

Pelatihan dan Pendampingan UMKM Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati Berbasis Teknologi Informasi Untuk Peningkatan SDM Berdaya Saing di Era Digitalisasi

Wiwin Juliyanti¹, Fatriya Adamura², Hari Purwanto³, Heny Sidanti⁴, Uswatun Chasanah Zain⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Corresponding Author

Nama penulis: Wiwin Juliyanti

E-mail: wiwin@unipma.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digitalisasi melalui pelatihan dan pendampingan pada "Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati". Metode pelatihan menggunakan pendekatan berbasis teknologi informasi yang memungkinkan peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM UMKM dalam mengelola bisnis secara efektif. Pendekatan ini melibatkan pelatihan praktis dalam manajemen produksi, pemasaran online, dan administrasi usaha menggunakan teknologi informasi. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur dampak pelatihan dan pendampingan terhadap peningkatan kualitas produk, peningkatan penjualan, dan kemandirian UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas SDM UMKM dan daya saing bisnis di tengah tantangan era digitalisasi saat ini.

Kata Kunci - Teknologi, Digitalisasi, Wirausaha, UMKM

Abstract

This community service activity in realizing the Tri Dharma aims to increase the capacity and competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the era of digitalization through training and mentoring on "Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati. The training method uses an information technology-based approach which allows increasing the skills and knowledge of MSME human resources in managing business effectively. This approach involves practical training in production management, online marketing, and business administration using information technology. Evaluations are carried out periodically to measure the impact of training and mentoring on improving product quality, increasing sales and the independence of MSMEs. It is hoped that the results of this research can make a significant contribution in increasing the human resources capacity of MSMEs and business competitiveness amidst the challenges of the current era of digitalization.

Keywords - Technology, Digitalization, Entrepreneurship, MSMEs

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bagi perekonomian Indonesia memiliki peran penting serta potensi dalam pembangunan ekonomi nasional ataupun ekonomi daerah (Idayu. 2021) (Wuryandani, D., & Meilani, H. 2013). Beberapa peran yang bisa dilakukan usaha kecil menengah dalam perekonomian Negara seperti turut serta dalam upaya desentralisasi atau pemerataan pembangunan ekonomi, menjadi penunjang dalam pertumbuhan ekonomi yang diawali dari pertumbuhan ekonomi daerah hingga pertumbuhan ekonomi negara, membantu pemerintah negara dalam menyediakan dan memperluas lapangan pekerjaan sehingga nantinya banyak tenaga kerja yang dapat terserap (Mudjiarto, 2019). Pertumbuhan UMKM di Indonesia cukup melesat berdasarkan data yang berasal dari kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa jumlah perkembangan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2019 mencapai total 65,465,497 Unit dengan rincian Usaha Mikro(UM) berjumlah 64,601,352 Unit, Usaha kecil (UK) berjumlah 798,679 Unit, dan Usaha Menengah berjumlah 65,465 Unit (KEMENKOPUKM).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif dalam menanggulangi angka kemiskinan yang ada di Indonesia, hal tersebut dibuktikan pada saat terjadinya krisis dan banyak usaha yang mengalami kebangkrutan karena sedang terilit hutang luar negeri, banyak dari usaha kecil menengah khususnya yang berorientasi pada ekspor justru memiliki keuntungan yang luar biasa (Kurniawan, F. D., & Fauziah, L., 2014). Tidak sebanding dengan keuntungan yang didapat dalam proses perkembangan usahanya masih banyak dari UMKM yang ada di Indonesia masih menghadapi permasalahan mulai dari aspek permodalan, material, kemitraan, dan berbagai inovasi seiring berkembangnya zaman. Sebagai langkah meringankan permasalahan yang dirasakan para pelaku UMKM maka perlu dilakukan upaya pemberdayaan, pemberdayaan UMKM sendiri dapat membuat daya tahan suatu UMKM menjadi lebih kuat dalam menghadapi tantangan di masa mendatang seperti krisis ekonomi. Alasan lain perlu dilakukannya pemberdayaan yaitu UMKM memiliki kemampuan yang besar dalam mengatasi permasalahan kemiskinan dan penyediaan lapangan pekerjaan.

Melihat peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang penting dalam bidang perekonomian maka sudah seharusnya generasi muda saat ini turut membantu dalam pengembangan UMKM di Indonesia karena menjadi sentral dalam penghasil output hingga penyedia lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Banyaknya permasalahan yang dialami oleh UMKM membuat perekonomian nasional tidak maksimal, sehingga UMKM di Indonesia perlu diberikan perhatian khusus melalui upaya pemberdayaan seperti pelatihan, pembinaan, pendampingan hingga pemberian fasilitas dan bantuan untuk menumbuhkan kemampuan daya saing para pelaku UMKM.

