



## **Penguatan Dan Pengembangan Keberlanjutan Usaha Umkm Dari Aspek Usaha Dan Kelembagaan Desa Karangturi – Karanganyar**

**Setyaningtyas Honggowati<sup>1</sup>**) email: [setyaningtyas\\_h@staff.uns.ac.id](mailto:setyaningtyas_h@staff.uns.ac.id)

**Bambang Hadinugroho<sup>2</sup>**) email: [bambang.hnug@gmail.com](mailto:bambang.hnug@gmail.com)

**Endang Suhari<sup>3</sup>**) email: [endangsuhari\\_fe@staff.uns.ac.id](mailto:endangsuhari_fe@staff.uns.ac.id)

**Heru Agustanto<sup>4</sup>**) email: [heruagustanto@staff.uns.ac.id](mailto:heruagustanto@staff.uns.ac.id)

**Yohana Tamara<sup>5</sup>**) email: [yohanatamara@staff.uns.ac.id](mailto:yohanatamara@staff.uns.ac.id)

**Harmadi<sup>6</sup>**) email: [harmadiharsowardoyo@yahoo.co.id](mailto:harmadiharsowardoyo@yahoo.co.id)

<sup>1</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Sebelas Maret

<sup>2,3,4,5,6</sup> Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
SebelasMaret

Received: 23 April 2023; Revised: 12 June 2023; Accepted: 22 August 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.3.3.635-640.2023>

### **A B S T R A C T**

*Indonesian MSMEs are the largest in number compared to those in other developing countries. However, the progress of Information Technology in MSMEs is perceived to be below expectations. Based on the conducted testing in the village of Karangturi, Karanganyar, the lack of responsiveness of MSMEs to technological advancements is attributed to their low entrepreneurial spirit and motivation. Therefore, there is a need to strengthen and enhance the sustainability of MSMEs, addressing both business and institutional aspects. The Faculty of Economics and Business, UNS, will provide support and development in entrepreneurship, with motivational materials, business model canvas, and creativity in business. Equipping MSMEs with knowledge from successful business actors in IT and social media is expected to instill enthusiasm for advancing their businesses and overcoming challenges.*

**Keywords:** MSMEs, Community Service, Information Technology

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian Indonesia sangat didukung oleh adanya pelaku-pelaku usaha baik skala kecil, sedang maupun besar. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia sebagai Critical Engine mendapat perhatian Presiden RI untuk dikembangkan agar UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. UMKM menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) juga paling besar dengan angka 60.5%, dan berperan sebagai penumbuh ekonomi Indonesia sebesar 99% (<https://ekon.go.id>).

Dari sisi penyerapan tenaga kerja, UMKM menyerap 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja.

Bapak Presiden meminta ada 30 juta UMKM go digital di tahun 2024 mendatang. Pertumbuhan yang sangat cepat ini belum bisa direspon secara cepat oleh para pelaku UMKM, khususnya UMKM Kuliner. Keadaan itu bisa dilihat pada kelompok-kelompok usaha kuliner di Desa Karangturi Kabupaten Karanganyar. Kendala tersebut disebabkan oleh rendahnya semangat dan jiwa kewirausahaan para pelaku usaha di Desa Karangturi. Di samping itu keterbatasan mereka tentang penguasaan dan perhatian terhadap perkembangan IT. Proporsi UMKM yang menggunakan penjualan online masih tergolong rendah. Hal itu disebabkan, banyak UMKM yang belum kenal secara detail tentang penggunaan media sosial, dan bagaimana prosedur aplikasinya.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu melakukan pemupukan dan peningkatan jiwa kewirausahaan. Sosialisasi dan penyampaian pengetahuan mengenai Penguatan dan Pengembangan Keberlanjutan UMKM dari Aspek Usaha dan kelembagaan akan diberikan oleh Tim Pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Demikian pula perlu pembekalan tentang penguatan dan praktik menjalankan lembaga-lembaga yang sudah ada. Bantuan melalui pembekalan kiat-kiat keberhasilan bisnis, peningkatan motivasi dan jiwa kewirausahaan, pengenalan dan pembelajaran digital marketing secara sederhana, juga bantuan untuk masuk ke media sosial dalam mempromosikan produknya.

