




PERAN INOVASI untuk **MENDORONG UMKM** **(USAHA MIKRO, KECIL dan MENENGAH)** **BIDANG EKONOMI KREATIF**



Penulis :
Zainal Abidin Achmad,
Dedin Finatsiyatull Rosida,
Rosyda Priyadarshini,
Muchlisiniyati Safeyah,
Wahyu Dwi Iestari.

Editor :
Muchlisiniyati Safeyah

**PERAN INOVASI UNTUK MENDORONG
UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH)
BIDANG EKONOMI KREATIF**

**Zainal Abidin Achmad
Dedin Finatsiyatull Rosida
Rossyda Priyadarshini
Muchlisiniyati Safeyah
Wahyu Dwi Lestari**

**Editor :
Muchlisiniyati Safeyah**



**PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA
KATALOG DALAM TERBITAN (KDT)**

**PERAN INOVASI UNTUK MENDORONG UMKM (USAHA MIKRO,
KECIL, DAN MENENGAH) BIDANG EKONOMI KREATIF**

Penulis

Zainal Abidin Achmad
Dedin Finatsiyatull Rosida
Rossyda Priyadarshini
Muchlisiniyati Safeyah
Wahyu Dwi Lestari

Editor :

Muchlisiniyati Safeyah

Desain Cover

Ana

Layout Isi

Ara Caraka

15,5 x 23 cm, vi + 223 halaman

Cetakan ke-1, Februari 2024

Copyright © 2024 PMN Surabaya

Diterbitkan & Dicetak Oleh

CV. Putra Media Nusantara (PMN), Surabaya 2024

Jl. Griya Kebraon Tengah XVII Blok FI - 10, Surabaya

Telp/WA : 085645678944

E-mail : penerbitpmn@gmail.com

Website : <http://www.penerbitnya.com>

Anggota IKAPI no.125/JTI/2010

ISBN : 978-623-6611-88-3

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang

Ketentuan Pidana Pasal 112 - 119

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014

Tentang Hak Cipta.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Salam pengabdian!

Ucapan rasa syukur tiada terhingga kami Allah SWT sehingga kami dapat menerbitkan buku ini sebagai wujud komitmen dalam mengulas PERAN INOVASI UNTUK MENDORONG UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) BIDANG EKONOMI KREATIF. Buku ini bukan sekadar kumpulan kata-kata, melainkan merupakan refleksi dari dedikasi bersama akademisi dan praktisi dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal.

Kekayaan budaya dan potensi ekonomi Jawa Timur telah menjadi arena bagi eksperimen dan inovasi dalam membangun ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan. Berbagai variasi inovasi bidang ekonomi kreatif, bukan hanya tentang membangun fisik, tetapi juga tentang memperkuat kebersamaan, inklusivitas, dan kesadaran akan pentingnya keragaman dalam mencapai tujuan bersama. Capaian-capaian yang telah diraih dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs) juga tidak bisa dipisahkan dari upaya bersama dalam memajukan ekonomi kreatif.

Lebih dari sekadar sebuah program, peran inovasi untuk mendorong UMKM menjadi cerminan dari semangat kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku UMKM dalam merumuskan solusi-solusi inovatif untuk memperkuat ekonomi kreatif. Capaian-capaian yang telah diraih dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs) juga tidak bisa dipisahkan dari upaya bersama dalam memajukan ekonomi kreatif dan perwujudan komitmen untuk dalam mencapai berbagai target SDGs.

Melalui buku ini, kami mengundang pembaca untuk menjelajahi berbagai konsep, praktik, dan inspirasi untuk memperkuat UMKM bidang ekonomi kreatif. Semoga setiap halaman dapat menjadi sumber motivasi dan wawasan bagi siapa

pun yang peduli dan tertarik dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Buku ini berisi serangkaian tulisan tentang: pemetaan potensi pengembangan UMKM, produk inovasi Mie berbahan Pakcoy, inovasi kerajinan tas batok kelapa, inovasi bakso buah Belimbing, peta dan e-katalog UMKM, pendampingan perizinan usaha, inovasi nugget ikan Lele, dan Teknologi Tepat Guna alat pencetak pentol pipa.

Terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi dalam pembuatan buku ini, dan semoga upaya kita bersama dapat menjadi benih perubahan positif untuk Indonesia.

Selamat membaca.

Surabaya, 20 Januari 2024

Penulis

KATA PENGANTAR

Berbagai variasi inovasi bidang ekonomi kreatif, bukan hanya tentang membangun fisik, tetapi juga tentang memperkuat kebersamaan, inklusivitas, dan kesadaran akan pentingnya keragaman dalam mencapai tujuan bersama.

Peran inovasi untuk mendorong UMKM menjadi cerminan dari semangat kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku UMKM dalam merumuskan solusi-solusi inovatif untuk memperkuat ekonomi kreatif. Capaian-capaian yang telah diraih dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs) juga tidak bisa dipisahkan dari upaya bersama dalam memajukan ekonomi kreatif dan perwujudan komitmen untuk mencapai berbagai target SDGs.

Buku ini berisi serangkaian tulisan tentang: pemetaan potensi pengembangan UMKM, produk inovasi Mie berbahan Pakcoy, inovasi kerajinan tas batok kelapa, inovasi bakso buah Belimbing, peta dan e-katalog UMKM, pendampingan perizinan usaha, inovasi nugget ikan Lele, dan Teknologi Tepat Guna alat pencetak pentol pipa.

Surabaya, Januari 2024

Editor

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vii

BAB I

POTENSI PENGEMBANGAN UMKM DAN EKONOMI

KREATIF	1
1. Pendahuluan	1
2. Pengumpulan Data dan Pemetaan Potensi UMKM...	3
3. Observasi	3
4. Focus Group Discussion (FGD).....	8

BAB II

PEMBUATAN PRODUK INOVASI MIE PAKCOY	21
1. Pengertian Perancangan dan Pengembangan Agribisnis	24
2. Tanaman Pakcoy.....	24
3. Kandungan Zat Gizi Pakcoy.....	25
4. Manfaat Pakcoy.....	26

BAB III

PENINGKATAN MUTU KEMASAN PRODUK

KERAJINAN TAS HIAS DARI BATOK KELAPA	45
1. Deskripsi UMKM.....	47
2. Diversifikasi kemasan produk UMKM.....	48

BAB IV

PEMETAAN JENIS DAN POTENSI UMKM.....	55
1. Potensi Umum	59
2. Tahapan Pemetaan UMKM	60

BAB V	
PEMBUATAN BAKSO BELIMBING SEBAGAI UPAYA	
PEMANFAATAN KOMODITAS UTAMA.....	67
1. Alat dan Bahan Pembuatan Bakso Belimbing.....	69
2. Proses Pembuatan Bakso Belimbing.....	71
3. Strategi Pengembangan Bakso Belimbing	75
BAB VI	
PENGUNAAN PLATFORM INSTAGRAM SEBAGAI	
MEDIA DALAM PENERAPAN DIGITAL MARKETING	
BAGI UMKM.....	85
1. Manfaat Digital Marketing melalui Instagram.....	87
2. Strategi Digital Marketing	89
3. Pembuatan Konten Digital Marketing.....	91
4. Tips dan Trik Promosi dan Menjangkau Audiens.....	100
BAB VII	
PEMETAAN JENIS DAN POTENSI UMKM	107
1. Pengumpulan Data Pemetaan Jenis dan Potensi UMKM	109
2. Hasil Pemetaan Jenis dan Potensi UMKM.....	117
BAB VIII	
PENDAMPINGAN PEMBUATAN NOMOR INDUK	
BERUSAHA (NIB) UMKM	133
1. Pembuatan NIB.....	136
2. Pengertian Nomor Induk Berusaha	137
3. Persyaratan Dokumen Pembuatan NIB.....	137
4. Langkah-langkah Pembuatan NIB.....	139
BAB IX	
PEMBUATAN AKUN E-COMMERCE “SHOPEE” UNTUK	
MENDUKUNG PEMASARAN PADA UMKM	149
1. Persiapan Pembuatan Akun Aplikasi Shopee.....	151

2. Pembuatan Akun Shopee.....	152
3. Cara Memproses Pesanan.....	165
4. Pemasaran Digital Pada E-Commerce Dan Transaksi Elektronik.....	167
BAB X	
DIVERSIFIKASI PRODUK FROZEN FOOD NUGGET LELE PADA UMKM.....	
1. Bahan Baku Pembuatan Nugget Lele.....	185
2. Proses Pembuatan Nugget Lele.....	192
BAB XI	
PEMETAAN JENIS UMKM DAN POTENSI EKONOMI KREATIF	
1. Pengertian Ekonomi Kreatif Dan Jenis UMKM.....	204
2. Langkah-Langkah Pemetaan UMKM.....	208
BAB XII	
PEMBUATAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA (TTG) ALAT CETAK PENTOL SEDERHANA “PEPI” (PENTOL PIPA)	
1. Tujuan pembuatan TTG pentol pipa bagi UMKM...	220
2. Pembuatan TTG Pentol pipa.....	221
3. Proses pembuatan TTG pentol pipa.....	224



POTENSI PENGEMBANGAN UMKM DAN EKONOMI KREATIF

A. PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai bukti, UMKM menyumbang 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia atau sekitar 56,54 juta unit. Kehadiran UMKM memiliki potensi, peran serta kedudukan strategis dan penting dalam mencapai tujuan pembangunan nasional dan tujuan pembangunan ekonomi masyarakat. Selain itu, UMKM juga mampu menciptakan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

Program pengembangan UMKM menjadi sangat penting dalam menggerakkan perekonomian nasional karena kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha, sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar untuk meningkatkan pendapatan. Selama pandemi Covid-19, peran UMKM semakin penting karena menjadi penopang ekonomi, meskipun sebagian UMKM mengalami kesulitan ekonomi (Nurlinda & Sinuraya, 2020).

Pengembangan UMKM bukan hanya tanggung jawab pemerintah, melainkan juga harus dilakukan oleh pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dengan dukungan dan kerjasama pemerintah.

Kelurahan Blitar, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan banyak kreator muda yang berjiwa kreatif dan inovatif, sehingga dapat menjadi pengusaha-pengusaha kriya yang bisa membawa Kelurahan Blitar menjadi lebih maju dalam bidang ekonomi kreatif. Potensi Kelurahan Blitar dari segi industri dan pariwisata bisa dioptimalkan dengan program kegiatan Pasar Jaranan yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali. Pasar Jaranan ini bisa membantu pemerintah dalam menggairahkan perekonomian negara melalui destinasi gelaran budaya.

Namun, gelaran budaya ini belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh para kreator dan seniman kriya di Kelurahan Blitar untuk menampilkan bakat dan kreasinya. Oleh karena itu, dibutuhkan pembinaan sektor industri kriya yang serius untuk menjaga serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Pemetaan sektor ekonomi kreatif yang dilanjutkan dengan pembinaan pada keseluruhan aspek yang dibutuhkan juga perlu dilakukan secara serius. Pengembangan ekonomi kreatif perlu dijadikan sebagai sebuah acuan mengingat saat ini dunia industri telah memasuki era ekonomi gelombang keempat. Perumusan strategi pengembangan dalam pemetaan yang tepat akan membantu munculnya model industri kreatif yang dapat berkembang dengan baik dan memanfaatkan potensi yang telah ada.

Selain industri kriya, terdapat juga UMKM lain yang bergerak di bidang non-kriya. Pada dasarnya, semua UMKM adalah penggerak ekonomi nasional yang patut dikembangkan dan diprioritaskan oleh pemerintah. Oleh karena itu, dalam konsep ekonomi kreatif, UMKM harus dibina secara holistik agar

pertumbuhan ekonomi dapat meningkat secara signifikan. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan pemetaan terhadap potensi-potensi UMKM yang ada di wilayah Kelurahan Blitar. Pemetaan potensi ini bertujuan untuk mempermudah pihak-pihak yang akan melakukan pengabdian di Kelurahan Blitar, khususnya dalam hal pendampingan UMKM. Oleh karena itu, disusunlah "Modul Potensi Pengembangan UMKM dan Ekonomi Kreatif Kelurahan Blitar" ini demi terwujudnya kemudahan bagi para pengabdian masyarakat yang akan terjun secara langsung untuk mendampingi UMKM di Kelurahan Blitar.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Pengumpulan Data dan Pemetaan Potensi UMKM

Metode pengumpulan data pemetaan potensi UMKM bertujuan untuk mempermudah mahasiswa dalam melakukan pemetaan potensi-potensi UMKM dari wilayah kerja mahasiswa. Ada 3 metode yang dapat dilakukan atau digunakan oleh Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur, yaitu metode observasi, metode kuesioner, dan metode *Focus Group Discussion* (FGD).

Metode Observasi

Metode observasi adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengamati perilaku dan aktivitas orang, kelompok, atau organisasi secara langsung. Observasi dapat dilakukan dengan cara terbuka (semua orang yang diamati mengetahui adanya pengamat) atau tertutup (hanya pengamat yang mengetahui adanya pengamatan).

Menurut (Sugiyono, 2018) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain karena observasi sendiri tidak terbatas pengumpulan data pada orang saja, tetapi juga objek- objek alam

yang lain. Selain itu, menurut (Morissan, 2017) observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya.

Metode observasi adalah salah satu cara untuk memperoleh data tentang fenomena yang diamati melalui pengamatan langsung. Agar metode observasi dapat dilakukan dengan baik dan benar, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

- Menentukan tujuan observasi
Sebelum melakukan observasi, tentukan terlebih dahulu tujuan dari observasi yang akan dilakukan. Hal ini akan membantu mahasiswa untuk fokus pada hal-hal yang perlu diamati dan dicatat.
- Menentukan subjek yang akan diamati
Pilih subjek yang akan diamati dengan seksama. Pastikan subjek yang diamati sesuai dengan tujuan observasi dan tidak menyimpang dari fokus observasi.
- Mempersiapkan alat yang diperlukan
Siapkan alat yang diperlukan untuk melakukan observasi, seperti pensil, kertas catatan, kamera, atau alat lain yang diperlukan.
- Menentukan metode observasi
Pilih metode observasi yang tepat, seperti observasi partisipan atau observasi non-partisipan. Metode observasi yang dipilih harus sesuai dengan tujuan dan karakteristik subjek yang diamati.
- Mencatat hasil observasi
Selama melakukan observasi, catat semua hal yang diperhatikan dengan seksama. Gunakan sistem catatan yang mudah dipahami dan dapat diorganisir dengan baik.
- Menganalisis hasil observasi
Setelah observasi selesai, analisis hasil observasi dengan seksama. Carilah pola atau hubungan antara data yang diperoleh.

- Membuat kesimpulan
Setelah analisis selesai dilakukan, buat kesimpulan berdasarkan data yang telah diamati dan dianalisis.
- Menulis laporan observasi
Tulis laporan observasi dengan seksama, dan sertakan semua hal yang diperhatikan dan dianalisis. Pastikan laporan yang dibuat mudah dipahami dan sistematis.



Gambar 1. Kegiatan Observasi yang Dilakukan oleh Kelompok 37 di salah satu UMKM Kelurahan Blitar
(sumber: dokumen pribadi)

Dengan melakukan metode observasi dengan baik dan benar, mahasiswa dapat memperoleh data yang akurat dan dapat diandalkan. Hal ini akan membantu mahasiswa dalam membuat keputusan atau membuat rekomendasi berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan.

Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian yang menggunakan instrumen berupa kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan formulir tertulis yang berisi serangkaian pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan kepada mahasiswa.

Menurut (Sugiyono, 2014). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar

pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden.

Dalam metode kuesioner, mahasiswa menyusun kuesioner berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai dan pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan topik penelitian. Setelah itu, kuesioner didistribusikan kepada responden yang dipilih sebagai sampel.

Kuesioner ini bertujuan untuk melihat potensi dari UMKM yang akan didampingi dan dikembangkan. Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Akan dibagikan kuesioner yang dicetak pada kertas kemudian akan dibagikan kepada para pelaku UMKM.

Adapun beberapa langkah yang bisa digunakan oleh mahasiswa untuk menyusun sebuah kuesioner penelitian, antara lain:

- Tentukan tujuan penelitian
Tentukan terlebih dahulu tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Hal ini akan membantu Anda menentukan pertanyaan-pertanyaan yang relevan untuk dimasukkan ke dalam kuesioner.
- Tentukan responden
Tentukan siapa responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian Anda. Identifikasi karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya.
- Buat daftar pertanyaan
Buat daftar pertanyaan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik responden. Gunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh responden. Hindari pertanyaan yang ambigu atau terlalu umum.
- Tentukan jenis pertanyaan
Tentukan jenis pertanyaan yang akan digunakan, seperti perta-

nyaan terbuka (*open-ended*), pertanyaan tertutup (*closed-ended*), atau kombinasi dari keduanya. Pastikan pertanyaan yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik responden.

- Atur urutan pertanyaan
Atur urutan pertanyaan dengan logis dan sistematis. Mulailah dengan pertanyaan yang mudah dijawab dan berkaitan dengan topik yang familiar, dan akhiri dengan pertanyaan yang lebih kompleks.
- Sertakan instruksi
Sertakan instruksi yang jelas tentang cara mengisi kuesioner. Misalnya, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner, bagaimana cara menjawab pertanyaan, dan apa yang harus dilakukan setelah kuesioner selesai diisi.
- Uji coba kuesioner
Lakukan uji coba kuesioner kepada sejumlah responden terlebih dahulu untuk mengetahui kelayakan kuesioner, apakah ada pertanyaan yang ambigu atau tidak dimengerti oleh responden.
- *Review* dan revisi kuesioner
Lakukan *review* dan revisi kuesioner berdasarkan hasil uji coba. Sesuaikan pertanyaan dan instruksi sehingga kuesioner dapat lebih mudah dipahami dan dijawab oleh responden.



Gambar 2. Kegiatan Pengisian Kuesioner oleh Salah Satu UMKM di Kelurahan Blitar
(sumber: dokumen pribadi)

Dengan melakukan langkah-langkah di atas, mahasiswa dapat membuat kuesioner penelitian yang valid dan dapat diandalkan dalam memperoleh data yang diperlukan untuk memperoleh gambaran dari potensi UMKM yang akan didampingi dan dikembangkan.

Kelebihan dari metode kuesioner antara lain dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari banyak responden secara efisien dan dalam waktu yang relatif singkat, serta dapat mencakup berbagai variabel yang ingin diteliti. Namun, kelemahan dari metode kuesioner adalah terkadang responden dapat memberikan jawaban yang kurang jujur atau tidak memahami pertanyaan dengan baik, sehingga diperlukan pengawasan dan validasi data yang baik dari mahasiswa.

Metode Focus Group Discussion (FGD)

FGD (*Focus Group Discussion*) adalah sebuah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengadakan diskusi kelompok terfokus. Dalam FGD, sekelompok orang yang memiliki kesamaan dalam suatu topik atau isu ditempatkan bersama untuk mendiskusikan topik atau isu tersebut. Diskusi di dalam FGD dipandu oleh seorang fasilitator atau moderator, yang bertugas untuk menjaga agar diskusi tetap fokus pada topik atau isu yang dibahas. Peserta FGD biasanya dipilih secara *purposive* (tertentu), berdasarkan karakteristik atau pengalaman mereka yang relevan dengan topik atau isu yang akan didiskusikan.

