

## Pemberdayaan Ekonomi Melalui Pendampingan Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM Desa Cibalung

### Economic Empowerment Through Assistance in Increasing The Capacity of MSME Actors in Cibalung Village

Santi Nurhayati<sup>1</sup>, Septian Maulana<sup>2</sup>, Mitha Ramadhanti<sup>3</sup>, Irman Suherman<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: shnurhayaty12@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: septianmaulana@unida.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: mithaarmdhnti@gmail.com

<sup>4</sup>Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: Irman.suherman@unida.ac.id

(Diterima: 06-09-2022; Ditelaah: 10-07-2023; Disetujui: 31-12-2023)

#### **Abstrak**

Masih banyaknya kekurangan pada pelaku UMKM seperti perizinan usaha, belum mempunyai merk atau logo usaha dan kemasan masih kurang menarik. Hal ini menjadi dasar betapa perlunya dilakukan observasi untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM. Metode yang digunakan dalam pengabdian adalah pendampingan untuk peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara perorangan yang memungkinkan pelaku usaha terlibat secara penuh. Pendampingan terhadap pelaku UMKM dilakukan bersama mahasiswa KKN di Desa Cibalung, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Pendampingan mengenai produk dilakukan dengan cara melakukan praktik packing bersama sehingga pelaku UMKM bisa terus mempelajari tentang cara pengemasan yang baik. Mahasiswa membantu mendesain dan membuat merk serta logo usaha dan mencetak banner informasi. Selain itu, mahasiswa juga membantu mengenai perizinan usaha UMKM tersebut. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa proses pendampingan dapat secara efektif mendukung pengembangan dan peningkatan usaha pelaku UMKM karena proses dilakukan secara intensif serta dapat diimplementasikan secara langsung.

**Kata kunci:** Logo, Pendampingan, UMKM

#### **Abstract**

There are still many shortcomings among MSME players, such as business licensing, not having a brand or business logo and packaging that is still unattractive. This is the basis for the need to carry out observations to increase the capacity of MSME actors. This service activity aims to increase the capacity of MSMEs. The method used in its service is mentoring to increase the capacity of individual MSME actors which allows business actors to be fully involved. The perpetrators assisted MSMEs with KKN students in Cibalung Village, Cijeruk District, Bogor Regency. Assistance regarding product packaging is carried out by carrying out joint packing practices so that MSMEs can continue to learn about good packaging methods. Students help design and create business brands and logos and print banner information. Apart from that, students also help with licensing the MSME business. The results of the mentoring show that the mentoring process can effectively support the development and improvement of MSME businesses because the process is carried out intensively and can be implemented directly.

**Keywords:** Logo, Mentoring, MSME

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak ekonomi negara Indonesia. Keunikan dan kearifan lokal Indonesia menjadikan negara ini tumbuh banyak UMKM dikalangan masyarakat mulai dari masyarakat pedesaan hingga masyarakat perkotaan (Dewi dan Nasution & Hakim, 2013). UMKM mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan usaha skala besar diantaranya sifat fleksibel terhadap perubahan pasar dan mampu beradaptasi pada kondisi tertentu, mampu menyerap tenaga kerja (*unskilled labour*) relatif besar (Byarwati & Hidayati, 2017). Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Pemberdayaan UMKM, UMKM dibagi menjadi tiga sesuai dengan namanya yaitu terdapat usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah yang dibedakan menurut omset dan laba usahanya. Menurut Dewi dan Nasution & Hakim (2013), keberadaan UMKM yang bergerak diberbagai bidang strategis dengan menggunakan teknologi sederhana, bersifat padat karya dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. UMKM menjadi usaha yang tidak hanya meningkatkan perekonomian secara makro, namun juga secara mikro yaitu cakupan desa. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran (Sedyastuti, 2018).

