa.com/begini-manajemen-keuangan-sederhana-bagi-umkm/diakses tanggal 6 April 2021](https://www.berdesa.com/begini-manajemen-keuangan-sederhana-bagi-umkm/diakses%20tanggal%206%20April%202021)
- Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003

## Digitalisasi Pengajuan Izin Usaha UMKM di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo

Nashrudin Latif<sup>1</sup>, Suharyanto<sup>2</sup>, Bayu Adi<sup>3</sup>, Untung Lasiyono<sup>4</sup>, Mohamad Afrizal Miradji<sup>5</sup>

<sup>1,2\*</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>3,4,5\*</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : nashrudin@unipasby.ac.id

### ABSTRAK

Pemerintah berupaya membangun ekosistem percepatan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Kemudahan pengajuan izin usaha ditekankan pada mudahnya persyaratan yang harus dipenuhi pelaku UMKM secara digital. Program digitalisasi diharapkan mampu meningkatkan kecepatan layanan Pemerintah mendorong terciptanya pola baru penerapan teknologi informasi. Penggunaan aplikasi teknologi informasi mengubah pola lama dalam penanganan administrasi izin usaha secara manual, sehingga dibutuhkan sosialisasi terhadap pelaku usaha Desa Banjarkemantren dalam menerapkannya. Sosialisasi melalui pemberian materi prosedur pendaftaran izin usaha di laman *Online Single Submission* (OSS). Sistem OSS merupakan pusat layanan yang terintegrasi pada seluruh upaya pelaku usaha mendapatkan izin dengan mudah dan cepat. Portal nasional OSS sebagai upaya menerapkan layanan terpadu satu pintu, diharapkan mampu meminimalisir alur birokrasi sehingga memudahkan pelaku usaha memenuhi hak dan kewajibannya. Potensi strategis Pemerintah tersebut memberikan peluang dan pijakan penting landasan hukum perizinan bidang usaha perseorangan, non perseorangan, mikro & perseorangan dan usaha lainnya. Legalitas hukum mengarah pada hak pelaku usaha atas didapatnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) atas kegiatan usaha yang dijalankannya. Maka sosialisasi pengurusan NIB dan IUMK dilakukan di Desa Banjarkemantren untuk memudahkan pegiat usaha kecil melegalisasi usahanya. Upaya legalitas formal diharapkan memudahkan akses pengembangan usaha dari instansi terkait dalam pemenuhan kebutuhan modal dan pemasaran produk.

**Kata kunci :** Legalitas Usaha, Digitalisasi Usaha, Izin Usaha

### ABSTRACT

*The government is trying to build an ecosystem for the acceleration of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs). The ease of applying for a business license is emphasized on the ease of requirements that must be met by MSME actors digitally. The digitization program is expected to be able to increase the speed of Government services to encourage the creation of new patterns of information technology application. The use of information technology applications changes the old pattern in handling business license administration manually, so socialization is needed for Banjarkemantren Village business actors in implementing it. Socialization through the provision of business license registration procedure materials on the Online Single Submission (OSS) page. The OSS system is an integrated service center in all efforts by business actors to obtain permits easily and quickly. The OSS national portal, as an effort to implement a one-stop integrated service, is expected to be able to minimize bureaucratic flows, making it easier for business actors to fulfill their rights and obligations. The Government's strategic potential provides opportunities and important footholds in the legal basis for licensing the fields of individual, non-individual, micro & individual businesses and other businesses. Legal legality*

*refers to the rights of business actors to obtain a Business Identification Number (NIB) and Micro Small Business License (IUMK) for the business activities they carry out. So the socialization of NIB management was carried out in Banjarkemantren Village to make it easier for small business activists to legalize their business. Formal legality efforts are expected to facilitate access to business development from relevant agencies in meeting capital needs and product marketing.*

**Keywords:** *Business Legality, Business Digitization, Business License*

## **PENDAHULUAN**

Sektor UMKM mendapatkan perhatian serius dari Pemerintah. Perhatian terhadap pelbagai upaya mendorong kemajuan di segala aspek pertumbuhannya, baik aspek produk, pemasaran, keuangan, hukum, sumber daya manusia dan produksi (Maulida & Yunani, 2017). Aspek produk menekankan adanya penciptaan produk yang berkualitas melalui serangkaian percobaan untuk menemukan produk yang benar-benar diminati oleh konsumen. Kesesuaian produk yang dihasilkan antara kebutuhan konsumen dan produsen membutuhkan upaya pemasaran dalam menyampaikan komunikasi produk terhadap pasar sasaran dengan tepat (Harto, 2019). Ketepatan pasar sasaran membutuhkan alokasi anggaran yang tepat dalam mendistribusikan biaya promosi selain biaya produksi dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa anggaran keuangan mencukupi untuk memenuhi operasional usaha. Kepastian kemampuan keuangan perlu didukung aspek hukum untuk menjamin keberadaan usaha yang dijalankan telah sesuai aturan Pemerintah yaitu terkait perijinan usahanya. Adanya perijinan usaha (Marka, M.M, dkk, 2018) memudahkan pelaku usaha membuka akses kepada pihak terkait dalam hal ini instansi pemerintah dan perbankan dalam menerima bantuan pelatihan dan pendanaan dalam pengembangan usahanya. Aspek sumber daya manusia dan produksi menjadi satu paket dalam menjalankan usaha dimana adanya pihak yang melaksanakan kegiatan dan menjalankan proses produksinya, sehingga kemampuan sumber daya manusia sangat menentukan bagaimana menjalankan proses produksi dalam menghasilkan produk atau jasa yang ditawarkan.

Kemudahan segenap aspek pendukung terciptanya UMKM yang berkembang baik telah dibuka seluasnya oleh Pemerintah. Salahsatu pembuka kran tersebut (Kadarisman, 2012) adalah kemudahan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) melalui sistem digital di website <https://www.oss.go.id/oss/>. Website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyediakan layanan perizinan berusaha yang terintegrasi secara eletronik (*OSS-One Single Submission*) telah dituangkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018. Aplikasi OSS menasar pada pengguna aplikasi yang menginginkan pengajuan NIB, IUMK dan izin komersial lainnya (Purnawan, 2020). Pedoman umum memberikan panduan yang jelas dalam mejalankan prosesnya, mulai dari pendaftaran, informasi izin-izin yang diterbitkan, sampai dengan segala hal komitmen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha (Arliman, 2017). Kemudahan akses membantu pelaku usaha dalam memulai login hingga mendapatkan penerbitan surat izin yang diperlukan (Kusmanto, 2019). Hal tersebut menunjukkan layanan publik yang memadai dalam menyelaraskan keinginan pemerintah untuk memberikan edukasi bagi pelaku usaha.

Sistem OSS memudahkan pelaku usaha menjalankan proses pengajuan perizinan. Proses pengajuan perizinan usaha sebelumnya dirasa pelaku usaha sangat menunjukkan alur birokrasi yang rumit. Kerumitan jalur birokrasi, dengan istilah umumnya adalah banyak meja, menjadikan pelaku usaha sulit menjalani prosesnya dan membutuhkan

waktu serta biaya yang banyak dan tinggi (Mulyadi, 2018). Aspek efisiensi dan efektif dengan pola “banyak meja” berdampak pada kinerja UMKM menurun, sehingga pola tersebut oleh Pemerintah diinisiasi dengan keberadaan aplikasi OSS untuk mengembangkan kinerja instansi dan memudahkan pelaku usaha mengembangkan usahanya. Kemudahan proses tersebut menjadi media pengabdian masyarakat melalui program sosialisasi bagi pelaku usaha di Desa Banjarkemantren, Sidoarjo, sehingga diharapkan proses edukasi dan penyebaran informasi yang dilakukan dapat membantu upaya instansi pemerintah terkait dan upaya pelaku usaha mendapatkan akses dengan baik.

### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan sosialisasi OSS dilaksanakan di Desa Banjarkemantren melalui edukasi ceramah dan diskusi. Pendekatan edukasi tersebut dipilih dan ditekankan pada upaya pemahaman yang didapat dan pemberian solusi konkrit dalam mengembangkan usaha yang dijalankan pelaku usaha. Pola edukasi dijalankan selaras dengan upaya pemberdayaan masyarakat desa yang membutuhkan partisipasi kolektif (Gambar 1). Partisipasi bersama sangat dibutuhkan agar kesadaran terhadap keterlibatan masyarakat terbentuk. Maka pembentukan pelibatan masyarakat dimulai dari eksplorasi dan survey ragam usaha kecil yang ada di Desa Banjarkemantren, menemukan masalah riil yang dihadapi, diskusi tentang pencapaian solusi alternatif yang bisa diberikan dan pengambilan keputusan dalam menjalankan pilihan solusi. Proses komunikasi dua arah tersebut menghasilkan temuan menarik yaitu masih kurangnya pengetahuan pengajuan izin usaha melalui jalur elektronik, sehingga upaya selanjutnya difokuskan pada bagaimana informasi NIB, IUMK dan izin lainnya dapat disampaikan secara utuh dan konkrit.

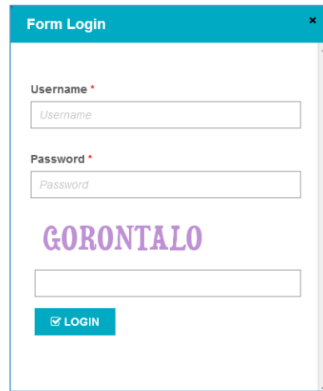


Gambar 1. Partisipasi Kolektif Akademisi dan Masyarakat

### HASIL DAN PEMBAHASAN

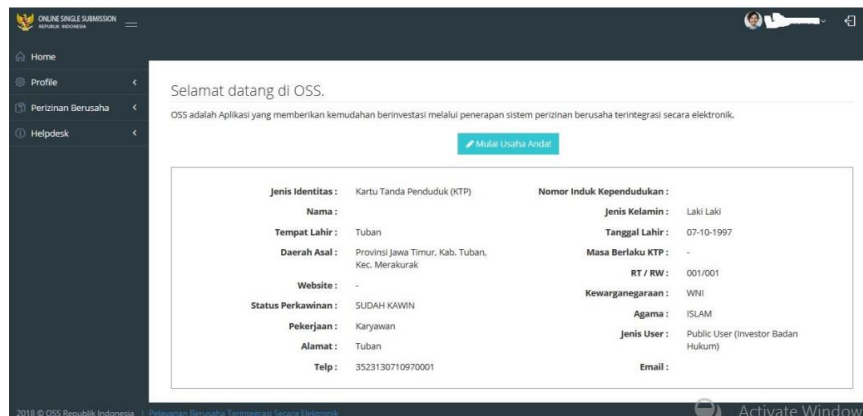
Kegiatan sosialisasi NIB, IUMK dan izin lainnya berbasis OSS dilaksanakan dengan memberikan peta proses yang harus dijalani pelaku usaha mendapatkan penerbitan izin usaha melalui *web OSS* (*url: http://oss.go.id*). Langkah-langkah untuk menggunakan prosedur OSS yaitu : (1) pelaku usaha diminta untuk membuat *user ID* (Gambar 2), (2) diminta untuk *log in* dengan memakai *user-ID* tersebut, (3) pengisian data yang diperlukan untuk mendapatkan izin penerbitan NIB, (4) memerhatikan aturan yang berlaku dimana bagi pelaku usaha baru diminta untuk mengajukan dulu izin dasar, izin usaha dan komersial lainnya dengan segala komitmen yang harus dipenuhi dan bagi pelaku usaha yang telah berdiri cukup diminta melanjutkan proses izin berusaha baru

yang belum dipunyai, upaya perpanjangan izin berusaha, mengembangkan usaha atau memperbaiki data perusahaannya.



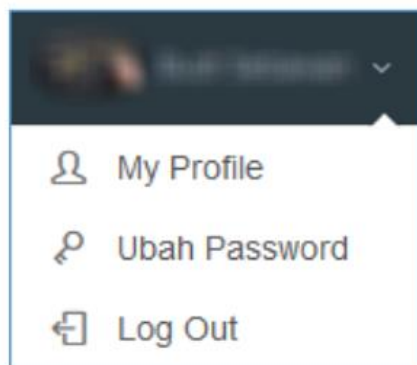
Gambar 1. Login

Selanjutnya pelaku usaha jika berhasil login akan diarahkan pada laman OSS yang dimaksudkan (Gambar 3) dan segala kesulitan dalam mengaksesnya maka pelaku usaha dapat menghubungi [helpdesk.oss@insw.go.id](mailto:helpdesk.oss@insw.go.id).



Gambar 3. Laman OSS

Setelah pelaku usaha dapat masuk di OSS, selanjutnya diminta untuk melengkapi menu profil (Gambar 4). Menu mengupayakan pelaku usaha untuk menambahkan photo, no.telepon, email dan lainnya serta diakhiri dengan klik simpan data (Gambar 5).



Gambar 4. Menu *User's*

**Data Profile**

**Jenis Identitas :** Kartu Tanda Penduduk (KTP)      **Nomor Induk Kependudukan :** 0002

**Nama :** [Redacted]      **Jenis Kelamin :** Laki Laki

**Tempat Lahir :** Tuban      **Tanggal Lahir :** 07-10-1997

**Daerah Asal :** Provinsi Jawa Timur, Kab. Tuban, Kec. Merakurak      **Masa Berlaku KTP :** -

**Website :** -      **RT / RW :** 001/001

**Status Perkawinan :** SUDAH KAWIN      **Kewarganegaraan :** WNI

**Pekerjaan :** Karyawan      **Agama :** ISLAM

**Alamat :** Tuban      **Jenis User :** Public User (Investor Badan Hukum)

**Nomor Telepon :** 0811223 [Redacted]      **Email :** [Redacted]@mallinator

**Buttons:** Pilih Foto Simpan Cancel

Gambar 5. Data Profil Pelaku Usaha

Selanjutnya untuk upaya preventif, pelaku usaha diminta mengubah *password* secara berkala melali menu ubah *password* (Gambar 6).

**Form Ubah Password**

**Username :** [Redacted]

**Password Lama \*) :** Password Lama

**Password Baru \*) :** Password Baru

**Konfirmasi Password Baru \*) :** Konfirmasi Password Baru

**Image:** METRO CAPTCHA

**Buttons:** Simpan Cancel

Gambar 6. Menu Ubah *Password*

Pelaku usaha diarahkan pada pilihan badan usaha melalui menu *browse* badan usaha (Gambar 7), sehingga proses pencarian terkait nomor akta, alamat perusahaan dan nama perusahaan akan mudah didapatkan untuk memroses pilihan badan usaha yang dikehendaki.

**LIST AKTA / BADAN HUKUM**

No	NO_AKTA	Nomor Akta	Nama Perusahaan
1			Nama (3, Rapp No.1)
2			Nama (3, Rapp No.1)
3			Nama (3, Rapp No.1)
4			Nama (3, Rapp No.1)
5			Nama (3, Rapp No.1)
6			Nama (3, Rapp No.1)
7			Nama (3, Rapp No.1)
8			Nama (3, Rapp No.1)
9			Nama (3, Rapp No.1)
10			Nama (3, Rapp No.1)

**Dropdown Menu:** Nomor Akta Nama Perusahaan Alamat Perusahaan

Gambar 7. Menu *browse* badan usaha

Pelaku usaha dengan klasifikasi usaha mikro, memiliki kekayaan Rp.50.000.000/tahun dan hasil penjualan Rp.300.000.000/tahun, mengentry menu perizinan usaha (Gambar 8 & 9). Aplikasi ini mengarahkan menu “pengajuan baru” dan menampilkan form yang harus diisi.

