



PELATIHAN DIGITALISASI DAN PENGELOLAAN PRODUK UMKM MAKANAN HALAL TRADISIONAL DI SUKOHARJO

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) agar mempunyai kemampuan dalam peningkatan penjualan dan jangkauan pasar melalui media digital. UMKM yang dipilih sebagai obyek pelatihan adalah anggota yang mendapatkan pembiayaan dari Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Fadhilah Sentosa. Tujuan lain yang diharapkan dari pelatihan ini adalah UMKM mampu mengelola produk makanan tradisional sehingga menjadi ekosistem produk unggulan halal di Kabupaten Sukoharjo. Metode yang digunakan adalah Pelatihan tatap muka dengan materi Teknik foto produk, pencatatan keuangan secara digital, optimalisasi pemasaran melalui marketplace dan beberapa persiapan untuk perijinan produk makanan halal. Hasil yang didapatkan adalah Peserta mampu mengikuti dan melaksanakan materi pelatihan dengan baik. Hambatan-hambatan yang muncul pada saat monitoring adalah kekurangan sumber daya yang mengurus khususnya pemasaran online dan pencatatan keuangan.

Kata kunci: Go digital, Halal, UMKM

Tri Mulyaningsih, Lely Ratwianingsih,
Arif Rahman Hakim*· Mulyadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sebelas Maret

Abstract

This training aims to develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) so that they have the ability to increase sales and market reach through digital media. MSMEs selected as training objects are members who receive financing from Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Fadhilah Sentosa. Another goal that is expected from this training is that MSMEs are able to manage traditional food products so that they become an ecosystem of superior halal products in Sukoharjo. The method used is face-to-face training with product photo techniques, digital financial reports, optimization of marketing through the marketplace and some preparations for licensing halal food products. The results obtained are participants are able to follow and carry out the training material well. The obstacles that arise during monitoring are the lack of resources that take care of especially online marketing and financial reports.

Keywords: Go digital, Halal, MSMEs

*Corresponding author
Arif Rahman Hakim
Email : arhakim@staff.uns.ac.id

© 2021 Penerbit PKN STAN Press. Some rights reserved

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peranan penting menjadi salah satu penggerak perekonomian negara (Irawan & Prilianti, 2020). Kondisi pandemi Covid-19 saat ini ternyata berdampak pada unit usaha ini. Pandemi Corona ini telah menurunkan tingkat penjualan dan kurangnya pendapatan, karena UMKM mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya, terutama untuk produk-produk yang dijual secara *offline* (Suprayogi & Razak, 2019). Perkembangan teknologi informasi di era 4.0 memberikan solusi kemudahan bagi UMKM untuk melakukan perubahan strategi penjualan melalui *system online* (Febriandirza, 2020). Strategi tersebut terbukti bisa menambah jangkauan pemasaran dan menambah jumlah pembeli dalam lingkup yang lebih luas (Zulpahmi et al., 2018).

UMKM tumbuh dengan dukungan pertambahan penduduk Indonesia yang sangat besar. Perkembangannya mengalami permasalahan dan tantangan yang berat, diantaranya adanya produk impor. Kendala ini bisa dihadapi dengan inovasi dan pemanfaatan teknologi digital agar lebih efektif dan efisien (Sudaryanto & Wijayanti, 2013). Produktivitas diharapkan menjadi lebih meningkat dan layanan yang dihasilkan semakin berkualitas dan kompetitif (Ingratubun et al., 2020).

Beberapa kegiatan pengabdian dengan menggunakan media online diantaranya adalah pemasaran daring dengan media blogspot dengan tujuan mengenalkan asal daerah pengrajin dan memberikan kemudahan dalam memasarkan produknya serta dapat memperluas wilayah pemasaran dibandingkan dengan menggunakan sistem tradisional (Amarul et al., 2019). Pemasaran

online juga sebaiknya diimbangi dengan strategi pemasaran offline (Djuari dan Yuwono, 2019). Pelaksanaan kegiatan pemasaran online lebih efektif ketika dilakukan bersama dalam kelompok usaha (Handika & Azhara, 2019). Pemantauan setelah pelaksanaan pelatihan online penting dilakukan untuk memastikan tercapainya tujuan (Haptari & Nugroho, 2019). Branding produk menjadi tindak lanjut yang sebaiknya dilakukan setelah strategi pemasaran online (Mulyadi, 2020)