Permasalahan-permasalahan tersebut di atas harus segera diselesaikan melalui pembekalan, pelatihan, dan bantuan penggunaan media sosial, sehingga pasar dari produk- produknya akan lebih luar dari tingkat lokal menuju regional, dan bahkan nasional.

## TINJAUAN PUSTAKA

### a. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM):

Berdasarkan Bab I pasal I UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- undang ini.
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang



dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

b. Teknologi Informasi (TI):

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan proses penyaluran data/informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu (Indrajit, 2016). Sedangkan, menurut Undang- Undang RI. No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mendefinisikan Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi.

c. Pengabdian Masyarakat:

Menurut Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia (2011:4), pengabdian kepada masyarakat atau kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terlebih bagi masyarakat ekonomi lemah. Terlebih kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

## METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah:

a. Pembekalan, Konsultasi, dan Pendampingan

Untuk mengatasi masih lemahnya jiwa kewirausahaan para pelaku usaha kuliner dalam kelompok Komunikasi Berdikari, dengan metode pembekalan tentang perlunya penguatan dan pengembangan keberlanjutan para pelaku usaha. Mereka didorong melalui ceramah pembekalan, konsultasi, dan diskusi tentang pentingnya penguatan motivasi dan kreativitas dalam usaha.

b. Pembekalan Business Model Canvas

Permasalahan tentang masih sedikit bekal atau contoh kiat-kiat keberhasilan bisnis dari praktisi kuliner yang berhasil, akan dapat diatasi dengan mengundang praktisi yang sudah berhasil. Hasil dari pembekalan itu akan memberikan dorongan kepada para pelaku UMKM kuliner tersebut dengan mengikuti jejak pelaku UMKM yang lebih maju atau metode *benchmarking*.

c. Pemahaman Digital Marketing

Untuk mengatasi masih kurangnya pemahaman tentang digital marketing melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan lain-lainnya, maka akan diberikan pembekalan dari ahli di bidang media sosial. Harapannya pemasaran produk-produknya akan lebih luas.

d. Pemahaman Kelembagaan

Untuk mengatasi kurangnya pemahaman dan kemanfaatan Lembaga-lembaga yang mendukung usaha, maka akan diberikan pembekalan tentang fungsi, manfaat, tugas dan tanggungjawab pengurus dan anggota Lembaga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat sudah dilaksanakan mulai dari pembekalan melalui ceramah, pendampingan, dan konsultasi tentang kewirausahaan. Pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Karangturi, Dukuh Cekel, Dusun Gunung Kendil, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57188. Pelatihan dihadiri oleh peserta dari pelaku usaha kuliner di wilayah Desa Karangturi. Juga dihadiri oleh para narasumber tentang kewirausahaan, kelembagaan, ahli digital marketing, dan juga segenap Tim Pengabdian Masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pelatihan kemudian dilanjutkan dengan pendampingan. Para peserta mengikuti dengan semangat yang tinggi, sehingga tampak lebih percaya diri, dan ingin terus mengembangkan usahanya. Antusiasme peserta mengarah pada permintaan untuk diadakannya pendampingan lanjutan, terutama dari segi pendanaan dan digital marketing. Pembekalan juga tentang business model canvas dan juga sudah menggunakan digital marketing, serta pemahaman tentang kelembagaan. Beserta adanya peserta yang menjelaskan kesuksesan mereka, yang dapat memicu semangat pelaku usaha lainnya.