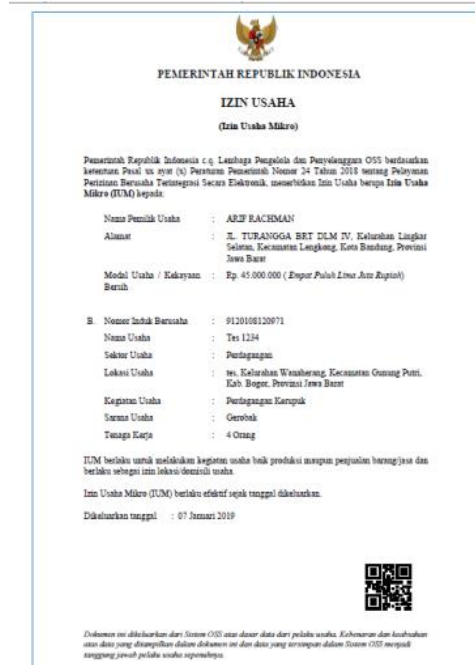
Gambar 8. Form Izin Usaha Mikro

Gambar 9. Menu Data Usaha

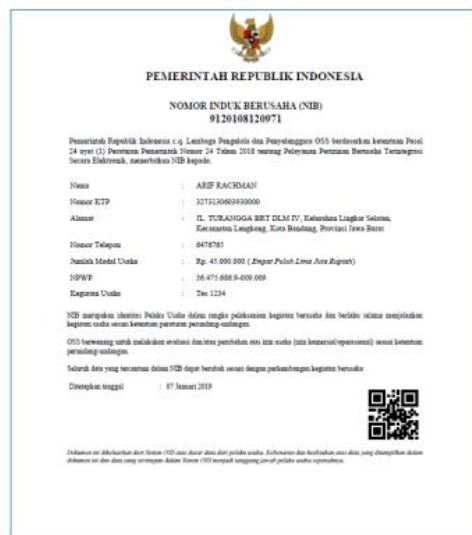
Form izin usaha telah terisi dengan baik dan benar, maka pelaku usaha akan diarahkan untuk melihat hasil entrynya (Gambar 10). Validasi data diperlukan untuk memastikan kebenarannya melalui *preview* draft (Gambar 11) dan dapat melihat draft NIB yang diajukan (Gambar 12).



Tahap akhir proses aplikasi OSS, mengarahkan pelaku usaha untuk menekan tombol "proses NIB", maka selanjutnya akan mendapatkan surat izin dan NIB yang diajukan (Gambar 13 & 14).



Gambar 13. Surat Izin Usaha Mikro



Gambar 14. Surat NIB

### DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kemudahan akses aplikasi OSS membuatkan legalitas perizinan usaha berdampak pada kemudahan berwirausaha. Kegiatan sosialisasi aplikasi OSS memberi kebermanfaatn secara menyeluruh pada aspek legalitas usaha, sehingga pelaku usaha

mampu mengembangkan usahanya dengan baik. Legalitas formal badan usaha yang digelutinya dapat dijadikan landasan hukum dalam mengakses permodalan dan pelatihan yang diselenggarakan instansi terkait. Dampak sosialisasi memberi manfaat potensial pelaku usaha menjalin komunikasi dengan sesama badan usaha lainnya dengan upaya peningkatan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dilakukan pelaku usaha melalui program legalitas usaha akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mutu kualitas produk usaha yang dipasarkan.

### **SIMPULAN**

Pelaku usaha Desa Banjarkemantren memahami sepenuhnya alur proses pengajuan izin usaha melalui aplikasi OSS. Artinya, tingkat serapan pemahaman pelaku usaha meningkat dan mampu mempraktekan proses digitalisasi pengajuan izin usaha. Kondisi peningkatan baik pemahaman, praktek dan pelibatan masyarakat menunjukkan tingkat kemauan yang tinggi pelaku usaha untuk memperbaiki mutu UMKM yang tengah dirintisnya. Pentingnya legalitas usaha melalui proses OSS dipandang penting dan perlu dipenuhi agar pelaku usaha mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui tingkat kepercayaan konsumen yang menumbuh dan tingkat akses dengan instansi pemerintah/perbankan semakin meningkat.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penyampaian terima kasih Tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis ditujukan pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas PGRI Adi Buana Surabaya atas dukungan kegiatan dan dananya sehingga *output* yang diharapkan dapat terpenuhi dengan baik. Terpenuhinya *output* menghasilkan kebermanfaatannya bagi mitra kerja dalam mengakses izin usaha secara digital melalui aplikasi OSS.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arliman, Laurensius S. 2017. Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding*. Volume 6, Nomor 3
- Harto, D., Pratiwi, S.R., Utomo, M.N., & Rahmawati, M. 2019. Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, Volume 3 No. 1
- Hidayat, Kadarisman. 2012. Pengembangan Formalisasi Kehadiran UMKM. *Jurnal Profit*, Volume 6, Nomor 1,
- Kusmanto, H., Warjito. 2019. Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *UPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol 11(2) : 320-327
- Marka, M.M, dkk. 2018. Pengembangan UMKM Madumongso Melalui Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha. *Proceeding SNK-PPM vol 1* : 103-113
- Maulida, Sri & Yunani, Ahmad. 2017. Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Volume 2, No. 1
- Mulyadi, M. B.. 2018. Pelayanan Perizinan Terpadu Dalam Meningkatkan Investasi Dan Pertumbuhan UMKM. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*. Vol. 4 No. 1 : 112-127
- Pedoman Perizinan Berusaha Melalui Sistem OSS Untuk Pelaku Usaha. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

[https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/pedoman\\_oss\\_indonesia\\_1.pdf](https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/pedoman_oss_indonesia_1.pdf). Diakses Tanggal 1 April 2021

Purnawan, A., Khisni, A., & Adillah, S.U. 2020. Penyuluhan Hukum Pendaftaran Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) Di Kota Semarang Melalui Sistem *Online Single Submission (OSS)*. Indonesian Journal Of Community Services, Volume 2, No. 1

User Manual Permohonan Berusaha Bagi Usaha Mikro. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia  
[https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/user\\_manual\\_mikro\\_os\\_s.pdf](https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/user_manual_mikro_os_s.pdf). Diakses Tanggal 1 April 2021

## Sosial Media Sebagai Alternatif Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Gresik Jawa Timur

Edy Sulistiyawan<sup>1</sup>, Fauziyah<sup>2</sup>, Subakir<sup>3</sup>, Rina Fariana<sup>4</sup>, Sutama Wisnu Dyatmika<sup>5</sup>

<sup>1,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>2,2,4</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : edy.s@unipasby.ac.id

### ABSTRAK

Program PPM yang dilakukan oleh tim dosen beserta mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Slempit dalam mengoptimalkan pemasaran secara online yang ada sehingga pelaku UMKM mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan pendapatan dengan melakukan pemasaran secara online selama masa pandemi Covid-19. Program PPM diawali di masa pandemi dalam situasi pendapatan UMKM di Desa Slempit Kabupaten Gresik Jawa Timur mengalami penurunan, sistem pemasaran yang digunakan masih konvensional dan manual. Metode pelaksanaan Program PPM dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu: penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi pelaksanaan. Kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemik yaitu: 1). Memperkuat strategi pemasaran melalui konten social media; 2). Membuat konsep foto produk dan kemasan makanan yang sesuai; 3). 'Share' konten beberapa kali. Sosial Media yang dipergunakan dalam pemasaran secara online adalah *Youtube, Facebook, Instagram, WhatsApp* dan *Twitter*.