Desa Cibalung Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor merupakan Desa yang terletak di daerah yang mempunyai daya tarik dari segi lingkungan karena pemandangan alam dan suasana desa yang masih asri. Desa Cibalung juga memiliki potensi ekonomi yang bergerak diberbagai bidang, diantaranya bidang pertanian, perkebunan dan peternakan. Banyaknya potensi yang dapat dikembangkan dalam perekonomian masyarakat Desa Cibalung harus diikuti dengan rencana inovasi-inovasi produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar dan mampu menciptakan tren tersendiri sesuai dengan kearifan lokal produk Desa Cibalung. Wirausahawan yang terdapat dilingkungan Desa Cibalung memiliki peran penting dalam pencapaian peningkatan ekonomi, dampak dari munculnya usaha kecil, mikro sampai menengah mampu menjembatani roda perekonomian masyarakat. Seyogyanya peningkatan ekonomi juga bertumpu dari bawah sampai atas, dengan demikian peranan penting pemerintah dalam meningkatkan dan mencapai ekonomi yang tinggi seharusnya dapat terealisasikan pada semua wilayah tanpa membedakan aspek-aspek yang ada pada masyarakat.

Berbagai sektor usaha berdiri mulai dari sektor konsumsi, wisata, seni, pakaian dan sebagainya. Tidak sedikit masyarakat yang mendirikan *home industry* sebagai sumber pendapatan ekonomi keluarga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti usaha aneka makanan ringan, macam-macam keripik, rengginang, kue basah, kerajinan dari bambu dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa potensi dan peluang usaha masyarakat Desa Cibalung cukup tinggi. Namun, selama ini peluang dan motivasi tersebut belum dikembangkan secara optimal menjadi usaha yang memberikan pendapatan yang tinggi karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi usaha

tersebut seperti kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran secara online atau *digital marketing*, belum mendapat izin usaha dan belum mempunyai merk atau logo usaha serta kemasan yang kurang menarik perhatian konsumen. UMKM yang ada di Desa Cibalung sampai saat ini hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut ke masyarakat yang tinggal disekitar rumah dan desa sebrang. Selan itu, pelaku UMKM ini belum pernah mengikuti pelatihan mengenai digital marketing maupun tentang kemasan produk.

Gambaran tersebut menunjukkan masih perlunya penguatan peningkatan kapasitas pelaku UMKM pada berbagai aspek usahanya. Penguatan kapasitas yaitu penguatan kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu (dalam masyarakat), kelembagaan, maupun sistem jejaring antar individu dan kelompok/organisasi social, serta pihak lain diluar sistem sampai diaras global (Saprudin Darwis & Zainudin, 2020). Untuk kasus dalam artikel ini, penguatan peningkatan kapasitas dilakukan terhadap salah seorang wirausahawan yang ada di Desa Cibalung yaitu Ibu Nesi. Ibu Nesi adalah seorang wirausaha mikro yang bergerak dibidang makanan. Ibu Nesi menjual aneka makanan ringan seperti keripik singkong, keripik talas, keripik pisang, renggingang dan enye singkong sebagai hasil produksinya yang utama. Penguatan peningkatan kapasitas yang dilakukan diharapkan dapat mengembangkan produk usaha tersebut untuk meningkatkan perekonomian. Selain itu dengan adanya pendampingan ini diharapkan dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi orang lain sehingga tidak hanya memberdayakan dirinya sendiri tetapi memberdayakan orang lain.

Hasil observasi menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh Ibu Nesi masih belum terdaftar dan mempunyai izin usaha. Hal tersebut diakibatkan oleh kurangnya keterampilan dan pengetahuan mengenai prosedur perizinan usaha. Selain itu, produk yang dikemas masih menggunakan kemasan manual sehingga kemasan kurang menarik perhatian konsumen serta belum mempunyai merk atau logo usaha. Padahal merk atau logo usaha merupakan lambang identitas dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas usaha tersebut. Maka dari itu, produk masih sulit dikenal karena tidak mempunyai identitas. Kekurangan ini juga berdampak pada pemasaran, untuk melakukan pemasaran secara online atau digital marketing harus mempunyai merk atau logo usaha. Secara personal, usaha Ibu Nesi memiliki minat dan potensi yang besar untuk mengembangkan usahanya, terlebih lagi Ibu Nesi sudah memiliki pasar yang tetap melalui kerabat keluarga.

