

Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas

Marfudin¹, Erniati², Ari Afiful Ihwan³, Dini Febriani⁴, Cahyo Irsada⁵

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Sumatera Selatan

^{2,3,4,5} Program Studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam
Sumatera Selatan

Email: Marfudin211@gmail.com

Received: Maret 17, 2024

Reviewed: Maret 20, 2024;

Accepted: Maret 25, 2024;

Published: Maret 30, 2024;

DOI: <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2024 by Marfudin, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Pengembangan UMKM merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kapabilitas UMKM dalam rangka mewujudkan UMKM naik kelas, khususnya setelah Indonesia memasuki lingkup Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah berlaku mulai tahun 2015 lalu. Agar masyarakat melakukan langkah "Bela" dan "Beli" produk UMKM. Gerakan ini merupakan sebuah aksi konkrit di lapangan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh UMKM. Dengan "Bela", produk UMKM dapat diperkuat ke akses yang lebih produktif serta efektif. Dengan "Beli", masyarakat dapat menunjukkan aksi keberpihakan terhadap produk negara sendiri. Metode dalam pengabdian masyarakat ini adalah ceramah dan diskusi. Informan atau subjek dalam pengabdian ini adalah para pelaku UMKM dan masyarakat umum di desa Suka Mulya Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir. Seminar diisi oleh narasumber dengan latar belakang Ekonomi dan dihadiri oleh 30 orang peserta. Hasil dari pengabdian ini adalah memberikan gambaran terkait UMKM sebagai pelaku usaha juga harus memiliki komitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan packaging prodak dalam menjalankan usahanya sehingga para UMKM bisa naik kelas.

Kata Kunci: *UMKM Naik Kelas, Packaging Prodak, Inovasi.*

Abstract

MSME development is one of the strategies to increase MSME capabilities in order to realize MSMEs' advancement to class, especially after Indonesia entered the scope of the ASEAN Economic Community (AEC) which took effect in 2015. So that people take steps to "Defend" and "Buy" MSME products. This movement is a concrete action in the field whose results can be directly felt by MSMEs. With "Bela", MSME products can be strengthened to provide more productive and effective access. By "Buy", people can show their support for their own country's products. The methods of community service are lectures and discussions. The informants or subjects in this service are MSME actors and the general public in Suka Mulya village, Lempuing District, Ogan Komering Ilir Regency. The seminar was filled by speakers with economic backgrounds and was attended by 30 participants. The result of this service is to provide an overview regarding MSMEs as business actors who must also have a commitment to continue to innovate in running their business so that MSMEs can move up in class.

Keywords: *MSMEs Upgrade, Product Packaging, Innovation.*

PENDAHULUAN

Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Dalam rangka memperkuat UMKM Indonesia di era MEA, pemerintah perlu melakukan peningkatan dan standarisasi produk-produk UMKM agar tidak kalah saing dengan produk negara ASEAN lainnya.

Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995), di dalam Pasaribu (2017, hal.199-200), menyatakan bahwa “tidak ada inovasi tanpa kehadiran *knowledge*”. Pernyataan di atas diyakini para pakar dan peneliti *Knowledge Management* (KM). Tidak mungkin suatu organisasi melakukan inovasi tanpa membenahi dan mengorganisir *knowledge* yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Karena itu dasarnya inovasi adalah *knowledge* (pengetahuan).

UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk kontribusi dan peran UMKM, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal.

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan. Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik, gas, komunikasi, dan pertambangan. Maka hal ini membuktikan bahwa UMKM dan usaha besar saling melengkapi dan saling membutuhkan, meskipun pada kenyataannya UMKM lebih dominan dalam penyerapan tenaga kerja hingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional.

Dari aspek produksi, pengembangan sektor UMKM harus berorientasi kepada *market driven* sehingga produk UMKM bisa dapat terserap ke pasar. Banyak pelaku UMKM mampu membuat produk akan tetapi tidak dapat dijual ke pasar. Seharusnya ada pergeseran paradigma pembangunan UMKM dari sekedar hanya subsisten menuju UMKM yang naik kelas. Lalu, inovasi-inovasi produk harus dikembangkan mengikuti perkembangan pasar sehingga daya saing produk UMKM tetap dapat terus dijaga.

