

PEMBINAAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI DESA PRAPAK KULON SLEMAN YOGYAKARTA

Barbara Gunawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
era@umy.ac.id

Abstract

This service activity targets Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) located in Prapak Kulon Hamlet, Sendangmulyo Village, Minggir District, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region. The purpose of this service activity is to increase the income of MSMEs through the business "Wader Goreng Mak Semi" which produces fried wader fish and "Ina Snack" which produces wet cakes. The problem of the two MSMEs is in marketing and bookkeeping. The solutions offered to solve the problems of "Wader Goreng Mak Semi" and "Ina Snack" are: 1) Procurement and training in making attractive and current packaging, 2) Training and assistance in making product packaging labels so that they look more attractive and have a high selling value, 3) Training and assistance in marketing products online, 4) Training and mentoring of social media creation, 5) Experiments in the production of new product variants; and 6) Simple bookkeeping training and mentoring. The methods used are: 1) The preparation stage in the form of observation and discussion; 2) The implementation stage is in the form of counseling, mentoring, evaluation, and monitoring; 3) Reporting and evaluation stages. From this service activity has been held activities in the form of: 1) Training and assistance in making packaging and packaging labels, 2) Training and assistance in marketing products online; 3) Training and mentoring of social media creation. 4) Introduction of alternative product variants that consumers are interested in. 5) Training and mentoring on simple bookkeeping. As a result after the service activity, the name of UMKM Mak Semi was changed "Aneka Camilan and Snack Mak Semi", with the increase in product variants, promotions, and packaging changes, there was an increase in the number of orders up to 300%, while the order "Ina Snack" increased by 200% from before. Monitoring and mentoring is still being carried out periodically, then the manufacture of PIRT is needed so that the selling value is increasing and can be accepted to be deposited in souvenir stores.

Keywords: Snacks, Snacks, Mak Semi, MSMEs.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini menasar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu Dusun di Kecamatan Minggir Sleman Yogyakarta. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pendapatan UMKM melalui usaha "Wader Goreng Mak Semi" yang memproduksi ikan wader goreng serta "Ina Snack" yang memproduksi kue basah. Permasalahan dari kedua UMKM tersebut adalah pada pemasaran dan pembukuan. Solusi yang ditawarkan untuk memecahkan permasalahan "Wader Goreng Mak Semi" dan "Ina Snack" adalah: 1) Pengadaan dan pelatihan pembuatan kemasan yang menarik dan kekinian, 2) Pelatihan dan pendampingan pembuatan label kemasan produk supaya tampilannya lebih menarik dan mempunyai nilai jual tinggi, 3) Pelatihan dan bimbingan teknis pemasaran secara online, 4) Pelatihan dan bimbingan teknis pembuatan media sosial, 5) Percobaan produksi varian produk baru; serta 6) Pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. Metode yang digunakan adalah: 1) Tahap persiapan berupa observasi dan diskusi; 2) Tahap pelaksanaan berupa penyuluhan, pendampingan, evaluasi, dan monitoring; 3) Tahap penyusunan laporan. Dari program pengabdian ini telah terselenggara kegiatan berupa: 1) Pelatihan dan bimbingan pembuatan kemasan dan label kemasan, 2) Pelatihan dan bimbingan pemasaran secara online; 3) Pelatihan dan pendampingan pembuatan sosial media. 4) Pengenalan alternatif varian produk yang sedang diminati konsumen. 5) Pelatihan dan bimbingan tentang penyusunan pembukuan sederhana. Hasil setelah kegiatan pengabdian, nama UMKM Mak Semi diubah "Aneka Camilan dan Snack Mak Semi", dengan bertambahnya varian produk, promosi, dan perubahan kemasan maka terdapat peningkatan jumlah

pesanan hingga 300%, sedangkan pesanan “Ina Snack” meningkat 200% dari sebelumnya. Monitoring dan pendampingan masih terus dilakukan secara berkala, selanjutnya diperlukan pembuatan PIRT agar nilai jual semakin meningkat dan dapat diterima untuk dititipkan di toko oleh-oleh.