Pendampingan peningkatan kapasitas ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku usaha khususnya Ibu Nesi yang masih memiliki banyak kekurangan terhadap usahanya. Selain itu, peningkatan kapasitas ini diharapkan dapat membatu usaha tersebut agar bisa menjual produknya lebih luas lagi. Hal ini juga bertujuan untuk mengembangkan usaha tersebut dengan mengetahui potensi serta masalah yang ada sehingga dapat memecahkan masalah dengan solusi terbaik. Kegiatan ini juga diharapkan dapat berkelanjutan sehingga pelaku usaha bisa lebih mandiri dalam menjalankan usahanya setelah diberikan pendampingan dan pengetahuan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk pendampingan peningkatan kapasitas UMKM yaitu Pendampingan secara langsung terhadap sasaran dengan pendekatan andragogi (Pendidikan untuk orang dewasa) (Fauziah, et al., 2023; Suherman, et al., 2023; Oktaviai, et. al., 2023). Metode ini merupakan metode yang paling memungkinkan untuk dilakukan karena pendamping bisa memantau secara langsung kegiatan dan aktivitas pelaku UMKM dan mengikuti perkembangannya. Sasaran pelaku UMKM yang kami tuju adalah Ibu Nesi seorang wirausaha yang baru bergerak dibidang makanan yang memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan.

Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan UMKM, yaitu aspek pemasaran, perizinan dan pengemasan. Untuk aspek pemasaran, kami hanya memberikan pengetahuan dan pemasaran mengenai *digital marketing* bagi usaha makanan. Adapun untuk aspek perizinan, kami membantu pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya agar mendapat Nomor Induk Berusaha atau NIB. Ini merupakan identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS. Kemudian pada aspek pengemasan, diberikan pengetahuan mengenai kemasan yang baik dan menarik, penguatan dalam hal penyajian berupa desain merk atau logo usaha serta kemasan baru. Hal ini dilakukan agar lebih mudah dalam memahami dan melakukan upaya perubahan untuk pengembangan usahanya.

Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bermunculan ide untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah dengan memanfaatkan potensi yang ada sebagai wadah untuk meningkatkan penjualan. Adapun lokasi yang dijadikan tempat pelaksanaannya adalah salah satu tempat usaha milik Ibu Nesi di Kampung Muara Cideung Desa Cibalung, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Setelah dilakukan observasi dan wawancara, pengabdian ini dilakukan sesuai dengan masalah dan kebutuhan UMKM tersebut.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Luaran yang dihasilkan dari program ini adalah desain logo/merk dagang dan penerbitan NIB atau Nomor Izin Berusaha. Pendampingan kemasan produk bertujuan agar produk lebih menarik dan banyak dicari konsumen. Adanya program ini diharapkan dapat meningkatkan profit untuk usaha mikro kecil menengah serta menjadi produk terkenal yang diminati oleh masyarakat di dalam maupun di luar Desa Cibalung. Berikut tahap pelaksanaan program pendampingan peningkatan kapasitas UMKM dengan cara pembuatan perizinan, logo, *banner* dan *packaging*:

### **1) Tahap Memahami Permasalahan**

Pada tahap ini, penulis memahami permasalahan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada masyarakat sekitar Desa Cibalung dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merancang solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi, ditemukan bahwa

terdapat banyak masalah yang dihadapi diantaranya belum mendapatkan perizinan, belum mempunyai merk dagang, kemasan kurang menarik dan lingkup pemasaran masih terbatas.

