

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN UMKM DI DESA GRECOL, KECAMATAN KALIMANAH, KABUPATEN PURBALINGGA

¹Annisa Nurul Febrianti, ²Puput Mumfatiah, ³Luthfi Nursa'adah, ⁴Ahmad Rifai, ⁵Desi Wijayanti Ma'rufah

¹ Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

²Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

³Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

⁴Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

⁵Dosen UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

*E-mail: 1917201051@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract

Based on the observations we made on several UMKM in Grecol Village, there are 5 UMKM that are still not known for sure where their location is, making it difficult for consumers to find these location points and in terms of the appearance of their product packaging which is also less attractive, so it is necessary to provide business development assistance in UMKM in Grecol Village. We provide this assistance in 3 days, namely on August 22-24 2022, while the UMKM that we assist include UMKM players (Salted Eggs, Banana Bananas, Peyek, Soy Milk, and Peanuts Bandung). The purpose of this program is to help the UMKM to exist more and be known by the public both inside Grecol Village and outside Grecol Village and to increase consumer attractiveness by way of packaging that is as attractive as possible and labeling, so that in this way it is hoped that it will increase the profitability of the business. itself. The research method in this article is descriptive qualitative which is the data obtained such as the results of observations, the results of interviews conducted by students of KKN UIN SAIZU Purwokerto. Based on the results of the evaluation of assistance on UMKM products in Grecol village, it has been carried out quite well. This is evidenced by the marketing of product packaging that already uses the latest labels, better food packaging methods than before, and the search for location points that are easily found by buyers. Then the owners of UMKM were very happy and said that the packaging label design looks more attractive so that it makes consumers more interested in buying the UMKM products and makes finding their location easier.

Keywords: Mentoring, UMKM, Labeling.

Abstrak

Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan pada beberapa UMKM di Desa Grecol, terdapat 5 UMKM yang masih belum diketahui secara pasti dimana lokasinya sehingga membuat konsumen sulit untuk mencari titik lokasi tersebut dan dari segi design labeling produknya juga belum ada sehingga di perlukan adanya pendampingan pengembangan usaha pada UMKM di Desa Grecol. Pendampingan ini kami lakukan dalam 3 hari yaitu pada 22-24 Agustus 2022, adapun UMKM yang kami dampingi diantaranya pelaku UMKM (Telor Asin, Sriping Pisang, Peyek, Susu Kedelai, dan Kacang Bandung). Tujuan dari program ini adalah untuk membantu UMKM tersebut lebih eksis dikenal oleh masyarakat baik di dalam Desa Grecol maupun di luar Desa Grecol dan untuk menambah daya tarik konsumen dengan cara pengemasannya yang semenarik mungkin dan pemberian label, sehingga dengan cara tersebut diharapkan akan meningkatkan profitabilitas dari usaha itu sendiri. Metode pengabdian dalam artikel ini adalah pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UIN SAIZU Purwokerto. Berdasarkan hasil evaluasi pendampingan pada produk UMKM di desa Grecol telah terlaksana dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran kemasan produk yang sudah menggunakan label terbaru dan pencarian titik lokasi yang mudah ditemukan oleh para pembeli. Kemudian para pemilik UMKM sangat merasa senang dan mengatakan bahwasannya terkait desain label kemasan terlihat lebih menarik sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk UMKM tersebut serta pencarian lokasinya yang dipermudah.

Kata Kunci: Pendampingan, UMKM, labeling.

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha mencakup seluruh kepentingan masyarakat. Di beberapa Negara ASEAN seperti Malaysia, Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan perusahaan bisnis yang terbesar secara kuantitas dan merupakan komponen vital negara tersebut untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Musa & Chinniah, 2016). Sektor UKM merupakan hal penting untuk pembangunan daerah, karena UKM lebih banyak menggunakan sumber daya lokal dan keuntungannya tetap ada di wilayah atau daerah. Hal ini sejalan dengan di Indonesia bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang paling berkembang sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Eksistensi UMKM ini memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang cukup banyak sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat, 2013).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area

pemasaran (Seftianti & Aziz, 2021). Banyak daerah di Indonesia yang memiliki UMKM diantaranya berada di Desa Grecol Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga yang pelaku usahanya memproduksi berbagai macam jenis UMKM seperti Telor Asin, Sriping Pisang, Peyek, Susu Kedelai, dan Kacang Bandung. Sebenarnya UMKM selain makanan ada juga UMKM kerajinan rotan, namun pendampingan UMKM yang kami ambil yaitu jenis UMKM makanan karena di desa Grecol mayoritas usahanya dalam bidang makanan. Di Desa Grecol ini kebanyakan pelaku usahanya tergolong masih kecil karena masih skala rumahan dan pemasarannya juga masih sempit sekitar desa dan kecamatan saja. Permasalahan yang ada di UMKM Grecol sendiri yaitu dari segi kurangnya inovasi produk, pemanfaatan media digital seperti Google Maps, dan rendahnya tenaga pendamping di lapangan. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran semua pihak untuk mengembangkan UMKM di Desa Grecol agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Adapun kendala dalam pengembangan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Grecol meliputi:

a. Meningkatnya harga bahan baku

Dari UMKM Sriping Pisang, Peyek, dan Kacang Bandung sudah tentu berhubungan dengan minyak goreng. Akhir-akhir ini harga minyak goreng melambung tinggi bahkan lebih mahal dari bahan-bahan lainnya. Kenaikan harga minyak goreng tentu menyebabkan harga bahan baku lainnya ikut naik.

b. Kurangnya sarana dan prasarana

Dalam pengembangan usaha, pelaku UMKM masih enggan untuk menginovasi produk dengan teknologi baru yang lebih efisien dan praktis. Mereka masih menggunakan teknologi yang lama, seperti memasak di Pawon, *Packaging* dengan Plastik bening biasa tanpa *labeling*, dan lainnya.

c. Kurangnya akses pemasaran produk

Masih minimnya akses pemasaran produk UMKM desa Grecol untuk keluar dari desa Grecol. Ini dikarekan dari UMKM yang ada masih menggunakan sistem nitip ke Warung, chat via WhatsApp yang mana isinya hanya orang terdekat saja.

Salah satu cara mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut adalah dengan memberikan program pendampingan bagi UMKM. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat meningkatkan wawasan dan keterampilan pelaku UMKM sehingga berdampak pada meningkatnya profitabilitas UMKM dan kesejahteraan penduduk di Desa Grecol. Dibutuhkannya pelatihan dan pendampingan agar mempunyai keahlian desain grafis untuk membantu proses pemasaran maupun penjualan produknya. Sebenarnya desain bisa bermacam-macam bentuknya seperti label pada produk atau kemasan, desain, poster, brosur, spanduk (Utomo & Sudjanarti, 2019). Memang tidak bisa dipungkiri masih banyak orang tidak terlalu mementingkan desain sebagai bagian dari strategi pemasaran yang dapat diandalkan. Padahal bisa saja yang pertama kali dilihat oleh konsumen pada saat mengidentifikasi atau membeli produk justru lewat desain produk itu sendiri. Oleh karena itu baik desain label, kemasan, banner harus dibuat semenarik mungkin agar produk yang dipasarkan dapat memikat konsumen untuk membelinya. Selain itu jika ada peminat atau konsumen yang ingin memesan langsung produk tersebut, bisa langsung menghubungi nomor telepon atau kontak yang tertera pada label, kemasan atau banner

dari produk tersebut. Sehingga secara tidak langsung dapat mengembangkan pemasaran yang lebih luas lagi, serta dapat dikenal oleh masyarakat secara umum bukan hanya warga di Desa Grecol saja.

Program pengabdian dalam hal pendampingan ini merupakan kegiatan yang dirancang untuk mengembangkan keahlian para pelaku usaha Telor Asin, Sriping Pisang, Peyek, Susu Kedelai, dan Kacang Bandung. Selain itu juga diharapkan adanya penambahan lokasi di google maps akan memudahkan masyarakat atau konsumen yang belum mengetahui dimana letak atau tempat UMKM tersebut untuk membeli dengan cara datang langsung ke lokasi. Peningkatan perekonomian ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas UMKM yang ada sehingga berdampak pada kesejahteraan penduduk Desa Grecol Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga.

METODE PENGABDIAN

A. Metode Yang Digunakan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah model pengembangan masyarakat yang dilakukan khusus untuk para pelaku UMKM di Desa Grecol, yang mana dilaksanakan dengan berbagai tahapan, *Pertama*, tahap survei lapangan. Yang mana terletak di desa Grecol dan berkunjung ke pelaku UMKM yang sudah di tentukan guna mengamati situasi dan keadaan pelaku UMKM yang direncanakan sebagai objek sasaran. *Kedua*, sosialisasi program bertujuan untuk memberikan informasi mengenai rencana kegiatan pengembangan produk UMKM yang ada. *Ketiga*, pelaksanaan program pengembangan UMKM, seperti pembuatan design produk atau dikenal dengan Labeling, penempatan titik lokasi UMKM pada Google Maps. Serta memberikan pendampingan UMKM ini juga dalam rangka pemberdayaan pelaku UMKM dalam keberlangsungan kelancaran usahanya. Adapun penjelasan materi yang dibahas seperti berikut:

No	Materi	Target Tujuan
1.	Penyusunan Profil Usaha di Web (<i>Google Maps</i>)	1. Membuat profil usaha di Web guna mempromosikan produk UMKM terpilih melalui Google Maps 2. Memberikan Ketrampilan dalam penyempurnaan (Update) Profil usaha UMKM terpilih di Web.
2.	Kualitas Produk	Memberikan Pengetahuan dalam meningkatkan kualitas Produk UMKM terpilih (<i>Packaging dan Labeling</i>).

B. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan pendampingan UMKM di Desa Grecol Kecamatan Kalimanah ini adalah dalam kurun 3 hari, yakni pada tanggal 22-24 Agustus 2022. Dimana pada tanggal 22 Agustus itu untuk pendampingan UMKM Sriping Pisang (Kadus 3) dan UMKM Telur Asin (Kadus 1). Pada tanggal 23 Agustus pendampingan UMKM Peyek (Kadus 4) dan UMKM Kacang Bandung (Kadus 4). Sedangkan pada 24 Agustus kita melakukan monitoring bersama pada UMKM Susu Kedelai (Kadus 2).

C. Jumlah UMKM yang Dipilih

Jumlah pelaku UMKM yang ada di Desa Grecol ini sebenarnya banyak, namun yang dipilih adalah 5 UMKM, yakni UMKM Sriping Pisang, Telur Asin, Peyek, Kacang Bandung, dan Susu Kedelai yang mana mewakili dari setiap Dusun Karna di Desa Grecol terdapat 4 Dusun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal dengan seiring perkembangan waktu usaha harus diikuti juga dengan pengelolaan manajemen yang baik, pemasaran produk yang luas, serta melakukan terobosan dan inovasi sesuai perkembangan zaman saat ini.

Setelah adanya kegiatan berupa survei ke lokasi UMKM di Desa Grecol Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga terkait cara pengemasan, pembuatan label dan penambahan lokasi di google maps. Kemudian berdasarkan hasil identifikasi dan penelitian tersebut, maka terdapat beberapa hal yang perlu dikembangkan yakni terkait dengan pembuatan label produk yang sebelumnya belum ada maupun yang sudah ada namun perlu diperbaiki, tampilan pengemasan produknya, serta pemasaran lebih luas melalui penambahan titik lokasi di google maps.

Desain produk itu sendiri berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan maka memang perlu diadakan pembaharuan. Karena selain sebagai nilai jual sebuah produk. Desain sendiri pada dasarnya juga digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar (Klimchuk, Marianne, dan Krasover, Sandra A, 2006).

(Harventy & Kholmi, 2020) mengemukakan bahwa Teori Pendampingan UMKM perlu dilakukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh UMKM yang berkaitan dengan pengetahuan pelaku UMKM yang kurang dalam pengelolaan UMKM. Maka dari itu para Mahasiswa Kelompok 81 KKN 50 UIN SAIZU Purwokerto melakukan pendampingan pada beberapa produk UMKM di desa Grecol yaitu :

1. Pawon Bu Sulipah

Pawon bu Sulipah ini berfokus pada produksi makanan ringan peyek. Jenis Peyek yang diproduksi ada Peyek Kacang, Peyek Kedelai Hitam, Peyek Udang, dan Peyek Kacang Hijau. Proses produksi Peyek ini masih menggunakan teknologi tradisional yakni menggunakan pawon. Untuk *Packaging* Peyek Bu Sulipah ini sudah tergolong baik, hanya saja belum terdapat label produk. Dengan begitu kami membuatkan *design* label untuk Peyek Bu Sulipah, berikut design labelnya :



Gambar 1. Desain Label Kemasan Baru Produk Peyek Bu Sulipah

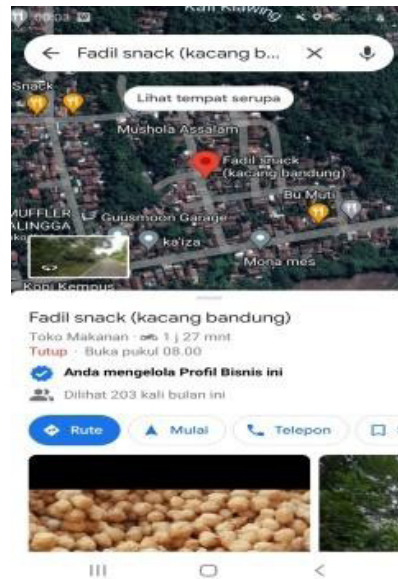
2. UMKM Fadil Snack

Fadil Snack berfokus pada produksi Kacang Bandung. Untuk *Packaging* Kacang Bandung sudah bagus dan rapi serta sudah ada kemasan dalam bentuk bal-balan atau 5 kiloan. Sama halnya dengan Peyek Bu Sulipah yang belum mempunyai label kemasan sehingga dibuatkan label kemasannya, berikut desain logo produknya :