Kata kunci: Camilan, Snack, Mak Semi, UMKM.

PENDAHULUAN

Dusun Prapak Kulon merupakan satu dari 16 (enam belas) Desa yang terdapat di Sendangmulyo. Desa Sendang Mulyo merupakan bagian dari Kecamatan Minggir Sleman Yogyakarta. Dusun yang terdapat di Desa Sendang Mulyo diantaranya adalah Dondongan, Prapak Kulon, Sumber, Prapak Wetan, Klepu Lor, Klepu Kidul, Kwayuhan, Diro, Banaran, Slarongan, Mergan, dan Blimbingan.

Gambar 1 menunjukkan situasi Dusun Prapak Kulon yang tampak asri dan tenang.



Gambar 1: Dusun Prapak Kulon

Terletak 20 km dari pusat kota, desa ini sangat padat pertanian dan perikanan, penduduknya sangat bergantung pada sumber daya alam seperti sawah dan perairan. Ada pengrajin di antara penduduk desa prapak kulon, dan banyak keluarga terlibat dalam kegiatan ekonomi seperti pertanian, pekerja individu, perikanan, dan beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi makanan wader goreng milik Mak Semi dan “Ina Snack”.

Keberadaan UMKM tidak bisa dihindarkan dari masyarakat. Sebab selain dapat menghasilkan pendapatan, UMKM juga dapat mengembangkan tradisi maupun budaya masyarakat setempat (Anggraeni et al., 2013). Tujuan UMKM yaitu diharapkan berkurangnya persentase pengangguran, memberdayakan warga, mengaplikasikan ipteks, dan dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan (Handayani, 2016). Gambar 2 menampilkan hasil olahan “Wader Goreng Mak Semi” yang sudah dikemas dan kemasan yang digunakan “Ina Snack”.



Gambar 2: Kemasan “Aneka Cemilan dan Snack Mak Semi” dan Ina Snack”

Dari Gambar 2 tampak bahwa produk tersebut dikemas tanpa logo dan kemasan yang kurang menarik. Selain itu pemasaran juga hanya dilakukan dengan cara menitipkan ke warung-warung. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Dalam kondisi saat ini pelaku UMKM dituntut untuk terus berkembang dan berinovasi terhadap produk yang dimilikinya. Pemasaran secara konvensional saja tidak cukup untuk bersaing dengan usaha yang serupa (Kadi et al., 2022). Sehingga dibutuhkan pemasaran secara online, yaitu sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dan sosial media sehingga pelaku usaha dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen (Mansir & Purnomo, 2021). Mitra juga belum melakukan pencatatan keuangan sebagaimana mestinya. Laporan keuangan memiliki peranan yang sangat penting bagi pelaku usaha mikro, karena laporan keuangan akan dibutuhkan ketika ingin mengajukan modal kepada pihak kreditur ke pihak perbankan (Desmintari et al., n.d.).

Solusi Permasalahan

Dari beberapa permasalahan serta potensi wilayah Dusun Prapak Kulon, maka solusi yang ditawarkan pengabdian adalah:

1. Mengadakan pelatihan dan bimbingan pembuatan varian produk.

Solusi permasalahannya adalah dengan pelatihan membuat varian produk untuk UMKM Mak Semi berupa produk kacang sembunyi, pangsit balado, stik balado, dan abon sembunyi. Untuk Ina Snack juga akan diberi pelatihan varian produk kue basah. Ketika ingin bersaing dengan

usaha yang serupa pelaku usaha diharuskan untuk selalu mengembangkan produknya secara kreatif (Yuniarti et al., 2014). Kreativitas yaitu proses memunculkan ide baru ataupun mengembangkan ide yang sudah ada untuk mengembangkan usaha (Lestari, 2013).