## 2) Tahap Membuat Solusi

Dalam tahap membuat solusi terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya:

### a) Survei Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Survei UMKM dilaksanakan di wilayah Desa Cibalung. Survey ini dilakukan dengan cara melihat potensi usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Cibalung, kemudian mencari tahu peluang dan potensi yang dimiliki oleh masing-masing UMKM, salah satu diantaranya adalah UMKM Ibu Nesi. Usaha ini masih merintis sehingga masih banyak masalah yang dihadapi.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh penulis, di Desa Cibalung terdapat banyak UMKM yang memiliki potensi untuk mengembangkan produk mereka. Namun, kami hanya memilih salah satu UMKM yang akan kami bantu dalam peningkatan kapasitas lembaga UMKM. Peningkatan kapasitas lembaga UMKM dilakukan dengan cara pembuatan perizinan, logo dan merk dagang, pembuatan banner dan pendampingan mengenai packaging produk.

### b) Pembuatan Izin Usaha

Pembuatan izin usaha saat ini dapat dilakukan melalui OSS (*Online Single Submission*) dengan adanya website resmi ini akan memudahkan pelaku usaha membuat perizinan melalui online, disamping kemudahan yang ditawarkan saat ini para pelaku usaha belum seutuhnya merasa mudah, karena keterbatasan pengetahuan teknologi dikalangan pelaku usaha dan tidak semua pelaku usaha mengetahui akan hal itu. Penulis memberikan bantuan kepada pelaku usaha UMKM khususnya kepada Ibu Nesi untuk membuat perizinan tersebut secara online untuk kemudian dijadikan berkas perizinan usaha milik Ibu Nesi yaitu Nazifa Snack. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dapat mempermudah manajemen perusahaan dalam proses difusi inovasi untuk masyarakat. Teknologi dapat mempermudah urusan perizinan untuk masyarakat dan pastinya dapat memangkas birokrasi yang berbelit, OSS ini semua perizinannya dapat hanya diakses secara online tidak harus datang ke kantor Dinas Penanaman modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Farah & Astuti, 2020).



Gambar 1. NIB UMKM Nazifa Snack

c) Pengembangan Pemasaran Produk dan Keterampilan *Digital Marketing*

Dalam pengembangan pemasaran produk, penulis menyarankan untuk pemasaran melalui e-commerce atau social media. Namun karena keterbatasan pengetahuan tentang teknologi media sosial, pelaku usaha hanya bisa menggunakan WhatsApp untuk pemasaran secara online. Selain itu, penulis juga membantu memasarkan produk melalui mulut ke mulut dan pemasaran online melalui media social masing-masing. penulis juga memberikan sedikit pemahaman mengenai pemasaran secara online agar Ibu Nesi dapat meningkatkan penjualannya.

d) Pembuatan Desain Logo/Merk Dagang dan Spanduk Informasi

Setelah menemukan UMKM dan mengetahui masalah yang dihadapi, langkah selanjutnya adalah membuat desain logo dan merk dagang yang akan kami berikan kepada Ibu Nesi untuk membantu peningkatan penjualan produk. Dalam pembuatan desain logo dan merk dagang, terinspirasi dari nama anak Ibu Nesi yang dibuat dengan sederhana namun memiliki daya tarik untuk memikat konsumen.



Gambar 2. Logo Produk



Gambar 3. Desain Banner UMKM Nazifa Snack

e) Pendampingan Kemasan Produk

Packaging merupakan hal yang penting dalam suatu produk. Setelah melakukan survei UMKM Ibu Nesi, kemasan produk masih kurang menarik sehingga konsumen kurang tertarik terhadap produknya. Kami melakukan literasi dan pendampingan mengenai kemasan yang lebih menarik tapi tetap sesuai dengan kriteria sehingga bertujuan untuk semakin meningkatkan pemasaran dan penjualan.