Gambar 2. Desain Label Kemasan Baru Produk Kacang Bandung

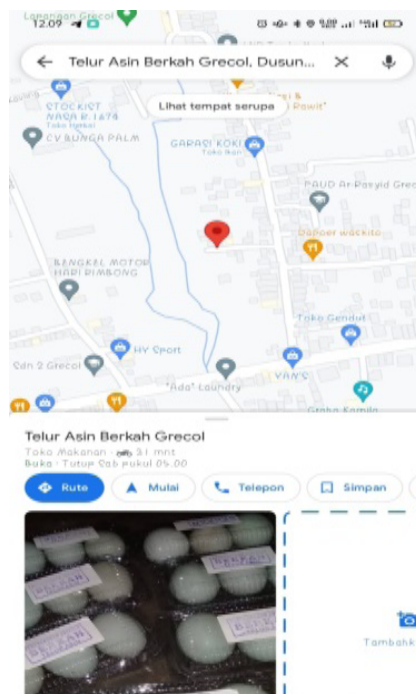
Untuk Fadil Snack juga dibuatkan penambahan titik lokasi di Google Maps untuk mempermudah pemasarannya.



Gambar 3. Penambahan Lokasi di Google Maps UMKM Kacang Bandung

3. UMKM Telor Asin

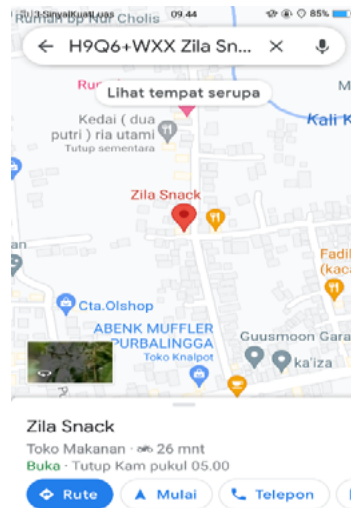
Untuk UMKM Telor Asin sendiri sudah baik mulai dari *packaging*, *labeling*, serta sudah terdaftar dalam UMKM di Kecamatan. UMKM Telor Asin juga sudah terdapat kelompok karyawan sendiri dari beberapa tetangga di sekitarnya yang ikut membantu dalam berproduksi. Untuk pemasarannya juga sudah cukup bagus karena sudah punya Channel untuk masuk di Kecamatan Kalimantan. Namun untuk penambahan lokasi di Google Maps belum ada, sehingga kami membuatnya.



Gambar 4. Penambahan Lokasi di Google Maps UMKM Telor Asin

4. UMKM Sriping Pisang

Sama dengan UMKM Peyek Bu Sulipah, untuk proses produksi UMKM Sriping Pisang ini masih menggunakan metode klasik, yakni dengan cara menggunakan Pawon untuk mempertahankan cita rasa yang khas. Untuk kemasan dari Sriping Pisang sendiri sudah bagus dan sudah memiliki *labeling* produk. Sehingga juga dibuatkan penambahan titik lokasi di Google Maps seperti UMKM Telor Asin.



Gambar 5. Penambahan Lokasi di Google Maps UMKM Sriping Pisang

5. UMKM Susu Kedelai

UMKM Susu Kedelai Bu Puji untuk kemasan Susu Kedelai sudah baik, sudah mempunyai Sertifikasi dari Pemerintah Kecamatan Kalimantan sejak 2010 lalu sehingga untuk pemasaran Susu Kedelai juga sudah sangat bagus dari beberapa UMKM yang kami pilih, sehingga untuk UMKM Susu Kedelai ini kami hanya melakukan Monitoring atau sharing bersama.