**Kata kunci** : Pemasaran secara online, Sosial Media, Pandemi Covid-19, Desa Slempit, PPM.

### ABSTRACT

*The PPM program carried out by a team of lecturers and students at the University of PGRI Adi Buana Surabaya, has a positive impact on MSME players in Slempit Village in optimizing existing online marketing so that MSMEs are able to survive and can even increase income by marketing online during the Covid-pandemic period. 19. The PPM program was initiated during the pandemic in a situation where the income of MSMEs in Slempit Village, Gresik Regency, East Java had decreased, the marketing system used was still conventional and manual. The method of implementing the PPM Program is carried out in several stages, namely: counseling, mentoring, and evaluation of implementation. Activities that can be carried out to increase income during a pandemic are: 1). Strengthening marketing strategies through social media content; 2). Draft appropriate product photo and food packaging concepts; 3). 'Share' content multiple times. Social media used in online marketing are Youtube, Facebook, Instagram, WhatsApp and Twitter.*

**Keywords** : Online Marketing, Social Media, Pandemi Covid-19, Desa Slempit, PPM.

### PENDAHULUAN

Pandemi di tahun 2019 hingga sekarang (COVID-19), telah merubah pola pemikiran masyarakat, diantaranya adalah bidang ekonomi dan bisnis, Pendidikan, sosial dan politik, serta teknologi. Berbagai bentuk kebijakan telah diterapkan untuk dapat menekan persebaran virus, seperti melakukan pembatasan fisik dan sosial, himbuan untuk tinggal di rumah, sampai bekerja pun dari rumah (*Work from Home*). Kondisi ini

secara tidak langsung memberikan pengaruh bagi para UMKM yang ada di Desa Slempit. Baik dari sisi penghasilan maupun hasil produksi tiap bulannya. Pada akhirnya menjaga diri dari Covid-19 adalah persoalan kesadaran, masyarakat hendaknya memikirkan kesehatan diri sendiri atau setidaknya tidak mencelakakan orang lain (Fatwa & Fuat, 2021)

Salah satu produksi UMKM di Desa Slempit yang paling utama adalah tahu dan kerupuk. Dari hasil survey menunjukkan bahwa selama pandemik Covid-19 jumlah pendapatan UMKM di Desa Slempit mengalami penurunan. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM masih menggunakan sistem pemasaran yang manual atau konvensional. Agar para UMKM di Desa Slempit Kabupaten Gresik Jawa Timur bisa bertahan dalam situasi tersebut, diperlukan inovasi dan kreatifitas agar bisa meningkatkan penjualan dari produk yang telah dihasilkan. Salah satu dapat memanfaatkan media social untuk strategi pemasaran para UMKM. Pergeseran pola pemasaran tersebut diikuti oleh individu setiap masyarakat dalam mempengaruhi orang lain atau rekannya untuk berbagi konten, gambar, dan suara (Shabnoor dan Tajinder, 2016). Jejaring social yang berbasis WEB juga mengubah gaya hidup suatu masyarakat.

Menkominfo menyatakan bahwa selama pandemic berlangsung, masyarakat melakukan pergeseran penggunaan internet di Indonesia (2020). Perubahan penggunaan internet selama masa pandemi dapat menjadikan perubahan dasar strategi untuk pemasaran bagi para pelaku usaha. Kondisi tersebut diatas yang melatarbelakangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya untuk menjadikan Desa Slempit Kabupaten Gresik Jawa Timur sebagai tempat untuk pengabdian masyarakat dengan tema "*Sosial Media sebagai Alternatif Pemasaran selama Masa Pandemi Covid-19*".

## **METODE PELAKSANAAN**

Permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Gresik selama masa pandemik yaitu jumlah pendapatannya mengalami penurun dengan sistem pemasaran manual yang biasa dilakukan, sehingga TIM memberikan solusi dengan mengadakan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai alternatif pemasaran menggunakan sosial media. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu:

1. Penyuluhan

Pada tahapan ini, TIM memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran online menggunakan sosial media pada masa Pandemi seperti saat ini. Tim memberikan pemahan tentang manfaat dari pemasaran menggunakan sosial media, kelebihan pemasaran online dengan pemasaran manual, serta memberikan contoh jenis-jenis media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran online.

2. Pelatihan

Langkah berikutnya setelah melakukan penyuluhan yaitu praktek terkait pembuatan media sosial untuk pemasaran online. Tim terlebih dahulu memberikan contoh dalam melakukan praktek pada media sosial yang sering digunakan untuk

memasarkan produk usahanya. Terakhir dalam tahap pelatihan, pelaku UMKM didampingi TIM dan mahasiswa untuk membuat atau menggunakan media sosial di gadget masing-masing untuk melakukan praktek pemasaran online.

3. Pendampingan

Setelah penyuluhan dan pelatihan dilakukan, tahap terakhir melakukan pendampingan pada pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Gresik. Pendampingan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan suatu program yang telah ditawarkan. Tim melakukan pendampingan dengan cara diskusi dengan mitra. Dengan melakukan diskusi, tim mengetahui hambatan apa saja yang dialami mitra selama praktek pemasaran online menggunakan sosial media yang ada di gadget masing-masing, dengan demikian tim dapat memberi solusi yang tepat pada mitra.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan TIM FEB Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik Jawa Timur yaitu pemasaran usaha melalui media sosial yang sering digunakan pada gadget para pelaku usaha sebagai bentuk peningkatan pendapatan di masa pandemik Covid-19. Pemasaran yang dilakukan menggunakan media sosial (*social media marketing*) merupakan bentuk pemasaran secara langsung maupun tidak langsung dalam membangun kesadaran, serta tindakan untuk suatu merek, bisnis, orang, maupun badan lain. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial, seperti blogging, mikroblogging, jejaring sosial, bookmark sosial, dan konten (Gunelius, 2011:10).

Kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemic Covid-19 yaitu:

1. Memperkuat strategi pemasaran melalui konten media sosial.
2. Membuat Konsep Foto Produk dan kemasan makanan yang sesuai.
3. 'Share' Konten beberapa Kali.

Beberapa langkah dalam mengoptimalkan media sosial untuk usaha yaitu :

1. Menentukan tujuan

Hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran menggunakan sosial media harus menentukan tujuan secara realistis. Baik untuk mencapai target audiens, meningkatkan kesadaran merek dan engagement, mengembangkan basis pelanggan atau penggemar, meningkatkan *traffic* di web, atau meningkatkan penjualan.

2. Audiens yang dipilih tepat

Kesalahan paling umum yang dilakukan pemula dalam melakukan usaha salah satunya yaitu mementingkan banyaknya pengikut sosmed, bahkan tidak sedikit yang membeli *follower*. Angka tersebut tidak berarti bila *follower* tidak tertarik pada konten yang kita buat di media sosial. Kita harus memastikan bahwa konten

media sosial yang kita buat menyasar audiens yang tepat sesuai dengan kelompok target pasar yang telah ditentukan.