2. Bersama Mitra merancang logo dan nama. Logo dan nama perusahaan penting untuk meningkatkan kesan positif produk di mata konsumen dan konsumen potensial. Pembuatan logo sangat penting untuk kepentingan branding, sebab branding merupakan nyawa bagi sebuah produk (Gunawan & Gunawan, 2020). Logo dan nama nantinya akan ditempatkan di atas kemasan produk dan di media sosial yang digunakan untuk mempromosikan produk.
3. Pengabdian dan Mitra UMKM merancang dan membuat kartu nama bisnis yang menginformasikan nama Mitra UMKM, logo, nomor kontak, serta alamat. Kartu nama diperlukan supaya konsumen dan calon konsumen dapat menyimpan nomor kontak Mitra jika konsumen memerlukan. Kartu nama bisnis akan dirancang dan dicetak untuk kedua Mitra.
4. Membuat kemasan toples dan pengepakan dengan identitas Mitra yang berisi berisi logo, nomor kontak, serta alamat Mitra. Kemasan

tersebut berupa kemasan standing *pouch plastic ziplock*, kemasan mika, dan toples aneka bentuk. Pengemasan adalah kegiatan menempatkan produk ke dalam wadah yang dilakukan oleh produsen dengan tujuan agar produk tetap terlindungi hingga sampai ke tangan konsumen (Gunawan, 2020).

5. Foto Produk, produk dipotret menggunakan kamera yang profesional sehingga dapat menghasilkan gambar yang berkualitas prima untuk digunakan dalam promosi produk di media online seperti tiktok maupun Instagram.
6. Merancang media promosi online berupa Instagram serta Tiktok. Media Instagram serta Tiktok akan memberi informasi dan gambar produk. Dengan menggunakan instagram akan menampilkan foto produk seperti katalog, dengan begitu akan menjadi media promosi yang baik (Wallad & Nurlaila, 2021).
7. Mengadakan pembekalan dan bimbingan teknis penyusunan laporan keuangan sederhana. Laporan keuangan akan disusun menggunakan Aplikasi Microsoft Excel.

METODE

1. Persiapan
 - a. Tahap Observasi
Observasi diselenggarakan untuk mengetahui kondisi wilayah serta memetakan permasalahan yang mungkin dapat

diselesaikan. Dalam tahapan ini pengabdian melakukan survey dan wawancara ke desa, dusun, sampai UMKM yang kelak akan dijadikan Mitra pengabdian.

- b. Tahap Diskusi
Setelah dilaksanakan survey serta wawancara dengan pihak-pihak terkait, selanjutnya ditawarkan program pengabdian yang hendak dilakukan selama program pengabdian.

2. Pelaksanaan

- a. Tahap Penyuluhan
Penyuluhan dilakukan dengan cara ceramah kepada masyarakat, terutama UMKM yang akan dijadikan Mitra pengabdian, tentang jenis produk dan pentingnya inovasi dalam proses pembuatan produk dan promosi menggunakan social media.
- b. Tahap Pelatihan
Pelatihan ini diselenggarakan dalam rangka pembuatan jenis produk, promosi menggunakan media sosial, serta pelatihan penyusunan laporan keuangan.
- c. Tahap Bimbingan teknis pembuatan logo, kemasan, dan laporan keuangan.
Setelah dilaksanakan pelatihan, selanjutnya diadakan bimbingan teknis cara pembuatan logo, kemasan, jenis produk, promosi, dan penyusunan laporan keuangan.

- d. Tahap Monitoring
Monitoring diperlukan untuk memantau program yang sudah diselenggarakan.
 - e. Tahap Evaluasi, berguna untuk mencari solusi dan perbaikan yang perlu dilakukan pada masa yang akan datang.
3. Pelaporan dan Evaluasi
- a. Pada tahapan ini dilakukan penyusunan laporan program pengabdian.
 - b. Memproduksi video program pengabdian untuk kemudian diunggah di Youtube
 - c. Merancang dan unggah artikel publikasi di media massa.
 - d. Menyusun artikel untuk seminar nasional pengabdian masyarakat.
 - e. Menyusun artikel untuk publikasi di jurnal pengabdian masyarakat berakreditasi Sinta.