Program pendampingan pengembangan UMKM ini dilaksanakan selama 3 hari yaitu pada tanggal 22-24 Agustus 2022 dengan hasil sebagai berikut:

No	Materi	Kondisi Awal	Pada saat Pendampingan	Setelah Pendampingan
1	Desain Label Merk	1. Label produksi UMKM sangat sederhana 2. Belum adanya label produk	1. Pentingnya merk 2. Arti merk 3. Cara membuat merk	1. Adanya merk "Pawon bu Sulipah dan Kacang Bandung"

2	Pengetahuan Kemasan Produk	1. Kemasan masih sangat sederhanaKurang menarik 2. Kurang memahami fungsi kemasan	1. Memberi pemahaman fungsi kemasan, selain sebagai pelindung produk juga sebagai upaya menarik konsumen 2. Memberikan contoh bentuk-bentuk kemasan sesuai dengan jenis produk 3. Memilih kemasan sesuai dengan target pasar dan membuat kemasan yang baik	1. UMKM memahami fungsi kemasan 2. UMKM memperbaiki kemasan produknya 3. Kemasan jauh lebih baik dan menarik
3	Pemasaran Produk	1. UMKM belum memahami strategi pemasaran produk	1. UMKM memahami pemilihan strategi untuk memfokuskan strategi pemasarannya 2. Mendapatkan ide pemasaran melalui penambahan lokasi pada google maps	1. Adanya lokasi UMKM di Google maps Seperti UMKM Kacang Bandung, UMKM Telor Asin, dan UMKM Sriping Pisang.

Berdasarkan hasil evaluasi pendampingan pada produk UMKM di desa Grecol telah terlaksana dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran kemasan produk yang sudah menggunakan label terbaru, cara pengemasan makanan yang lebih bagus dari sebelumnya, dan pencarian titik lokasi yang mudah ditemukan oleh para pembeli. Kemudian para pemilik UMKM sangat merasa senang dan mengatakan bahwasannya terkait desain label kemasan terlihat lebih menarik sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk UMKM tersebut serta pencarian lokasinya yang dipermudah.

KESIMPULAN

Berdasarkan pendampingan UMKM di desa Grecol ini terdapat kurangnya bagian pemberian label dan pemasaran (penambahan lokasi di google maps). Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini, maka dengan pembuatan desain label kemasan mempunyai peran yang begitu penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli terhadap sebuah produk. Berdasarkan hasil evaluasi pendampingan pada pembuatan label produk UMKM di desa Grecol sudah ada perkembangan dari sebelumnya dibuktikan dengan adanya penambahan lokasi UMKM di google maps maka masyarakat yang ada di desa Grecol ataupun dari luar desa Grecol akan lebih mudah mengetahui letak atau tempat UMKM tersebut.

Perlunya inovasi hasil produksi, untuk menarik daya minat masyarakat sebagai konsumen pengusaha UMKM supaya masyarakat tidak bosan dan dapat memilih sesuai selera. Pada UMKM sriping pisang sendiri sudah berinovasi dengan adanya dua macam rasa yaitu sriping pisang asin (original) dan manis. Inovasi ini terbukti lebih meningkatkan daya tarik masyarakat dibandingkan produk sebelumnya yang hanya memiliki rasa asin

(original) saja. Dalam UMKM peyek juga sudah berinovasi dengan adanya berbagai macam peyek yaitu peyek kacang tanah, peyek kacang kedelai, peyek kacang hijau dan peyek udang. Pendampingan pada UMKM yang dilakukan mendapatkan respon positif dari pelaku UMKM karena merasa sangat terbantu dengan adanya mahasiswa KKN UIN SAIZU Purwokerto yang telah membantu pembuatan label dan penambahan titik lokasi di google maps.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*.
- Astuti, R. P., Kartono, & Rahmadi. (2019). Pendampingan Pengembangan UMKM di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat*.
- Harventy, G. Z., & Kholmi, M. (2020). Pendampingan Penyusunan Pelaporan Keuangan Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah Brosem Semeru. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat, vol 1 no 1*, 60-74.
- Ismail, Y., Aneta, Y., & Munoarfa, V. (2020). *Penguatan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Sogu Kecamatan Monaro Kabupaten Gorontalo Utara*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Klimchuk, Marianne dan Krasovec, Sandra A, (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta : Erlangga
- Musa, H., & Chinniah, M. (2016). Pengembangan UKM Malaysia: Masa Depan dan Tantangannya. *Procedia - Ilmu Sosial dan Perilaku*, 254-262.
- Puryono, D. A., Sudiati, L. E., & Haryani, N. (2022). Pendampingan UMKM Keripik Tempe Desa Langse Kecamatan Margorejo Dalam Mendesain Label Produk. *Jurnal Pasopati Vol. 4, No.2*.
- Seftianti, A., & Aziz, I. A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya . *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* .
- Taufikurrahman, d. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Pada Produk Kemasan UMKM di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM) Vol 01*, 51-52.
- Utomo, H., & Sudjanarti, D. (2019). Pelatihan Desain Label Menggunakan Coreldraw Pada Panti Asuhan Putri Aisyiyah Malang. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat Vol. 7 No. 1*, 22-26.