

**Memaksimalkan Potensi Usaha Pelaku Umkm Melalui Inovasi Produk
Olahan Hasil Pertanian Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik**

**Teguh Purwanto¹, Yuni Sukandani², I Made Bagus Dwiarta³, Aji Prasetyo⁴,
Mutiara Rachma Ardhiani⁵**

^{1,2,4,5} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

e-mail koresponden: mutiara@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi negara. UMKM memberikan kontribusi pada penambahan lapangan pekerjaan sebesar 60% dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 40%. Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia saat ini membuat perekonomian di berbagai negara jatuh, termasuk di Indonesia. Kondisi UMKM Indonesia selama pandemi mengalami berbagai penurunan. Perlu berbagai inovasi agar UMKM tetap dapat bertahan selama pandemi ini, salah satunya melalui inovasi produk serta memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran dan distribusi. UMKM memiliki peluang dalam melakukan pemasaran *online* karena pengguna internet di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Situs belanja *online* (*e-commerce*) merupakan media yang ikut mengalami peningkatan. Hal ini dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk mengembangkan pangsa pasarnya melalui *e-commerce*.

Kata kunci : UMKM, peningkatan potensi, *e-commerce*.

ABSTRACT

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in improving a country's economy. MSMEs contributed to the addition of employment by 60% and the formation of Gross Domestic Product (GDP) by 40%. The Covid-19 pandemic that has hit the entire world is currently making economies in various countries fall, including in Indonesia. The condition of Indonesian MSMEs during the pandemic has experienced various decreases. Various innovations are needed so that MSMEs can survive this pandemic, one of which is through product innovation and utilizing e-commerce as a marketing and distribution medium. MSMEs have the opportunity to do online marketing because internet users in Indonesia are currently experiencing a very rapid increase. Online shopping sites (e-commerce) are a medium that has also experienced an increase. This can be used by MSME players to develop their market share through e-commerce.

Keywords: MSMEs, increasing potential, e-commerce.

PENDAHULUAN

Peningkatan perekonomian suatu negara didukung oleh berbagai jenis sektor usaha, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kontribusi UMKM ada pada penambahan lapangan pekerjaan sebesar 60% dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 40%. Kontribusi ini diperoleh hanya dari UMKM yang sudah memiliki badan hukum formal. Apabila UMKM yang belum memiliki badan hukum formal juga dihitung, maka jumlah kontribusi UMKM akan lebih besar (Permana, 2017). Saat ini, masih terdapat berbagai masalah yang dihadapi UMKM Indonesia yang meliputi kesulitan permodalan, pemasaran, bahan baku, ketenagakerjaan, distribusi transportasi, dan lain-lain (Permana, 2017). Pemerintah telah menerapkan berbagai kebijakan untuk membantu UMKM menghadapi permasalahan itu, namun tetap diperlukan upaya lain agar UMKM dapat lebih berkembang.

Saat ini pandemi Covid-19 sedang yang melanda seluruh dunia membuat perekonomian di berbagai negara jatuh, termasuk di Indonesia. Kondisi UMKM Indonesia selama pandemi mengalami berbagai penurunan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mencatat terdapat 60 juta pelaku UMKM yang berkontribusi menyumbang pendapatan negara sebesar Rp 8.573,9 triliun atau setara dengan 57,8% dari PDB. Namun, akibat pandemi Covid-19, sebanyak 48,6% UMKM Indonesia menutup sementara usahanya, 30% mengalami gangguan permintaan domestik, 20% mengalami gangguan produksi, dan 14,1% mengalami pembatalan kontrak (Finance Detik, 2020). Perlu berbagai inovasi agar UMKM tetap dapat bertahan selama pandemi ini, salah satunya melalui inovasi produk serta memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran dan distribusi. Inovasi-inovasi ini diharapkan dapat dilakukan oleh seluruh UMKM, termasuk UMKM Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Gresik.

Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik memiliki sektor pertanian yang cukup besar yang berpotensi untuk dikembangkan. UMKM yang terdapat di desa ini banyak menjual hasil pertanian sawah maupun non-sawah. Hasil pertanian sawah meliputi padi, tebu, dan jagung, sedangkan hasil pertanian non-sawah seperti tambak, kolam budi daya, dan kebun buah-buahan adalah bandeng maupun udang *vanamei*. Masyarakat desa memiliki banyak peluang untuk meningkatkan perekonomian melalui sektor pertanian. Pendapatan masyarakat dapat ditingkatkan melalui berbagai kegiatan ekonomi (Herningtyas & Wirasenjaya, 2019; Indardi, 2019). Komoditas hasil pertanian dapat dijual langsung ke konsumen atau diolah menjadi berbagai macam jenis produk olahan pangan. Penjualan produk tersebut dapat memanfaatkan kemajuan teknologi guna memperluas pangsa pasar.

Pelaku UMKM dapat memasarkan produknya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang sangat pesat (Hidayat, 2019). Peningkatan yang juga terjadi di Indonesia ini menjadi potensi bagi UMKM untuk mengembangkan pangsa pasar. Penggunaan internet yang sebelumnya adalah sebagai alat tukar informasi saat ini telah berubah menjadi aplikasi strategis untuk pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan (Nurdiarti, Wulandari & Akbar, 2019). Perkembangan internet memunculkan beraneka

ragam situs belanja *online* atau *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk menjual produknya ke seluruh pelanggan di Indonesia maupun di luar Indonesia.

Hasil survei dan wawancara menemukan bahwa pelaku UMKM di Desa Banjasari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik mengalami kesulitan menjual produknya, khususnya pada masa pandemi saat ini. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana (UNIPA) Surabaya melakukan kegiatan PPM di Desa Banjasari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Program yang akan dilakukan melalui kemitraan antara akademisi dan pelaku UMKM adalah penyuluhan mengenai inovasi produk hasil pertanian untuk meningkatkan jumlah penjualan. Materi yang akan diberikan meliputi bagaimana membuat kemasan yang menarik dan membuat produk menjadi lebih awet sehingga meningkatkan nilai jual, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran dan distribusi produk yang lebih luas. Kegiatan PPM ini dilakukan dengan harapan pelaku UMKM dapat bertahan dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Persoalan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya penggunaan teknologi pada proses penjualan produk hasil pertanian, sehingga tim memberikan solusi dengan memberikan penyuluhan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelaksanaan sebagai berikut :

1. Penyuluhan

Metode penyuluhan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah. Tim pengabdian memberikan pemahaman kepada mitra terkait dengan inovasi produk hasil pertanian maupun perikanan untuk meningkatkan jumlah penjualan.

2. Pendampingan

Tahap kedua yang dilakukan oleh tim pengabdian yaitu pendampingan kepada mitra Desa Banjasari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengetahui keberhasilan program yang ditawarkan oleh tim maka dilakukan diskusi antara tim dengan mitra. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dialami oleh mitra selama melakukan kegiatan sehingga tim dapat memberikan solusi kepada mitra.

3. Evaluasi Pelaksanaan

Proses evaluasi dilakukan dengan cara *monitoring* dan melakukan pertemuan kembali untuk mendiskusikan berbagai hal setelah program penyuluhan dan pendampingan. Berdasarkan masalah yang muncul, maka akan ditawarkan alternatif pemecahan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAAN

Hasil dalam kegiatan pengabdian ini adalah UMKM dapat memaksimalkan potensinya melalui penjualan daring dengan media *e-commerce*. Hal ini sangat membantu UMKM, khususnya UMKM dengan produk hasil pertanian agar tetap dapat bertahan pada kondisi pandemi Covid-19. Kondisi saat ini menyebabkan perubahan rutinitas

masyarakat seperti *work from home* (bekerja dari rumah), *study from home* (belajar dari rumah), dan *shopping from home* (belanja dari rumah). Kegiatan belanja secara *online* memang sudah ada dari sebelum pandemi, namun kondisi saat ini menyebabkan kegiatan belanja *online* semakin meningkat.

Indonesia berada pada urutan keempat dunia dalam hal pengguna internet aktif setelah Cina, India, dan Amerika (Kominfo, 2020). Hal ini menjadi peluang bagi UMKM untuk menjual produknya keseluruh Indonesia, bahkan hingga ke luar negeri. Platform digital dan perdagangan elektronik dapat mengangkat potensi UMKM secara maksimal. Keberadaan platform belanja daring (*e-commerce* dan/atau *social media*) dapat dimanfaatkan untuk memperluas penjualan produk sehingga para pelaku UMKM harus bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi ini.