Gambar 3. Tahap Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengadakan pelatihan dan pendampingan tentang varian produk.

Pelatihan dan pendampingan varian produk untuk UMKM “Mak Semi” telah menghasilkan produk baru berupa kacang sembunyi, pangsit balado, stik balado, dan abon sembunyi;

sedangkan “Ina Snack” menghasilkan produk berupa cake. Gambar 4 menampilkan varian produk baru hasil pelatihan dan pendampingan.



Gambar 4: Produk hasil pelatihan

2. Bersama Mitra merancang logo dan nama

Seiring dengan bertambahnya varian produk yang akan dijual Mak Semi, maka nama UMKM Mak Semi disepakati menjadi “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi”, sedangkan Ina Snack tidak berganti nama. Setelah disepakati nama dan logo untuk kedua UMKM tersebut, selanjutnya dibuat logo, Stiker, dan banner. Gambar 5 adalah logo yang dibuat untuk “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” serta “Ina Snack”; sedangkan gambar 6 adalah contoh stiker yang sudah dicetak dan siap untuk digunakan di kemasan.

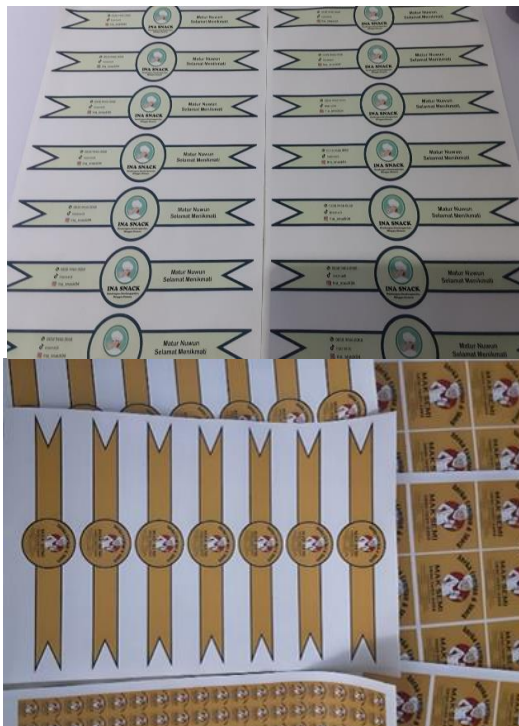




Gambar 5: Logo “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” serta “Ina Snack”.



Gambar 7: Kartu nama Ina Snack



Gambar 6: Stiker “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” serta “Ina Snack”.

3. Bersama dengan Mitra merancang dan mencetak kartu nama bisnis Mitra UMKM.

Berkenan dicetakkan kartu nama hanya Ina Snack untuk kelak diselipkan di box pesanan snack yang biasanya dipesan untuk pengajian, arisan, dan hajatan lainnya. Gambar 7 adalah kartu nama untuk Ina Snack.

4. Membuat kemasan toples dan pengepakan dengan identitas Mitra berupa logo, nama Mitra, nomor kontak, dan alamat Mitra UMKM.

Kemasan untuk “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” yang produknya merupakan makanan kering terdiri dari banyak ragam, yaitu toples kotak, toples bundar, standing pouch, dan plastic. Kemasan Ina Snack menggunakan mika berbentuk bax transparan tang diberi stiker. Gambar 8 adalah contoh aneka produk yang dikemas menggunakan kemasan dengan stiker yang dicetak dengan logo.