Perkembangan zaman yang semakin pesat menuntut dunia bisnis untuk terus melakukan berbagai macam inovasi agar dapat bersaing dengan pasar global. Para pelaku UMKM dituntut untuk selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat dan memanfaatkan setiap peluang yang ada. Perlu untuk diketahui bagi seorang pebisnis bahwa setiap melakukan sebuah inovasi akan selalu ada hambatan dalam setiap prosesnya, Ray Stata dalam (Furinto, 2017) menjelaskan bahwa tanpa adanya sebuah kelompok ekonomi atau perusahaan yang lincah maka inovasi yang dilakukan tidak akan cepat membuahkan hasil terlebih lagi dinamika lingkungan yang terus menerus mengalami perubahan, begitu pula terhadap industri rumahan juga perlu melakukan inovasi agar dapat memiliki daya saing dengan pasar. Perkembangan zaman yang sedang terjadi membuat pertumbuhan ekonomi menjadi pesat, akan tetapi saat ini peluang kerja yang tersedia semakin lama semakin sedikit sehingga seakan memaksa para pelaku UMKM atau orang-orang yang belum mendapatkan pekerjaan untuk lebih kreatif dan berinovasi dalam menghasilkan pendapatan sendiri.

Inovasi produk menuntut setiap pemilik bisnis untuk sanggup dalam hal pengembangan dan pelaksanaan ide-ide baru yang kreatif serta membuat produk atau jasa menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Inovasi produk perlu untuk menjadi perhatian bagi setiap pelaku UMKM agar usaha

yang dimiliki mampu bertahan serta tangkas dalam beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dan juga kompetitif.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk didalamnya industri rumahan bisa menjadi salah satu alternatif bagi para ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan untuk dapat berinovasi dalam menghasilkan pendapatan tambahan diluar pendapatan yang diberikan oleh suami, terlebih dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga yang semakin meningkat setiap tahunnya. Wilayah Maospati menjadi lokus dari pelaksanaan kegiatan abdimas melalui program kerja "Pengolahan Tempe Bakal (Kedelai Fermentasi) Menjadi Produk Keripik Tempe". Program kerja ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang ditemukan di lapangan bahwa menurut pemilik UMKM pengrajin tempe menyampaikan bahwa dulu banyak sekali warga disana berprofesi seperti beliau yakni sebagai pengrajin tempe, akan tetapi kebanyakan dari mereka memilih beralih profesi menjadi pengrajin lontong karena banyaknya persaingan sehingga banyak tempe yang diproduksi tidak laku terjual dan akhirnya merugi. Oleh karena itu, demi mencegah potensi kerugian para pengrajin tempe yang masih berjalan maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembekalan, pembinaan dan pembentukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) baru di tengah warga Maospati dengan cara melakukan inovasi produk baru yang berbahan dasar tempe bakal (kedelai fermentasi) yakni keripik tempe. Keripik tempe merupakan inovasi jajanan tradisional ringan dari keripik tempe pada umumnya yang diiris sangat tipis lalu digoreng kering hingga menyerupai kerupuk yang terbuat dari kedelai. Cara pembuatan keripik tempe juga cukup mudah sehingga dapat diproduksi hanya melalui industri rumahan, mitra yang akan bekerja sama dalam pelaksanaan program kerja ini nantinya akan mendapatkan bimbingan sepenuhnya sebelum para mitra melakukan uji coba produksi secara mandiri dengan tetap mendapat pendampingan.

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut, pengabdian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kondisi dan proses pembekalan pengolahan tempe bakal (kedelai fermentasi) menjadi keripik tempe yang dilakukan oleh mahasiswa Prodi S1 Manajemen FEB UNIPMA dengan maksud membantu meringankan permasalahan di wilayah Maospati yang padat penduduk, selain itu juga untuk mengetahui bagaimana mahasiswa UNIPMA memberikan pengaruh terhadap peningkatan taraf kehidupan dan kesejahteraan warga wilayah Maospati selaku mitra. Adapun manfaat dari penelitian ini berupa pembaca dapat mengetahui efektivitas pembekalan pengolahan tempe bakal menjadi keripik tempe yang dilakukan oleh mahasiswa FEB UNIPMA dalam membantu meringankan permasalahan di wilayah Maospati khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan warga di wilayah Maospati dan mencegah potensi kerugian yang dialami pengrajin tempe.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Selasa, 24 Oktober 2023 secara offline di Jalan Ahmad Yani Rt.04 Rw. 02 Desa Ngujung Maospati Kabupaten Magetan Jawa Timur. Kegiatan sosialisai ini direncanakan mampu merangkul beberapa masyarakat yang memiliki usaha baik mikro, kecil maupun menengah. Secara praktik kegiatan ini melibatkan 1 orang pelaku perseorangan yaitu Kripik Tempe Mbak Dewi dengan tim dari prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi mengenai pojok UMKM dengan tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dalam rangka kegiatan sosialisasi ini yaitu meminta izin kepada pelaku UMKM tersebut, di Desa Ngujung oleh salah satu mahasiswa prodi Manajemen yang tinggal di daerah setempat. Tahap ini membahas mengenai materi sosialisasi yang akan dibahas yaitu Bagaimana cara mengembangkan produk UMKM tersebut agar bisa terkenal oleh banyak orang. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan tempat dan waktu untuk menyelenggarakan kegiatan sosidisasi. Setelah izin dan tempat sudah dipersiapkan, Mahasiswa mulai menyusun materi untuk sosialisasi UMKM.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui sosialisasi mengenai UMKM melalui beberapa tahapan yaitu

- a. Perkenalan penyuluh dari program studi Manajemen (Tim Pelaksana)
- b. Membuat akun Instagram dan tik tok
- c. Membuat foto produk agar menarik
- d. Pemaparan pemahaman mengenai buku keuangan
- e. Diskusi mengenai materi dan membahas tentang UMKM secara langsung.