3) Tahap Melaksanakan Solusi

Dalam melaksanakan solusi dilakukan dengan pembuatan desain logo, merk dagang dan banner pada tanggal 27 Juli 2022. Pembuatan desain logo, merk dagang dan banner dilakukan di posko KKN dan pendampingan dilakukan di kediaman Ibu Nesi selaku pemilik usaha. Pendampingan dilakukan pada minggu pertama dan kedua bulan Agustus 2022. Pendampingan dilakukan dengan cara memberikan pemahaman tentang pentingnya pengemasan produk yang menarik agar dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan pelaku usaha. Sebelum melakukan pendampingan dan praktik, pelaku usaha diberikan pengetahuan dasar dan tata cara mengenai pengemasan produk yang baik agar menarik. Langkah selanjutnya adalah memberi contoh dan mempraktikannya kemudian diterapkan terhadap produk pelaku usaha. Hal ini dilakukan sebagai bentuk strategi pemasaran yang dapat membantu peningkatan usaha tersebut. Strategi pemasaran adalah faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Karena strategi pemasaran adalah ujung tombak dari suatu usaha. Selain itu, kami juga membuat atau mendaftarkan perizinan usaha melalui lembaga OSS. NIB atau Nomor Izin Berusaha menciptakan suatu produk yang memiliki legalitas dibawah perlindungan hukum yang sah dan diakui serta terdaftar dalam pemerintahan.

## **KESIMPULAN**

Pendampingan peningkatan kapasitas UMKM yang diselenggarakan di Desa Cibalung Kecamatan Cijeruk dapat membantu masyarakat pelaku usaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Melalui pendampingan ini pelaku usaha terbantu dengan contoh pembuatan perizinan usaha, merk dagang, logo usaha dan juga pembuatan banner informasi produk yang dihasilkan sehingga mampu memberikan informasi produk-produk umkm yang ada di wilayah Desa Cibalung. Dalam implementasinya pelaku usaha dapat melanjutkan usahanya serta mengembangkan ide-ide untuk inovasi produk yang dihasilkan, langkah kecil pengembangan UMKM sudah dilaksanakan sehingga pelaku usaha atau UMKM tersebut tidak merasa kebingungan akan identitas usahanya sendiri seperti merk dagang, logo usaha, dan pengemasan produk yang menarik.

Hasil-hasil pengabdian kepada masyarakat di wilayah Desa Cibalung antara lain, perlu adanya kemauan dan kesadaran pelaku usaha atau UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan produktifitasnya selaku wirausahawan, perlu adanya perhatian khusus

terhadap pelaku usaha atau UMKM dari pemerintahan atau pejabat di wilayah terkait agar seluruh pelaku usaha merasa diberikan dukungan untuk pengembangan ekonomi desa dan usahanya tersebut. Setelah adanya kegiatan ini semoga dapat memberikan ide-ide untuk pengembangan usaha serta memberikan manfaat bagi pengembangan ekonomi desa sehingga dapat dirasakan oleh semua kalangan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Byarwati, A., & Hidayati, R. (2017). Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk UMKM di Kampung Wisata Tegalwaru Kabupaten Bogor. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 6(1), 268–276.
- Dewi dan Nasution, S. A., & Hakim. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 105–116.
- Farah, S., & Astuti, R. S. (2020). Inovasi Sistem Perizinan Usaha Mikro Melalui OSS (Online Single Submission) pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 10(1), 69–79.
- Fauziah, R. S.F., Adri, H. T., Suherman, I., Indra, S., Sesrita, A., Syamsudin, D., & Sudjani, D. H. (2023). Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah Penelitian Tindakan Kelas Untuk Meningkatkan Kualitas Guru Profesional. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 144-119
- Oktaviani, R., Suja'i, M. I., Suherman, I., & Sya, M. F. (2023). Upaya Peningkatan Minat Baca di SDN Cibalung 02 dengan Program Pojok Baca . *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 73–80. Retrieved from <https://ojs.unida.ac.id/educivilia/article/view/6623>
- Saprudin Darwis, R., & Zainudin, M. (2020). Penguatan Kapasitas Wirausahawan Mikro Menggunakan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 9(2), 107–113.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Suherman, I., R. Siti Pupu Fauziah, Helmia Tasti Adri, Desky Halim Sujana, Rizkia Syafia Qalbi, Khairunnisa Nurzaini, & Tuti Rahmawati. (2023). Pelatihan Kepala Sekolah Dan Guru Dalam Peningkatan Kapasitas Sekolah (School Capacity Building). *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 125–133. <https://doi.org/10.30997/ejpm.v4i2.7353>