Menurut (Irwanto, 2006) menyebutkan 3 (tiga) kata kunci sebagai prinsip FGD yang saling berkaitan, yaitu: (a) FGD adalah diskusi, bukan wawancara atau obrolan; FGD adalah grup atau kelompok bukan individu; FGD adalah terfokus bukan bebas. Pelaksanaan FGD ini dilakukan dengan mendatangi UMKM untuk melakukan diskusi bersama demi menemukan jalan keluar dari permasalahan UMKM yang bersangkutan.

Kegiatan FGD dapat dilakukan ketika mahasiswa sudah melakukan 2 metode sebelumnya, yaitu observasi dan kuesioner. Hal ini agar fokus topik dari FGD dapat terekam dengan jelas dan FGD dapat berlangsung dengan kondusif sesuai dengan arah dan tujuan dari pelaksanaan FGD itu sendiri.

Adapun Langkah-langkah yang bisa dilakukan oleh mahasiswa sebelum melaksanakana FGD, antara lain:

- Persiapkan topik atau isu yang akan didiskusikan:
Pilih topik atau isu yang relevan dengan tujuan penelitian dan jelas dalam arah diskusi. Tentukan juga kriteria peserta yang akan diundang untuk mengikuti FGD.
- Rekrut peserta FGD
Rekrut peserta yang memiliki pengalaman atau pengetahuan yang relevan dengan topik atau isu yang akan didiskusikan. Peserta FGD dapat direkrut dengan cara *purposive sampling*, yaitu memilih peserta berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.
- Tentukan waktu dan tempat yang tepat
Pastikan waktu dan tempat yang dipilih sesuai dengan ketersediaan dan kenyamanan peserta. Berikan informasi yang jelas tentang waktu, tempat, dan agenda FGD kepada peserta.
- Persiapkan moderator
Seorang moderator atau fasilitator yang berkualitas akan membantu memastikan bahwa diskusi kelompok terfokus pada topik atau isu yang dibahas. Moderator harus menguasai topik dan memahami tujuan penelitian serta mempunyai kemampuan mengelola interaksi antara peserta.
- Persiapkan panduan diskusi
Persiapkan panduan diskusi yang berisi daftar pertanyaan atau topik yang akan dibahas. Panduan diskusi harus memungkinkan peserta untuk memberikan pandangan mereka secara terperinci dan terfokus.

- Lakukan diskusi kelompok
Mulailah FGD dengan memberikan pengantar tentang tujuan dan agenda FGD. Moderator harus memfasilitasi diskusi agar peserta merasa nyaman dan dapat berpartisipasi aktif. Pastikan setiap peserta memiliki kesempatan untuk memberikan pandangannya.
- Rekam hasil diskusi
Rekam hasil diskusi dengan baik dan sesuai standar. Hal ini memungkinkan analisis data yang lebih baik di kemudian hari.
- Analisis data
Analisis hasil diskusi kelompok dengan menggunakan teknik analisis kualitatif seperti tema dan kategori. Data yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengembangkan pemahaman tentang pandangan, sikap, dan persepsi peserta terhadap topik atau isu yang dibahas.



Gambar 3. Pelaksanaan FGD oleh Kelompok 37 di Salah Satu UMKM Kelurahan Blitar
(sumber: dokumen pribadi)

Data yang dihasilkan dari FGD dianalisis secara kualitatif, dengan mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari diskusi kelompok tersebut. FGD dapat digunakan dalam berbagai bidang penelitian, seperti penelitian pasar, penelitian sosial, penelitian pendidikan, dan sebagainya.

Keuntungan dari metode FGD adalah memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang pandangan, sikap, dan persepsi peserta terhadap topik atau isu yang dibahas. Namun, FGD juga memiliki kelemahan, seperti sulitnya mengontrol dinamika diskusi kelompok, adanya dominasi suara dari beberapa peserta, atau adanya peserta yang kurang aktif dalam diskusi.

Hasil Pemetaan Potensi UMKM

Setelah menerapkan tiga metode penelitian, yaitu observasi, kuesioner, dan FGD, Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur memutuskan mendampingi tiga UMKM di wilayah Kelurahan Blitar. Ketiga UMKM tersebut adalah Jenang Legend Lek Siti, Zahra Woody Craft, dan JM Gallery. UMKM Jenang Legend Lek Siti bergerak di bidang makanan, sedangkan UMKM Zahra Woody Craft dan JM Gallery bergerak di bidang kriya.

Pemetaan UMKM dilakukan dengan mempertimbangkan tujuh aspek penilaian, yaitu bidang usaha, pemasaran, legalitas usaha, branding logo, potensi usaha, kendala usaha, dan kelompok usaha. Melalui proses tersebut, Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur berhasil memetakan dan mendampingi ketiga UMKM tersebut untuk meningkatkan potensi usaha mereka.

UMKM Jenang Legend Lek Siti merupakan usaha mikro yang memproduksi makanan tradisional, yaitu jenang ketan dan madu mangga. Sementara itu, Zahra Woody Craft dan JM Gallery memproduksi kerajinan tangan. Zahra Woody Craft adalah usaha mikro yang memproduksi tas gantung dari bahan dasar batok kelapa, sedangkan JM Gallery memproduksi topeng barongan

untuk kesenian jaranan. Kedua usaha mikro ini berada di bidang kriya.



Gambar 4. Produk dari UMKM Jenang Legend Lek Siti (sumber: dokumen pribadi)



Gambar 5. Produk dari UMKM Zahra Woody Craft (sumber: dokumen pribadi)



Gambar 6. Produk dari UMKM JM Gallery (sumber: dokumen pribadi)

Kelurahan Blitar sendiri merupakan kampung budaya, sehingga produksi topeng barongan dari JM Gallery sangat sesuai untuk memenuhi kebutuhan seni dan budaya di daerah tersebut. Selain itu, produksi tas gantung dari Zahra Woody Craft juga memiliki nilai seni dan kreativitas yang tinggi serta ramah lingkungan karena menggunakan bahan dasar batok kelapa yang dapat didaur ulang.

Matriks Potensi UMKM Kelurahan Blitar

Matrikulasi pemetaan UMKM dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui keberadaan, jumlah, dan kondisi UMKM di wilayah Kelurahan Blitar. Dengan mengetahui informasi tersebut, pihak terkait, seperti pemerintah, lembaga keuangan, pelaku bisnis, dan mahasiswa dapat membuat kebijakan dan strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM di wilayah Kelurahan Blitar.

Hasil pemetaan UMKM di Kelurahan Blitar dapat dilihat melalui matriks dibawah ini:

Tabel 1. Matrikulasi Potensi UMKM di Kelurahan Blitar

No.	Nama Usaha	Kelebihan	Kekurangan	Kendala	Solusi	Pengelompokan
1.	Tempe "Harapan Kita"	<ul style="list-style-type: none"> - Harga terjangkau - Kualitasnya terjamin - Disukai dari berbagai kalangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia terbatas - Tempat produksi masih belum memadai 	<ul style="list-style-type: none"> - Jangkauan masih di Kota Blitar - Cuaca kalau sedang hujan tempe tidak bisa kering, sedangkan kalau sedang panas bisa rusak - Masih belum dapat bantuan dari kelurahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan edukasi dan pelatihan mengenai marketing - Melakukan pendampingan untuk memiliki legalitas usaha 	Usaha Mikro
2.	Keripik Tempe	<ul style="list-style-type: none"> - Harga lebih terjangkau - Kualitas terjamin - Banyak yang menyukai - Sudah memiliki legalitas usaha 	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia masih kurang atau terbatas - Tempat produksi masih belum memadai 	<ul style="list-style-type: none"> - Minimnya alat produksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan edukasi mengenai pelatihan tentang marketing 	Usaha Mikro
3.	Jamu Tamara	<ul style="list-style-type: none"> - Harga terjangkau - Kualitas terjamin 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya sumber daya manusia dalam 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses pembuatannya terbilang cukup 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuatkan logo resmi oleh anggota kkn 	Usaha Mikro

			<ul style="list-style-type: none"> - pembuatan jamu - Tergantung pemesanan - Masih belum memiliki legalitas usaha 	<ul style="list-style-type: none"> - memakan waktu - Bahan baku jarang didapatkan di daerah sekitar harus mencari keluar kota 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pendampingan terkait legalitas usaha 	
4.	Jenang Lagand	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas terjamin - Melestarikan makanan tradisional 	<ul style="list-style-type: none"> - Masih belum ada legalitas usaha - Masih belum berani dalam pemasaran di toko-toko 	<ul style="list-style-type: none"> - Apabila pemberian gula yang salah nanti rasanya akan berubah - Alat yang digunakan masih sederhana 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperluas jangkauan permodalan - Mengoptimalkan kinerja sumber daya manusia yang ada - Mengedukasi pentingnya pemasaran digital untuk memperluas pemasaran 	Usaha Mikro
5.	Topeng	<ul style="list-style-type: none"> - Melestarikan budaya - Memiliki bentuk yang unik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kayunya mudah lapuk - Kayu yang keras sulit dalam pemahatannya - Proses pembuatannya terbilang cukup memakan waktu 	<ul style="list-style-type: none"> - Minimnya modal - Alat produksi kurang memadai - Kurangnya sumber daya manusia 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedukasi mengenai pelatihan pemasaran - Membantu dalam pembuatan logo - Membantu dalam pembuatan legalitas usaha 	Usaha Mikro
6.	Kerajinan Batok	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas terjamin - Bentuknya unik 	<ul style="list-style-type: none"> - Alat pengukirnya masih membuat sendiri - Masih belum memiliki sosial media - Proses pembuatannya terbilang rumit 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran masih terbatas hanya di makam Bung Karno - Kondisi batok kualitasnya bisa diprediksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Memilih batok dengan kualitas yang baik - Membantu dalam pembuatan logo - Membantu dalam pembuatan legalitas usaha - Melakukan edukasi dan pelatihan mengenai pemasaran 	Usaha Mikro
7.	Keripik samiler	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah memiliki surat legalitas tingkat kecamatan - Kualitas terjamin 	<ul style="list-style-type: none"> - Penjualannya masih dalam bentuk mentahan - Banyaknya persaingan karena mudah ditiru 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengeringan mengandalkan cuaca seringkali tidak bisa diprediksi - Pemasarannya hanya melalui WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan edukasi dan pelatihan terkait digital pemasaran - Membantu pembuatan logo 	Usaha Mikro

8.	Nata De Coco	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk yang bagus - Banyak diminati oleh semua kalangan - Harga terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah produksi yang terbatas - Pemasarannya masih terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ingin melakukan pemasaran melalui era digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedukasi mengenai pemasaran digital untuk memperluas pemasaran 	Usaha Mikro
9.	Kue Basah	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak diminati oleh banyak kalangan - Harga terjangkau - Memiliki berbagi variasi produk - Peralatannya sudah canggih 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasarannya masih terbatas - Masih belum memiliki legalitas usaha - Belum memiliki logo 	<ul style="list-style-type: none"> - Kue tidak tahan lama - Kurangnya tenaga kerja 	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu proses pembuatan logo - Membantu proses pembuatan legalitas usaha - Menambah tenaga kerja 	Usaha Mikro
10.	Kerajinan tas rajut	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki nilai seni dan keindahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemuatannya memakan waktu yang lama - Memerlukan perawatan yang khusus 	<ul style="list-style-type: none"> - Memerlukan tingkat ketelitian yang tinggi dalam pembuatannya - Kurangnya penguasaan media digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendatangkan tenaga ahli dalam mengedukasi pelatihan skill mengenai usaha bidang kriya - Mengadakan workshop digitalisasi marketing 	Usaha Mikro
11.	Rempeyek	<ul style="list-style-type: none"> - Tetap mengaja kepercayaan terhadap konsumen - Menjaga kualitas produk dan harga stabil 	<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen organisasi belum ada - Proses produksi masih dilakukan dengan sendiri - Pemiliki belum berencana untuk penambahan karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki legalitas usaha - Manajemen keuangan yang kurang baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedukasi mengenai cara pengelolaan manajemen keuangan - Melakukan pelatihan digital mengenai pemasaran 	Usaha Mikro

12.	Pengrajin Mainan	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Harga yang terjangkau - Modal cukup 	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah lapuk - Mudah rusak - Desain yang monoton - Tidak ada izin usaha - Kurangnya logo 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya Tenaga Kerja - Kurangnya penggunaan teknologi pada pembuatan proses produksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah tenaga kerja - Memberikan alat yang dapat membantu dalam pembuatan kerajinan - Membantu proses pembuatan legalitas usaha - Membantu proses pembuatan logo 	Usaha Mikro
13.	Kue Basah	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki cita rasa yang lezat - Pilihannya yang beragam 	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah basi - Tempat produksi kurang memadai - Kemasannya kurang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya tenaga kerja - Manajemen keuangan yang kurang baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuka lowongan pekerjaan baru - Mendukung mengenai cara pengelolaan manajemen keuangan 	Usaha Mikro

Sumber: diolah dari Data UMKM Kelurahan Blitar 2022

Berikut ini juga disajikan tabel matriks dari 3 UMKM yang ada di Kelurahan Blitar yaitu Jenang Legend Lek Siti, Zahra Woody Craft, dan JM Gallery.

Tabel 2. Potensi Pengembangan 3 UMKM di Kelurahan Blitar

No.	Nama Usaha	Kelebihan	Kekurangan	Kendala	Solusi	Pengelompokan
1.	Jenang Lagand	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas terjamin - Melestarikan makanan tradisional 	<ul style="list-style-type: none"> - Masih belum ada legalitas usaha - Masih belum berani dalam pemasaran di toko-toko 	<ul style="list-style-type: none"> - Apabila pemberian gula yang salah nanti rasanya akan berubah - Alat yang digunakan masih sederhana 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperluas jangkauan permodalan - Mengoptimalkan kinerja sumber daya manusia yang ada - Mendukung pentingnya pemasaran digital untuk memperluas pemasaran 	Usaha Mikro

2.	Topeng	<ul style="list-style-type: none"> - Melestarikan budaya - Memiliki bentuk yang unik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kayunya mudah lapuk - Kayu yang keras sulit dalam pemahatannya - Proses pembuatannya terbilang cukup memakan waktu 	<ul style="list-style-type: none"> - Minimnya modal - Alat produksi kurang memadai - Kurangnya sumber daya manusia 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedukasi mengenai pelatihan pemasaran - Membantu dalam pembuatan logo - Membantu dalam pembuatan legalitas usaha 	Usaha Mikro
3.	Kerajinan Batok	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas terjamin - Bentuknya unik 	<ul style="list-style-type: none"> - Alat pengukirnya masih membuat sendiri - Masih belum memiliki sosial media - Proses pembuatannya terbilang rumit 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran masih terbatas hanya di makam Bung Karno - Kondisi batok kualitasnya bisa diprediksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Memilih batok dengan kualitas yang baik - Membantu dalam pembuatan logo - Membantu dalam pembuatan legalitas usaha - Melakukan edukasi dan pelatihan mengenai pemasaran 	Usaha Mikro

Sumber: diolah dari Data UMKM Kelurahan Blitar 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa ketiga UMKM yang didampingi dan dikembangkan oleh Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur memiliki kelemahan yang relatif sama dan sangat krusial bagi usaha skala mikro. Kelemahan-kelemahan tersebut antara lain tidak memiliki legalitas usaha dan kurangnya media promosi yang efektif. Tanpa legalitas usaha, UMKM akan kekurangan kepercayaan konsumen, dan hal ini akan berdampak pada angka penjualan. Selain itu, kurangnya media promosi yang efektif juga akan berdampak signifikan terhadap angka penjualan, karena konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang UMKM yang bersangkutan.

Kelemahan-kelemahan tersebut sangat krusial bagi usaha skala mikro, termasuk tiga UMKM di Kelurahan Blitar yang akan didampingi dan dikembangkan oleh Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Oleh karena itu, Kelompok 37 KKN-T

MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur mempertimbangkan untuk melakukan pendampingan dan pengembangan terhadap UMKM wilayah di Kelurahan Blitar, dengan harapan dapat membantu mengatasi kelemahan- kelemahan yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

C. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam modul ini, dapat disimpulkan bahwa pemetaan UMKM di Kelurahan Blitar dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode penelitian, di antaranya observasi, kuesioner, dan FGD. Tiga UMKM yang terpilih yaitu Jenang Legend Lek Siti, Zahra Woody Craft, dan JM Gallery memiliki kelemahan yang perlu diperbaiki, antara lain tidak adanya legalitas usaha dan belum adanya media promosi yang efektif. Oleh karena itu, Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur melakukan pendampingan dan pengembangan terhadap UMKM tersebut. Diharapkan melalui pendampingan dan pengembangan yang dilakukan, UMKM di Kelurahan Blitar dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada dan memperoleh keberhasilan dalam mengembangkan usahanya.

Saran

Sebagai saran, setelah melakukan pemetaan UMKM menggunakan tiga metode penelitian yaitu observasi, kuesioner, dan FGD, Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa

Timur sebaiknya melakukan langkah-langkah berikut ini untuk mendampingi dan mengembangkan UMKM di wilayah Kelurahan Blitar:

- Mendorong dan membantu UMKM untuk memperoleh legalitas usaha agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan penjualan produk.
- Membantu UMKM dalam mengembangkan media promosi yang

efektif dan kreatif agar produk yang dihasilkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

- Memberikan pelatihan-pelatihan kepada UMKM dalam bidang manajemen usaha, pemasaran, dan pengembangan produk agar mampu bersaing dengan usaha serupa di pasar.
- Membangun jaringan kerja sama dengan pihak terkait seperti instansi pemerintah, lembaga pendidikan, dan asosiasi UMKM untuk mendukung pengembangan UMKM di wilayah Kelurahan Blitar.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM di Kelurahan Blitar dapat berkembang dan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- H. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Irwanto. (2006). *Focus Group Discussion, Kuantitatif, dan R&D*. 230.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. 143.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan*.



PEMBUATAN PRODUK INOVASI MIE PAKCOY

A. PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang penting dalam perekonomian nasional. Pembangunan ekonomi nasional pada saat ini berbasis pertanian secara luas. Pengembangan agribisnis dapat menunjang perekonomian dan mensejahterakan masyarakat Indonesia.

Sektor pertanian merupakan peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor pertanian memiliki fungsi sebagai landasan pembangunan ekonomi di Indonesia. Terdapat beberapa peranan sektor pertanian yaitu sebagai penyedia pangan, sebagai sumber tenaga kerja, sebagai sumber kapital bagi pertumbuhan modern dalam tahap awal pembangunan, sebagai sumber devisa negara, dan masyarakat pedesaan merupakan pasar bagi sektor industri di daerah perkotaan.