3. Tahap Evolusi

Tahap ini dilakukan evaluasi tim pelaksana terhadap kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan dengan tanya jawab dengan pemilik UMKM tersebut. Kegiatan evaluasi ini memiliki tujuan untuk merespon sejauh mana tingkat pemahaman yang di miliki pelaku usaha terhadap materi UMKM yang telah dipaparkan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dalam bentuk Pengabdian Masyarakat mata kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah yaitu untuk pelatihan dan pendampingan UMKM yang memiliki masalah dalam bidang manajemen (keuangan, pemasaran dan sumber daya manusia). UMKM yang dipilih yaitu Keripik Tempe Mbak Dewi yang berlokasi di Desa Ngujung, Maospati. Kegiatan UMKM ini merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang dan konsisten dalam perekonomian di Indonesia.UMKM menjadi sarana untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk mengurangi jumlah pengangguran disekitarnya. UMKM sendiri merupakan usaha yang sifatnya padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti keahlian (keterampilan) pekerja dan penggunaan modal usaha relative sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana.



Gambar 1.

Tim Pengabdian Masyarakat dari Prodi S1 Manajemen FEB UNIPMA

UMKM masih memegang peranan penting untuk memperbaiki perekonomian di Indonesia baik dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan pekerjaan, ataupun dari segi pertumbuhan ekonomi yang diukur dari produk domestic bruto. Dari pengabdian ini diharapkan mampu menimbulkan nilai tambah dari segi kemasan produk, memasarkan produk melalui media sosial dan pencatatan

keuangan. Pelatihan dan pendampingan UMKM keripik Tempe “Mbak Dewi” ini berfokus pada peningkatan Sumber Daya Manusia yang mampu bersaing di era digitalisasi.



Gambar 2.
Tim Pengabdian Masyarakat dalam Perancangan Pemasaran

Tabel 1.
Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No.	Uraian Kegiatan	Hasil	Keterangan
1	Pemasaran dan laporan keuangan pada produk usaha	1) Mitra memahami cara membuat pembukuan sederhana untuk usahanya, hal itu dapat meminimalisir kesalahan pencatatan keuangan produksi. 2) Mitra memahami pentingnya pemasaran yang baik agar produk dapat dikenal oleh konsumen.	Terlaksana
2	Pelatihan pengemasan produk (branding dan packaging)	1) Memperbarui logo stiker pada UMKM keripik Tempe “Mbak Dewi” yang digunakan sebagai identitas produk. 2) Peningkatan dalam pengemasan produk keripik Tempe “Mbak Dewi”.	Terlaksana
3	Promosi produk UMKM	1) Pembuatan sosial media seperti instagram dan Tiktok untuk UMKM keripik Tempe “Mbak Dewi”. 2) Promosi juga dilakukan melalui WhatsApp.	Terlaksana

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian dengan bentuk kegiatan ini sosialisasi mampu mengatasi permasalahan pada UMKM Keripik Tempe Mbak Dewi dalam hal kurangnya pemahaman dalam strategi pemasaran, manajemen keuangan dan juga tentang pemikiran SDM (pelaku usaha) mengenai pemanfaatan sosial media. Adapun saran bagi pelaku usaha UMKM setelah adanya sosialisasi ini adalah *Pertama*, melakukan perluasan jangkauan pasar melalui platform media sosial terutama Instagram dan TikTok sebagai alat promosi agar usahanya lebih dikenal masyarakat, karena media sosial sekarang sangat berkembang pesat di semua kalangan. *Kedua*, memperhatikan akan pentingnya

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

label produk sebagai alat promosi dan identifikasi juga ditekankan, dengan menggunakan desain yang menarik dan informatif, sehingga dapat menarik minat beli masyarakat. *Ketiga*, melakukan pembuatan laporan yang menjadi dasar pengelolaan keuangan dan bahan baku secara efisien, untuk mengontrol biaya operasional bisnis, mengetahui laba rugi usaha, mengetahui hutang piutang dan memperhitungkan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
- Karoya. (2023). UMKM Desa Solusi Efektif Permasalahan Ekonomi Desa Karoya. Diakses pada tanggal 23 November 2023 dari <https://karoya.desa.id/read/670618>
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165-176.
- Wuryandani, D., & Meilani, H. (2013). Peranan kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 103-115.