3. Menentukan media social

Setelah menetapkan tujuan dan audiens, maka perlu menentukan media sosial mana yang akan digunakan. Perlu diperhatikan bahwa tidak semua media sosial cocok untuk memasarkan usaha. Kita perlu memahami beberapa karakteristik audiens di setiap media sosial. Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari setiap media social:

Facebook : cocok untuk bisnis berbentuk retail. Kita bisa memanfaatkan beberapa fitur sehingga dapat menentukan target audiens dengan detail, bisa membuat iklan produk pada pengguna yang tertarik pada produk kita, serta lokasi fisiknya berada di sekitar toko. Facebook menyediakan komponen strategi komunikasi pemasaran di antaranya menyediakan data konsumen untuk validasi segmentasi, targeting, dan positioning. Hal ini dapat digunakan sebagai bahan riset dalam menentukan produksi konten facebookmarketing. Fasilitas Iklan kampanye berbayar yang ada di facebook memberikan fasilitas yang detail mengenai targeting yang spesifik sehingga hal ini menjadi poin plus dibandingkan dengan menggunakan media konvensional, biaya iklan yang besar atau kecil, serta admin yang ahli dalam pembuat konten dapat berpengaruh pada sebaran publikasi pesan dan interaksi suatu kampanye iklan tersebut (Azlam, R. 2018)

Instagram : jaringan medsos Instagram memiliki audiens dari kalangan berusia 18-35 tahun. Instagram mengutamakan tampilan dan foto, mudah dijangkau menggunakan tanda pagar (*hashtag*) dan lokasi. Bisa mencapai *engagement* yang cukup tinggi dan cepat. Strategi komunikasi pemasaran online di Instagram dengan memberikan konten yang menarik dan keterangan detail mengenai produk seperti bahan produk, warna dan harga sehingga mudah dipahami (Dewi & Nugraha, 2015)

Twitter : cepat, mudah, dan aman untuk dilakukan. Cocok untuk update yang bersifat cepat dan diskusi intelektual. Tetapi, perlu hati-hati karena banyak profil pengguna palsu.

Whatsapp : aplikasi ini sangat mudah digunakan meskipun tanpa membaca buku panduan. Sehingga Whatsapp sangat cocok sekali untuk dijadikan sebagai media promosi karena menyasar semua target market. Semua fitur yang disediakan oleh Whatsapp sangat mendukung aktifitas promosi via Whatsapp. Untuk kepentingan promosi lebih disarankan menggunakan Whatsapp Bisnis.

4. Menentukan konten yang tepat

Melakukan riset mengenai ketertarikan atau minat audiens. Selain itu, perlu diperhatikan kebiasaan pengguna dalam menggunakan media sosial, apakah

pengguna lebih tertarik membaca link, melihat video, atau melihat foto dengan Caption saja.

5. Riset competitor

Kita perlu melihat pergerakan dari competitor. Apa yang dilakukan, fokus kompetitor, siapa yang ditargetkan, maupun kata kunci apa yang sedang digunakan. Hal ini penting dilakukan bagi kita untuk lebih memahami kekuatan dan kelemahan mereka.

6. Melakukan analisis

Kita harus selalu melakukan analisis dari upaya pemasaran digital yang telah dilakukan. Kita bisa melakukan analisis dengan membuat survei pada audiens untuk mengetahui pendapat tentang strategi media sosial yang sudah kita gunakan. Mereka mungkin akan memberikan masukan berharga yang dapat membangun pemasaran kita menjadi lebih baik.

Berikut gambar kegiatan pada saat Proses Penyuluhan Kepada BUMDes:



Gambar 1. Salah satu dosen memberikan pengarahan kepada para UMKM tentang manfaat sosial media dalam pemasaran.



Gambar 2. Kondisi saat berlangsung acara pelatihan sosial media sebagai salah satu alternatif pemasaran dalam kondisi Pademic Covid-19.

### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Manfaat yang dapat diperoleh dari pemasaran produk dengan Sosial Media pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik Jawa Timur yaitu dapat melakukan identifikasi pelanggan, mengadakan komunikasi dari kedua belah pihak, memberikan informasi sehingga dapat diketahui obyek yang diminati pelanggan, kehadiran dari pelanggan, hubungan antar pelanggan dilihat dari lokasi dan pola interaksi, reputasi perusahaan di mata pelanggan dan membentuk suatu kelompok antar pelanggan. Teknologi mendukung distribusi sehingga mampu meningkatkan kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen.

Kegiatan penyuluhan ini dihadiri oleh pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Gresik Jawa Timur. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta cenderung aktif untuk bertanya mengenai cara pemasaran dengan media online, aplikasi apa saja yang dapat digunakan dalam media online, bagaimana membuat konsep foto produk dan kemasan makanan yang sesuai sehingga pelaku UMKM mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan pendapatan dengan melakukan pemasaran secara online selama masa pandemi Covid-19.

### **SIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya terhadap pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Gresik Jawa Timur. Program ini diawali dimasa pandemi dimana jumlah pendapatan UMKM disana mengalami penurunan dengan sistem pemasaran manual yang biasa dilakukan. Metode pelaksanaan dilakukan dengan tahapan penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi pelaksanaan. Hasil program pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Gresik Jawa Timur, untuk lebih mengoptimalkan lagi pemasaran online yang ada sehingga pelaku UMKM mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan pendapatan dengan melakukan pemasaran secara online selama masa pandemi Covid-19.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih diucapkan kepada para pihak yang berperan dalam kelancaran kegiatan yaitu penyandang dana, pelaku UMKM di Desa Slempit Kecamatan Kedamean, Pimpinan PT.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Azlam, R (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar), Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol.7 No.2 Juli–Desember 2018

- Dewi Kurniawati, Nugraha Arifin. (2015) Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa, *Jurnal Simbolika*/Volume 1/Nomor 2/September .
- Fatwa, A & Husain, F. (2021). Edukasi Seputar Covid-19 dan Pola Hidup Normal Baru Pada Masyarakat Desa Manyili, Kecamatan Takkalalla, Kabupaten Wajo, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin (JPMH)*, Vol.2 No.1.
- Gurnelius, S. (2011). 30-minute Social Media Marketing. USA: McGraw-Hill Co.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK EwjMg7nMpenwAhX463MBHfnxAXoQFjAAegQIAhAD&url=https%3A%2F%2Fkominformo.go.id%2Fcontent%2Fdetail%2F26060%2Fterjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi%2F0%2Fberita\\_satker&usg=AOvVaw1v4ITqxl5hS0PiMK0ocZZ](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK EwjMg7nMpenwAhX463MBHfnxAXoQFjAAegQIAhAD&url=https%3A%2F%2Fkominformo.go.id%2Fcontent%2Fdetail%2F26060%2Fterjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi%2F0%2Fberita_satker&usg=AOvVaw1v4ITqxl5hS0PiMK0ocZZ).
- Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- S.Shabnoor,S.Tajinder, *Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects* IJCATR, Volume 5– Issue 2, 71 - 75, 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta; 2003.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Jakarta; 2012

## **Kelangsungan Usaha Melalui Legalitas Ijin Usaha Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Distrik Kedamean - Gresik**

**Yuli Kurnia Firdausia<sup>1</sup>, Sugijanto<sup>2</sup>, Bisma Arianto<sup>3</sup>, Widhayani Puri S<sup>4</sup>, Evita Purnaningrum<sup>5</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
e-mail: virdajulie9@gmail.com

### **ABSTRAK**

Sejumlah 56% UMKM mengaku mengalami penurunan pada hasil omzet penjualan akibat pandemi Covid-19. Bukan hanya dampak pandemi saja yang menyebabkan turunnya omzet penjualan oleh pelaku UMKM, tetapi juga ada masalah lain yang sangat penting juga di dalam sebuah usaha, yaitu Perizinan Usaha atau SIUP (Surat Ijin Usaha Perusahaan) merupakan salah satu wujud perizinan usaha yang diberikan oleh pemerintah kepada pihak yang mempunyai usaha untuk menjalankan usahanya secara resmi atau legal.