Perancangan dan pengembangan agribisnis pertanian melibatkan serangkaian langkah untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengelola usaha pertanian yang efektif dan menguntungkan. Perancangan dan pengembangan agribisnis

hortikultura melibatkan proses merencanakan dan mengembangkan usaha pertanian yang berfokus pada tanaman hortikultura seperti sayuran, buah- buahan, bunga, dan tanaman hias. Pengembangan bisnis pada tanaman hortikulturan merupakan bisnis besar dan tersebar luas di seluruh Indonesia.

Komoditas hortikultura, khususnya pada tanaman sayuran memiliki prospek dalam sektor pertanian. Pengembangan komoditas hortikultura, khususnya pada tanaman sayuran dapat dirancang sebagai sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian nasional. Perkembangan agribisnis sayuran memiliki nilai tambah bagi produsen dan perindustrian. Memperbaiki gizi manusia diperlukan mineral, vitamin, zat besi dan lain-lain dalam tubuh. Potensi pengembangan tanaman sayuran di Indonesia didukung dari banyak faktor. Indonesia memiliki kondisi agroteknologi yang dapat menghasilkan hampir semua jenis sayuran, termasuk jenis sayuran yang berasal dari daerah tropis.

Komoditas hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena permintaan yang terus meningkat dari pasar lokal maupun internasional. Selain itu, pengembangan teknologi dan teknik budidaya yang lebih baik telah membantu dalam peningkatan produksi dan kualitas tanaman hortikultura.

Era globalisasi memiliki peranan penting dalam menghasilkan sesuatu yang kompetitif. Dalam era globalisasi, penting bagi petani dan pelaku usaha pertanian untuk beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang terkait dengan pasar global. Peningkatan kualitas, efisiensi produksi, diversifikasi produk, akses pasar, dan manajemen risiko yang baik menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan usaha pertanian di era globalisasi.

Melakukan inovasi seperti memperbaiki manajemennya dan memberikan inovasi terhadap produk, di produk sayuran nanti akan membantu menciptakan dalam pengelolaan produk baru.

Sayuran yang tadinya dijual berupa sayur akan diolah menjadi bahan pangan seperti mie pakcoy, ice cream pakcoy, kripik pakcoy, kulit dimsam dari pakcoy dan juga olahan pudding pakcoy, membantu pemasaran serta pengemasan yang menarik dan kekinian. Pemasarannya yaitu dengan menjualnya di pemasraan digital seperti sosial media dan membantunya dipasarkan secara online produk yang dijual nantinya juga akan berupa mie pakcoy yang kekinian yaitu menjual mie pakcoy dengan level level kepedasannya.

Adanya pasar global dan melalui segala bagian yang tercakup dalam IT seperti email, multimedia, electronic banking, internet, dan world wide web dan sebagainya. IT memiliki pengaruh besar dalam kehidupan manusia dimana salah satunya bidang agribisnis. Produksi dalam bidang pertanian ini memiliki perkembangan yang sangat optimis, akan tetapi kondisi pemasaran masi belum memuaskan sebagaimana harusnya. Adanya beberapa hal sistem marketing yang harus dibenahi. Bidang IT dapat dijadikan suatu yang sangat diperlukan.

Pemasaran merupakan kegiatan yang dimulai dari pembuatan, promosi, transaksi, klien, dan masyarakat. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam mendapatkan keuntungan yang tinggi sehingga diperlukan sebuah perencanaan yang menyeluruh sebagai pedoman dalam sebuah bisnis. Startegi pemasaran memiliki peranan yang sangat vital bagi keberhasilan dari suatu bisnis. Strategi pemasaran ini akan di implementasikan dan di kembangkan sesuai dengan perkembangan sebuah pasar dan lingkungan yang terdapat disekitar. Analisis strategi terdiri dari pelanggan, perusahaan dan pesaing.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Perancangan dan Pengembangan Agribisnis

Perancangan agribisnis merupakan mengacu pada proses merencanakan dan mengorganisasikan bisnis di sektor pertanian. Ini melibatkan pengidentifikasian peluang, penentuan tujuan, penentuan strategi, dan pengembangan rencana yang terperinci untuk mencapai kesuksesan dalam agribisnis. Tujuan perancangan agribisnis adalah menciptakan suatu rencana yang komprehensif dan terstruktur untuk memastikan kesuksesan usaha dalam jangka panjang.

Pengembangan agribisnis mengacu pada serangkaian langkah dan aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, dan daya saing agribisnis. Hal ini melibatkan peningkatan dalam berbagai aspek agribisnis, termasuk produksi, pemasaran, manajemen, dan inovasi teknologi.

Pengembangan agribisnis juga melibatkan pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan berpengetahuan luas dalam bidang pertanian. Ini dapat mencakup pelatihan dan pendidikan untuk petani, peningkatan keterampilan manajemen, dan pengetahuan tentang inovasi teknologi terkini dalam pertanian. Selain itu, pengembangan agribisnis juga mencakup pengembangan infrastruktur pertanian yang memadai, seperti irigasi yang efisien, sistem transportasi yang baik, dan fasilitas pengolahan yang modern. Infrastruktur yang memadai akan membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas agribisnis.

Tanaman Pakcoy

Pakcoy merupakan salah satu komoditi sayuran yang digemari masyarakat. Batang dan daunnya yang lebih lebar dari pada sawi hijau biasa, membuat sawi jenis pakcoy lebih sering digunakan masyarakat dalam berbagai menu masakan (Wibowo

dan Asriyanti, 2013). Pakcoy, juga dikenal sebagai bok choy atau sawi putih, adalah sejenis sayuran hijau yang termasuk dalam keluarga tanaman kubis-kubisan (*Brassicaceae*). Tanaman pakcoy memiliki daun berwarna hijau gelap, batang yang tebal dan berair, serta bentuk daun yang menyerupai daun kubis. Biasanya, bagian daun yang lebar dan renyah digunakan dalam masakan.

Pakcoy memiliki rasa yang lembut dan sedikit manis, dengan tekstur yang renyah saat dimasak. Sayuran ini sering digunakan dalam berbagai hidangan, terutama dalam masakan Asia seperti tumis, sup, mie, dan hidangan sayur lainnya. Pakcoy kaya akan nutrisi, termasuk vitamin C, vitamin A, kalsium, dan serat. Dalam budidaya pakcoy, tanaman ini dapat tumbuh dengan baik dalam iklim sedang hingga tropis. Biasanya, bibit pakcoy ditanam dalam media tanam yang subur dan diberikan pemupukan yang cukup. Selain itu, tanaman ini membutuhkan cahaya matahari yang cukup dan penyiraman yang teratur.

Pakcoy merupakan salah satu sayuran yang populer di pasar lokal maupun internasional. Permintaan akan pakcoy terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat dan makanan bergizi. Hal ini memberikan peluang yang baik bagi usaha agribisnis yang berfokus pada budidaya, pengolahan, dan pemasaran pakcoy. Dalam pengembangan usaha agribisnis pakcoy, penting untuk memperhatikan faktor-faktor seperti kebutuhan pasar, kualitas produk, manajemen produksi yang efisien, pemasaran yang efektif, dan keberlanjutan usaha. Dengan perencanaan dan pengembangan yang tepat, usaha agribisnis pakcoy dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan

Kandungan Zat Gizi Pakcoy

Kandungan gizi pakcoy per 100 gram memiliki banyak nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Zat Gizi	Kandungan 100/gram bahan
Protein	1,5 gram
Karbohidrat	2 gram
Kalsium	105 mg
Kalium	252 mg
Vitamin A	223 mg
Magnesium	19 mg

Sumber: Jayanti 2020

Pakcoy memiliki nilai gizi seperti vitamin C, Vitamin A, Karbohidrat, serat, protein, lemak nabati yang diperlukan oleh tubuh manusia untuk menjaga kesehatan didalam tanaman pakcoy terkandung zat betakaroten yang tinggi yang dapat mencegah penyakit katarak (Sadewa 2016). Menurut (Hidayat dan Musrifatul, 2014) pakcoy juga mengandung gizi protein, lemak nabati, karbohidrat, serat, Ca, Mg, Fe, Na, Vitamin A dan vitamin C. Selain kandungan gizi, mineral dan vitamin, sayuran berhijau daun seperti sawi hijau jenis pakcoy juga merupakan salah satu sumber klorofil yang bermanfaat bagi tubuh manusia. Dengan warna daunnya yang lebih hijau gelap dibandingkan jenis sawi hijau caisim, diduga bahwa kandungan klorofil pada daun sawi hijau pakcoy ini lebih tinggi dari jenis sawi hijau yang lain.

Manfaat Pakcoy

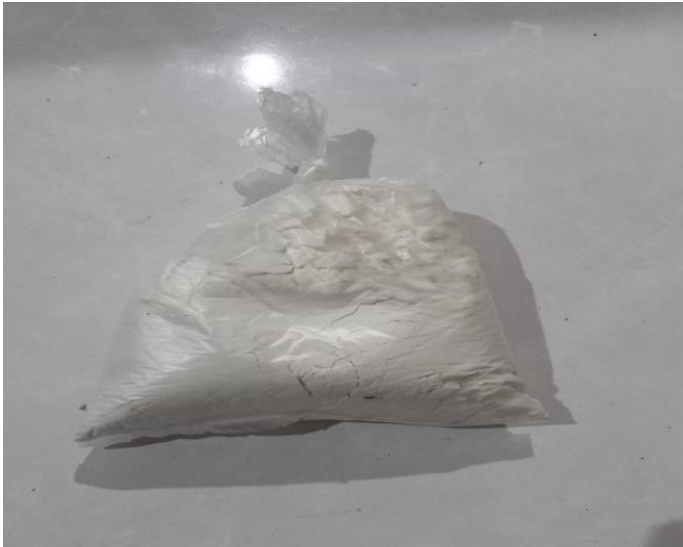
Manfaat pakcoy jika dikonsumsi yaitu: sangat baik untuk kesehatan khususnya perempuan hamil karena mengandung folat yang berfungsi untuk membentuk sel darah merah dan mencegah anemia, mampu mengurangi kolesterol dan baik untuk pencernaan, mengandung kadar vitamin A yang cukup tinggi, baik untuk membantu proses pembekuan darah, mampu menjaga kesehatan kulit dan mencegah penuaan karena mengandung vitamin K dan E, dan baik untuk pembentukan kolagen karena mengandung vitamin C (Yuniarti dkk, 2017).

Jumlah Pakcoy yang Dibutuhkan Untuk Mie Pakcoy

Sebagai bahan utama jumlah yang dibutuhkan pakcoy untuk mie yaitu 250 gram. Jumlah tersebut dianggap cukup dengan pertimbangan komposisi bahan baku yang lainnya untuk pembuatan mie pakcoy.

Bahan Baku Pendukung Lainnya Tepung Terigu Tinggi Protein

Tepung terigu adalah tepung atau bubuk halus yang berasal dari bulir/biji gandum yang di haluskan, kemudian biasanya digunakan untuk pembuatan mie, kue dan roti. Tepung terigu mengandung banyak zat pati, yaitu karbohidrat kompleks yang tidak larut dalam air. Tepung terigu juga mengandung protein dalam bentuk gluten, yang berperan dalam menentukan kekenyalan makanan yang terbuat dari bahan terigu.

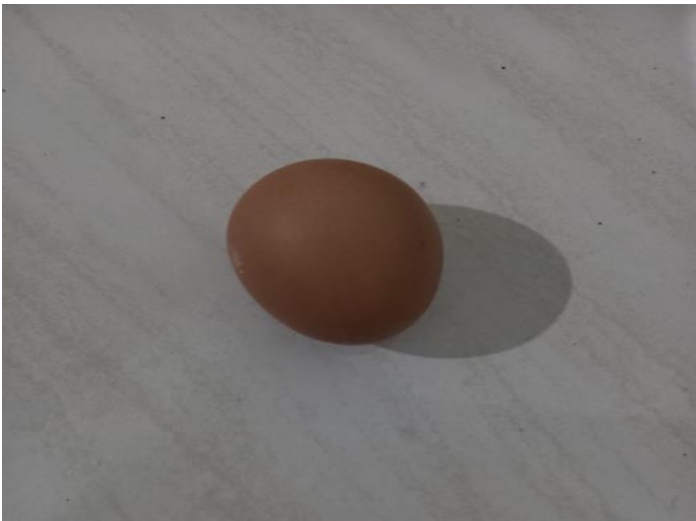


Gambar 1 Tepung

Telur Ayam

Telur merupakan produk peternakan yang memberikan

sumbangan terbesar bagi tercapainya kecukupan gizi masyarakat. Dari sebutir telur didapatkan gizi yang cukup sempurna karena mengandung zat - zat gizi yang sangat baik & mudah dicerna. Oleh karenanya telur merupakan bahan pangan yang sangat baik untuk anak - anak yang sedang tumbuh dan memerlukan protein dan mineral dalam jumlah banyak dan juga dianjurkan diberikan kepada orang yang sedang sakit untuk mempercepat proses kesembuhannya.



Gambar 2 Telur

Garam

Garam adalah benda padatan berwarna putih berbentuk kristal yang merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Klorida (>80%) serta senyawa lainnya seperti Magnesium Klorida, Magnesium Sulfat, Calsium Klorida, dan lain-lain. Garam mempunyai sifat / karakteristik higroskopis yang berarti mudah menyerap air, bulk density (tingkat kepadatan) sebesar 0,8 - 0,9 dan titik lebur pada tingkat suhu 800C. Garam Natrium Klorida untuk keperluan masak dan biasanya diperkaya dengan unsur iodin

(dengan menambahkan 5 g NaI per kg NaCl) padatan kristal berwarna putih, berasa asin, tidak higroskopis, bila mengandung $MgCl_2$ menjadi berasa agak pahit dan higroskopis. Digunakan terutama sebagai bumbu penting untuk makanan, sebagai bumbu penting untuk makanan, bahan baku pembuatan logam Na dan NaOH (bahan untuk pembuatan keramik, kaca, dan pupuk), sebagai zat pengawet.



Gambar 3 Garam

Peralatan Pendukung

Untuk mendukung pembuatan Mie Pakcoy diperlukan beberapa peralatatan yaitu:

- Pisau
Pisau digunakan untuk mencincang atau memotong daun pakcoy.



Gambar 4 Pisau

- Giligan Mie

Giligan mie digunakan untuk membentuk daun pakcoy yang sudah menjadi adonan untuk diproses menjadi lembaran dengan ketebalan tertentu atau sesuai dengan selera kemudian adonan yang sudah terbentuk tipis digiling lagi sesuai dengan bentuk mie.



Gambar 5 Giligan Mie

- Blender

Blender digunakan untuk menghaluskan daun pakcoy menjadi sari pakcoy kemudian dicampurkan dengan bahan-bahan pendukung lainnya untuk membuat mie.



Gambar 6 Blender

- Baskom

Baskom digunakan untuk wadah adonan pendukung kemudian dicampurkan dengan sari pakcoy.



Gambar 7 Baskom

Proses Pembuatan Mie Pakcoy

Merendam daun pakcoy

Merendam sayur pakcoy kurang lebih 5 menit untuk menghilangkan kotoran yang menempel di daun pakcoy.



Gambar 8 Merendam Sayur

Memotong daun pakcoy

Daun pakcoy dipotong menjadi beberapa bagian untuk memudahkan Ketika di blender.



Gambar 9 Memotong Daun Pakcoy

Memblender Daun Pakcoy

Memblender daun pakcoy yang telah di potong hingga halus dan menjadi sari pakcoy.



Gambar 10 Memasukkan Daun Sebanyak 100 gram ke dalam blender



Gambar 11 Memasukkan Air Sebanyak 250 ml



Gambar 12 Memblender Sampai Halus

Mencampurkan semua bahan menjadi satu



Gambar 13 Menuangkan Tepung Terigu Kedalam Wadah



Gambar 14 Memasukkan Margarin



Gambar 15 Memecahkan Telur



Gambar 16 Memasukkan Bumbu Masak



Gambar 17 Mencampurkan dan Mengaduk Semua Adonan Hingga Tercampur Rata



Gambar 18 Menuangkan Sari Pakcoy ke Dalam Adonan
Menggiling Adonan



Gambar 19 Menggiling Adonan Mie Pakcoy

Membaluri dengan tepung



Gambar 20 Melumuri Adonan Dengan Tepung

Merebus mie pakcoy



Gambar 21 Merebus Air



Gambar 22 Mengangkat Mie dari Air Rebusan



Gambar 23 Olahan Mie Pakcoy Mentah



Gambar 24 Mie Pakcoy Varian Pedas



Gambar 25 Mie Pakcoy Varian Ori

Pemasaran Agribisnis Mie Pakcoy

Pemasaran agribisnis adalah proses merencanakan, mengimplementasikan, dan mengendalikan kegiatan yang berkaitan dengan penjualan dan distribusi produk pertanian

kepada konsumen atau pelanggan. Tujuan utama dari pemasaran agribisnis adalah memastikan produk pertanian mencapai pasar yang tepat, dengan harga yang kompetitif, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran agribisnis yang efektif adalah kunci kesuksesan dalam memasarkan produk pertanian. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar, konsumen, dan persaingan, serta penggunaan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Evaluasi Usaha Agribisnis

Evaluasi usaha agribisnis merujuk pada proses analisis dan penilaian kinerja suatu usaha agribisnis untuk mengevaluasi keberhasilan, efisiensi, dan keberlanjutannya. Evaluasi ini melibatkan pengumpulan data, analisis, dan interpretasi informasi yang relevan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi usaha agribisnis tersebut (Amal dkk, 2022).

C. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam modul ini, dapat disimpulkan bahwa perancangan dan pengembangan agribisnis merupakan serangkaian langkah untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengelola usaha pertanian yang efektif dan menghasilkan keuntungan.

Dalam proses produksinya, mie pakcoy masih menggunakan cara manual dengan memanfaatkan mesin penggiling yang cara kerjanya diputar tuasnya. Untuk strategi pemasarannya, produk mie pakcoy ini cocok untuk dipasarkan melalui *e-commerce*.

Saran

Sebagai saran, setelah melakukan pengembangan dan perencanaan agribisnis pada produk mie pakcoy, Kelompok 37 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur sebaiknya melakukan beberapa hal berikut ini untuk mengembangkan produk mie pakcoy:

- Melakukan pendampingan terkait pemasaran secara online dan digitalisasi terhadap produk mie pakcoy.
- Mendorong dan membantu pemilik usaha untuk terus meningkatkan inovasi produk. Seperti menambah varian rasa pada bumbunya.
- Memberikan pemahaman dasar terkait cara membuat catatan keuangan secara sederhana.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan KWT Raharjo Mukti di kelurahan Blitar dapat memperluas target pasar yang nantinya akan dapat meningkatkan keuntungan.

DAFTAR PUSTKA

- Amal, M. I., Sofyan, S., & Zulkarnain, Z. (2022). Analisis Swot: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Sayuran Hidroponik Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(4), 296-306.
- Hidayat, A. A. A & Musrifatul Uliyah. (2014). *Pengantar kebutuhan dasar manusia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Medika.
- Jayanti, K. D. (2020). Pengaruh berbagai media tanam terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman pakcoy (*Brassica rapa subsp. Chinensis*). *JURNAL BIOINDUSTRI (JOURNAL OF BIOINDUSTRY)*, 3(1), 580-588.
- Noviana, G., Ardiani, F., & Astuti, Y. T. M. (2021). Budidaya Caisim dan Pakcoy Teknik Vertikultur dalam Rangka Peningkatan Kemandirian Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 7(2), 86-88.