Semenetara dari aspek pemasaran, strategi dan inovasi pengembangan pemasaran perlu terus dikembangkan. Digitalisasi pemasaran yang sangat berkembang di era pandemi covid perlu lebih dioptimalkan karena banyak model *market place, e-commerce*

yang berbasis komunitas akhirnya mati suri karena tidak ada perhatian dari pemerintah. Seyogianya model-model belanja online ini sebenarnya dapat diarahkan ke model belanja yang dikelola secara kolektif sehingga akan mendatangkan kesejahteraan bersama. Oleh karena itu, literasi digital untuk pelaku UMKM juga harus digencarkan. Namun, di luar pemanfaatan teknologi digital ini, penguatan jejaring pemasaran, peningkatan standarisasi dan sertifikasi produk perlu terus dikembangkan. Konsep *sharing economy* dengan mendorong keterkaitan antara sektor tradisional dan sektor modern menjadi strategi yang sangat diperlukan agar sektor pasar tradisional dan sektor modern tidak terus dikontradiktifkan.

Berkaitan dengan aspek permodalan, diperlukan lembaga keuangan yang mampu memberikan jaminan akses permodalan yang baik bagi masyarakat. Pemerintah harus mendorong lembaga perbankan agar mampu memberikan kemudahan akses bagi pelaku UMKM dan mampu menjalankan fungsi intermediasi bagi mereka.

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ceramah dan diskusi. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 peserta yang berasal dari para pelaku UMKM dan masyarakat umum di desa Suka Mulya Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir. Adapun tahapan dan metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan menjadi 2 sesi yaitu sesi seminar dan tanya jawab. Sesi seminar di laksanakan selama 50 Menit, sedangkan sesi tanya jawab dilaksanakan selama 40 menit. Materi yang diberikan adalah Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan “UMKM Naik Kelas”.

1. Tahap Persiapan

Sebelum pelaksanaan kegiatan dimulai, penulis melakukan berbagai persiapan mulai dari persiapan materi dan mengkonfirmasi terkait pelaksanaan kegiatan dengan pemerintah terkait dan kepada peserta seminar. Tahap kedua yakni, mempersiapkan brosur seminar yang dibagikan kepada peserta dalam rangka mengundang para peserta. ketiga, persiapan perlengkapan seperti mempersiapkan layar untuk presentasi, konsumsi dan speaker hal tersebut dilakukan untuk menunjang performa kegiatan supaya lebih efektif.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan seminar Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas, terbagi menjadi 2 sesi, yaitu : Pertama, sesi seminar dengan penyampaian materi terlebih dahulu selama 50 menit. Penyampaian materi ini dilakukan secara langsung dengan posisi pemateri yang berhadapan dengan para peserta, dimana ketika seminar berlangsung para peserta dapat melihat materi yang disampaikan dalam layar infocus. Dalam penyampaiannya pemateri menggunakan metode ceramah, yaitu menyampaikan informasi dan pengetahuan secara lisan kepada para peserta. Selain itu, pemateri sesekali mengajukan pertanyaan terhadap peserta agar para peserta tidak kehilangan fokus selama sesi seminar berlangsung. Kedua, sesi tanya jawab dilaksanakan selama 40 menit. pada sesi ini para peserta diberikan kesempatan untuk menanyakan pertanyaan seputar materi yang telah diberikan atau yang sedang mereka alami yang berhubungan dengan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan persiapan telah terlaksana dengan baik adapun narasumber dengan kepakaran yang mumpuni dibidang UMKM. Narasumber dalam kegiatan ini adalah Bapak Marfudin, S.E.M.E. Beliau adalah Dosen tetap Program Studi Ekonomi Syariah di kampus swasta STAI Darussalam Sumatera Selatan. Kegiatan seminar dilaksanakan di