## SIMPULAN

UMKM sebagai pelaku ekonomi terbesar di Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam perekonomian di negara ini. Peran dukungan pemerintah perlu dilakukan juga guna mendukung perkembangannya. Namun, perkembangan UMKM yang berkaitan dengan kemajuan teknologi informasi (IT), dirasa masih belum sesuai yang diharapkan. Pertumbuhan yang sangat cepat ini belum bisa direspon oleh para pelaku UMKM, khususnya usaha di bidang kuliner. Berdasarkan tempat dimana pengujian dilakukan, yaitu Desa Karangturi, Karanganyar, penyebab ketidakresponsifan UMKM karena rendahnya semangat dan jiwa kewirausahaan para pelaku usaha kuliner. Masalah pertumbuhan yang belum memadai juga ditemukan, meskipun sudah banyak UMKM yang menggunakan penjualan secara online. Banyak UMKM yang belum kenal secara detail tentang penggunaan media sosial dan bagaimana prosedur aplikasinya. Kekurangan-kekurangan tadi harus segera diselesaikan melalui pembekalan, pelatihan, dan bantuan penggunaan media sosial.



Sehingga pasar dari produk-produk pelaku usaha tersebut akan lebih luas. Pembekalan telah diselenggarakan dan mendapatkan respon yang positif dari peserta pelatihan. Hingga mereka juga mengharapkan pendampingan lanjutan.

## **KETERBATASAN DAN SARAN**

Pengembangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan harus terus dilakukan oleh berbagai pihak/stakeholder adalah hal utama yang harus dilakukan. Sehingga kedepannya UMKM mampu benar-benar maju dan memberikan kontribusi terbaik bagi perekonomian daerah dan nasional. Masih ditemukan keterbatasan dalam pelatihan yang telah dilakukan, seperti dari segi dana, perhatian dari pemerintah, dan fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung pelatihan. Pada akhirnya, semua pihak diimbau untuk lebih peduli terhadap perkembangan usaha ini agar tujuan UMKM naik kelas dapat tercapai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Ali Yassin Shaeikh Dan Ali, Abdel Hafiez. 2013. Entrepreneurship Development and Poverty Reduction: Empirical Survey from Somalia. *American International Journal of Social Science* Vol. 2 No. 3; May 2013.
- Ali, Sharafat, Rashid, Humayun, dan Khan, Muhammad Amir. 2014. The Role of Small and Medium Enterprises and Poverty in Pakistan: An empirical Analysis. *Theoretical and Applied Economics* Volume XXI (2014), No. 4(593), pp. 67-80.
- Budhi, Made Kembar Sri. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* Vol. 6 No. 1 Februari 2013 Universitas Udayana Bali.
- Collier, P. *Poverty Reduction in Africa*. Centre for the Study of African Economies, Department of Economics, University of Oxford, Manor Road, Oxford, UK OX1 3XU.
- Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Indonesia. 2011. *Panduan Pengajuan Proposal Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Indonesia*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Feni Dwi Anggraeni, dkk, Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal, (*Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295), hal. 1289-1290.

- Green, Christopher J., Kirkpatrick, Colin H. Dan Murinde, Victor. 2006. Finance for small enterprise Growth and poverty reduction in Developing countriesy. *Journal of International Development J. Int. Dev.* 18, 1017–1030.
- Harmadi, Rahardjo, Mugi dan Agung, Wahyu. 2012. Faktor-Faktor Percepatan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Sangiran. LPPM UNS.
- Indrajit, R. E. (2016). *Sistem dan Teknologi Informasi (2nd ed.)*. Yogyakarta: PREINEXUS.
- Lilik, Siswanta. 2008. Kontribusi Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Keluarga (Studi Kasus di Desa Wukirsari, Imogiri). *AKMENIKA UPY, Volume 2*, 2008.
- Ranjith, J.G Sri Dan Banda, O. G Dayaratna. 2014. Determinants of Success of Small Business: A Survey-Based Study in Kuliypitiya Divisional Secretariat of Sri Lanka. The research Grant 2012- No. RG/2012/29/A.
- Sudaryanto, Tahlim dan Rusastra, I Wayan. 2006. Kebijakan Strategis Usaha Pertanian Dalam Rangka Peningkatan Produksi Dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Litbang Pertanian*, 25(4).
- Suwarno dan Mujiono. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan di Kabupaten Madiun. FEB. UPNV Jatim