- Sadewa, D. P. P. (2016). Pemanfaatan Padatan Digestat Sebagai Campuran Media Tanam Pakchoy (*Brassica rapa* L.) Dengan Sistem Irigasi Bawah Permukaan. Skripsi. *Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.*
- Syamsudin, S., Wajdi, F., & Praswati, A. N. (2016). Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa Di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(2), 181-188.
- Trisia, A., Augustina, I., & Mutia, D. (2018). Keterampilan Pengolahan Mie Sehat dari Sayur Sawi untuk Meningkatkan Gizi dan Imunitas Tubuh di Desa Sei Asam Kelurahan Sei Pasa Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah: Processing Skill of Healthy Noodle from Mustard Green for Improving Nutrition and Immunity in Sei Asam Village Sei Pasa District Kapuas Regency Central Kalimantan. *Anterior Jurnal*, 17(2), 144-148.
- Wibowo, S., & S. A. Asriyanti. 2013. Aplikasi hidroponik NFT pada budidaya pakcoy (*Brassica rapa chinensis*). *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 13(3): 159-167.
- Yuniarti, A., Suriadikusumah, A., & Gultom, J. U. (2018). Pengaruh pupuk anorganik dan pupuk organik cair terhadap pH, N-total, C-organik, dan hasil pakcoy pada Inceptisols. *Prosiding Semnastan*, 213-219.



PENINGKATAN MUTU KEMASAN PRODUK KERAJINAN TAS HIAS DARI BATOK KELAPA

A. PENDAHULUAN

Tumbuhan kelapa di Indonesia merupakan tumbuhan serbaguna mulai dari akar, batang, bunga, buah sampai dengan daun dapat digunakan baik sebagai pengobatan tradisional ataupun untuk kehidupan sehari-hari seperti untuk bahan masakan dan kayu bakar, serta perabotan rumah tangga yang berbahan dasar pohon kelapa. Pohon kelapa yang bermanfaat serbaguna ini, bila dilihat dari nilai jual yang kurang berharga adalah tempurung kelapa apalagi bila sudah berwujud limbah. Batok kelapa merupakan limbah dari buah kelapa yang memiliki material paling keras dengan karakteristik warna coklat dengan guratan yang menjadikan daya Tarik untuk bahan kerajinan, ketebalan permukaan yang tidak rata, kuat dan tahan air.

Batok kelapa adalah bahan alami yang tersedia berlimpah. Batok kelapa banyak digunakan aplikasi dan jumlahnya cukup banyak diekspor. Bagi sebagian masyarakat, batok kelapa mungkin tidak berguna lagi karena merupakan sebuah limbah. Padahal sebenarnya batok kelapa justru mempunyai nilai dan sangat

berguna untuk dijadikan kerajinan, sehingga banyak orang-orang kreatif yang mendaur ulang limbah batok kelapa menjadi suatu barang yang mempunyai nilai seni. Hal ini akan memberi keuntungan ganda dari penambahan nilai moneter batok kelapa dan juga sebagai sarana pembuangan limbah. Kerajinan dari bahan dasar limbah batok kelapa banyak dijadikan sebagai aksesoris dengan berbagai macam bentuk dan ukuran. Mulai dari hiasan rumah maupun aksesoris seperti lampu hias, tas dan asbak. Limbah batok kelapa dapat direkayasa dengan teknik dibentuk, dihaluskan, diwarnai menjadi produk aksesoris yang layak dipakai.

Tas dari bahan batok kelapa bukan lagi menjadi sebuah kerajinan yang baru karena dengan menggunakan bahan material batok kelapa ini banyak pengrajin daerah yang memanfaatkannya menjadi sebuah produk. Motif tas yang terbuat dari batok kelapa lebih original tekstur motif nya karena memang bahan material ini memiliki warna asli yang indah. Material pada batok kelapa ini mempunyai sifat dengan ketahanan yang cukup kuat begitupun dengan tekstur pada sebuah batok kelapa ini yang cukup abstrak. Batok kelapa ini mempunyai material yang cukup lengkap dengan adanya ketahanan terhadap air dan keindahan corak nya. Batok kelapa kini dijadikan sebuah material bahan tas yang menjadi daya tarik bagi para pengguna tas terlebih lagi karena keunikannya. Kerajinan tas sendiri jika diberi kemasan yang ramah lingkungan akan mempercantik estetika pada produknya.

Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Zahra Woody Craft sendiri memiliki titik kelemahan yaitu kemasan yang digunakan untuk packaging produknya.

Kemasan yang digunakan hanyalah tas plastic atau kresek biasa. Dengan hal itu, maka Pemberian packaging yang berkualitas sangat dibutuhkan dalam hal ini. Kemasan yang unik akan mencuri perhatian konsumen untuk memperhatikan produk UMKM dan

kemudian akan mempertimbangkannya untuk membelinya. Bisa saja terjadi, seorang konsumen pada awalnya tidak tahu produk suatu UMKM, tapi karena produk UMKM memiliki kemasan yang menarik maka ia menjadi tertarik dan membelinya.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi UMKM Zahra Woody Craft

UMKM Zahra Woody Craft merupakan salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Blitar. UMKM Zahra Woody Craft bergerak di bidang industri kreatif dengan menggunakan bahan dasar batok kelapa pilihan. Berasal dari batok kelapa yang diproses sedemikian rupa hingga menjadi beberapa bentuk kepingan. Batok kelapa yang telah dibentuk menjadi kepingan kemudian diolah hingga menjadi tas dengan warna alami tanpa melalui proses *bleaching*. Karya yang menarik ini memiliki beberapa nilai dari segi bentuk, model, motif maupun harga.

Penjualan UMKM Zahra Woody Craft ini akan terus mengeluarkan variasi-variasi terbaru. Mulai dari segi model dan motif yang lebih beragam. Permintaan- permintaan dari pelanggan akan dicoba untuk direalisasikan. Tidak hanya itu, produk UMKM Zahra Woody Craft ini juga dijual secara online sehingga tidak menutup kemungkinan dapat melakukan penjualan antar kota dan menghasilkan *output* dengan meningkatnya penjualan produk.

Produk yang dihasilkan dari UMKM Zahra Woody Craft dengan bahan baku batok kelapa pilihan dan alat pembuatan yang masih manual dan terbilang cukup rumit serta memerlukan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan tas slempang yang cocok untuk tren saat ini atau biasa disebut dengan istilah *Outfit Of The Day*, tas slempang dari UMKM Zahra Woody Craft juga cocok digunakan untuk bepergian dan dipatok harga yang relatif terjangkau oleh semua kalangan.

Produk yang kurang maksimal akan mempengaruhi hasil karya yang dibuat. Tingkat kesulitan dalam mendesain produk pun juga menjadi pertimbangan yang mempengaruhi hasil karya produk. Pada Hal ini aspek kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan dalam usaha bidang industri kreatif agar terus dapat bertahan lama dan survive utamanya pada UMKM Zahra Woody Craft ini. Pemasaran yang luas dan didukung dengan aspek kreativitas dan inovasi yang tinggi akan membuat usaha bidang industri kreatif ini semakin besar jangkauan nama yang dimiliki.

Diversifikasi kemasan produk UMKM Zahra Woody Craft

Strategi Branding merupakan upaya untuk memperkenalkan sekaligus membedakan produk dengan produk lain di pasaran. Sebuah strategi branding yang baik akan mempengaruhi keseluruhan suatu brand dan strategi ini berhubungan langsung dengan konsumen (Laily, Dona Wahyuning; Prabowo, Hendro Tri; Firdausy, Naura; Maharani, 2023). Beberapa implementasi strategi branding adalah pembuatan logo yang menarik, menciptakan pesan yang sesuai dengan brand, melakukan soft campaign dan perubahan kemasan.

Diversifikasi produk adalah usaha untuk menambah atau memperluas jenis produk yang dibuat oleh perusahaan dengan tujuan untuk tidak terlalu bergantung pada satu jenis produk saja. Diversifikasi produk dapat meningkatkan penjualan karena dengan lebih beragamnya produk yang ditawarkan akan menambah rasa percaya pada konsumen bahwa kebutuhan mereka dapat dipenuhi oleh suatu perusahaan atau UMKM. Kemasan produk secara umum adalah suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas.

Diversifikasi kemasan produk yang dilakukan oleh kelompok 37 KKN-T MBKM yaitu dengan diadakannya kegiatan sosialisasi

dan pelatihan packaging UMKM di Kelurahan Blitar. Kegiatan sosialisasi kemasan pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting untuk membantu UMKM memahami pentingnya kemasan dalam memasarkan produk mereka dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kesuksesan bisnis mereka. Dalam menghadapi perkembangan zaman, maka pengusaha perlu kerjasama dan kemitraan guna meningkatkan berbagai pengetahuan diversifikasi dan keterampilan (Sartika et al., 2018).

Produk UMKM Zahra Woody Craft kerajinan tas dari batok, awalnya masih belum memiliki kemasan yang efektif dan sangat sederhana yaitu dengan menggunakan kantong plastik biasa. Kemasan tersebut hanya dijadikan pelindung produk saja agar mudah dibawa. Umumnya yang konsumen perhatikan pertama kali saat ingin membeli produk adalah bentuk kemasannya. Hal ini membuat kemasan produk menjadi prioritas dan kunci penting dari strategi pemasaran. Melalui kemasan, dapat membuat konsumen mengenali produk yang ditawarkan dan tidak mudah berpaling ke produk lain.

Setelah diadakannya kegiatan sosialisasi tersebut, kelompok 37 KKN-T MBKM membantu mendiversifikasikan kemasan produk UMKM Zahra Woody Craft. Diversifikasi kemasan yang ditawarkan oleh kelompok 37 KKN-T MBKM kepada UMKM Zahra Woody Craft yaitu dengan memberikan kemasan berupa *dustbag* untuk menjaga kualitas produk.



Gambar 1. Dustbag

Selain itu dalam melakukan diversifikasi kemasan produk pada UMKM Zahra Woody Craft dapat juga ditambahkan dengan berbagai ornamen lainnya seperti:

- Logo UMKM Zahra Woody Craft



Gambar 2. Logo UMKM Zahra Woody Craft

Tidak dipungkiri logo dan kemasan merupakan satu kesatuan yang sangat penting untuk mengoptimalkan usahanya. Strategi branding dengan penambahan logo pada kemasan ini bertujuan untuk merebut pasar dan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan penambahan logo pada kemasan yang

tepat, produk tersebut akan dapat mempresentasikan karakteristiknya untuk mempengaruhi keputusan pembeli.

Pada logo Zahra Woody Craft, di desain secara sederhana dengan memperhatikan beberapa elemen yang menjadi identitas dari Zahra Woody Craft sendiri seperti batok kelapa dan tas.

- Tagline UMKM Zahra Woody Craft

Tagline di kemasan ditujukan pada konsumen untuk menggambarkan suatu produk UMKM. Tagline yang dibuat pasti berhubungan dengan produk UMKM tersebut. Selain itu, suatu tagline juga akan menjadi identitas dari suatu brand. Tagline yang menarik tentu akan membuat pelanggan makin mengenal suatu brand.

UMKM Zahra Woody Craft sendiri juga mempunyai dua tagline untuk produknya, diantaranya yaitu:

- “Wonderful handmade from wonderful place” Tagline yang pertama ini berarti buatan tangan yang indah dari tempat yang indah. Tagline tersebut mengartikan bahwa produk yang dihasilkan dari UMKM Zahra Woody Craft dibuat dengan penuh ketelitian sehingga menghasilkan produk yang indah dan menarik.
- “Manufactured by local craftsman”
Tagline yang kedua ini berarti diproduksi oleh pengrajin local. Hal tersebut menandakan bahwa produk dari UMKM Zahra Woody Craft dibuat oleh pengrajin local sehingga barang yang dihasilkan dijamin mutu dan kualitasnya.
- Label “Terima kasih”
Penambahan label pada kemasan berfungsi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Label ucapan pada kemasan terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya.
- Pita

Pita adalah seutas kain atau tali yang dibentuk menjadi suatu pola dan bentuk yang memiliki nilai tersendiri. Pita digunakan untuk tujuan bermanfaat, hias, dan simbolis yang tak terhitung banyaknya. Pita secara dekoratif di kemasan akan mempercantik estetika dan menarik minat lebih konsumen kepada produk yang ditawarkan.

Dengan adanya diversifikasi kemasan produk UMKM Zahra Woody Craft tersebut dapat meningkatkan mutu kemasan pada produk UMKM Zahra Woody Craft.



Gambar 3. Desain Kemasan

C. PENUTUP

Kesimpulan

Tas yang menggunakan material batok kelapa memanglah menjadi pembeda dalam bahan baku material tas. Dengan menggunakan batok kelapa sebagai bahan baku tas akan sangat menarik dan menjadi nilai pembeda dari tas yang sudah ada. Dalam hal pemanfaatan batok kelapa tidak membedakan batok kelapa yang muda dan tua, karena batok kelapa muda dan tua bisa di jadikan sebagai bahan baku material tas.

Dengan adanya perbedaan warna pada batok kelapa muda

dan tua menjadi nilai lebih dan akan membuat perbedaan jika disatukan. UMKM Zahra Woody Craft adalah salah satu UMKM kerajinan tas batok yang memiliki 11 Variasi produk dengan motif dan karakter masing- masing berdasarkan tingkat kerumitannya. UMKM ini memiliki online store di media social dan juga offline store yang bertempat di sekitar makam bung karno, terdapat juga di gallery tepatnya di rumah produksi tas batok yang beralamatkan di Kelurahan Blitar, Kota Blitar.

Penambahan kemasan yang menarik menjadi salah satu hal yang dibutuhkan oleh Zahra woody craft ini dilihat dari sisi kelemahannya yaitu kurangnya packaging yang menarik. Proses diversifikasi produk yang dilakukan adalah proses diversifikasi produk jenis horizontal yaitu dengan mengubah kemasan. Proses diversifikasi ini akan mengubah produk terlihat lebih elegan dan menawan walaupun menggunakan modal yang terjangkau.

Saran

- Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menjelaskan lebih detail mengenai tentang batok kelapa sebagai bahan baku material pada produk tas.
- Dapat di temukan inovasi baru pada material tas yang mampu menahan air.
- Diversifikasi produk harusnya dilakukan untuk pengembangan produk dan branding produk.

DAFTAR PUSTAKA

Laily, Dona Wahyuning; Prabowo, Hendro Tri; Firdausy, Naura; Maharani, A. D. U. (2023). Diversifikasi Logo Dan Kemasan Produk Sebagai Strategi Branding UMKM Keripik Singkong Dua Bersaudara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 50-58.

Sartika, D., Yuliana, N., & ... (2018). Pendampingan Diversifikasi Kemasan, Rasa, dan Bentuk Keripik Kelompok Usaha Bersama Telo Rezeki di Jalan Pagar Alam. *Prosiding Seminar ...*, 133-140.



PEMETAAN JENIS DAN POTENSI UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki pengaruh besar bagi perekonomian di Indonesia. Sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, bahwasanya UMKM adalah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Meskipun usahanya relatif kecil, UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian yang ada di suatu negara. Dengan adanya UMKM, secara tidak langsung juga turut memberikan banyak lapangan kerja yang pada akhirnya tentu akan berdampak pada pengurangan jumlah pengangguran yang ada sekaligus sebagai roda penggerak perekonomian di tingkat global. Peran dari UMKM tidak berhenti sampai di situ saja. Sejarah mencatat bahwa UMKM memiliki andil yang sangat signifikan terutama di saat krisis moneter melanda berbagai negara di belahan dunia.

Ketika krisis ekonomi global melanda, tak luput kondisi

perekonomian di Indonesia semakin memburuk. Hanya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mampu bertahan pada tahun-tahun krisis 1997 dan 1998. Menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM tidak menurun setelah krisis ekonomi, tetapi justru meningkat signifikan, dengan kemampuan menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja pada tahun 2012. Pada tahun tersebut, terdapat 56.539.560 pengusaha Indonesia. Terdapat 56.534.592 UMKM atau sekitar sebesar 99,99%. Perusahaan skala besar menyumbang 0,01% sisanya, atau sekitar 4.968 unit. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan dengan tujuan agar mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain agar juga bisa berkembang.

Adanya domino effect yang terjadi sebagai akibat dari perkembangan UMKM hingga ke berbagai sektor ini dapat menguntungkan berbagai pihak dari beragam kalangan. UMKM yang maju juga dapat meningkatkan persentase meningkatnya jumlah ekspor hingga ke berbagai negara. Tingginya jumlah permintaan dari konsumen terhadap suatu barang inilah yang akan berdampak baik pada kondisi perekonomian makro dan mikro di Indonesia. Selain itu, dengan melambungnya jumlah komoditas ekspor, akan semakin tinggi pula peluang Indonesia untuk semakin dikenal oleh masyarakat internasional. Melalui gastrodiplomacy, contohnya. Adanya pendekatan melalui gastrodiplomacy suatu makanan khas Indonesia, akan semakin menarik minat wisatawan asing untuk dapat mengunjungi Indonesia.

Hal ini tentunya akan menambah pendapatan negara melalui devisa. Keuntungan yang dirasakan oleh para pemilik rumah produksi tidak berhenti sampai di situ saja, melainkan juga hingga ke aspek pariwisata. Wisatawan asing yang datang ke Indonesia tentu akan mengunjungi berbagai objek wisata seperti cagar alam

atau tempat wisata lainnya. Adanya hal ini, akan berpengaruh krusial bagi UMKM yang berada di sekitar tempat wisata tersebut. UMKM yang menjajakan produk olahan khas daerah tersebut atau UMKM yang menghasilkan produk sebagai cinderamata akan sangat terbantu karena adanya dampak positif dari tingginya ekspor produk domestik Indonesia yang berhasil mengenalkan Indonesia ke mata dunia. UMKM tentu tidak berdiri sendiri, perlu Ekonomi Kreatif sebagai industri pemanfaatan kreativitas, bakat, dan keterampilan untuk menciptakan lapangan kerja yang lebih luas lagi.

UMKM dan ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang sangat erat. Hal ini terjadi karena banyaknya UMKM yang bergerak di sektor ekonomi kreatif seperti usaha kuliner, fesyen, ataupun seni. Dalam konteks ini, UMKM dapat dianggap sebagai bagian penting dari ekonomi kreatif sebab para pelaku usaha menciptakan produk atau layanan kreatif dan inovatif yang mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, dukungan dan pengembangan sektor UMKM dan ekonomi kreatif menjadi sangat krusial dalam mengembangkan perekonomian suatu negara.

