

USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH UNTUK MENDUKUNG EKONOMI KELUARGA PERDUSUNAN DI MLATI, SLEMAN, YOGYAKARTA

Yanuar Saksono¹, Kartinah², Danang Sunyoto³

^{1,2,3}Prodi. Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Janabadra-Yogyakarta

E-mail: danang_sunyoto@janabadra.ac.id¹

Info Artikel	Abstrak
Article History: Received: 09 Mei 2023 Revised: 25 Mei 2023 Accepted: 30 Mei 2023	<i>Usaha meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kegiatan UMKM produk makanan</i> <i>Permasalahan: Pelaksanaan kegiatan belum menggunakan metode menurut teori-teori pemasaran/ penjualan. Metode: Kajian pustaka dan observasi pelaksanaan kegiatan. Hasil: Pelaksanaan kegiatan UMKM memerlukan lima metode dalam mengelola UMKM agar dapat berkesinambungan yaitu metode limited promotion, direct sale, one seller one table, different product, limited time.</i>
Keywords: UMKM, Produk, Pelaku Bisnis, Konsumen	

1. PENDAHULUAN

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Peran penting lain dari UMKM mampu menyerap 97 persen dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4 persen dari total investasi di Indonesia. Berdasarkan data diatas, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, peran UMKM salah satunya yang sangat berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat yaitu dengan terciptanya lapangan pekerjaan yang dapat membantu memenuhi empat indikator yang dapat dilihat untuk mencapai kesejahteraan yaitu, pendapatan, perumahan, kesehatan dan pendidikan.

Banyaknya UMKM yang diciptakan dapat membantu masyarakat lain untuk mendapatkan lapangan pekerjaan. Sebuah usaha yang dikelola dalam skala kecil hingga besar, tentu membutuhkan pekerja untuk membantu dalam mengelola usaha. Hal diatas karena peran penting lain dari UMKM ialah dapat menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Disamping itu dengan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, suatu UMKM dapat berkembang dan bertahan dari persaingan dengan UMKM lain yang bergerak pada bidang yang sejenis. Jika pengelola UMKM tersebut tidak memiliki komitmen yang baik terhadap UMKM maka UMKM-nya tidak akan dapat berkembang.

Keberhasilan usaha mikro kecil dapat dilihat dari promosi yang dapat merubah sikap dan tingkat laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal dan ketika konsumen memiliki

daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan mengingat produk tersebut. Alasan utama mengapa banyak orang tertarik terjun dalam UMKM adalah karena tidak membutuhkan modal yang besar untuk mempunyai sebuah bisnis pribadi. Meskipun terlihat mudah dan menarik, terdapat satu permasalahan yang harus dihadapi, salah satunya dengan adanya perkembangan teknologi.

Oleh karena pentingnya dan kemanfaatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bagi masyarakat luas melalui penciptaan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat baik secara berkelompok, tim, maupun individu (keluarga), maka jenis UMKM ini sangat sesuai bisa dilaksanakan secara riil. Untuk itu masyarakat Karanggeneng, Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta, membentuk UMKM Bernama Karanggeneng Makmur sebagai wadah usaha mikro dan melalui perencanaan sederhana dengan tujuan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan menampilkan beberapa usaha mikro perseorangan dengan fasilitas sarana prasarana yang telah disediakan UMKM.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan dari UMKM yang diikuti oleh masyarakat baik berkelompok maupun perseorangan dengan menggunakan metode *limited promotion, direct sale, one seller one table, different product, limited time*. Dengan kelima metode tersebut, diharapkan pelaksanaan UMKM Karanggeneng Makmur dapat berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pantauan pelaksanaan UMKM yang diselenggarakan setiap hari minggu, kelima metode pelaksanaan di lapangan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Metode *limited promotion*

Untuk membantu para penjual yang tergabung dalam wadah UMKM Karanggeneng Makmur, perlu dilakukan promosi produk jajanan/makanan yang ada dan yang diperjualbelikan. Promosi produk dilakukan masih dalam taraf terbatas, karena UMKM Karanggeneng Makmur masih baru dan pertama kali melakukan kegiatan/aktivitas jual beli produk jajanan/makanan yang masih terbatas baik kualitas maupun kuantitas produk. Disamping itu, promosi terbatas dilakukan untuk menjajaki apresiasi dari masyarakat sekitar dan masyarakat lainnya. Media promosi dengan membuat dan mencetak flyer oleh tim promosi kemudian ditempelkan di beberapa tempat yang dipandang strategis. Sehingga sangat memungkinkan masyarakat untuk membaca promosi produk UMKM tersebut.