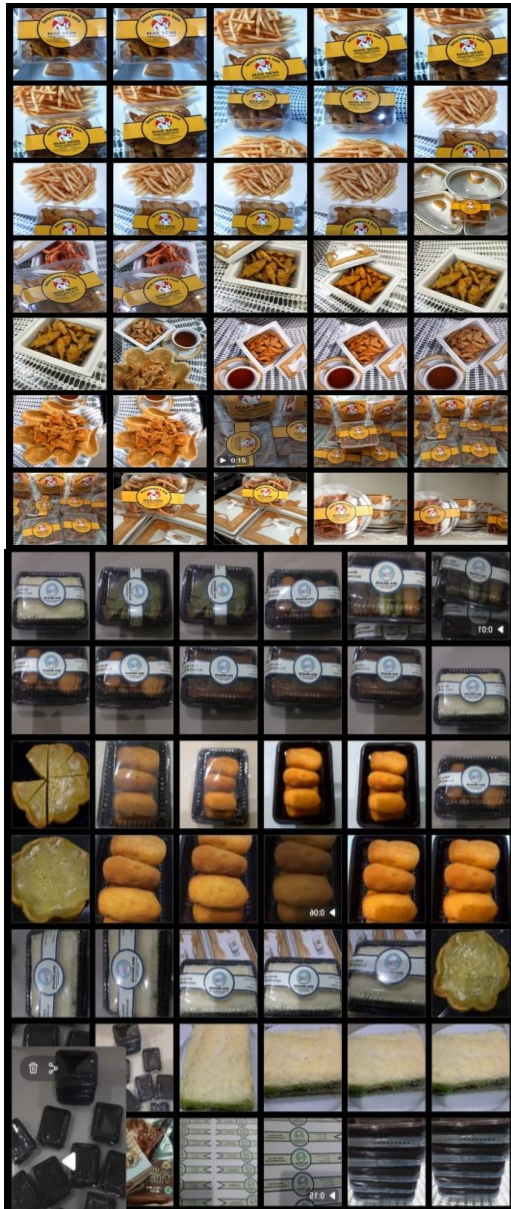




Gambar 8: Kemasan “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” serta “Ina Snack”.

5. Foto Produk, foto produk menggunakan kamera profesional

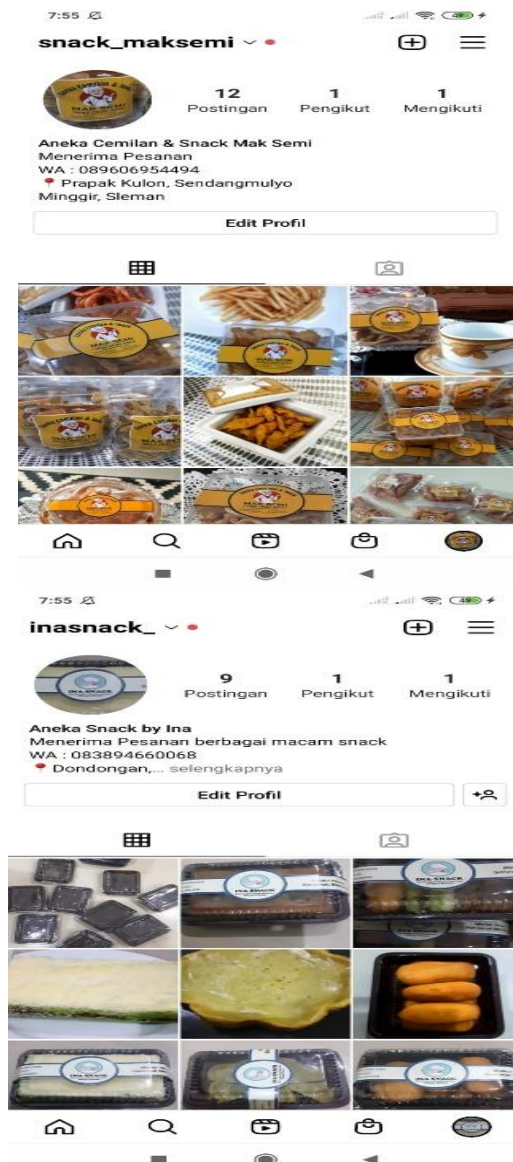
Setelah produk dikemas dan diberi stiker, kemudian produk difoto. Foto-foto produk tersebut oleh Mitra UMKM secara bergantian dijadikan Status WhatsApp dan digunakan untuk akun Instagram. Menggunakan Whatsapp untuk promosi produk melalui status WhatsApp ternyata sangat efektif untuk menarik minat pembeli. Status foto produk digunakan oleh segenap anggota keluarga, sehingga setiap hari ada konsumen yang memesan produk Mak Semi dan Ina Snack, apalagi kegiatan pengabdian ini berdekatan waktunya dengan Bulan Ramadhan dan Idul Fitri. Gambar 9 adalah contoh hasil foto produk yang digunakan untuk akun media social pemilik.



