

## Sosialisasi UKM Makanan Dan Minuman Pemula Pada Desa Bulusidokare Kabupaten Sidoarjo

<sup>1</sup>Natasya Olivia Cahyanti, <sup>2</sup>Sonja Andarini

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec.  
Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294  
e-mail: <sup>1</sup>21042010258@student.upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>sonja\_andarini.adbis@upnjatim.ac.id

### Abstract

*Business is an effort to improve life in society. In this competitive era, UMKM has become the largest contributor to national well-being and also to the economy. But not many UMKM have a stable development. It is also experienced in Sidoarjo district precisely in Bulusidokare village that focuses on UMKM food and drink. Thus this research came to see the impact of socialization on UMKM in the village. This research is conducted qualitatively descriptively. Research shows that socialization consists of three stages: preparation, implementation, and evaluation. In its implementation, socialization and support around entrepreneurship, business licenses, registration of HAKI, BPOM, and licensing of Halal products were given. From this activity it was possible to stabilize the UMKM and create five independent household in the village.*

**Keywords :** Business, UMKM, Socialization

### Abstrak

Bisnis adalah upaya dalam meningkatkan kehidupan di masyarakat. Pada era yang kompetitif ini UMKM menjadi penyumbang terbesar kesejahteraan dan juga perekonomian secara nasional. Akan tetapi tak banyak UMKM yang mengalami perkembangan yang stabil. Hal ini juga dialami di Kabupaten Sidoarjo tepatnya di Desa Bulusidokare yang berfokus pada UMKM makanan dan minuman. Dengan demikian penelitian ini hadir untuk melihat dampak sosialisasi pada UMKM di desa tersebut. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi terdiri atas 3 tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada pelaksanaannya diberikan sosialisasi dan pendampingan seputar kewirausahaan, perizinan usaha, pendaftaran HAKI, BPOM, dan perizinan produk Halal. Dari kegiatan tersebut berhasil menstabilkan UMKM dan membuat 5 usaha rumahan secara mandiri di desa tersebut.

**Kata Kunci :** Bisnis, UMKM, Sosialisasi

### PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis bertujuan untuk meningkatkan kekuatan dan tingkat kehidupan masyarakat karena kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat. Lapangan kerja yang mampu memanfaatkan kekayaan alam diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia belum memanfaatkannya sepenuhnya.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) telah muncul di berbagai tempat saat ini. Karena itu, karena persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang berubah-ubah, pemilik UMKM harus selalu siap dan dapat menyesuaikan diri untuk beradaptasi dengan persaingan (Aliyani, 2020). Mereka berkompetisi untuk menjadi yang terbaik, berusaha memberikan pelayanan terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan pelanggan, dan selalu membuat produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan pelanggan serta dengan kualitas terbaik.

Sayangnya, kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional tidak sebanding dengan akses keuangan yang baik. Perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia juga dihambat oleh kurangnya akses ke layanan keuangan dan kurangnya pengetahuan tentang keuangan. Hingga Februari 2016, pinjaman dalam negeri untuk UMKM hanya sebesar Rp728,97

triliun, atau 18% dari total kredit sebesar Rp3.998.09 triliun, menurut Otoritas Jasa Keuangan (Marlina, 2020). Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia sebenarnya memiliki potensi usaha yang besar, selain mungkin dan dapat dicapai. Namun sayangnya, pebisnis UMKM seringkali tidak menyadari atau tidak menganggap pentingnya pencatatan dan pembukuan dalam bisnis mereka dibandingkan dengan aktivitas mereka menangani langsung produksi, penjualan, dan pemasaran.

Selain itu, UMKM di Kabupaten Sidoarjo juga meningkat. Namun, penelitian awal yang dilakukan oleh penulis terhadap pelaku UMKM, terutama di Desa Bulusidokare, menunjukkan bahwa ada beberapa pelaku usaha yang belum mencapai tingkat keberhasilan yang cukup. Sebuah studi pendahuluan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di desa tersebut kebingungan tentang cara menjaga kestabilan bisnis dan proses administrasi pembuatan bisnis.