Desa Slempit distrik Kedamean kabupaten Gresik dibatasi oleh wilayah desa – desa tetangga meliputi sebelah barat dengan desa tulong, sebelah timur dengan desa sidoraharjo,sebelah utara dengan desa tanjung,sebelah selatan dengan desa ngepung. Desa ini mempunyai Luas Wilayah 724 Hektar / 7,24 km<sup>2</sup>, dan mempunyai Jumlah Penduduk +/- 6.400 jiwa. Mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani,pegawai pabrik, pelaku UMKM. Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi akan membantu warga desa Slempit dalam mewujudkan visi desa mereka yaitu adil dan makmur serta pemerataan pembangunan dis egala bidang melalui Kelangsungan usaha melalui legalitas ijin usaha selama masa pandemi Covid-19. Program ini dilaksanakan dengan materi, Perencanaan Keuangan UMKM, Strategi peningkatan omzet usaha, Penggunaan Sosial Media sebagai alternatif pemasaran, hasil program ini berdampak positif bagi UMKM desa Slempit untuk lebih meningkatkan lagi pendapatan UMKM dan dapat meningkatkan kesejahteraan warga desa Slempit

**Kata Kunci** : Legalitas Ijin Usaha, Perencanaan Keuangan UMKM, Strategi Peningkatan Omset,Sosial media

### **ABSTRACT**

*The Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises (Kemenkop UKM) reported that in 2018, the number of MSMEs in Indonesia was around 64,194,057 units, with an absorption capacity of 116,978,631 total workforce. This figure is equivalent to 99% of the total business units in Indonesia, with 56% of MSMEs claiming to have experienced a decline in sales turnover due to the Covid-19 pandemic.*

*Not only is the impact of the pandemic that causes a decrease in sales turnover by small and medium enterprises players, but there are also other very important problems in a business,*

*namely legality in business, a business license is a form of license granted by the government to parties who have businesses to run its business legally or legally. Slempit village, Kedamean sub-district, Gresik district. It is bordered by neighboring villages covering the west by Tulung Village, East by Sidoraharjo Village, North by Tanjung Village, South by Ngepung Village. This village has an area of 724 hectares / 7.24 km<sup>2</sup>, and has a population of +/- 6,400 people. The majority of the residents' livelihoods are farmers, factory employees, and small and medium enterprises actors. The Faculty of Economics and Business, PGRI Adi Buana University Surabaya as a form of Tri Dharma Perguruan Tinggi will help the Slempit village community in realizing their village vision, namely fair and prosperous and equitable development in all fields through business continuity through legality of business permits during the Covid-19 pandemic. . This program is implemented with materials, small and medium financial planning, strategies to increase business turnover, social media as an alternative marketing, the results of this program have a positive impact on Slempit village small and medium enterprises to further increase small and medium enterprises income and can improve the welfare of the Slempit village community.*

**Keywords:** *Business Permit Legality, small and medium enterprises Financial Planning, Turnover Increase Strategy, Social Media*

## **PENDAHULUAN**

Pada awal tahun 2020 adalah awal ditetapkannya pandemi Covid-19, berdampak pada beberapa bidang ekonomi baik domestik maupun global. Akibat dari pandemi Covid-19 ini, yang paling merasakan dampaknya pada bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jumlah UMKM di Indonesia adalah sekitar 64.194.057 buah, dengan daya serap sebanyak 116.978.631 total angkatan kerja. Angka ini sama dengan 99% total unit usaha yang ada di Indonesia, data tersebut diambil dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2018, pada awal pandemi Covid – 19 ini banyak sejumlah 56% UMKM mengaku mengalami penurunan pada hasil omzet penjualan akibat pandemi Covid-19. Bukan hanya dampak pandemi saja yang menyebabkan turunnya omset penjualan oleh pelaku UMKM, tetapi juga ada masalah lain yang sangat penting juga di dalam sebuah usaha, yaitu SIUP ( Surat Ijin Usaha Perusahaan ). Desa Slempit distrik Kedamean kabupaten Gresik. dibatasi oleh wilayah desa – desa tetangga meliputi sebelah barat dengan desa tulung, sebelah timur dengan desa sidoraharjo,sebelah utara dengan desa tanjung,sebelah selatan dengan desa ngepung. Desa ini mempunyai Luas Wilayah 724 Hektar / 7,24 km<sup>2</sup>, dan mempunyai Jumlah Penduduk +/- 6.400 jiwa. Mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani,pegawai pabrik, pelaku UMKM.

Pengabdian merupakan salah satu wujud kepedulian akademisi mengembangkan dan membantu warga desa Slempit dalam mewujudkan visi desa, yaitu ,masyarakat yang adil dan sejahtera dan pembangunan yang merata di segala sektor melalui Kelangsungan usaha melalui legalitas ijin usaha selama masa pandemi Covid-19 di desa Slempit.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kesulitan - kesulitan yang dihadapi oleh mitra adalah informasi mengenai legalitas ijin usaha secara baik, sehingga memberikan jalan keluar dengan memberikan pengarahan. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah :

### **1. Pengarahan**

Metode pengarahan kegiatan ini adalah komunikasi dua arah dalam bentuk ceramah dan diskusi interaktif. Tim PPM memberikan pengarahan kepada mitra berkaitan tentang legalitas ijin usaha secara baik.

### **2. Pendampingan**

Tahap kedua yang dilakukan oleh tim PPM yaitu pendampingan kepada pelaku UMKM Desa Slempit Distrik Kedamean Kabupaten Gresik. Pendampingan dilakukan oleh tim PPM untuk mengetahui keberhasilan kegiatan yang berikan oleh tim maka dilakukan diskusi antara tim dengan mitra. Hal ini dilakukan agar mengetahui kesulitan yang dialami oleh mitra selama melakukan pengelolaan keuangan sehingga tim dapat memberikan jalan keluar terbaik untuk mitra.

### **3. Evaluasi Pelaksanaan**

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pengawasan dan pertemuan kembali setelah selesai dilakukannya penyuluhan. Pengawasan dilakukan dengan diskusi terkait aktivitas usaha setelah penyuluhan dan pendampingan. Atas masalah yang dialami oleh pelaku UMKM, diberikan beberapa jalan keluar alternatif yang bisa diadaptasi secara langsung.

Materi kegiatan yang dilakukan dalam penyuluhan dan pendampingan adalah sebagai berikut :

1. Wawasan tentang Legalitas Ijin Usaha
2. Perencanaan Keuangan UMKM
3. Strategi peningkatan omset usaha
4. Penggunaan Sosial Media sebagai alternatif pemasaran

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tim pengabdian melakukan penyuluhan dan pembimbingan terhadap Legalitas ijin usaha pada pelaku UMKM desa Slempit Distrik Kedamean Kabupaten Gresik. Kegiatan yang dapat dilakukan untuk peningkatan kelangsungan usaha melalui legalitas ijin usaha antara lain dengan cara :

1. Pengetahuan dan ketrampilan bagi pelaku UMKM mengenai bauran pemasaran seperti media promosi dan stand yang menarik selama Masa Pandemi Covid-19.
2. Pengetahuan dan ketrampilan bagi pelaku UMKM tentang pemanfaatan produk olahan tahu untuk dijadikan olahan yang bernilai manfaat dan ekonomi selama Masa Pandemi Covid-19.
3. Pengetahuan dan ketrampilan bagi pelaku UMKM tentang Kelangsungan Usaha Melalui Legalitas Ijin Usaha selama Masa Pandemi Covid-19.

Desa Slempit distrik Kedamean kabupaten Gresik. dibatasi oleh wilayah desa – desa tetangga meliputi sebelah barat dengan desa tulung, sebelah timur dengan desa sidoraharjo,sebelah utara dengan desa tanjung,sebelah selatan dengan desa ngepung. Desa ini mempunyai Luas Wilayah 724 Hektar / 7,24 km<sup>2</sup>, dan mempunyai Jumlah Penduduk +/- 6.400 jiwa. Mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani,pegawai pabrik, pelaku UMKM. Pendidikan terakhir warganya adalah mayoritas SD, aktivitas warganya sebagai petani dan wirausaha / pelaku UMKM. Desa ini dipimpin oleh Bapak Suyitno sebagai Kepala Desa Slempit, dari hasil kunjungan kami ke Desa Slempit,bahwa disana ada beberapa pelaku usaha diantaranya adalah usaha pembuatan tahu dan pembuatan krupuk.