Kabupaten Sukoharjo adalah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang mengalami kenaikan jumlah pelaku UMKM yang besar selama pandemi. Tahun 2021 tercatat 350.000 unit usaha dibandingkan pada tahun 2018 yang berjumlah 20.580. UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebanyak 122.000. Kabupaten Sukoharjo memiliki pembagian klaster unggulan untuk UMKMinya, diantaranya UKM jamu, UKM rotan, UKM makanan tradisional, UKM gitar, UKM grafiti, UKM jamur, UKM mebel, UKM sarung goyor, UKM batik. Jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo yang terus mengalami peningkatan disebabkan oleh adanya Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), sehingga kenaikannya cukup signifikan (Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo, 2021)

Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo menjadi supervisi dari Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Fadhilah Sentosa sebagai salah satu Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang mempunyai peran menyalurkan pembiayaan usaha ke UMKM. Skema tersebut diberikan kepada para anggota yang juga sebagai pelaku UMKM Makanan Tradisional di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. KJKS mempunyai tugas tidak hanya memberikan pembiayaan usaha tapi juga berkewajiban memberikan pendampingan dalam pengembangan UMKM. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret bermitra dengan BMT Fadhilah Sentosa untuk membantu pelatihan dan pendampingan untuk digitalisasi pengelolaan pemasaran dan keuangan UMKM serta kelengkapan perizinan usaha untuk menuju sertifikasi produk halal MUI.

UMKM yang menjadi target pelatihan pendampingan adalah anggota BMT Fadhilah Sentosa yang mendapatkan pembiayaan dengan unit usahanya di bidang makanan tradisional yang berdomisili di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo dengan jumlah 20 UMKM.

Rumusan Masalah

UMKM mempunyai karakteristik yang serba mandiri dan sederhana dalam pengelolaan usahanya (Tambunan, 2020). Era 4.0 memberikan keuntungan kepada UMKM dengan kehadiran beberapa aplikasi-aplikasi yang sangat membantu kinerja pengelolaan UMKM. beberapa hal yang

menjadi fokus permasalahan dalam kegiatan ini adalah, Pertama, UMKM masih banyak yang tidak mencatatkan secara sistematis transaksi usahanya, sehingga membutuhkan aplikasi pencatatan keuangan memudahkan dalam mencatatkan aktivitas keuangannya. Dengan memiliki laporan keuangan yang jelas, maka keputusan dapat dibuat dengan lebih cepat dan lebih baik oleh pelaku UMKM. Laporan keuangan ini juga dapat menjadi modal mereka untuk mendapatkan kepercayaan dalam mengajukan pembiayaan kepada Lembaga keuangan baik bank maupun non-bank.

Kedua, persoalan pemasaran dan promosi menjadi penting. Usaha promosi harus dilakukan secara intensif baik melalui promosi tradisional maupun secara digital/ online. Pelaku UMKM, khususnya makanan tradisional bisa melakukan teknik ini secara efektif, efisien dan berdaya guna. Saat ini, *platform* digital bisa memberikan informasi dari komentar maupun review dari para penggunaannya. Hal ini adalah salah satu kelebihan dibandingkan dari promosi konvensional. Penggunaan aplikasi pemasaran online menjadi sebuah kewajiban bagi UMKM jika ingin tetap bersaing di era yang serba digital saat ini.

Ketiga, Pemerintah saat ini menginisiasi UMKM dengan memasukkan nilai-nilai halal produk agar bisa kompetitif dan mendunia, sehingga, hal ini akan dapat memacu pertumbuhan usaha dan meningkatkan ketahanan ekonomi umat di dalam negeri. Fasilitas yang diberikan adalah kemudahan penyederhanaan perizinan dan biaya sertifikasi halal. Permasalahan administrasi ini juga harus segera dipenuhi mengingat tuntutan perkembangan bisnis dan persaingan serta hubungan dengan pihak ketiga (instansi terkait maupun perbankan) yang meminta persyaratan tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu (1) Pelatihan dan pendampingan Pencatatan keuangan usaha, (2) pelatihan dan pendampingan, pemasaran online, meliputi cara-cara memulai penjualan online, fotografi, edit gambar, pembuatan video konten, teknis penjualan online, tips meningkatkan penjualan online, dan penjualan di marketplace halal serta marketplace yang dikembangkan Kemenkop dan UMKM. 3) pengurusan administratif, meliputi pengurusan Ijin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga), Pengurusan hak atas merek dan sertifikasi halal produk makanan