Sehingga berdasarkan latar belakang yang ada penulis melakukan penelitian terkait dampak sosialisasi kewirausahaan kelas makan minum pada UMKM pemula Desa Bulusidokare Kabupaten Sidoarjo. Penelitian diharapkan dapat menjadi bentuk literasi tambahan terkait dengan pembangunan usaha bagi pemula.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dimana data dikumpulkan untuk memilih dan menentukan antara satu atau lebih dari dua variabel (Murti et.al, 2021).

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari primer dan sekunder. Sumber primer diperoleh dari kegiatan survei, observasi, dan media lapangan lainnya. Sumber sekunder diperoleh dengan membaca literatur, seperti artikel, jurnal ilmiah, buku, dan berita.

### **3. Populasi dan Sampel**

Secara generalisasi subjek penelitian dalam penulisan ini adalah UMKM di Kabupaten Sidoarjo, secara spesifik pelaku UMKM pemula di Desa Bulusidokare.

### **4. Pengumpulan dan Analisis Data**

Penulis menggunakan media perantara yang dapat membantu observasi lapangan selama tahap pengumpulan data. Setelah pengumpulan data selesai, proses analisis data dilakukan secara kualitatif. Menurut Bogdan (dalam Sugiyanto, 2018, hlm. 334), analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari catatan lapangan, hasil wawancara, dan sumber lain untuk membuat data lebih mudah dipahami dan hasilnya juga diketahui orang lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. UMKM**

Bisnis kecil (UMKM) pada dasarnya adalah bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok kecil. Mereka biasanya beroperasi dalam skala lokal dan menghasilkan berbagai produk dan jasa, mulai dari produksi konvensional hingga teknologi canggih. Untuk memenuhi kebutuhan pasar, UMKM unggul dalam fleksibilitas, kreativitas, dan adaptasi.

UMKM berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, yang memungkinkan pengurangan pengangguran (Halim, 2020; Adrian, 2019). Karena proses pembuatannya yang relatif mudah dan tidak memerlukan perijinan secara resmi, banyak UMKM yang berkembang dan berkembang di Indonesia. Dimungkinkan untuk mengatakan bahwa UMKM memainkan peran penting sebagai penyedia jaring pengaman nasional, terutama untuk membantu masyarakat berpendapatan rendah menjalankan aktivitas ekonomi yang menghasilkan hasil (Pahlawi & Dharin, 2021).

Menurut Endrianto (2015), data menunjukkan bahwa wajib pajak besar, yang kurang dari 1%, mendominasi penerimaan pajak di Indonesia, dengan UMKM menyumbang sekitar 99,99% dari struktur bisnis nasional, terdiri dari usaha mikro 98,79%, usaha kecil 1,11%, dan usaha menengah 0,09%. Dalam jurnalnya yang berjudul Peluang dan tantangan UMKM dalam Upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi COVID-19, seorang peneliti lain (Marlinah, 2020) menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memiliki dampak yang signifikan terhadap seluruh kehidupan masyarakat. Ini terutama berlaku bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bisnisnya bergantung pada perputaran barang dan jasa, yang saat ini mengalami keterbatasan dalam perputaran barang dan jasa. Yang pasti akan berdampak pada seluruh ekosistem UMKM, keberlanjutan bisnis, penurunan daya beli, dan penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Sehingga Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan menengah memberikan dukungan dan juga saran untuk penggunaan sistem perdagangan atau e-commerce sebagai salah satu solusi bagi pelaku usaha UMKM. Dimana segala bentuk kebijakan pemerintah yang dikeluarkan juga harus terus dievaluasi mengenai tantangan dan keuntungan bagi seluruh pelaku yang menggunakan sistem e-commerce tersebut.