Gambar 1: Promosi Produk UMKM

2. *Metode direct sale*

Untuk mendukung pelaksanaan kegiatan UMKM Karanggeneng Makmur berikutnya yaitu dengan menggunakan metode jual langsung (*direct Sale Method*), artinya setiap pengunjung atau pembeli dapat melakukan transaksi jual beli langsung, tanpa harus makan di tempat atau melalui perantara pihak lain. Sehingga antara pelaku bisnis UMKM dan pembeli bertemu ditempat. Hal ini dilakukan untuk memberikan keleluasaan para pelaku Bisnis UMKM dan pembeli bisa saling memberikan informasi untuk variasi produk, dapat menjalin Kerjasama khususnya menerima order produk UMKM, dan kesinambungan dari kegiatan UMKM bisa berlangsung untuk dimasa depannya.



Gambar 2: Direct Sale (1)



Gambar 3: Direct Sale (2)

3. *Metode one seller one table*

Untuk menunjang pelaksanaan berjualan para pelaku bisnis UMKM Karanggeneng Makmur, pihak pengurus juga menyediakan fasilitas sarana prasarana berupa satu meja beserta payung (*one seller one table method*). Hal ini bertujuan membantu memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis UMKM dalam berjualan, sehingga diharapkan mereka bersemangat bertransaksi. Disamping itu, juga untuk

keseragaman, standar serta menjadi kebersihan sarana prasarana berjualan. Hal ini kaitannya dengan persepsi bahwa makanan identik dengan kebersihan dan Kesehatan. Penyediaan satu pelaku bisnis UMKM satu set meja-payung sekaligus sebagai identitas bagi para pelaku bisnis yang berjualan sudah terdaftar menjadi anggota UMKM Karanggeneng Makmur. Metode *one seller one table* juga mempermudah dalam mengelola para pelaku bisnis UMKM dalam menyiapkan produk-produk kreatif yang berbeda-beda, dengan tujuan menghindari persaingan produk dan harga diantara pelaku bisnis UMKM.



Gambar 4: *One seller one table (1)*



Gambar 5: *One seller one table (2)*

4. Metode *different product*

Untuk menghindari persaingan produk dan harga bagi para pelaku bisnis UMKM Karanggeneng Makmur, pengelola melakukan penetapan produk yang berbeda (*different product*), berarti para pelaku bisnis UMKM harus menjual produk yang tidak sama diantara mereka. Metode ini juga diharapkan memberikan ruang kreatif mencari / membuat produk UMKM yang lain, yang bisa dijual ke para konsumen tanpa menimbulkan persaingan produk dan harga. Sehingga para pelaku bisnis UMKM bisa bersaing dalam inovasi produk dan kreatifitas.



Gambar 6: *Different product (1)*



Gambar 7: *Different product (2)*



Gambar 8: *Different product (3)*



Gambar 9: *Different product (2)*

5. *Metode limited time*

Pelaksanaan kegiatan transaksi UMKM Karanggeneng Makmur diberi batasan waktu antara jam 6.00 wib sd 10.00 wib. Pembatasan ini dilakukan agar tetap terpelihara suasana pagi yang mendukung minat dan selera konsumen menikmati suasana pagi hari. Menurut ilmu pemasaran, selain menjual produk, juga menjual suasana, dimana hal ini akan dapat berpengaruh pada selera makan dan minum para pembeli (konsumen).



Gambar 10: *Jual Produk & Suasana Pagi*



Gambar 11: *Limited Time Method*

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berisi deskripsi tentang kesimpulan hasil pengabdian masyarakat dalam bentuk refleksi teoritis dan rekomendasi. (Cambria, size 12, Spacing: before 0 pt; after 0 pt, Line spacing: 1)

Rekomendasi

UMKM Karanggeneng Makmur masih perlu dilakukan pendampingan secara berkesinambungan oleh para pemangku UMKM dari tingkat kabupaten, karena UMKM ini masih baru dan para pedagang anggota UMKM belum mempunyai pengalaman berjualan secara profesional, sehingga perlu dilakukan pembenahan dalam bidang produk makanan/jajanan yang lebih kreatif dan menarik konsumen.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Kepala Dusun Karanggeneng, Sendangadi, Mlati, Sleman, 2) Lembaga UMKM Karanggeneng Makmur yang telah memberikan banyak informasi pelaksanaan kegiatan, 3) Kepada para donatur baik dalam bentuk dana maupun bentuk fasilitas fisik untuk berjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiyanto, Arif. 2018. Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemas Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- [2] Astiani, Yulia. 2017. Pengaruh Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah tentang Akuntansi, Pengetahuan Akuntansi, dan Skala Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- [3] Danang Sunyoto. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- [4] Danang Sunyoto. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- [5] Hubeis. Musa. 2009. Prospek Usaha Kecil dalam wadah Inkubator Bisnis, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [6] Purwantini, Anissa Hakim dan Anisa, Friztina. 2018. Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi UKM dan Dampaknya Terhadap Kinerja. Jurnal University Research Colloquium. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- [7] Priambada, Swasta. 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Jurnal SESINDO. Universitas Brawijaya.
- [8] Tambunan, Tulus. 2009. UMKM di Indonesia dan Beberapa Isu Penting. Ghalia Indonesia, Jakarta.