Aula Kantor Desa Suka Mulya, dan dihadiri oleh 30 orang peserta. Rundown kegiatan seminar disajikan sebagai berikut:

Gambar 1.1
 Contoh Produk Dari Peserta Seminar



No	Waktu	Kegiatan	Penanggungjawab
1	07.30 – 08.00	Register Peserta Seminar UMKM	Panitia
2	08.00 – 08.15	Pembukaan Acara	Saudari Erniati
3	08.15 – 08.30	Pembacaan Ayat Suci Al – Qur’an	Saudara Ari Afiful Ihwan
4	08.25 – 09.00	Sambutan – sambutan: 1. Panitia 2. Pemerintah Desa	1. Saudara Cahyo Irsada 2. Bapak M. Haris, S. Pd
5	09.00 – 09.50	Penyampaian Materi Seminar: Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan “UMKM Naik Kelas “.	Narasumber: Bapak Marfudin,S.E.M.E
6	09.50 – 09.10	Istirahat / Pembagian Snack	Panitia
7	09.10 – 09.50	Diskusi dan Tanya Jawab	Moderator dan Narasumber
8	09.50 – 10.15	Kuis dan Door Prize	Saudari Dini Febriani
9	10.15 – 10.35	Penutupan	Panitia
10	10.35 – 11.00	Pembagian Sertifikat Seminar	Panitia

Gambar 1.2
Penyampaian Materi Oleh Narasumber



Dalam paparannya narasumber menjelaskan terkait Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas yaitu :

1. Menerangkan tentang betapa pentingnya peningkatan kapabilitas UMKM agar naik kelas atau menjadi UMKM *High Class*.
2. Penyampaian tentang pentingnya pemanfaatan Digital Marketing
3. Penyampaian tentang strategi promosi dan pemasaran menggunakan Sosial Media
4. Penyampaian perlunya perbaikan kemasan produk sehingga bisa masuk di pasar modern seperti indo mart, alfa mart dan lain-lain.
5. Penyampaian tentang peningkatan kualitas SDM yang ada
6. Penyampaian tentang akses permodalan guna membuka akses yang lebih luas

Gambar 1.3
Foto Bersama Setelah Kegiatan Seminar UMKM



Setelah mendengarkan paparan dan penjelasan dari pemateri, sesi tanya jawab disediakan bagi peserta untuk menyampaikan hal-hal yang kurang dipahami atau bertanya solusi untuk permasalahan yang dihadapi. Narasumber memberikan penjelasan terkait hal yang dipertanyakan oleh peserta seminar.

SIMPULAN

Kegiatan seminar Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas dihadiri oleh 30 orang peserta yang berasal dari para pelaku UMKM dan masyarakat umum di desa Suka Mulya Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan

Komering Ilir, dengan antusiasme yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya peserta yang secara aktif berpartisipasi dalam tanya jawab, namun karena keterbatasan waktu dari narasumber, tidak semua pertanyaan dapat dijawab.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, sejumlah saran perbaikan yang dapat dilakukan untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya adalah acara ini dapat dilaksanakan pada skala yang lebih luas dengan menjangkaug peserta yang lebih banyak lagi serta dibuatkan komunitas UMKM Binaan guna sebagai sarana komunikasi dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

<https://iti.ac.id/pentingnya-pendampingan-umkm-dalam-peningkatan-daya-saing-produk>

Permana, S.H (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, Vol. 8 No. 1, Juni 2017

Sudati Nur Sarfiah dkk (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* Volume 4 Nomor 2 2019.

Sukirno, S. (2004). *Makroekonomi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers. Jakarta.

Wahyu Triono (2022). Inovasi Pengembangan Umkm Untuk Mendorong Umkm Naik Kelas Dan Berdaya Tahan. *JIA SANDIKTA—ISSN 2337-9979*. Volume VIII No. 13—Oktober 2022.

Wahyudin, Dian. (2013). *Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community*. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Yusuf, Christianingrum (2022). Upaya Mewujudkan Umkm Maju dan Naik Kelas. *Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa* P-ISSN: 2986-9382 E-ISSN : 2986-9390.