## 2. Pengembangan Masyarakat

Pengembangan masyarakat atau Community development merupakan proses dalam meningkatkan atau menumbuhkan kemandirian masyarakat. community development berawal dari konsep pengorganisasian masyarakat (community organizing) yang bermakna mengorganisasikan masyarakat sebagai sebuah sistem untuk melayani warganya dalam setting kondisi yang terus berubah (Ansori,2014). Artinya, sejak awal konsep community development bertujuan untuk mendorong masyarakat agar melakukan suatu upaya demi mendapatkan kesejahteraan sendiri.

Community development hadir karena kebutuhan masyarakat akan kondisi yang lebih baik dengan mengoptimalkan sumber-sumber yang dimiliki. Untuk melakukan hal tersebut ada beberapa tahap terencana yang harus dilakukan dengan partisipasi masyarakat sebagai pihak yang paling memahami kondisi mereka sendiri (Ernawati,2015). Community development lebih menekankan kepada tujuan proses yakni bagaimana proses ini dapat meningkatkan kapasitas masyarakat agar dapat terlibat dalam pemecahan masalah. Pendekatan ini memfokuskan kepada bagaimana mendidik masyarakat agar berdaya dalam memecahkan permasalahan secara mandiri kemudian dengan sendirinya dapat terintegrasi kepada program-program pembangunan yang ada.

Kegiatan pengembangan masyarakat atau pemberdayaan masyarakat merupakan rangkaian dari sebuah proses, proses dengan tujuan akhir agar masyarakat menjadi lebih mandiri dan berkembang. Proses tersebut dapat diawali dengan pengkajian kondisi potensi dan masalah (assessment), tahap assessment ini amat penting sebab akan menentukan tahapan berikutnya yaitu intervensi/pelaksanaan program.

## 3. Sosialisasi UMKM Pemula di Desa Bulusidokere

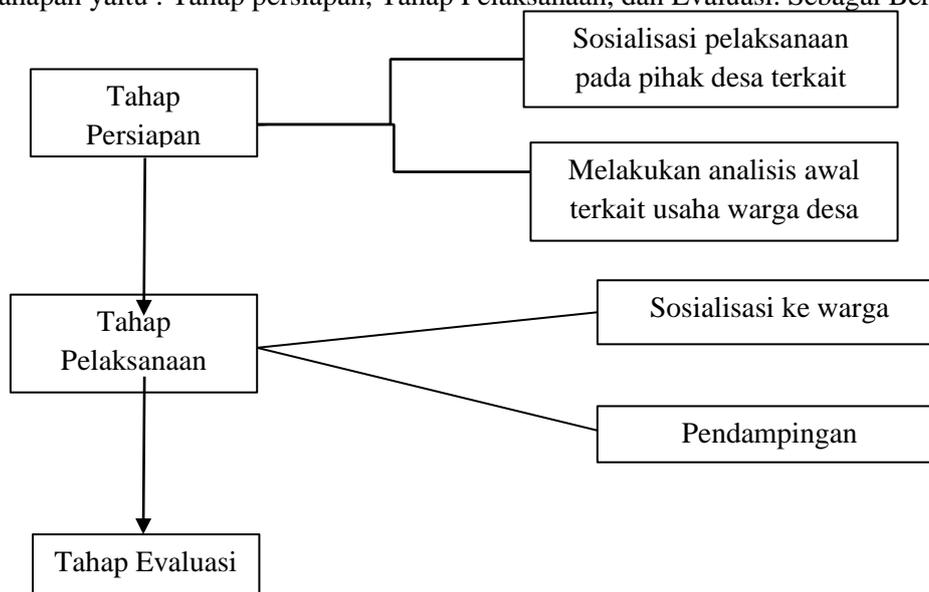
Bulusidokare, sebuah kelurahan yang penuh semangat, terletak di tengah-tengah Kabupaten Sidoarjo, sebuah distrik di dalam provinsi yang tengah Jawa Timur, Indonesia. Kode pos khas, 61234, memfasilitasi komunikasi dan operasi logistik yang efisien di dalam lingkungan yang menawan ini. Bulusidokare masuk dalam yurisdiksi administratif kecamatan Sidoarjo, meningkatkan konektivitasnya di dalam kerangka administratif yang lebih luas. Kode wilayah komprehensif 35.15.08.1009 lebih lanjut membatasi batas-batas geografis desa ini, menyusun tata kelola lokal dan proses administratif.