Media yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk memaksimalkan penjualan produk pertanian beberapa di antaranya adalah *e-commerce*, *social media*, *market place* khusus produk pertanian, dan *website* perusahaan. UMKM dapat memanfaatkan *e-commerce* dan/atau *market place* produk pertanian yang sudah ada seperti Shoppe, Tokopedia, dan Agromaret apabila UMKM menginginkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. UMKM juga dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Twitter apabila UMKM tidak hanya ingin memperluas pangsa pasarnya, namun juga menginginkan informasi yang cepat dari komunitas atau grup UMKM yang bergerak di bidang sejenis. Selain itu, UMKM dapat melakukan penjualan melalui *website* yang dikembangkan sendiri oleh perusahaan. Apabila UMKM memilih untuk menggunakan *website*, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu :

1. *Website* yang baik adalah *website* yang disukai oleh pengguna, bukan karena tampilannya yang indah, namun karena pengguna menyukai kontennya
2. Konten bergantung pada pengguna dan kita harus tahu kebutuhan mereka
3. Waktu response harus cepat
4. Pengguna harus merasa nyaman ketika mengunjungi *website*, seolah-olah kita memahami perilaku pengguna.
5. *Website* harus selalu *update*.

Sebelum menjual produknya secara *online*, UMKM perlu menyiapkan beberapa hal. Pertama, menyiapkan merek untuk produk yang akan dijual. Kedua, menyiapkan logo yang sesuai dengan produk dan merek. Ketiga, menyiapkan slogan yang menarik konsumen. Terakhir, menyiapkan foto produk yang harus dibuat semenarik mungkin.



Gambar 1.
Penyuluhan dan Kunjungan Tim Pengabdian

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan penyuluhan dihadiri oleh pelaku UMKM dan ibu-ibu PKK Desa Banjarsari Kecamatan Cerme, Gresik. Selama kegiatan, peserta aktif bertanya dan menyampaikan pendapat mengenai metode memaksimalkan potensi UMKM produk pertanian. Peserta sudah menerapkan beberapa cara untuk memaksimalkan pendapatan mereka dengan cara menjual produk melalui *e-commerce* namun masih maksimal. Para pelaku UMKM Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme ingin memaksimalkan pendapatan mereka dan usaha mereka berkelanjutan, khususnya di masa pandemi.

Manfaat kegiatan ini adalah mampu memberikan gambaran mengenai cara memaksimalkan pendapatan UMKM dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaan teknologi saat ini sangat membantu UMKM untuk memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini tentunya didukung dengan cara pengemasan dan pemberian label yang menarik agar pembeli tertarik untuk membeli produk olahan pertanian UMKM Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik.

SIMPULAN

Setelah dilakukannya penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku UMKM Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, dapat disimpulkan bahwa mitra telah mampu mengadaptasikan teknologi sebagai upaya dalam memaksimalkan potensi mereka. Adapun saran kegiatan ini adalah mitra dapat melakukan penjualan dengan bantuan media *online* secara kontinyu.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan dukungan pendanaan selama kegiatan PPM.
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah mendukung kegiatan PPM.

3. Tim Dosen Program Studi Akuntansi dan Manajemen serta mahasiswa yang telah mendukung terlaksananya kegiatan PPM.

DAFTAR PUSTAKA

- Finance Detik. 2020. <https://finance.detik.com>.
- Herningtyas, R., & Wirasenjaya, A.M. 2019. Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Di Dusun Lopati Kelurahan Trimurti Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Proseding Seminar Nasional Abdimas II 2019*.
- Hidayat, T. 2019. Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Aplikasi Teknologi Pengemasan Gula Aren Yang Diproduksi Di Hargomulyo, Kulonprogo.
- Indardi. 2019. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dengan Perbaikan Nilai Tambah Olahan Singkong Semuluh Lor, Gunungkidul. *Proseding Seminar Nasional Abdimas II 2019*.
- Kominfo. 2020. <https://kominfo.go.id>.
- Nurdiarti, R.P., Wulandari, A., & Akbar, M. 2019. Manajemen Usaha Berbasis Media Sosial Pada UMKM “Bakpia Ivan” Di Desa Janten, Bantul. *Proseding Seminar Nasional Abdimas II 2019*.
- Permana, S.H. 2017. Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Aspirasi*, Vol. 8 No. 1.