UMKM di Indonesia tersebar di berbagai daerah di Indonesia tanpa terkecuali, contohnya saja di Kota Blitar Provinsi Jawa Timur. Kota asal Bapak Proklamator Indonesia ini terkenal akan budaya Jawanya yang cukup kental. Di samping itu, Kota Blitar jugaterkenal akan makanan khasnya yang sangat tersohor. Makanan khas Blitar yang cukup sering dijumpai yaitu bumbu pecel, matari, uceng goreng, bahkan hingga produk olahan dari buah belimbing. Salah satu daerah di Kota Blitar yang terkenal akan buah belimbingnya yaitu Kelurahan Karang Sari yang terletak di Kecamatan Sukorejo. Kelurahan Karang Sari merupakan Kelurahan yang secara administratif berada di Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar yang berbatasan langsung dengan Kelurahan Kepanjen Kidul dan

Sukorejo di sebelah utara. Berbatasan dengan Kelurahan Plosokerep di sebelah timur. Berbatasan dengan Kelurahan Tlumpu di sebelah barat. Lalu, berbatasan dengan Kelurahan Turi di sebelah selatan.

Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, memiliki banyak potensi UMKM yang tersebar di 17 RT yang ada. Kelurahan Karangsari, terkenal sebagai daerah penghasil buah belimbing unggulan yaitu Belimbing Karangsari yang juga menjadi sumber pendapatan sebagian besar masyarakatnya. Sehingga ditemukan banyak UMKM yang membuat produk olahan buah belimbing. Di samping pengolahan terhadap buah belimbing, terdapat pula UMKM lain yang juga mengembangkan produk di luar olahan belimbing, contohnya yaitu matari atau yang kerap kali disebut sebagai kembang goyang, bumbu pecel, abon lele, dan berbagai produk olahan lainnya. Keberadaan UMKM yang cukup banyak ini sangat memungkinkan dalam menyerap tenaga kerja yang ada di kelurahan tersebut.

Dalam mewujudkan tujuan agar lapangan pekerjaan terbuka selebar-lebarnya, para pemilik rumah produksi pun semakin banyak bermunculan di Kelurahan Karangsari. Bahkan, dalam perwujudan tujuannya, diselenggarakanlah Kampoeng Koeliner. Kampoeng Koeliner sendiri terletak di Jalan Salak RW 05, Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Kampoeng Koeliner ini merupakan trademark dari Kelurahan Karangsari. Hal ini disebabkan oleh banyaknya produk olahandari buah belimbing yang dijual oleh banyak UMKM. Contoh produk olahan buah belimbing yaitu dodol belimbing, sirup belimbing, keripik belimbing, sambal belimbing, bakso belimbing, dan berbagai olahan lainnya. Kelurahan Karangsari pun tidak hanya tersohor perihal buah belimbing dan produk olahannya saja. Namun juga budayanya yang sangat erat di kalangan masyarakat. Hal ini terwujud pada diselenggarakannya Kampoeng Djadoel di kawasan

RW 04 Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar.

Pada pagelaran acara ini, ditunjukkan berbagai budaya tradisional kepada masyarakat luas, seperti tarian khas Madura, makanan khas Blitar yaitu Pecel Punten, dan lain sebagainya. Alat untuk pembayaran pun masih tergolong sangat tradisional karena menggunakan kepingan koin kayu. Lalu, agar suasana tradisionalnya kental terasa, seluruh penjaja makanan menggunakan baju tradisional. Adanya acara ini sebagai perwujudan dari tujuan agar budaya tradisional tidak lekang oleh waktu dan juga UMKM penjual makanan tradisional maupun nontradisional juga semakin terbantu.

B. POTENSI UMUM

Tabel 1 Potensi UMKM di Kelurahan Karang Sari

No.	Nama UMKM	Jenis Usaha	Produk yang Dihasilkan
1.	Kridha Sari	Kuliner	Enting-Enting
2.	Bakso dan Es Campur "Family"	Kuliner	Bakso Belimbing, Es Campur
3.	Chacha Kitchen	Kuliner	Kue Kering
4.	Cilot Patria	Kuliner	Cilot
5.	Opak Gambir UD. Lumayan	Kuliner	Opak matari
6.	UD Cemara	Kuliner	Berbagai olahan belimbing
7.	Kembang Goyang Alfa	Kuliner	Kembang Goyang
8.	Rengginang "Anik"	Kuliner	Rengginang
9.	Penjahit "Saringsih"	Konveksi	Pakaian
10.	Penjahit "Wijiana"	Konveksi	Pakaian
11.	Matari	Kuliner	Matari

12.	UD Mekarsari	Kuliner	Abon Lele
14.	Dodol Belimbing	Kuliner	Dodol
15.	Mutiara Sari	Kuliner	Minuman Belimbing

Dari hasil survei yang telah dilakukan, diperoleh data di mana UMKM di Kelurahan Karang Sari didominasi oleh UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Produk unggulan dari Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar adalah bakso belimbing yang diproduksi oleh Bakso dan Es Campur “Family” milik Suistiani yang terletak di Jl. Salak No. 26 RT. 02 RW. 05. Bakso Belimbing merupakan ciri khas dari Kampung Kuliner yang pernah populer di Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, sebelum pandemi. Kini kegiatan tersebut sedang tidak berjalan lancar dan diperlukan upaya untuk menghidupkan kembali Kampung Kuliner yang pernah populer pada masanya.

C. TAHAPAN PEMETAAN UMKM

Tahapan Survei dan Wawancara

Survei adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan kuesioner kepada sekelompok responden yang mewakili populasi tertentu dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik, sikap, atau perilaku mereka terhadap topik yang diteliti (Sugiyono, 2019). Dalam kata lain, survei merupakan metode pengumpulan informasi yang digunakan untuk mengumpulkan data, mempelajari fenomena, dan menganalisis permasalahan yang ada. Metode ini lebih spesifik digunakan untuk memahami secara langsung kondisi lapangan dan juga kondisi masyarakat serta berbagai macam kendala yang dialami mitra. Secara etimologisnya, “survei” berasal dari Bahasa Latin, yaitu kata “*sur*” yang merupakan turunan kata latin “*super*” yang berarti “di atas” dan kata “*vey*” yang berasal dari kata latin “*videre*” yang berarti “melihat”. Sehingga “*survei*” dapat diartikan menjadi melihat di atas.

Dalam tahapan ini, survei dilakukan dengan mendatangi satu per satu UMKM yang berada di Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Sebelum memulai survei, hal yang perlu disiapkan adalah mengidentifikasi tujuan agar mendapatkan umpan balik mengenai data yang akan diperoleh. Dilakukan upaya yang mendalam untuk mengobservasi lebih dalam terkait kondisi sebenarnya dari UMKM yang ada di Kelurahan Karang Sari.

Data UMKM yang telah terhimpun oleh ketua paguyuban UMKM di Kelurahan Karang Sari, akan melewati proses seleksi oleh Kelompok 38 untuk diteliti lebih lanjut mengenai prospek atau kendala yang dialami oleh para pelaku usaha selama UMKM tersebut berdiri. Terdapat sekitar 367 UMKM yang berdiri di Kelurahan Karang Sari, Kelompok 38 mendatangi sekitar 15 UMKM guna disurvei untuk memenuhi data sekunder terkait legalitas, pembukuan, dan lain sebagainya. Melalui survei tersebut, akan didapatkan data sekunder yang akan menunjang program kerja Kelompok 38 untuk mendalami permasalahan ataupun kendala di setiap UMKM yang telah terpilih. Setelah mendatangi satu per satu dari 15 UMKM yang disurvei, Kelompok 38 menyeleksi kembali UMKM hingga didapatkan sebanyak 10 UMKM yang akan diteliti kembali permasalahannya melalui survei dan wawancara. Setelah lebih detail mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi di UMKM, kelompok 38 mendapatkan 3 UMKM yang lebih layak untuk dilakukan pendampingan guna menunjang perkembangan UMKM yang sedang dijalankan oleh para pelaku usaha.

Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan pada penelitian yang dijawab oleh responden dalam upaya pengumpulan informasi (Bimo Walgito, 2004). Secara umum, kuesioner adalah alat penting dalam penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang pendapat, perilaku, sikap, dan pengetahuan responden

terkait dengan topik tertentu. Jawaban dari hasil kuesioner tersebut nantinya akan diolah dan digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan.

Dalam menyusun kuesioner, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain:

- Menentukan informasi, menentukan informasi atau indikator apa yang sebetulnya diperlukan dalam penelitian. Hal ini digunakan sebagai bahan dasar dalam merancang pertanyaan maupun pernyataan kuesioner.
- Merumuskan pertanyaan, setelah menentukan indikator yang dibutuhkan, selanjutnya adalah merumuskan pertanyaan-pertanyaan yang sekiranya diperlukan untuk melengkapi data.
- Membuat penjelasan atau pertanyaan lanjutan, untuk mendapatkan informasi mendalam, perlu adanya penjelasan maupun pertanyaan lanjutan. pertanyaan ini bisa dikembangkan dari pertanyaan-pertanyaan mendasar yang telah dibuat sebelumnya.
- Merancang kuesioner secara terstruktur. Jangan lupa mengevaluasi kembali kuesioner sebelum menyebarkannya.
- Melakukan uji coba kuesioner, lakukan uji coba untuk mengetahui seberapa baik kuesioner tersebut. apakah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut sudah bisa dipahami dengan baik atau masih perlu perbaikan lebih lanjut.

Metode kuesioner yang dilakukan kali ini dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang telah kami siapkan sebelumnya kepada sejumlah UMKM. Pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian kami lakukan tanya jawab secara langsung kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan informasi terkait dengan informasi mendasar tentang UMKM, legalitas usaha, capaian pemasaran, metode pembayaran, kendala usaha, dan beberapa informasi lainnya yang berkaitan dengan rencana jangka panjang usaha. Data yang telah diperoleh tersebut kemudian

nantinya akan dipergunakan untuk merancang langkah selanjutnya serta mencari solusi dari permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut.

Angket kuesioner disebar secara bersamaan dengan survei yang dilakukan ke setiap UMKM. Waktu penyebaran kuesioner dan survei terhitung dimulai dari tanggal 17 Maret 2023 s/d 26 Maret 2023. Dari sebaran dan data yang diperoleh tersebut kemudian dikerucutkan kembali untuk mendapatkan data UMKM yang benar-benar membutuhkan pendampingan dalam memajukan UMKM-nya.

Focus Group Discussion (FGD)

FGD adalah Focus Group Discussion adalah sebuah metode pengumpulan data dengan melakukan diskusi terarah dan terbuka. FGD biasanya dilakukan untuk penelitian bersifat kualitatif dan deskriptif. FGD bertujuan untuk mendalami dan meneliti mengenai data sekunder yang dibutuhkan oleh peneliti. pada umumnya, FGD dilakukan oleh beberapa pembicara dan diketuai oleh satu moderator. Pada FGD yang kami lakukan dengan beberapa UMKM yang telah kami survei, kami melakukan FGD dengan narasumber yaitu pelaku usaha dan berdiskusi mengenai kendala yang dialami oleh pelaku usaha tersebut dan berdiskusi mengenai solusi dalam menanggulangi kendala tersebut.

FGD kami lakukan dengan mengunjungi satu persatu pelaku usaha sehingga diskusi dilakukan dengan intens dan terarah. Berdasarkan hasil FGD yang telah kami lakukan, kami menemukan beberapa kendala yang homogen yang dihadapi oleh beberapa pelaku usaha yang kami survei. Melalui data tersebut kami merencanakan solusi terbaik untuk dapat bekerja sama dengan para pelaku usaha.

D. PENUTUP

- Survei yang dilakukan oleh Kelompok 38 bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan oleh Kelompok 38 dalam merancang program kerja yang akan dijalankan selama tiga bulan ke depan.
- Kuesioner yang disebar ke para pelaku usaha bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kendala ataupun permasalahan yang dialami oleh para pelaku usaha. Kuesioner tersebut berisikan sejarah berdirinya UMKM, legalitas usaha, pengolahan limbah, teknik pemasaran, dan lain sebagainya.
- Focus Group Discussion (FGD) dilakukan agar solusi yang telah dirancang oleh Kelompok 38 dapat bermanfaat dan diterima oleh para pelaku usaha yang telah melalui masa seleksi kesamaan kendala. Selain itu, FGD dilakukan agar tidak ada kesalahpahaman terkait program kerja yang akan dilakukan bersama para pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ditamei, S. (2022, September 9). FGD Adalah: Pengertian, Tujuan, dan Karakteristiknya. *Detikjabar*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6282782/fgd-adalah-pengertian-tujuan-dan-karakteristiknya>
- Fajri, D. L. (2022, June 28). Kuesioner Adalah Metode Pengumpulan Data, Contohnya. Berikut Jenis dan *Katadata*. <https://katadata.co.id/agung/berita/62b9fo4590193/kuesione-r-adalah-metode-pengumpulan-data-berikut-jenis-dan-contohnya>
- Negara, D. J. K. (n.d.). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>

Populix. (2021, November 9). Pengertian Kuesioner, Jenis, Cara Membuat dan Contohnya | Populix. *Populix | Platform Analisis Riset Pasar dan Survei Online Berbayar*. <https://info.populix.co/articles/kuesioner-adalah/>

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah [JDIH BPK RI]. (n.d.).

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>



PEMBUATAN BAKSO BELIMBING SEBAGAI UPAYA PEMANFAATAN KOMODITAS UTAMA

A. PENDAHULUAN

Buah belimbing (*Averrhoa carabola* L.) merupakan buah yang berasal dari daerah Asia Tenggara, terutama daerah beriklim tropis. Buah belimbing dapat tumbuh di daerah dataran rendah hingga ketinggian 1200 MDPL. Di daerah Jawa, tanaman ini banyak tumbuh liar di tempat dengan ketinggian 500 MDPL. Tumbuhan ini lebih suka tumbuh dengan sinar matahari penuh, tingkat kelembaban cukup, dan curah hujan yang kurang dari 1.800 mm, dengan catatan memiliki sistem drainase yang cukup.

Pohon buah belimbing dapat mencapai ketinggian 15 meter dengan diameter batang mencapai 30 cm. Namun, ukuran batang pohon belimbing tergantung pula varietas dan kesuburan dari pohon itu sendiri. Buah belimbing memiliki rasa asam manis serta mengandung banyak air (*juicy*). Diameter buah berkadar air tinggi ini biasanya mulai dari 5 – 12 cm dengan berat sekitar 200-500 gram.

Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar,

merupakan penghasil buah belimbing terbesar di Blitar. Hampir seluruh warganya merupakan petani belimbing. Belimbing menjadi tanaman wajib, oleh karena itu setiap lahan kosong yang dimiliki oleh warga Karang Sari dijadikan tempat untuk ditanami belimbing. Jenis belimbing di Karang Sari merupakan belimbing varietas unggul yang dikembangkan oleh Kelompok Tani Margo Mulyo sejak tahun 1985 hingga saat ini. Belimbing yang dihasilkan sudah disertifikasi oleh Menteri Pertanian menurut Surat Keputusan No.483/Kpts/LB 240/8/2004 buah belimbing yang dihasilkan merupakan Varietas Unggul (Kristanto, 2014). Ciri-ciri dan keunggulan buah belimbing Karang Sari ialah warna buah kuning-jingga, ukuran buah besar dengan rasa manis, sedikit berserat, daya adaptasi luas terutama di dataran rendah 10 m sampai 550 m dpl, kandungan vitamin C tinggi dan daya hasil 400–500 kg/ pohon/tahun untuk umur tanaman lebih dari 10 tahun.

Saat ini, jumlah pohon belimbing di Karang Sari telah mencapai 30.000 pohon. Semenjak tahun 2007, di Karang Sari berdiri Agrowisata Belimbing dan menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Blitar. Luas kebun belimbing di Agrowisata Belimbing Karang Sari sekitar lima hektare dengan jumlah pohon belimbing sebanyak 1.933 terhitung per 4 April 2023. Berkat ketekunan dan ketelatenan para petani belimbing di Kelurahan Karang Sari, kini Blitar mampu menghasilkan sekitar 70 ton belimbing tiap minggunya.

Melimpahnya produksi buah belimbing di Kelurahan Karang Sari juga turut mendorong masyarakatnya untuk meningkatkan kreativitas dengan membuat inovasi dari produk olahan belimbing. Olahan produk inovasi tersebut dikembangkan guna memanfaatkan potensi yang ada di Kelurahan Karang Sari serta dapat menumbuhkan jiwa kreatif serta inovatif dalam berwirausaha. Selain itu, dengan kemudahan memperoleh bahan baku tentunya semakin mempermudah para pelaku UMKM untuk

menyalurkan ide dan inovasinya dengan memanfaatkan potensi wilayah yang ada.

Satu di antara produk inovasi dari olahan buah belimbing yakni bakso belimbing. Bakso belimbing merupakan produk inovasi buah belimbing yang masih jarang dikembangkan khususnya di Kelurahan Karang Sari sendiri. Salah satu pelaku UMKM yang mengembangkan bakso belimbing yakni Bakso dan Es Campur “Family” milik Bu Suistiani dan suaminya. Sekilas tidak ada yang berbeda dari ciri fisik bakso belimbing dengan bakso biasa pada umumnya. Perbedaan yang dimiliki oleh bakso belimbing dengan bakso biasa terletak pada cita rasanya. Rasa asam, manis dari buah belimbing yang dipadukan dengan rasa gurih adonan bakso menciptakan cita rasa yang unik.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat dan Bahan Pembuatan Bakso Belimbing

- **Alat Pembuatan Bakso Belimbing**
 - Pisau
Pisau digunakan untuk memotong buah belimbing menjadi beberapa potongan kecil agar mudah untuk dicampurkan ke dalam adonan bakso.
 - Penggiling Daging
Penggiling daging digunakan untuk menghaluskan daging yang akan digunakan dalam adonan bakso agar lebih halus dan mudah untuk dibentuk nantinya.
 - Sendok
Sendok digunakan untuk membantu dalam proses mencetak bakso menjadi bentuk bulat-bulat sebelum siap untuk direbus.
 - Panci
Panci digunakan untuk merebus bakso yang telah dibentuk bulat-bulat.

- Kompor
Kompor sebagai sumber api yang digunakan untuk seluruh proses pembuatan bakso belimbing.
- Bahan Pembuatan Bakso Belimbing
 - Bahan Pentol Bakso
 - ✓ Belimbing
Belimbing yang digunakan dalam pembuatan bakso belimbing adalah Belimbing Karang Sari yang memiliki ukuran besar, rasanya manis, serta kandungan seratnya sedikit. Sehingga menghasilkan sensasi segar apabila dicampur dengan adonan bakso.
 - ✓ Daging Sapi
Bahan utama dari adonan bakso adalah daging sapi yang telah digiling halus.
 - ✓ Tepung Kanji
Tepung kanji atau tapioka merupakan tepung yang berasal dari ekstrak atau sari pati umbi singkong. Penggunaan tepung tapioka pada bakso akan menghasilkan tekstur yang kenyal.
 - ✓ Garam
Garam merupakan komponen yang penting dalam setiap masakan. Penambahan garam dalam bakso, selain sebagai pemberi cita rasa, juga berfungsi sebagai pengawet alami.
 - ✓ Bawang Putih
Bawang putih tidak hanya membuat rasa masakan jadi lezat, tapi juga menambah aroma sedap.
 - ✓ Telur
Telur berfungsi sebagai pengikat adonan pada bakso agar tidak mudah hancur ketika dimasak.
 - ✓ Lada Bubuk
Lada bubuk berfungsi untuk menambah cita rasa dalam adonan bakso.
 - ✓ Air

- ✓ Es Batu
Es baru diperlukan saat proses penggilingan daging sapi. Penambahan es batu penting untuk menjaga suhu daging agar tetap dingin saat digiling.
- Bahan Kuah Bakso
 - ✓ Tulang Sapi
Tulang sapi diperlukan untuk menghasilkan kaldu yang enak, gurih, dan segar dalam kuah bakso.
 - ✓ Air
 - ✓ Bawang Merah dan Bawang Putih
Bawang putih dan bawang merah digunakan untuk menambah aroma sedap dan menambah rasa lezat.
 - ✓ Kaldu Sapi Instan
Kaldu sapi instan berfungsi sebagai bahan tambahan penguat rasa agar menghasilkan kuah bakso yang lebih enak, gurih dan segar.
 - ✓ Merica
Merica bisa ditambahkan sesuai selera saja.
 - ✓ Daun Bawang
Daun bawang berfungsi untuk memberikan aroma yang sedap.
 - ✓ Gula Pasir dan Garam
Gula pasir dan garam ditambahkan di akhir proses pembuatan kuah bakso untuk memastikan rasa kuah sudah sesuai yang diharapkan, dengan kata lain gula dan garam memiliki fungsi untuk koreksi rasa.