**Gambar 1.** Geografis Desa Bulusidokere

Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode:

- a. Menggunakan metode diskusi tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama terkait dengan pendaftaran ijin usaha, pemberian BPOM, dan marketing produk
- b. Memberikan praktik secara langsung disertai dengan pendampingan intensif. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Dinas Koperasi Kabupaten Sidoarjo yang dibagi menjadi 3 tahapan yaitu : Tahap persiapan, Tahap Pelaksanaan, dan Evaluasi. Sebagai Berikut :



**Gambar 2.** Bagan Rancangan Pelaksanaan Sosialisasi

a. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini pihak dinas melakukan sosialisasi program kepada pihak desa. Hal ini dimaksudkan untuk melakukan izin pelaksanaan. Berdasarkan wawancara yang didapatkan bahwa warga Desa Bulusidokare ini memiliki kecenderungan berwirausaha makanan dan minuman. Kendala terbesar adalah mengecilnya target pasar akibat dari usaha yang selalu ditiru antar warga. Sehingga hal ini juga berhubungan dengan orisinalitas usaha yang kurang dipahami oleh warga.

Sehingga didapatkan bahwa analisis awal penyebab UMKM di desa tersebut kurang berkembang adalah akibat dari kurang pemahannya konsep berwirausaha dan pendirian UMKM pada usaha rumahan. Melalui hal tersebut maka akan dilakukan sosialisasi terlebih dahulu kepada warga terkait dengan awal pendirian UMKM.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini adalah awal dari terjun langsung pada masyarakat. Pada langkah ini dilakukan dengan sosialisasi terkait dengan pengertian dari Wirausaha, cara membangun usaha, dan tahapan dalam pembangunan UMKM makanan dan minuman. Berikut merupakan bentuk kegiatannya:



**Gambar 3.** Sosialisasi Pertama Pada Warga

Setelah kegiatan itu akan dilakukan pendampingan khususnya pada usaha-usaha yang telah berjalan. Pada pertemuan selanjutnya akan dilakukan pendampingan awal terkait dengan cara perijinan usaha, pendaftaran brand atau HAKI usaha. Selain itu karena UMKM adalah makanan dan minuman adapun sosialisasi dan pendampingan tambahan terkait dengan perizinan BPOM dan pendaftaran produk halal. Berikut merupakan suasana kegiatan tersebut:



**Gambar 4.** Sosialisasi Terkait Pendaftaran BPOM dan Halal

c. Evaluasi

Tahapan ini dilakukan secara berkala selama 6 bulan berturut-turut. Evaluasi yang dimaksudkan disini adalah pengontrolan rutin pada usaha-usaha yang sudah berjalan. Selain itu juga para pelaku UMKM akan diberikan wadah untuk memperluas pasar melalui event bazar. Hal tersebut juga bagian dari evaluasi pelaku UMKM atas respon target pasar yang mereka tuju.