Pelatihan dan Pendampingan akan dilakukan secara intensif terhadap UMKM dengan mengikuti protokol kesehatan, mengingat kondisi pandemi yang masih belum berakhir, target dari kegiatan ini adalah UMKM bisa secara mandiri melakukan praktik-praktik pencatatan keuangan, pemasaran dan penjualan secara online sehingga terjadi peningkatan penjualan dan kapasitas produksinya.

Selama proses pengabdian ini akan dilakukan monitoring dan evaluasi untuk memastikan target-target kegiatan berjalan sesuai rencana terkait kesiapan pemilik UMKM dalam pemanfaatan Digital Marketing.

Mitra Pengabdian diberikan pelatihan dan didampingi untuk menggunakan beberapa teknologi informasi, diantaranya

1. Aplikasi Pencatatan Keuangan
Penggunaan Aplikasi online seperti Buku Warung dan Moodah (swasta) serta LaMikro (Kemenkop UKM)
2. Media Sosial (FB, IG) dan Marketplace (Tokopedia, Bukalapak, Shopee, GoFood dan Grab food) Mulai dari pembuatan Akun, upload gambar, membuat caption dan memperbanyak follower
3. Foto produk dan video Konten
Tutorial penggunaan photobox studio, optimalisasi kamera HP (untuk foto dan video) dan editing gambar dan video dengan aplikasi Adobe yang ada di android.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilakukan setelah proses *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan Tim pengabdian Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Sebelas Maret, Pengurus BMT Fadhilah Sentosa dan perwakilan dari UMKM (Gambar 1). Hasil dari FGD tersebut menyepakati diadakannya pelatihan dengan materi pemasaran online, pencatatan keuangan dan pengurusan perijinan untuk bisnis sampai pengelolaan produk halal makanan tradisional



Gambar 1. Diskusi Tim pengabdian dengan perwakilan UKM dan Pengurus BMT Fadhilah Sentosa

Pelatihan dilaksanakan pada Sabtu, 21 Agustus 2021 bertempat di aula kantor BMT Fadhilah Sentosa. Peserta pelatihan berjumlah 20 UMKM dengan bidang usaha makanan tradisional. Acara dimulai pukul 08.00 WIB dibuka oleh Ketua tim pengabdian dan Ketua BMT Fadhilah Sentosa. Pembicara terdiri dari 4 orang yaitu, Hudi Hariyanto (MI community) untuk materi foto produk, Prihatnolo Gandhi (Accounting Consultant) dengan materi

pencatatan keuangan secara digital, Catur Sugiarto (dosen e-commerce FEB UNS) dengan materi optimasi go digital dan Arif Rahman Hakim (Dosen Manajemen Perdagangan FEB UNS) dengan materi pengurusan perijinan usaha bisnis dan sertifikasi halal MUI. Pelatihan ini dilaksanakan secara *hybrid*, yaitu memadukan antara tatap muka dan online menggunakan media *zoom meeting*, mengingat masih dalam status Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 3 (Gambar 2).



Gambar 2. Pelatihan Go Digital UMKM secara *hybrid*



Gambar 3. Materi Pelatihan Foto Produk dan Caption

Materi pelatihan pertama, yaitu foto produk makanan dan cara memberikan caption pada status di media social (Facebook dan Instagram). Materi disampaikan dari komunitas MI yang mempunyai kompetensi pada penggunaan *smartphone* untuk *food photography*. Pelatihan ini memberikan Teknik mengambil gambar dari suatu produk, dengan harapan bahwa foto tersebut mampu menjelaskan bentuk dan fungsi dari produk

bersangkutan, sedangkan caption lebih kepada narasi agar orang yang melihat menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditampilkan (Gambar 3). Beberapa teknik yang diajarkan meliputi, teknik pencahayaan, komposisi tata letak produk, dan pengambilan sudut gambar. Instruktur menjelaskan secara ringkas trik dan tips tersebut, kemudian diikuti oleh peserta UMKM mempraktekkan dengan smartphone dan produk makanan yang sudah disiapkan dari rumah masing-masing.