UMKM Tahu



UMKM Kerupuk



### **DAMPAK MANFAAT KEGIATAN**

Aktivitas penyuluhan pada Desa Slempit distrik Kedamean kabupaten Gresik ini dihadiri oleh warga yang terdiri dari para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Selama pelaksanaan, peserta cukup antusias dan aktif dalam melakukan diskusi dan tanya jawab mengenai materi-materi yang disampaikan. Warga Desa Slempit distrik Kedamean Kabupaten Gresik tertarik dengan jenis usaha pengolahan makanan. Olahan makanan dirasa cukup mudah dan memiliki banyak rasa, jenis dan bentuk.

Manfaat Pengabdian pada Warga di Desa Slempit distrik Kedamean Kabupaten Gresik telah memberikan dukungan kepada warga mengenai pemberdayaan melalui UMKM di Era Kebiasaan Baru. Pemberdayaan tersebut lebih di fokuskan kepada pemanfaatan hasil alam yang di hasilkan oleh warga itu sendiri.

### **SIMPULAN**

Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Slempit distrik Kedamean Kabupaten Gresik, Setelah dilakukannya penyuluhan dan pendampingan terdapat semangat dan harapan baru di Era Kebiasaan Baru ini. Warga menjadi lebih memahami kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh warga sehingga produk yang ditawarkan dapat dijual dengan baik.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya atas dana yang diberikan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sehingga kegiatan – kegiatan yang sudah diberikan oleh tim PPM FEB kepada mitra berjalan sesuai rencana sehingga mitra bisa memperoleh manfaat atas kegiatan - kegiatan yang diberikan oleh tim PPM FEB.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisasmita, Rahardjo. (2013). Pembangunan Perdesaan: Pendekatan Partisipatif, Tipologi, Strategi, Konsep Desa Pusat Pertumbuhan. Yogyakarta, Graha Ilmu.  
Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur  
<http://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/strategi-membuat-profil-usaha-umkm-eksklusif>  
diakses pada tanggal 27 April 2021 07.09 WIB
- Machfoedz, Mahmud. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.
- Rini Fitriani, ( 2017 ) Volume 12, Nomor 1, Januari-Juni 2017  
<https://media.neliti.com/media/publications/240388-aspek-hukum-legalitas-perusahaan-atau-ba-fa20be17.pdf> di akses pada tanggal 27 April 2021 07.09 WIB
- Pemkab Gresik – Desa Slempit <https://sidesa.gresikkab.go.id/desa-slempit/> di akses pada tanggal 27 April 2021 10.19 WIB

## Pelatihan Komunikasi Pemasaran Terpadu Kewirausahaan Olahan Ikan Nila di Desa Ponggok Kabupaten Klaten

<sup>1</sup>Prahastiwi Utari, <sup>2</sup>Tanti Hermawati, <sup>3</sup>Adolfo Eko Setyanto, <sup>4</sup>Firdastin Ruthnia  
Yudiningrum, <sup>5</sup>Chatarina Heny Dwi Surwanti, <sup>6</sup>Likha Sari Anggreni,  
<sup>7</sup>Annisa Fitri, <sup>8</sup>Eka Nada Shofa Alkhajar  
<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>Universitas Sebelas Maret, Surakarta  
E-mail: prahastiwi@staff.uns.ac.id

### ABSTRAK

Kewirausahaan masyarakat memerlukan banyak dukungan dari institusi perguruan tinggi. Salah satunya adalah transfer pengetahuan untuk memberdayakan masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ponggok. Kegiatan pengabdian ini melatih mitra untuk dapat menerapkan komunikasi pemasaran terpadu dalam usaha olahan ikan. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mitra menyadari pentingnya mengimplementasikan komunikasi pemasaran terpadu yang mana dapat membantu untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas usaha mereka.

**Kata kunci** : Desa Ponggok, Kewirausahaan, Komunikasi Pemasaran Terpadu

### ABSTRACT

*Community entrepreneurship requires a lot of support from the higher education institutions. One of them is the transfer of knowledge to empower the community. This community service was held in Ponggok Village. It trained the target of community service to be able to implement the integrated marketing communications in their fish-based snacks business. The result achieved from the community service is that the target of community service realized the importance of implementing IMC as it can help them to increase sales and improve the quality of their own business.*

**Keywords** : Ponggok Village, Entrepreneurship, Integrated Marketing Communications

### PENDAHULUAN

Saat ini, Desa Ponggok merupakan salah satu desa sukses dan terkaya di Indonesia. Desa ini berhasil mengelaborasi potensi dan memaksimalkan keunggulan desa untuk membangun sebuah desa yang menjadi percontohan bagi desa-desa lain di tanah air. Di tahun 2020, pendapatan dari desa yang terkenal akan wisata airnya ini telah mencapai Rp 3,9 miliar per tahun sementara pendapatan BUMDesnya mencapai Rp 14 miliar per tahun (Aditiya, 2020). Desa Ponggok membuktikan bahwa desa apabila dikelola dengan baik akan mampu mendorong kesejahteraan rakyat yang mana nantinya dapat mengakselerasi pembangunan dalam lingkup yang lebih luas baik itu regional maupun nasional (Luthfia, 2013).

Komitmen bangsa Indonesia untuk membangun desa semakin terlihat semenjak dana desa hadir yang mana misi utamanya adalah untuk membangun desa, menggerakkan perekonomian desa dan meningkatkan kesejahteraan desa. Desa Ponggok adalah salah satu bukti sukses di mana dana desa dapat dikelola dengan baik. Padahal jauh sebelumnya, desa ini

termasuk ke dalam desa miskin dan tertinggal dengan pendapatan per tahun yang hanya mencapai sebesar Rp 80 juta. Akan tetapi, semua hal tersebut telah berubah seiring perkembangan dan kemajuan yang dicapai desa. Kini Umbul Ponggok, Umbul Besuki dan Umbul Sigedang merupakan beberapa objek wisata air andalan yang terkenal di Desa Ponggok di mana objek-objek wisata tersebut telah berhasil menyedot banyak wisatawan sehingga mendatangkan keuntungan ekonomi bagi desa tersebut.

Di samping pandai mengelola wisata air, Desa Ponggok juga memanfaatkan kekayaan sumber air yang mereka miliki untuk budidaya ikan air tawar. Salah satunya adalah ikan nila. Budidaya ikan nila tersebut benar-benar dimaksimalkan oleh ibu-ibu PKK Desa Ponggok untuk mengembangkan kewirausahaan dalam bidang usaha olahan ikan nila menjadi makanan ringan atau camilan khas Desa Ponggok. Usaha olahan ikan nila ini pun telah mendatangkan materi yang tak sedikit (Sulistiowati, 2018).

Meskipun demikian, tim pengabdian menemukan fakta bahwa ibu-ibu PKK di Desa Ponggok selaku mitra belum memiliki pengetahuan dan pemahaman yang utuh mengenai bagaimana memasarkan produk-produk olahan ikan nila yang mereka produksi. Hal ini terlihat dari proses komunikasi pemasaran produk yang selama ini mereka jalankan belum menyentuh aspek yang dinamakan komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*).