Gambar 9: Hasil Foto Produk

6. Membuat media pemasaran online akun instagram

Akun Instagram digunakan untuk mengenalkan produk kepada konsumen dan calon konsumen potensial. Di akun Instagram ini Mitra dapat membagikan foto ataupun kegiatan yang relevan dengan produk yang akan dipasarkan, harapannya media online Instagram dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas. Gambar 10 adalah akun Instagram untuk “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi” dan “Ina Snack”.



Gambar 10: Akun Instagram

7. Mengadakan pelatihan dan bimbingan teknis penyusunan laporan keuangan sederhana.

Pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan hanya berupa pencatatan arus kas, sedangkan perhitungan harga pokok juga dilkauan untuk mendapat gambaran elemen-elemen perhitungan harga pokok produksi. Gambar 11 adalah dokumentasi saat diselenggarakan pelatihan untuk Mitra UMKM.



Gambar 11: Dokumentasi saat diselenggarakan pelatihan untuk Mitra UMKM.

SIMPULAN

Pengabdian telah terselenggara sesuai dengan yang direncanakan, dampak dari kegiatan ini adalah terjadi peningkatan omset yang sangat besar, yaitu 300% untuk UMKM “Aneka Snack dan Camilan Mak Semi”. Pengabdi berikutnya diharapkan dapat mendampingi pembuatan PIRT dan Sertifikat Halal, supaya produk bisa dititipkan ke toko oleh-oleh yang banyak terdapat di berbagai wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Akun instagram harus terus dijaga dan dikembangkan, penjualan live melalui media Tiktok perlu dicoba dalam upaya memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Lembaga Pengabdian Masyarakat yang telah mendanai program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295. <https://media.neliti.com/media/publications/75851-ID-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menemen.pdf>
- Desmintari, Ermaya, H. N. L., & Mashuri, A. A. S. (n.d.). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan manajemen dan pembukuan akuntansi sederhana bagi pelaku ukm pertanian di depok. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9.
- Gunawan, B. (2020). *Pendampingan Industri Rumahan Batik di Trimurti Srandakan Bantul Yogyakarta*. 11(2), 209–214.
- Gunawan, B., & Gunawan, Y. (2020). *Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Batik di Lendah Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta*. 4(1), 204–215.
- Handayani, S. (2016). *Analisis Keuntungan dan Sensitivitas UMKM Makanan Ringan Berbahan Baku Singkong di Kecamatan Gedong Tataan*. *September*, 359–373.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *WIRYAKARYA*, 1(1), 50–59.

- Lestari, F. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung. *Artikel Ilmiah*, 14–15.
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Adimas Singkerru*, 1(1), 39–50.
- Wallad, A. U., & Nurlaila. (2021). Pemanfaatan instagram dalam pemasaran produk usaha kecil menengah keripik tempe alkhalif pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 6(2), 77–84.
- Yuniarti, R., Rahman, A., & Choiri, M. (2014). Strategi Pemasaran Pada Ukm Keripik Tempe Sanan Malang. *Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 174–183. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol14.no2.174-185>