Proses Pembuatan Bakso Belimbing

- Mengiris cabai
Gambar di bawah menjelaskan tentang proses pemotongan salah satu bahan dari pembuatan bakso belimbing yaitu cabai, dalam proses pemotongannya sendiri, cabai dipotong atau di iris kecil – kecil agar dapat tercampur dalam adonan bakso, dalam

penggunaan cabai sendiri dapat menggunakan jenis cabai rawit hijau atau dapat juga menggunakan cabai rawit merah maupun menggunakan keduanya.



Gambar 1. Proses Mengiris Cabai
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

- **Memotong Buah Belimbing**

Tahapan selanjutnya yakni pemotongan buah belimbing dalam pemotongan nya buah belimbing dipotong hingga bentuk yang sesuai atau dapat dipotong kecil – kecil agar dapat dicampurkan kedalam adonan, buah belimbing yang digunakan untuk bakso belimbing sendiri dapat menggunakan jenis buah belimbing Karang Sari yang berwarna kuning yang belum terlalu matang. Buah belimbing yang belum terlalu matang dikatakan lebih cocok untuk digunakan karena rasa asam manis yang lebih menonjol sehingga rasa yang terdapat dalam bakso lebih bersatu dan cocok ketika dimakan oleh penikmat bakso belimbing tersebut.



Gambar 2. Proses Pematangan Buah Belimbing
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

- **Menumis Bahan Isian Bakso**

Tahapan selanjutnya adalah proses penumisan bahan- bahan yang sebelumnya telah dipotong dalam proses penumisan terdapat cabai, buah belimbing, dan bumbu yang telah diracik agar rasa lebih enak dan nikmat, proses penumisan membutuhkan waktu yang relatif cepat yaitu sampai berubah warna kecoklatan. Proses penumisan bertujuan untuk menyatukan semua bahan sebelum dicampurkan ke bahan adonan bakso.



Gambar 3. Proses Penumisan Bahan Isian Bakso
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

- **Mencampurkan Adonan Bakso dengan Isian Buah Belimbing**
Sebelum masuk ke tahapan mencampurkan adonan bakso dengan isian buah belimbing, yang perlu dilakukan adalah

membuat adonannya. Adonan terbuat dari daging sapi yang telah digiling halus dengan tepung tapioka, garam, bawang putih, telur, lada bubuk, dan air.

Tahap selanjutnya yaitu mencampurkan adonan bakso dengan bahan yang telah ditumis. Kedua bahan tersebut disatukan dalam satu wadah untuk kemudian dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu proses pencampuran bahan atau pengadukan. Pengadukan dilakukan secara merata hingga semua bahan tercampur dengan benar sehingga tidak ada satu adonan bakso yang tidak ada isiannya, proses ini cukup cepat tetapi tergantung pada seberapa banyak yang akan dibuat jika yang akan dibuat hanya sedikit maka kurang lebih hanya memakan waktu 5 menit saja untuk mencampur adonan bakso dan hasil tumisan tersebut.



Gambar 4. Proses Mencampurkan Adonan Bakso dengan Isian Buah Belimbing
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

- **Membentuk Bakso Menjadi Bulat-Bulat**

Pada proses ini pembentukan bakso dilakukan secara manual menggunakan tangan dan sendok. Menurut beliau sebagai pembuat bakso belimbing cara ini dirasa cukup cepat dan tidak memakan waktu yang lama dalam proses ini juga diperlukan keterampilan tersendiri agar dalam pembentukannya cepat karena bakso yang akan dibentuk juga cukup banyak sehingga

keterampilan sangat diperlukan. Setelah bakso tersebut terbentuk maka akan dimasukkan kedalam tempat yang sudah disediakan dan diberi air panas agar setelah adonan bakso jadi bakso akan mengeras dan terbentuk bulat dan tidak pecah sehingga adonan bakso terbentuk sempurna dan semestinya.



Gambar 5. Proses Pembentukan Bakso
(Sumber: Data Pribadi, 2023)

Proses Pembuatan Kuah Bakso:

- Rebus tulang sapi dengan air selama 1 jam, pakai api sedang dan rebus hingga kuah kaldunya keluar. Buang buih dan kotoran di dalam kuah.
- Tumis bumbu halus seperi bawang merah dan bawang putih sampai menguning dan agak kering. Masukkan bumbu tumisan ke dalam rebusan tulang, tambahkan gula dan garam secukupnya, merica, dan kaldu bubuk. Tambahkan dengan daun bawang, lalu koreksi rasa.
- Masukan bakso yang sudah dibuat sebelumnya, aduk dan masak hingga mendidih.

Strategi Pengembangan Bakso Belimbing

Sebagai upaya pemanfaatan komoditas utama yang dalam hal ini adalah buah belimbing, bakso belimbing merupakan inovasi yang cukup berpotensi apabila dikembangkan secara berkelanjutan.

Berikut merupakan beberapa strategi pengembangan bakso belimbing yang bisa diterapkan dalam rangka mendukung UMKM daerah:

- Aspek Branding Produk

Branding adalah cara memperkenalkan produk baru, sekaligus bisa digunakan untuk mengingatkan kembali sebuah brand agar orang-orang tidak melupakannya.

Ada delapan aspek penting dalam branding, yaitu produk, logo, identitas, tagline, pengiklanan, maskot, servis, dan janji. Dengan menggunakan branding yang kuat maka akan menguntungkan pelaku usaha dalam menaikkan angka penjualan dan perluasan jaringan pemasaran. Bakso belimbing sendiri sudah memiliki keunikan, tinggal bagaimana nantinya pemilik usaha yang dalam hal ini Bu Suistiani mampu memperkenalkan bakso belimbing sebagai inovasi makanan baru yang memiliki keunikan dan ciri khas yang tidak ditemukan di pelaku usaha bakso lainnya.

- Aspek Terhadap Akses Pasar

Bakso belimbing merupakan jenis olahan buah belimbing yang masih jarang ditemukan, khususnya di daerah Kelurahan Karang Sari sendiri. Untuk itu perlu adanya perluasan daerah pemasaran. Aspek terhadap akses pasar dapat dilakukan dengan inovasi promosi melalui dinas-dinas terkait, promosi melalui e-commerce, meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan kualitas pasar, diversifikasi produk memenuhi celah pasar yang masih ada, mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan sebagai ajang positif persaingan dan sebagai ajang pengenalan produk baru.

- Aspek Penggunaan Teknologi

Pemanfaatan teknologi sangat penting dalam mengembangkan dan menyebarluaskan informasi terkait produk yang ingin dipasarkan. Aspek penggunaan teknologi erat kaitannya dengan

media promosi seperti Instagram, facebook, website, dll. Maka dari itu, perlu adanya penguasaan teknologi yang mumpuni agar UMKM yang dalam hal ini bakso belimbing dapat berkembang dengan baik.

Kandungan Gizi Buah Belimbing

Buah belimbing merupakan buah yang kaya akan gizi dan bermanfaat bagi tubuh. Buah belimbing sendiri sangat melimpah dalam hal serat dan vitamin C. Selain kaya serat dan vitamin, buah belimbing juga dikenal rendah kalori. Dalam satu buah belimbing berukuran sedang, terdapat sekitar 30 kalori dan 5 gram karbohidrat, meskipun kandungan tersebut nampak rendah, tetapi jumlah kalori buah belimbing untuk pemenuhan jumlah kalori yang dibutuhkan oleh tubuh berimbang, sehingga tidak beresiko bagi tubuh.

Buah belimbing juga mengandung mineral yang baik bagi kesehatan. Berikut ini adalah kandungan gizi yang terkandung di dalamnya antara lain zat besi, magnesium, mangan, potasium, β -karoten, serta sejumlah vitamin, mulai dari vitamin A, B₉ (asam folat), B₃ (niasin), dan vitamin C (asam L-askorbat).

Dalam 100 gram belimbing setidaknya terdapat zat sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Zat Gizi pada Buah Belimbing

No	Zat Gizi	Kandungan / 100 gram bahan
1	Air	90%
2	Kalori	36%
3	Protein	0,4 gram
4	Lemak	0,4 gram
5	Karbohidrat	8,8 gram
6	Serat	3,2 gram
7	Kalsium	4 mg
8	Fosfor	12 mg
9	Zat besi	1,1 mg
10	Seng (Zinc)	0,1 mg

11	Beta-Karoten	29 mikrogram (mcg)
12	Karoten	170 mcg
13	Vitamin B ₁	0,03 mg
14	Natrium	4 mg
15	Kalium	130 mg
16	Vitamin C	35 mg

Sumber : Panganku.org (2020)

Dikutip dari Healthline, buah belimbing juga mengandung zat lain yang membuatnya semakin sehat. Berikut merupakan sumber senyawa tanaman sehat yang sangat baik, seperti fitonutrisi, flavonoid, dan polifenol. Di antara bentuk flavonoid yang sangat penting adalah: Quercetin, epicatechin, dan asam galat. Senyawa ini memiliki sifat antioksidan yang kuat dan berbagai manfaat kesehatan. Di dalam buah belimbing, kandungan polifenol-nya mencapai 143 mg per 100 g. Secara keseluruhan, senyawa tersebut bisa membantu melindungi tubuh dari efek kerusakan dan radikal bebas.

Kandungan seratnya yang lumayan tinggi juga dapat menjaga kesehatan sistem pencernaan. Apabila buah belimbing dikonsumsi bersama-sama dengan kulitnya, maka kita akan mendapatkan serat yang lebih banyak. Seperti yang banyak kita tahu, serat bisa membantu menyerap kolesterol jahat dari makanan di dalam usus. Selain itu, serat juga bisa membantu meliputi selaput lendir usus dari paparan zat beracun. Cara kerjanya adalah dengan mengikat bahan kimia penyebab kanker di usus besar. Buah ini juga mampu mengatasi berbagai masalah pencernaan, seperti sembelit, kembung, dan diare.

Kandungan vitamin C yang dimiliki oleh belimbing sangat banyak. Secara alami, vitamin C adalah antioksidan yang sangat baik. Dalam 100 gram buah belimbing segar, terkandung sekitar 34,7 mg atau setara dengan 57% jumlah kebutuhan vitamin C harian kita. Secara umum, mengonsumsi buah-buahan yang kaya vitamin C bisa membantu tubuh kita kebal terhadap berbagai

infeksi. Selain itu, buah yang apabila dipotong secara vertikal akan menghasilkan bentuk bintang ini merupakan sumber vitamin B-kompleks seperti; riboflavin, folat, piridoksin, dan (vitamin B-6). Semua kandungan vitamin B kompleks tersebut bisa membantu meningkatkan fungsi enzim dalam metabolisme dan berbagai fungsi sintetis di dalam tubuh.

Seperti yang telah diungkapkan di atas, buah ini juga mengandung sejumlah mineral dan elektrolit seperti; fosfor, kalium, zat besi, dan seng. Kalium adalah komponen penting dari cairan dan sel di tubuh yang akan membantu mengontrol detak jantung dan tekanan darah. Berbagai mineral dan kandungan elektrolit tersebut dapat membantu menghindari tubuh dari efek buruk sodium.

Manfaat Buah Belimbing

Buah belimbing memiliki berbagai khasiat bagi tubuh karena kandungan nutrisi di dalamnya yang cukup tinggi, dari mengontrol berat badan hingga jadi pilihan yang paling baik untuk mengatasi maag. Manfaat lain yang bisa dirasakan dengan mengonsumsi buah belimbing antara lain:

- Menurunkan berat badan
Sebuah penelitian menunjukkan bahwa mengonsumsi buah belimbing dapat membantu menurunkan berat badan. Hal ini dikarenakan belimbing termasuk buah yang rendah kalori dan memiliki kandungan serat yang tinggi sehingga membuat tubuh tidak cepat lapar.
- Mengendalikan kadar gula darah
Tingginya kandungan serat tidak larut air (*insoluble fiber*) pada buah belimbing dinilai dapat menghambat penyerapan glukosa sehingga mampu menurunkan dan mencegah lonjakan kadar gula darah. Manfaat belimbing ini tentu dapat sangat membantu penderita diabetes untuk mengendalikan kadar gulanya.

- **Memperkuat sistem imunitas**
Kandungan antioksidan yang tinggi dalam buah belimbing sangat baik untuk melawan radikal bebas dalam tubuh. Tak hanya itu, adanya antioksidan, seperti zinc dan mangan, juga dapat memperkuat sistem kekebalan tubuh serta membantu menghilangkan racun dari tubuh.
- **Meredakan sakit maag**
Dalam pengobatan tradisional, buah belimbing kerap digunakan untuk meringankan gangguan pada lambung, seperti sakit maag. Buah belimbing dan ekstrak daunnya diketahui memiliki sifat antiulkus karena mengandung terpenoid, flavonoid, dan mucilage yang dapat memperkuat lapisan dalam lambung dan usus, sehingga dapat menurunkan risiko terjadinya kerusakan lambung akibat gastritis.
- **Mengurangi risiko penyakit kardiovaskular**
Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa mengonsumsi buah belimbing dengan porsi yang cukup dapat mengurangi risiko penyakit kardiovaskular dan stroke. Hal ini dikarenakan buah belimbing mengandung cukup banyak vitamin B9 (asam folat) yang bermanfaat untuk menurunkan kadar homosistisin. Kandungan nutrisi dan manfaat belimbing memang sangat baik bagi kesehatan. Meski demikian, orang yang memiliki gangguan fungsi ginjal, khususnya gagal ginjal kronis, tidak dianjurkan untuk mengonsumsi buah belimbing. Hal ini karena buah belimbing mengandung asam oksalat dan karamboxin. Zat-zat tersebut dapat menumpuk di dalam tubuh dan menimbulkan masalah kesehatan bila tidak disaring oleh ginjal dan dikeluarkan lewat urine. Untuk mendapatkan manfaat belimbing secara optimal, maka diperlukan konsultasi dengan dokter spesialis gizi untuk mengetahui seberapa banyak buah belimbing yang perlu dikonsumsi.
- **Meredakan peradangan pada penyakit kulit**

Buah belimbing juga dinilai mampu meredakan peradangan pada penyakit kulit seperti psoriasis atau dermatitis atopik. Penelitian dari *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine* menunjukkan bahwa ekstrak belimbing dipercaya dapat mengurangi edema (pembengkakan) akibat peradangan.

- Mempercepat penyembuhan luka

Kandungan vitamin C di belimbing berperan dalam pembentukan kolagen. Kolagen inilah yang membantu mempercepat penyembuhan luka. Tidak hanya itu, pembentukan kolagen yang terganggu akibat kekurangan vitamin C mengakibatkan jaringan penghubung pada tubuh melemah. Tubuh pun lebih mudah mengalami memar dan nyeri sendi.

- Memperlancar sistem pencernaan

Jenis serat yang ada di dalam belimbing adalah serat tak larut air alias *insoluble fiber*. Serat tersebut membantu mempercepat perpindahan makanan di saluran pencernaan sekaligus mencegah sembelit. Tidak hanya untuk yang sering menderita sembelit, belimbing juga bermanfaat untuk memperlancar buang air besar (BAB) secara teratur.

- Memelihara kesehatan jantung

Tingginya kandungan natrium dan kalium dalam belimbing dapat bertindak sebagai elektrolit dalam tubuh. Hal ini tentu berguna untuk menjaga tekanan darah tetap stabil dan memastikan detak jantung tetap teratur. Tidak hanya itu, berkat kandungan antioksidan di dalamnya, buah ini juga mampu menangkal efek radikal bebas yang bisa meningkatkan risiko terjadinya penyakit kardiovaskuler dan stroke.

- Mengurangi risiko terkena penyakit kanker

Sebuah penelitian menunjukkan manfaat buah belimbing dalam mencegah risiko terkena penyakit kanker. Hal ini terjadi berkat kandungan antioksidan beta-karoten dalam buah belimbing yang dapat menghambat pertumbuhan dan penyebaran sel

kanker, terutama kanker lambung dan kanker usus besar.

Meski terdapat beragam manfaat belimbing, penting untuk diperhatikan bahwa beberapa khasiat tersebut masih membutuhkan bukti dan penelitian lebih lanjut. Tidak hanya itu, perlu diingat juga bahwa mengonsumsi belimbing secara berlebihan juga bisa menimbulkan efek buruk pada sebagian orang, terutama pada penderita gangguan ginjal. Hal ini karena belimbing mengandung asam oksalat dalam jumlah besar. Jika dikonsumsi secara rutin, belimbing bisa menyebabkan masalah neurologis, seperti kebingungan, kejang, bahkan kematian. Oleh karena itu, jika ingin merasakan manfaat belimbing tetapi memiliki kondisi atau masalah medis tertentu, sebaiknya konsultasikan dengan dokter terlebih dahulu guna mendapatkan saran yang sesuai.

C. PENUTUP

- Buah belimbing kaya akan kandungan gizi yang baik bagi tubuh. karena kandungan nutrisi di dalamnya yang cukup tinggi, dari mengontrol berat badan hingga jadi pilihan yang paling baik untuk mengatasi maag. Manfaat lain yang bisa dirasakan dengan mengonsumsi buah belimbing antara lain menurunkan berat badan, mengendalikan kadar gula darah, memperkuat sistem imunitas, mengurangi risiko penyakit kardiovaskular, meredakan peradangan pada penyakit kulit, mempercepat penyembuhan luka, memperlancar sistem pencernaan, memelihara kesehatan jantung, dan mengurangi risiko penyakit kanker.
- Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, merupakan penghasil buah belimbing terbesar di Blitar. Melimpahnya produksi buah belimbing di Kelurahan Karangsari, menjadikan warga Kelurahan Karangsari harus terus meningkatkan kreativitas dalam berinovasi mengolah buah belimbing menjadi makanan yang lebih bervariasi dan unik.