Materi pelatihan kedua, yaitu optimasi penjualan melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan shopee. Peserta pelatihan diberikan cara untuk membuat akun serta tips dan trik untuk berjualan di *marketplace* tersebut. Foto produk yang sudah dipraktekkan di sesi pertama, kemudian diunggah ke masing masing akun dari peserta disertai dengan caption masing-masing (Gambar 4).

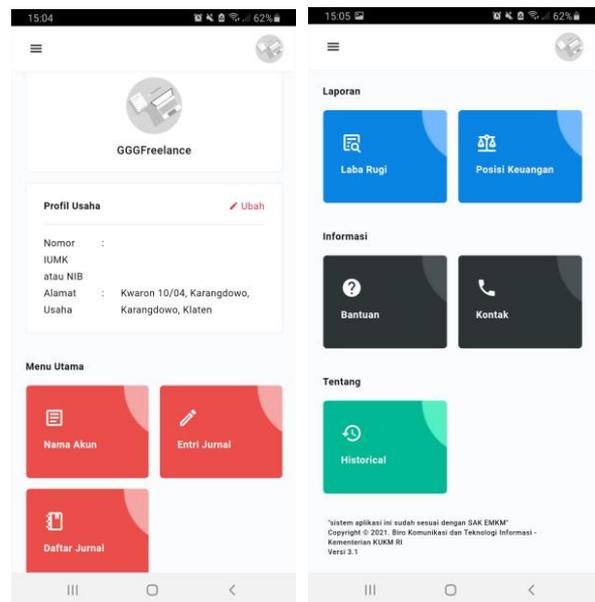


Gambar 4. Contoh Hasil Foto Produk Peserta

Materi Pelatihan ketiga adalah Pelaporan keuangan UMKM dengan digital berbasis android dan web. Materi ini berisikan tentang penyusunan laporan keuangan secara sederhana, meliputi laporan laba rugi, neraca dan catatan atas laporan keuangan. Aplikasi yang digunakan adalah LaMikro, yaitu aplikasi pencatatan keuangan berbasis android dan web yang dikembangkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM (Gambar 5). Aplikasi ini sangat mempermudah pelaku usaha, khususnya untuk mencatat saldo awal, mencatat transaksi rutin, membuat jurnal penyesuaian dan mencetak laporan.

Materi pelatihan keempat adalah perijinan usaha. Materi ini diberikan mengingat baru Sebagian kecil peserta UMKM yang mempunyai izin usaha. Ada 3 (tiga) perijinan yang diberikan pemahaman dan prosedur pengurusannya, yaitu NIB (nomor induk bisnis), PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) yang merupakan perizinan untuk produk makanan dan sertifikasi halal MUI (Gambar 6). Produk halal ini penting, karena para peserta merupakan anggota

BMT yang mendapatkan pembiayaan dengan skema Syariah, sehingga didorong untuk menjadi unit usaha yang halal.



Gambar 5. Aplikasi Pencatatan Keuangan LaMikro



Gambar 6. Penyampaian Materi Perizinan Usaha

Dua bulan setelah dilaksanakan pelatihan, tim pengabdian beserta pengurus BMT melakukan monitoring ke masing-masing peserta untuk melakukan evaluasi terhadap peserta terkait dengan materi pelatihan yang sudah diberikan (Gambar 7). Hasilnya peserta sudah mulai melakukan penjualan di *marketplace* sedangkan pengurusan perijinan baru tahap dikerjakan, karena dilakukan secara kolektif. Hambatan peserta dari pelaksanaan

kegiatan ini adalah masing-masing membutuhkan tambahan SDM sebagai admin untuk mengelola akun marketplace dan satu lagi admin untuk mengelola pencatatan keuangan. Hal ini menjadi kendala, karena Sebagian besar peserta UMKM menjalankan usahanya sendiri ataupun secara keluarga bersama suami/istri. Hambatan lainnya adalah biaya sertifikasi halal MUI yang dianggap masih terlalu besar menurut pelaku UMKM.