Pemasaran olahan ikan nila tersebut masih dilakukan secara sederhana dan cenderung menggunakan cara konvensional. Sekalipun telah ada penggunaan media sosial namun nyatanya praktik tersebut masih sangat minim, tidak gencar dan cenderung kurang aktif. Padahal apabila komunikasi pemasaran terpadu dapat diterapkan maka akan lebih meningkatkan lagi keterkenalan produk olahan ikan nila ke pasar yang lebih luas yang tidak terbatas secara geografis semata. Untuk itulah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini perlu untuk dilaksanakan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra untuk mengimplementasikan komunikasi pemasaran terpadu dalam memasarkan produk-produk olahan ikan nila khas produksi Desa Ponggok.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan kunjungan mitra untuk melakukan observasi, menganalisis situasi serta kebutuhan mitra. Setelah seluruh proses persiapan dengan mitra termasuk di dalamnya adalah menjalin kesepakatan dengan Kepala Desa Ponggok Bapak H. Junaidi Mulyono, SH dan PKK Desa Ponggok maka kegiatan pengabdian pun diselenggarakan.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan beberapa metode sekaligus. Di antaranya adalah ceramah, diskusi, konsultasi dan tanya jawab. Semua metode ini digunakan karena dinilai sebagai metode yang paling tepat untuk menyampaikan materi mengenai komunikasi pemasaran terpadu kepada mitra. Metode ceramah digunakan tim pengabdian untuk memaparkan materi berkenaan dengan lingkup komunikasi pemasaran terpadu. Sementara metode diskusi, konsultasi dan tanya jawab

digunakan untuk mengelaborasi, memberi umpan balik dan memastikan mitra dapat menyerap dan memahami secara baik akan materi yang telah disampaikan oleh tim pengabdian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2020 di Umbul Besuki Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Kegiatan dilakukan di alam terbuka agar membuat suasana pelatihan menjadi lebih nyaman, santai namun serius sembari menikmati udara sejuk dan segar di Umbul Besuki. Pelaksanaan kegiatan pun tetap memperhatikan dan menerapkan protokol kesehatan mengingat kondisi pandemi COVID-19 yang masih berlangsung.

Tim pengabdian memberikan paparan materi melalui presentasi PowerPoint yang menarik disertai gambar-gambar dan video untuk menggugah minat mitra dalam mengikuti kegiatan pengabdian sekaligus agar materi yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh mitra. Mitra dikenalkan mengenai jenis-jenis bauran komunikasi pemasaran yang dapat dijalankan dalam memasarkan produk olahan ikan nila mereka. Bauran komunikasi pemasaran tersebut antara lain: periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), dan penjualan personal atau tatap muka (*personal selling*). Tim pengabdian mendorong agar mitra dapat mengoptimalkan aspek-aspek komunikasi verbal dan nonverbal dari jenis-jenis bauran komunikasi pemasaran (Shimp dan Andrews, 2013).



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Tim pengabdian menjelaskan kepada mitra bahwasanya pemilihan sarana komunikasi pemasaran yang bervariasi akan dapat mendorong tingkat paparan produk olahan ikan nila mereka kepada para konsumen dan pasar yang lebih luas sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan produk yang muaranya adalah peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mitra. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan para pakar di mana salah satu prinsip utama pemasaran adalah untuk

melakukan ekspansi pasar dan menjangkau konsumen sehingga konsumen tergerak untuk melakukan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2014; Percy, 2018).



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Hal tersebut perlu dilakukan oleh mitra karena Desa Pongkok telah memiliki modal besar di mana ekuitas merek dari nama “Desa Pongkok” sudah kuat dan tinggi. Schultz, Tannenbaum, dan Lauterborn (1993), menyebut merek yang kuat dan tinggi ini perlu dimaksimalkan karena memiliki pengaruh besar kepada konsumen. Ketika konsumen sudah familiar dengan sebuah merek maka mereka akan mencari asosiasi-asosiasi lain yang berhubungan dengan merek tersebut yang mana dalam hal ini adalah produk olahan ikan nila yang diproduksi Desa Pongkok.

Selama ini praktik pemasaran yang dilakukan mitra didominasi dan terbatas pada penggunaan aplikasi pesan grup WhatsApp. Hal ini sebenarnya sudah cukup baik karena di era industri 4.0 penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berbasis internet tidak dapat dipisahkan dari aktivitas masyarakat (Alkhajar, 2014). Meskipun demikian, apa yang telah dilakukan mitra belumlah cukup untuk mendongkrak penjualan produk olahan ikan nila mereka. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini juga melatih mitra untuk menggunakan ragam media sosial lainnya untuk memasarkan produk olahan ikan nila mereka seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Kesemua hal ini masih dipadukan dan diintegrasikan dengan mempraktikkan pula bauran komunikasi pemasaran lain sebagaimana telah dipaparkan di atas. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai efektivitas pemasaran produk olahan ikan nila mitra (Percy, 2018).

Secara umum kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan lancar dan mendapat respons positif di mana mitra begitu aktif dan antusias mengikuti kegiatan hingga selesai. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini mitra memperoleh dan memiliki tambahan pengetahuan dan pemahaman berharga mengenai jenis-jenis komunikasi pemasaran terpadu, urgensi implementasi komunikasi pemasaran terpadu dalam pemasaran produk olahan ikan nila dan praktik-praktik komunikasi pemasaran terpadu apa saja yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk olahan ikan nila yang telah dihasilkan oleh mitra. Menurut mitra, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

sangatlah dibutuhkan sehingga mereka berharap agar kegiatan sejenis dapat dilaksanakan kembali di masa yang akan datang.

### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mitra semakin memahami pentingnya implementasi komunikasi pemasaran terpadu untuk memasarkan produk olahan ikan nila mereka agar semakin dikenal luas oleh pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan mendongkrak pendapatan di mana muara akhirnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mitra selaku pelaku usaha olahan ikan nila di Desa Ponggok Kabupaten Klaten.

Mitra mulai mengubah cara komunikasi pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara sederhana dan konvensional menjadi berbasis platform digital. Mitra pun mulai memadukan berbagai jenis komunikasi pemasaran sebagai sarana untuk meningkatkan volume penjualan olahan ikan nila yang mereka produksi. Dengan demikian, mitra dapat sekaligus mempromosikan bahwa Desa Ponggok tidak hanya unggul dalam wisata airnya tetapi juga memiliki produk olahan ikan nila yang khas sehingga menjadikan Desa Ponggok semakin terkenal dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

### **SIMPULAN**

Pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai komunikasi pemasaran terpadu sangat penting untuk dimiliki oleh para pelaku kewirausahaan terutama di bidang industri rumahan (*home industry*) maupun usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sehingga dapat memperkuat, mendorong dan meningkatkan ekonomi rakyat. Salah satunya bagi kalangan ibu-ibu PKK di Desa Ponggok dengan jenis usaha olahan ikan nila. Dengan pengetahuan dan pemahaman tersebut, mereka dapat melakukan terobosan-terobosan untuk mengomunikasikan produk-produk mereka secara lebih luas kepada para konsumennya. Tentunya hal ini akan semakin membawa kebaikan dan kesejahteraan bagi para pelaku usaha olahan ikan nila pada khususnya dan masyarakat Desa Ponggok pada umumnya.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNS yang telah memfasilitasi dan memberikan dukungan pendanaan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Ponggok dan PKK Desa Ponggok selaku mitra yang telah mendukung dan menyukseskan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aditiya, I. M. (2020, September 6). Mengenal Desa Ponggok, salah satu desa terkaya di Indonesia. *GNFI.id*. Retrieved March 20, 2020, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id>
- Alkhajar, E. N. S. (2014). *Media, masyarakat dan realitas sosial*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Kotler, P. & Amstrong, G. M. (2014). *Principles of marketing*. Boston: Pearson.
- Luthfia, A. R. (2013). Menilik urgensi desa di era otonomi daerah. *Journal of Rural and Development*, 4(2), 135-143.
- Percy, L. (2018). *Strategic integrated marketing communications*. London: Routledge.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F., (1993). *Integrated marketing communications*. Chicago, IL: NTC Publishing.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. G. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Mason, OH: Cengage Learning.
- Sulistiowati, T. (2018, March 13). Aliran berkah dari derasnya aliran air Desa Ponggok, Klaten. *Kontan.co.id*. Retrieved March 20, 2020, from <https://peluangusaha.kontan.co.id/>

**EKOBIS ABDIMAS**  
Jurnal Pengabdian  
Masyarakat

**e-ISSN:**  
**2721-9933**

**Volume: No:**  
**2 1**  
**Juni 2021**