- Salah satu produk olahan belimbing yang ada di Kelurahan Karang Sari adalah bakso belimbing. Meskipun terdengar unik, bakso belimbing merupakan produk inovasi buah belimbing yang masih jarang dikembangkan khususnya di Kelurahan Karang Sari sendiri.
- Dalam rangka mengembangkan dan memperkenalkan olahan bakso belimbing ada beberapa strategi yang dapat dilakukan seperti branding produk, memperluas jaringan pemasaran dengan memasukkan produk ke e-commerce dan sejenisnya, serta meningkatkan penggunaan teknologi dengan memanfaatkan platform digital sebagai media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- 6 *Manfaat Belimbing untuk Kesehatan Tubuh*. (n.d.). Retrieved from [www.alodokter.com:https://www.alodokter.com/kandungandanmanfaat-belimbing-bagi-kesehatan-tubuh](https://www.alodokter.com/kandungandanmanfaat-belimbing-bagi-kesehatan-tubuh)
- Agrowisata Belimbing Karang Sari Produk Unggulan Kota Blitar*. (2023, April 4). Retrieved from [visitpare.com:https://visitpare.com/obyek-wisata-news/agrowisata-belimbing-kota-blitar/](https://visitpare.com/obyek-wisata-news/agrowisata-belimbing-kota-blitar/)
- Anggraeni, C. D. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah*.
- Astuti, I. P. (2017, Mei). *Averrhoa bilimbi L., Averrhoa carambola L. forma acidis Dan Averrhoa carambola L. forma dulcis: Belimbing Tua Koleksi Bersejarah Di Kebun Raya*
- Branding Produk: Pengertian, Jenis, Manfaat, dan Cara Melakukannya*. (2023, Mei 18). Retrieved from [https://biteship.com/:https://biteship.com/blog/pengertian-branding-produk/](https://biteship.com/blog/pengertian-branding-produk/)

- Data Komposisi Pangan Indonesia.* (n.d.). Retrieved from panganku.org: <https://panganku.org/id-ID/view>
- Fakta Nutrisi Belimbing.* (2020, November 29). Retrieved from health.kompas.com: <https://health.kompas.com/read/2020/11/29/100400768/fakta-nutrisi-belimbing?page=all>
- Healthy Eating.* (n.d.). Retrieved from www.healthline.com: <https://www.healthline.com/nutrition/food-and-nutrients>
- Kandungan dan Manfaat Belimbing bagi Kesehatan Tubuh.* (2021, Juni 13). Retrieved from [https://dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/kandungan-dan-manfaat-belimbing-bagi-kesehatan-tubuh#:~:text=Buah%20belimbing%20juga%20mengandung%20mineral,\(asam%20L%20Daskorbat\)](https://dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/kandungan-dan-manfaat-belimbing-bagi-kesehatan-tubuh#:~:text=Buah%20belimbing%20juga%20mengandung%20mineral,(asam%20L%20Daskorbat))
- Kristanto, N. (2014). *Kelompok Tani Margomulyo, Belimbing Karang Sari Buah Ketekuna dan Kegigihan.*
- Makarim, F. R. (2022, Oktober 28). *5 Manfaat Belimbing untuk Kesehatan Tubuh.* Retrieved from www.halodoc.com: <https://www.halodoc.com/artikel/5-manfaat-belimbing-untuk-kesehatan-tubuh>
- Mengenal Beberapa Varietas Belimbing (Averrhoa carambola).* (2021, April 30). Retrieved from cybex.pertanian.go.id: <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/97642/MENG-ENAL-BEBERAPA-VARIETAS-BELIMBING--Averrhoa-carambola/>
- Na'imah, S. (2023, Mei). *9 Manfaat Kesehatan dari Makan Buah Belimbing.* Retrieved from hellosehat.com: <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/manfaat-buah-belimbing/>



INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DALAM PENERAPAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terus berjalan dengan cepat seiring dengan berjalannya zaman. Di era sekarang, kemajuan teknologi membuat semua sektor melakukan digitalisasi dalam menjalankan peranannya. Dunia digital digadang-gadang akan menjadi faktor krusial bagi seluruh aktivitas manusia. Pesatnya kemajuan teknologi, dunia digital dan internet tentunya juga akan berimbas pada sektor bisnis dan pemasaran. Menurut Ascharisa, perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang dulunya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital biasa disebut dengan digital marketing.

Digital marketing ialah kegiatan promosi serta pencarian pasar melalui media digital secara daring dengan memanfaatkan

berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dalam dunia digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang akan memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Bagi pebisnis, digital marketing dapat memudahkan proses pemantauan dan juga penyediaan kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Bagi calon konsumen, digital marketing dapat memudahkan proses pencarian informasi produk yang diinginkannya. Digital marketing mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat dimanapun mereka berada tanpa adanya batasan waktu dan geografis.

Media yang sering digunakan dalam penerapan digital marketing adalah media sosial, salah satu contohnya adalah Instagram. Dengan adanya media sosial Instagram ini tentunya adalah sebagai bentuk dari kemajuan teknologi saat ini. Penggunaan Instagram tentunya sudah berkembang dari yang hanya sekedar platform berjejaring sosial kini menjadi platform yang dapat digunakan untuk sebuah pemasaran. Instagram pada saat ini memiliki fitur bisnis yang dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk membuat profil bisnisnya sendiri serta mengoptimalkan kegiatan bisnis tersebut dengan memanfaatkan platform Instagram. Dengan fitur ini, pebisnis maupun para pelaku UMKM dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan dan mempromosikan bisnisnya.

Terdapat sebanyak 364 UMKM telah tersebar di seluruh wilayah Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, dengan berbagai macam produk yang tentunya berbeda-beda setiap UMKM, Produk tersebut diantaranya meliputi makanan, minuman, jasa, dan lain sebagainya. Sebagian dari UMKM yang ada di Kelurahan Karang Sari sudah mulai memasarkan produknya melalui media sosial Instagram, namun dengan keterbatasan pengetahuan mengenai fitur-fitur yang ada di aplikasi Instagram, seperti penataan feeds dan penataan foto katalog yang kurang

menarik. Disamping itu, masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang masih memasarkan produknya secara manual seperti dari mulut ke mulut.

Dengan adanya pelatihan tentang pemasaran produk UMKM berbasis digital pada media sosial Instagram, para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Karang Sari ini dapat menerapkan serta mencontoh ilmu yang telah didapatkan seperti contohnya dalam pembuatan feeds dan penataan foto katalog produk di Instagram agar terlihat lebih beraturan dan

menarik. Bagi para pelaku UMKM yang telah menggunakan Instagram sebagai media untuk memasarkan atau mempromosikan produknya akan diarahkan untuk mengubah akun Instagramnya menjadi public dengan menggunakan fitur Instagram for business sehingga dapat dijangkau oleh khalayak umum.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat Digital Marketing melalui Instagram

Instagram kini telah menjelma menjadi salah satu media dalam penerapan digital marketing. Tentunya terdapat beragam keuntungan yang bisa diperoleh online marketer jika menerapkan strategi pemasaran satu ini. Berikut adalah beberapa manfaat menerapkan pemasaran Instagram untuk bisnis Anda.

- **Menjangkau Lebih Banyak Audience**

Dengan cara berjualan di Instagram, Anda berkesempatan mendapat pelanggan baik lokal maupun internasional. Anda dapat menjangkau pelanggan dimanapun mereka berada secara efektif tanpa kesulitan. Di Indonesia sendiri tercatat per Bulan Desember 2022, berdasarkan data Napoleon Cat pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97,17 juta yang terbagi dalam kelompok-kelompok usia.

Tabel 1. Presentase Pengguna Instagram Berdasarkan Usia

Usia	Presentase
13-17	12,5 ⁰ %
18-24	38 ⁰ %
25-34	29,8 ⁰ %
35-44	12,2 ⁰ %
45-54	4,7 ⁰ %
>55	2,8 ⁰ %

(Sumber : Napoleon Cat, 2023)

- Platform Visual yang Cocok untuk Promosi
Instagram adalah platform sosial media berbasis visual. Ini memungkinkan Anda membuat berbagai konten keren untuk menarik pelanggan. Maksimalkan kreativitas untuk memanjakan mata audiens sehingga akhirnya mereka tertarik pada produk Anda. Selain itu, otak manusia memproses informasi visual lebih cepat dibandingkan teks biasa.
- Banyak Fitur yang Memudahkan
Melalui fitur Promoted Post, Anda bisa menargetkan audiens secara spesifik sekaligus mengatur budget sendiri. Fitur swipe up di Instagram stories juga memudahkan pelanggan sehingga mereka bisa membuat keputusan pembelian lebih cepat.
- Memantau Strategi Kompetitor
Melalui Instagram, anda akan dapat lebih mudah untuk memantau dan menganalisis strategi kompetitor. Anda dapat melihat jumlah pengikut, jenis konten pemasaran yang digunakan, keterlibatan audiens, cara kompetitor beraksi dengan pelanggan, hingga jadwal mengunggah konten. Informasi Instagram marketing kompetitor yang anda dapatkan, akan dapat membantu anda dalam merancang dan menentukan strategi promosi dan penjualan yang lebih menarik dan kreatif.
- Alat Promosi yang Bagus dan Murah
Instagram Marketing menjadi media promosi yang bagus dan murah. Anda dapat menampilkan konten visual produk dengan

lebih rapi. Fitur Pinned Post dapat membantu anda untuk menyematkan konten berisi produk unggulan atau best seller di bagian atas feed akun Instagram. Tak hanya itu, kemungkinan produk Anda dibeli konsumen sesuai target pasar lebih besar karena pengguna media sosial di Indonesia separuhnya dikuasai pengguna Instagram.

- Instagram Menjadi Katalog Produk yang Soft Selling
Soft selling artinya menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dengan produk. Setiap konten Instagram terkait produk yang Anda unggah, secara tidak langsung menjadi katalog produk yang dapat dilihat dan menarik perhatian mereka.

Strategi Digital Marketing

Strategi digital marketing adalah upaya untuk memasarkan atau mempromosikan suatu brand, produk, dan jasa, dengan menggunakan internet atau media digital lainnya. Dengan strategi digital marketing yang tepat, para pelaku UMKM dapat mencapai tujuan pemasaran, menjangkau pasar yang lebih luas, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

Para pelaku UMKM dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat, contohnya seperti kualitas dan harga produk yang dihasilkan agar dapat menarik di mata konsumen. Secara sederhana, berikut ini langkah strategi digital marketing melalui Instagram :

- Konsistensi dalam Pembuatan Konten
Konsistensi dalam membuat ataupun mengunggah konten marketing di Instagram merupakan salah satu langkah penting bagi para pemilik produk. Dengan membuat konten secara konsisten, audiens dapat dengan lebih sering melihat produk yang ditawarkan. Selain itu, pembuatan konten yang dilakukan secara konsisten juga akan memberikan kesan yang baik untuk

audiens. Adapun jenis-jenis konten yang dapat dimanfaatkan pada platform Instagram adalah sebagai berikut :

- Feeds Instagram

Konten feeds instagram bisa dibilang menjadi konten utama bagi pelaku Instagram Marketing. Feeds akan ditampilkan pada profil Instagram Anda dan akan muncul pada beranda pengikut ketika baru diunggah. Feeds Instagram dapat menjadi first impression para calon pembeli ketika mengunjungi profil Instagram Anda. Oleh karena itu, untuk mendapatkan citra yang baik maka pembuatan konten feeds dianjurkan dikemas dengan rapi dan konsisten. Pengunggahan konten feeds bisa dilakukan paling sering dua hari sekali ataupun paling minimal sekali dalam seminggu.

- Instagram Stories

Konten Instagram Story ini dapat Anda manfaatkan untuk mengatasi bagi calon pembeli yang tidak memiliki banyak waktu untuk scroll Instagram. Kebanyakan para pengguna Instagram yang tidak memiliki banyak waktu ataupun malas untuk scroll Instagram lebih memilih untuk melihat story yang muncul di berandanya. Unggahan konten Instagram Story ini akan hilang setelah 24 jam ditayangkan setelah diunggah. Oleh karena itu, dianjurkan bagi pengguna Instagram Marketing untuk sering mengunggah konten story ini. Konten Instagram Story dapat diunggah minimal sekali dalam sehari, mengingat Story hanya tayang selama 24 jam.

- Instagram Reels

Konten reels dapat Anda gunakan untuk menarik audiens yang lebih suka visualisasi berupa video daripada foto. Menariknya, konten reels dapat diunggah melalui story ataupun ditampilkan di Feeds Instagram. Tak hanya itu, konten reels juga dapat muncul di fitur eksplor pada Instagram. Dengan hal tersebut, konten reels memiliki peluang yang cukup besar untuk menca-

kup banyak audiens. Pengunggahan konten Reels sekali dalam seminggu sudah cukup dalam menarik engagement audiens mengingat Anda juga membutuhkan waktu untuk memikirkan konsep video yang menarik.

- Mengikuti Tren

Para pengguna Instagram Marketing dianjurkan untuk memiliki pemikiran yang up to date. Tak hanya membuat konten saja, melainkan anda juga dapat lebih sering memantau apa yang sedang terjadi di media sosial. Dengan itu, Anda dapat mengikuti tren apa yang sedang marak dan dari tren tersebut Anda dapat memanfaatkan dalam pembuatan konten produk yang Anda miliki. Dengan mengikuti tren, peluang produk Anda dilihat oleh audiens tentu semakin besar.

- Komunikatif

Strategi selanjutnya ialah komunikatif. Sebagai penjual produk, Anda harus komunikatif terhadap audiens dan calon pembeli. Kesan komunikatif dapat diterapkan dalam penulisan caption di setiap postingan, membalas komentar-komentar audiens, dan merespon direct message. Tak lupa juga gunakan penggunaan bahasa yang sopan dan ramah supaya memberikan kesan yang nyaman kepada audiens dan calon pembeli.

Pembuatan Konten Digital Marketing

Setelah mengetahui apa saja jenis-jenis konten pada platform Instagram, berikut ini ialah cara mengunggah konten digital marketing pada Instagram:

- Konten Feeds

- Siapkan terlebih dahulu bahan yang akan diunggah pada Instagram
- Buka aplikasi Instagram dan login pada akun yang akan digunakan
- Ketuk menu ikon tambah seperti pada gambar



Gambar 1. Tahapan Tambahkan Postingan
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih foto ataupun video yang akan diunggah dan tekan berikutnya



Gambar 2. Tahapan Memilih Foto atau Video
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Tambahkan caption yang menarik, sertakan tagar yang sedang tren dan sesuai dengan produk, tambahkan lokasi, dan tandai orang jika perlu. Tambahkan juga music supaya lebih menarik.



Gambar 3. Tahapan Input Caption
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Setelah itu tekan berikutnya dan postingan feed akan terunggah.
- Setelah feed diunggah, anda dapat membagikan postingan feed ke Instagram story dengan menekan ikon pesawat kertas seperti pada gambar



Gambar 4. Tahapan Bagikan Postingan
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih menu tambahkan ke cerita



Gambar 5. Tahapan Pilihan Bagikan
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Tambahkan stiker jika perlu pada menu stiker kemudian tekan menu cerita anda dan story akan terunggah



Gambar 6. Tahapan Bagikan Cerita
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Konten Story
 - Siapkan terlebih dahulu bahan yang akan diunggah pada Instagram
 - Buka aplikasi Instagram dan login pada akun yang akan digunakan.
 - Klik gambar profil (cerita anda) pada pojok kiri gambar



Gambar 7. Tahapan Tambahkan Cerita
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih foto atau video yang akan diunggah



Gambar 8. Tahapan Pilih Foto atau Video
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Tambahkan stiker agar terlihat lebih menarik, kemudian tekan menu cerita anda dan story akan terunggah



Gambar 9. Tahapan Memilih Stiker
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Konten Reels
 - Siapkan terlebih dahulu bahan yang akan diunggah pada Instagram
 - Buka aplikasi Instagram dan login pada akun yang akan digunakan
 - Tekan menu ikon tambah seperti pada gambar



Gambar 10. Tahapan Tambahkan Postingan
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih menu reels



Gambar 11. Tahapan Pilih Reels
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pada menu reels ini anda bisa mengedit terlebih dahulu dengan memanfaatkan fitur editnya mulai dari durasi, music, hingga tata letak video jika belum menyiapkan video.



Gambar 12. Fitur Edit Reels
(Sumber : Data Prinadi, 2023)

- Jika sudah menyiapkan video, anda bisa swipe keatas dari tampilan gambar pada poin e dan memilih video yang akan diunggah kemudian klik berikutnya



Gambar 13. Tampilan Video Reels
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Gunakan music yang sedang tren agar reels anda mampu menjangkau audiens yang lebih luas, tulis caption yang menarik dan sertakan tagar yang sedang tren dan sesuai dengan produk. Tambahkan lokasi dan tandai orang jika perlu kemudian klik bagikan dan reels akan terunggah



Gambar 14. Tahapan Input Caption Reels
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Setelah reels terunggah anda juga dapat membagikannya ke story dengan menekan ikon pesawat kertas



Gambar 15. Tahapan Bagikan Reels
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Tekan menu tambahkan ke cerita



Gambar 16. Tahapan Pilih Cerita Anda
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Klik menu cerita anda dan postingan reels akan terunggah pada story

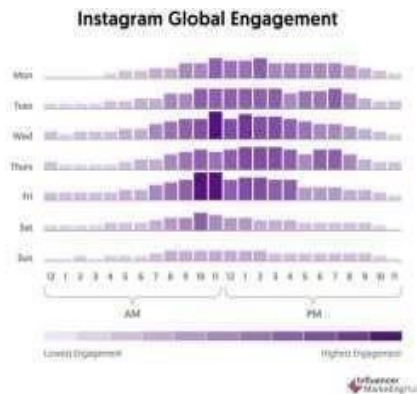


Gambar 17. Tahapan Bagikan Reels ke Story
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

Tips dan Trik Promosi dan Menjangkau Audiens

Seperti yang diketahui, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Artinya, pengguna bukan hanya penikmat konten atau sebagai audiens saja. Melainkan seluruh pengguna juga dapat mengunggah postingan pribadinya ataupun konten-konten lainnya. Maka dari itu sebagai pengguna Instagram Marketing juga harus memperhatikan aspek-aspek lain supaya postingan atau kontennya tetap mampu tersampaikan ke audiens dengan jangkauan yang luas. Berikut ini ialah tips dan trik untuk promosi dan juga menjangkau audiens yang luas :

- Unggah Konten di Waktu yang Tepat
Waktu terbaik untuk mengunggah konten di media sosial adalah ketika audiens kemungkinan besar online dan melihat serta terlibat dengan konten Anda. Terdapat banyak faktor untuk mencari waktu yang tepat untuk mengunggah konten antara lain seperti, faktor hari, faktor istirahat, faktor lokasi dan zona waktu. Jika konten diunggah pada waktu yang tepat ketika audiens kemungkinan besar sedang online. Maka peluang audiens untuk melihat konten Anda cukup besar.