Gambar 6. Monitoring dan Evaluasi Pelatihan UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM makanan tradisional telah terlaksana dengan 4 (empat) materi kegiatan yaitu foto produk dan caption, optimasi digital marketing di marketplace, pencatatan laporan keuangan secara digital dan pengurusan perijinan usaha dan sertifikasi halal MUI. materi pelatihan ini dianggap peserta sesuai dengan kebutuhan saat ini, khususnya pada saat pandemi dan perlu adanya strategi penjualan yang berbeda agar penjualan tetap bisa ditingkatkan dan meningkatkan pula pendapatan. Peserta UMKM membutuhkan sekali, karena mereka adalah anggota penerima pembiayaan dari BMT Fadhilah Sentosa yang setiap bulan harus mengalokasikan dana untuk membayar angsuran. Dampak dari pelatihan ini adalah adanya kenaikan pendapatan dari masing-masing peserta dan meluasnya jangkauan pasar produk usahanya. Kendala dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM membutuhkan tambahan bantuan sumber daya manusia (SDM) sebagai admin dari akun marketplacenya dan sebagai pencatat pelaporan keuangan. Kegiatan lanjutan dapat dilakukan pendampingan bagi admin UMKM dalam mengelola bisnis digitalnya.

DAFTAR PUSTAKA

Amarul, A., Suryaman, S., & Azis, A. 2018. Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Yang Kreatif Dan Inovatif Melalui Pemasaran Berbasis Online. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 21–25.

- <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.458>
Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo. 2021. *DPKUKM Dalam Angka*. <https://dpkukm.sukoharjakab.go.id/dpkukm-dalam-angka/umkm>
- Djuari, M. N., & Yuwono, C. J. 2018. Media Promosi “Cakery Mamah Hani” di Era Digital, Jangan Lupakan Promosi Offline. *Kuat: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 63–69. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.464>
- Febriandirza, A. 2020. Perancangan Aplikasi Absensi Online Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Kotlin. *Pseudocode*, (2), 123-133, <https://doi.org/10.33369/pseudocode.7.2.123-133>
- Handika, F., & Azhara, S. 2018. Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Edukasi Dan Pelatihan Wirausaha Kreatif. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(2), 83–88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i2.467>
- Haptari, V. D., & Nugroho, R. 2019. Literasi Akuntansi Dan Pemasaran Online Bagi Ukm Desa Tirtonirmolo Kabupaten Bantul. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(3), 190–193. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i3.632>
- Ingratubun, M. A., Fahly, A. P., Cahyadie, B., Nizara, N. I., & Rantini, R. R. 2021. Dutch Curse on Indonesia: Unemployment by Asian Development Bank (ADB) Loan Projects. *Gajah Mada International Journal of Business*, 23(2), 113-136. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.63409>
- Irawan, P. L. T., & Prilianti, K. R. 2020. Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui Implementasi E-Commerce Di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal Solma*, 9(1), 33-44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Mulyadi, M. 2020. Analisis Promosi Dan Branding Untuk Penguatan Eksistensi Kampung Wayang Kepuhsari, Manyaran. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(1), 39–47. <https://doi.org/10.31092/kuat.v2i1.826>
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. 2013. Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan*, Jakarta. <https://kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi%20pemberdayaan%20umkm.pdf>
- Suprayogi, B., & Razak, A. 2019. Implementasi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis. *Produktif: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 16-24. <https://umtas.ac.id/journal/index.php/produktif/article/view/669>
- Tambunan, T. 2020. *Pasar Tradisional dan Peran*

UMKM. PT Penerbit IPB Press.
https://books.google.co.id/books?id=P6_1DwAAQBAJ&dq
Zulpahmi, Z., Sumardi, S., & Setiawan, E. 2018.
Pembekalan Bisnis Digital Bagi Angkatan Muda

Muhammadiyah Kabupaten Bogor. *Syukur (Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian Masyarakat)*, 1(1), 90-97,
https://doi.org/10.22236/syukur_vol1/is1pp90-97