Berdasarkan pada kegiatan tersebut luaran yang berhasil diciptakan adalah :

1. Setelah melakukan sosialisasi dan memperkuat motivasi dalam berwirausaha, kegiatan selanjutnya adalah pembuatan profil dari UMKM
2. Rebranding UMKM, membuat dan merubah ulang UMKM yang belum tercatat secara resmi dan memiliki HAKI yang lebih mengikuti perkembangan perdagangan dan target pasar untuk lebih luas dan sesuai dengan era digital.
3. Peningkatan citra dan perbaikan pengelolaan UMKM. Perbaikan dan memperbarui citra dari UMKM yang masih konvensional menuju pada bentuk digital serta melakukan perluasan target pasar dengan mengikuti event dan bazar produk.
4. Tercapainya UMKM yang berjalan lebih dari 5 usaha rumahan selama kurang lebih 6 bulan setelah sosialisasi.

Berdasarkan dari hasil yang telah ada adapun beberapa saran dalam menghadapi permasalahan ini:

- a. Penguatan motivasi pelaku khususnya pemilik UMKM untuk melakukan kegiatan marketing secara *online*. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan materi dan sosialisasi terkait pentingnya berkewirausahaan secara digital.
- b. Memberikan tips dalam manajemen ide-de konten. Pemberian edukasi terkait cara dan tips membuat sebuah konten digital marketing yang menarik dan menjual di publik.
- c. Konsistensi dalam melakukan kegiatan *digital marketing*. Dalam hal ini ketekunan dan rasa ingin membuat konten dalam digital marketing akan mengangkat antusias dan algoritma di media sosial sehingga akan membuat produk lebih luas dijangkau publik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa kegiatan usaha yang berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya UMKM sangat berkembang pesat. Pada daerah Kabupaten Sidoarjo lebih tepatnya Desa Bulusidokare ini UMKM umumnya didominasi oleh usaha makanan dan minuman. Permasalahan utama pelaku usaha didesa tersebut adalah kurang pemahannya konsep berwirausaha dan pendirian UMKM pada usaha rumahan. Sehingga diadakan sebuah sosialisasi terkait dengan pengembangan UMKM dengan materi pengertian dari Wirausaha, cara membangun usaha, dan tahapan dalam pembangunan UMKM makanan dan minuman. Selain itu saat pendampingan juga diajarkan untuk alur dan tahapan perizinan BPOM dan pendaftaran produk halal. Setelah dilakukan sosialisasi ini UMKM di desa tersebut telah berkembang dan telah ada 5 usaha rumahan yang berhasil memperluas pasarnya.

## SARAN

Pada penelitian ini penulis memberikan saran penelitian lanjutan terkait dengan tingkat ketahanan dari salah satu UMKM yang berhasil berkembang dengan penerapan teori ekonomi berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, H. (2019). Studi Strategi Pengembangan Kredit Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Bank Bumn Di Daerah Cikarang-Jawa Barat Kasus Bank Bri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i3.4854>
- Aliyani Firdaus, Safira et al. (2020) 'Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal', *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), pp. 46–62. doi: 10.15642/oje.2020.5.1.46-62.
- Ansori., 2014. Model Pengembangan Kewirausahaan Santri Melalui Pondok Pesantren Berbasis Budaya Agribisnis Tanaman Palawija. *Didaktik*, VOLUME 8, NOMOR 1 MARET 2014 – ISSN 1978-5089
- Endrianto, W. 2015. Prinsip Keadilan Dalam Pajak Atas UMKM. *Jurnal Binus Business Review* Vol. 6 No 2. 298-308 pp.
- Ernawati. 2015. "Batik Design Training Sebagai Upaya Pembekalan Soft Skill Di Bidang Desain Grafis Terhadap Siswa-Siswi Smk Negeri 5 Kota," *J. Rekursif*, vol. 3, no. 1, pp. 54–60
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Marlinah, L. (2020) 'Peluang dan Tantangan UMKM dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19', *Jurnal Ekonomi*, 22(2), pp. 118–124.
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33-41. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.450>
- Pahlawi, M. N., & Dharin, A. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Tangan Kiso "Jago Abadi" Di Desa Kemiri, Kabupaten Banyumas. *Bantenese : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 113–125. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i2.3902>
- Sugiyanto. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.