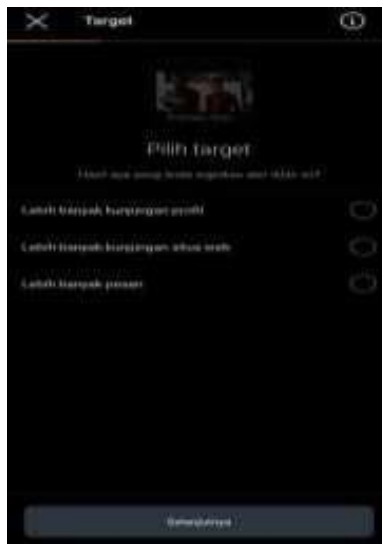
Gambar 18. Grafik Instagram Global Engagement
(Sumber : Influencer Marketing Hub, 2023)

- **Konten yang Menarik**
Konten visual yang menarik bisa Anda lakukan dengan mengunggah konten sesuai target audiens, contohnya seperti konten informatif dan edukasi untuk menjawab permasalahan audiens. Kemudian konten review produk untuk menjelaskan mengenai detail produk yang dijual. Lalu konten tutorial untuk melakukan sesuatu.
- **Gunakan Tagar, Lokasi, Musik, paada Konten Penggunaan tagar, lokasi dan musik pada konten**
cukup berpengaruh pada jangkauan audiens. Penggunaan tagar dan musik yang sedang tren akan memudahkan konten anda dijumpai banyak audiens karena akan muncul setiap audiens mencari berdasarkan tagar dan juga music.
- **Gunakan Iklan Berbayar**
Jika bisnis Anda sudah semakin berkembang dan sudah memiliki modal yang cukup. Anda bisa mencoba fitur yang telah disediakan oleh Instagram berupa iklan berbayar. Postingan Anda nantinya akan dipromosikan oleh pihak Instagram dan tentunya akan lebih sering muncul pada pengguna Instagram lainnya. Caranya sebagai berikut :
 - Pastikan akun Instagram Anda sudah bersifat publik dan memenuhi syarat untuk monetisasi
 - Kemudian pilih postingan yang ingin dipromosikan
 - Klik menu promosikan postingan



Gambar 19. Tahapan Promosikan Postingan
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih target yang ingin dicapai lalu tekan menu



Gambar 20. Tahapan Pilih Target
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Pilih target pemirsa, atur sesuai kemauan lalu tekan menu selanjutnya



Gambar 21. Tahapan Pilih Pemirsa
(Sumber : Data PRibadi, 2023)

- Tentukan anggaran dan durasi yang diinginkan lalu tekan menu selanjutnya



Gambar 22. Tahapan Pilih Anggaran dan Durasi
(Sumber : Data Pribadi, 2023)

- Setelah itu akan muncul detail iklan anda dan jika sudah sesuai tekan menu promosikan postingan



Gambar 23. Detail Pesanan Iklan
(Sumber : Data PRibadi, 2023)

C. PENUTUP

- Digital marketing merupakan sebuah respon bagi para pelaku usaha dalam menghadapi kemajuan teknologi informasi. Banyak platform digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media digital marketing oleh pelaku usaha. Dengan menerapkan strategi digital marketing, para pelaku usaha memiliki keunggulan dalam segi pemasaran dibandingkan dengan pelaku usaha yang memasarkan secara luring. Diantaranya ialah mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, tidak membutuhkan banyak biaya, tidak terbatasnya mendapat dan mencari informasi mengenai produk dalam pasar, dan masih banyak keunggulan lain yang dapat dirasakan dalam menerapkan digital marketing.
- Instagram dikenal sebagai platform jejaring media sosial yang

dulunya digunakan sebagai bermain media sosial saja. Namun seiring berjalannya waktu, kini Instagram juga dapat menjadi media bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Instagram merupakan salah satu platform dengan pengguna terbanyak di seluruh dunia. Hal tersebut sangat menguntungkan bila Instagram dapat digunakan sebagai media penerapan digital marketing. Instagram juga menyediakan fitur bisnis bagi para penggunanya yang ingin mengelola bisnis menggunakan akun Instagram.

- Terdapat banyak cara yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memanfaatkan instagram sebagai media digital marketing ketika ingin konten marketing yang dibuat mampu menjangkau audiens yang luas. Diantaranya ialah membuat konten yang menarik, unggah konten di waktu yang tepat, ikuti tren yang sedang marak, interaktif kepada calon pembeli dan lain sebagainya. Cara-cara tersebut dilakukan agar pemasaran yang dilakukan dapat optimal dan memberikan hasil yang positif bagi usaha yang dijalankan.
- Teknologi yang semakin berkembang tentu membuat semua masyarakat mau tidak mau untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Salah satunya adalah memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya. Di Kelurahan Karang Sari Kota Blitar, para penduduknya yang sudah cukup modern sadar akan kemajuan teknologi. Perlahan para pelaku usahanya kini mulai menjajal dunia digital sebagai media pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154-162.

- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.
- Izaak, W. C., Pratama, G. I., Nurdianty, F. D., Pradana, N. A., & Prayoga, D. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 152-160.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112.
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding..*
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.



MODUL PEMETAAN JENIS DAN POTENSI UMKM

A. PENDAHULUAN

Keberadaan usaha kecil sebagai bagian dari pelaku usaha di Indonesia semakin eksis dengan diterbitkannya Undang Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (UUUK). Arti Pentingnya usaha kecil dalam dunia usaha tercermin dari dasar pertimbangan dikeluarkannya UUUK bahwa dalam pembangunan nasional, usaha kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat mempunyai kedudukan, potensi dan peranyang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang berdasarkan demokrasi ekonomi. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut, usaha kecil perlu lebih diberdayakan dalam memanfaatkan peluang usaha dan menjawab tantangan perkembangan ekonomi pada masa yang akan datang. Tidak dapat diragukan lagi, andil UMKM dalam perekonomian nasional sangatlah besar. Di tahun 2009, berdasarkan data Kementerian KUKM, UMKM merupakan 99,99% pelaku ekonomi nasional yang menyerap 97,30% tenaga kerja di Indonesia, dan menyumbang PDB atas dasar harga berlaku sebesar 56,53%.

Kota Blitar merupakan kota terkecil kedua setelah Mojokerto

yang memiliki luas wilayah sebesar 32,58 km² yang terbagi menjadi 3 wilayah kecamatan dan 21 wilayah kelurahan. Kecamatan Sukorejo memiliki luas wilayah terkecil sekitar 30,46%. Pada umumnya masyarakat memiliki mata pencaharian sebagai petani, namun akibat lahan pertanian yang semakin menyempit menyebabkan masyarakat beralih ke sektor industri. Selain itu juga berkat adanya dukungan dari pemerintah kota Blitar melalui visi misi kota Blitar yaitu Menuju Masyarakat Kota Blitar yang Berkeadilan, Berwawasan Kebangsaan, dan Religius melalui APBD Pro Rakyat pada tahun 2015 untuk memantapkan pelaksanaan perekonomian daerah berbasis kerakyatan maka pembangunan ekonomi daerah dilaksanakan dengan mengembangkan potensi ekonomi terutama dibidang pariwisata, perdagangan dan jasa serta harus berpihak kepada masyarakat menengah- miskin dengan menitikberatkan ke arah perluasan akses ekonomi bagi masyarakat dan pengembangan sektor Koperasi, UMKM, serta pelaku usaha informal untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan UKM pada Oktober 2022 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta atau lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia. Dengan daya serap tenaga kerja sebanyak 119 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Dimana kontribusi UMKM berdampak besar pada PDB sebesar 60,5%. (Zakiah, dkk, 2022) Kota Blitar sendiri juga memiliki UMKM tak terkecuali di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo. UMKM di Kelurahan Pakunden bergerak di berbagai sektor, diantaranya yaitu sektor pertanian, peternakan, pengrajin, perindustrian, perdagangan, jasa dan sektor lainnya.

Berdasarkan data dari BPS jumlah UMKM di Kelurahan Pakunden sekitar 3.684 unit, diantaranya sektor pertanian, sektor peternakan, sektor pengrajin, sektor perindustrian, sektor perdagangan, sektor jasa, dan sektor lainnya.

UMKM sendiri juga memiliki keunggulan dan kekurangan atau kendala. Keunggulan UMKM yaitu dalam bertindak dan pengambilan keputusan pemilik usaha bebas dalam penentuannya. Serta pemilik usaha biasanya terjun langsung dalam pengoperasian usaha sehingga jika terjadi suatu insiden pemilik dapat dengan cepat menyadarinya dan dengan segera mungkin mencari solusi. Sedangkan kekurangan dari UMKM sendiri yaitu kesulitan atau keterbatasan dalam pengembangan usaha. Hal ini dapat terjadi disebabkan jumlah modal yang terbatas, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), dan kurangnya inovasi pada pemasaran. (Yulia dan Rupilu, 2019). Kekurangan-kekurangan yang menjadi kendala dalam proses operasi usaha yang telah disebutkan sebelumnya juga bisa terjadi kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Pakunden. Oleh karena itu, kegiatan pemetaan UMKM terkait kendala dan potensi dilakukan di Kelurahan Pakunden. Kegiatan pemetaan ini dilakukan berdasarkan kondisi UMKM di Kelurahan Pakunden, baik dari segi produksi, pemasaran, penjualan, system informasi maupun Sumber Daya Manusia. Pemetaan yang dilakukan ini dapat berguna untuk mengetahui berbagai macam kendala yang dihadapi para pelaku UMKM, sehingga kendala-kendala tersebut dapat diminimalisir dan ditanggulangi.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Pengumpulan Data Pemetaan Jenis dan Potensi UMKM

Dalam pelaksanaan pengumpulan data untuk pemetaan jenis dan potensi UMKM yang di ada di Kelurahan Pakunden di mulai dari tanggal 20 Maret 2023 hingga 7 April 2023 Kelompok 40 KKN-T MBKM menggunakan 3 metode yaitu, obeservasi, kuisisioner, dan FGD.

- **Observasi**

Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang

harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan diselidiki. Sedangkan menurut Kamus Ilmiah Populer kata observasi berarti suatu pengamatan yang teliti dan sistematis, dilakukan secara berulang-ulang (Joesyiana, 2018).

Observasi dalam implementasinya tidak hanya berperan sebagai teknik paling awal dan mendasar dalam penelitian, tetapi juga teknik paling sering dipakai, seperti observasi partisipan, rancangan penelitian eksperimental, dan wawancara (Hasanah, 2017).

Observasi dilakukan dengan cara survei ke berbagai UMKM yang ada di Kelurahan Pakunden. Dalam survei tersebut dilakukan wawancara terkait dengan UMKM yang sedang dijalankan. Melalui wawancara ini dapat digunakan untuk mengali informasi lebih dalam mengenai keunggulan serta permasalahan yang dialami oleh para pemilik UMKM.

- Alat bantu yang dipersiapkan
 - ✓ Buku catatan
 - ✓ Alat tulis
 - ✓ Handphone atau alat perekam lain
- Langkah-langkah observasi melalui wawancara
 - ✓ Meminta bantuan ke Kelurahan Pakunden yang memiliki hak untuk memberi informasi mengenai daftar UMKM di Kelurahan Pakunden.
 - ✓ Mempersiapkan topik dan tema wawancara sesuai dengan yang di butuhkan serta memperlajari masalah yang berhubungan dengan UMKM.
 - ✓ Menyusun daftar pertanyaan yang akan di ajukan
 - ✓ kepada narasumber atau pemilik UMKM sesuai dengan ketentuan 5W+1H.

 - ✓ Mementukan narasumber yang akan diwawancarai serta menghubungi narasumber untuk meminta izin untuk

membuat janji wawancara.

- ✓ Setelah melakukan janji untuk bertemu dengan narasumber yang bersedia di wawancarai barulah memulai kegiatan observasi.
- ✓ Setelah menentukan janji temu, kami menuju tempat obeservasi sesuai dengan kesepakatan.
- ✓ Menyapa dengan ramah dan menjelaskan tujuan dari dilakukannya wawancara kepada pihak yang akan di wawancarai atau dengan narasumber.
- ✓ Menyiapkan alat perekam untuk merekam jalannya wawancara dari wal hingga akhir, sebagai review dan menyiapkan alat tulis serta catatan untuk mencatat hal-hal penting
- ✓ Memperkenalkan masalah yang akan ditanyakan sehingga narasumber mengetahui alasan mengapa dijadikan sebagai narasumber.
- ✓ Memulai dengan menanyakan beberapa pertanyaan yang ringan dan menghindari pertanyaan yang bersifat pribadi, menggurui, memojokkan atau interogatif.
- ✓ Mendengarkan dengan baik jawaban yang disampaikan oleh narasumber dan mencatat pokok-pokok dari jawaban.
- ✓ Mengajukan pertanyaan baru yang muncul dari penjelasan yang diberikan agar lebih paham dan lebih jelas dengan jawaban yang disampaikan oleh narasumber.
- ✓ Setelah semua pertanyaan diajukan tidak lupa untuk memberikan kesempatan kepada narasumber untuk menjelaskan hal-hal yang belum dijelaskan.

Kegiatan observasi dilakukan mulai tanggal 20 Maret 2023 sampai 26 Maret 2023. Beberapa UMKM yang kami observasi meliputi Kripik Menjes Kyu, Quin Koi Farm, Olahlan Susu Segar “Makmur Rahayu”, Siomay “Kinanti Food”, Infused Water Mint “Minsana” dan 14 UMKM lainnya. Saat pelaksanaan wawancara

dengan narasumber, kami mencatat pokok-pokok bahasan wawancara yang kemudian disimpulkan. Dari beberapa UMKM yang telah diobservasi menemukan bahwa terdapat beberapa permasalahan dalam hal perizinan usaha, pemasaran, branding produk serta kemasan, dan manajemen keuangan.



Gambar 1. Kegiatan Observasi UMKM di Keripik Menjes Kyu
(sumber: dokumen pribadi)

- Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Shabrina *et al.*, 2020). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberiseperangkat pertanyaan atau pernyataan (Prawiyogi *et al.*, 2021).

Kuesioner dilakukan dengan bertujuan agar dapat melihat potensi dari UMKM yang akan dipilih untuk dilakukan pendampingan serta pengembangan. Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Kuesioner akan dibagikan dalam bentuk kertas kepada para pemilik UMKM.

Setelah mengobservasi semua UMKM pada tanggal 26 Maret 2023 kami melanjutkan kegiatan dalam menentukan responden

dan menyusun rancangan kuesioner. Dari 20 UMKM yang telah kami observasi, kami menentukan 10 target UMKM yang dijadikan responden dalam kuesioner ini. Sepuluh UMKM tersebut dipilih berdasarkan potensi secara umum yang dimiliki oleh UMKM tersebut serta kesediaannya dalam program-program yang telah kami tawarkan. Berikut langkah-langkah dalam membuat kuesioner penelitian:

- Menentukan target responden
Hal ini dilakukan agar peneliti lebih mudah dalam membangun dan membuat pertanyaan yang terarah, menganalisis serta mengolah data dari jawaban yang diberikan oleh responden.
- Menyusun rumusan masalah
Melalui rumusan masalah akan memunculkan berbagai hipotesis yang dapat di uji melalui pertanyaan-pertanyaan yang akan di ajukan kepada para responden.
- Menentukan tujuan penelitian
- Mengembangkan hipotesis dan tujuan dari penelitian menjadi pertanyaan-pertanyaan yang terarah dan terstruktur untuk menguji kebenaran dari hipotesis.
- Menentukan tipe pertanyaan kuesioner
Terdapat beberapa tipe-tipe pertanyaan yang pada umumnya digunakan dalam perancangan kuesioner, diantaranya:
 - ✓ Pertanyaan terbuka, merupakan tipe pertanyaan yang membuka peluang bagi responden untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan keinginan responden.
 - ✓ Pertanyaan dikotomis, merupakan tipe pertanyaan yang menggunakan jawaban valid seperti “YA” atau “TIDAK”.
 - ✓ Pilihan ganda, merupakan jenis pertanyaan yang menyediakan tiga atau lebih jawaban yang saling bertentangan.
 - ✓ Pertanyaan berupa skala, merupakan jenis pertanyaan yang melibatkan jawaban berupa skala, misalnya dari yang

paling diminati hingga paling tidak diminati sama sekali. Peneliti juga dapat meminta responden untuk mengurutkan pilihan dari jawaban yang kurang penting hingga yang paling penting.

- Menulis pertanyaan secara ringkas

Pertanyaan yang diajukan kepada para responden sebaiknya tidak bertele-tele atau membingungkan responden. Sehingga responden akan lebih cepat menangkap dan paham dengan pertanyaan yang diajukan bila ditulis dan dibuat secara jelas. Dalam memberikan pertanyaan pada suatu kalimat tetapi menjurus untuk menghindari kebingungan para responden. Selain itu, membatasi pertanyaan yang tidak perlu diajukan karena bersifat tidak relevan terhadap tujuan penelitian.

Tipe pertanyaan kuesioner yang kami gunakan ini merupakan jenis pertanyaan dikotomis yaitu artinya merupakan jenis tipe pertanyaan yang hanya menyediakan dua jawaban valid seperti “YA” atau “TIDAK”. Kemudian akan diikuti dengan pertanyaan terbuka yang membuka peluang bagi responden untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan keinginan mereka. Dalam pelaksanaan pengisian kuesioner ini dilakukan dari tanggal 27 maret 2023 hingga 2 April 2023, kami juga memberikan pendampingan kepada para responden dalam pengisian kuesioner sehingga kami akan lebih paham terkait dengan kendala yang dihadapi oleh para responden.



Gambar 2. Kegiatan Pemberian dan Pengisian Kuesioner
(sumber: dokumen pribadi)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDIDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
KKN-TEMATIK MBKM 2023 KELOMPOK 40
Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar
Email: kknt40upnjatim@gmail.com



KUESIONER UMUM

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan survey lokasi UMKM untuk mengetahui permasalahan atau yang di butuhkan oleh para UMKM di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Oleh karena itu, di mohon Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang ada, kami kelompok 40 KKN-T MBKM mengucapkan banyak terima kasih.

Nama :
No Telepon :
Alamat :
UMKM :
Berdiri sejak :

Mohon untuk tanda centang (√) pada setiap pertanyaan yang Bapak/Ibu pilih.

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah ada kendala selama menjalankan UMKM?		
2.	Apakah ada kendala pada tenaga kerja atau SDM?		
3.	Apakah sudah mempunyai brand atau merk untuk produk UMKM tersebut?		
4.	Apakah sudah membuat logo untuk produk UMKM tersebut?		
5.	Apakah sudah mempunyai legalitas (NIB) untuk produk UMKM tersebut?		
6.	Apakah sudah mempunyai NPWP untuk produk UMKM tersebut?		
7.	Apabila belum mempunyai legalitas (NIB), apakah bersedia untuk mengurus?		

Blitar, Maret 2023

Gambar 3. Kuesioner Kelompok 40 (sumber:dukumen pribadi)

- Forum Group Discussion (FGD)

FGD atau Focus Grup Discution adalah kelompok diskusi bukan wawancara atau obrolan. Ciri khas metode FGD yang tidak dimiliki oleh metode riset kualitatif lainnya (wawancara mendalam atau observasi) adalah interaksi. FGD merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan cara diskusi kelompok untuk mendapat solusi dari permasalahan yang dialami oleh para UMKM. FGD adalah group bukan individu. Agar terjadi dinamika kelompok, moderator harus memandang para peserta FGD sebagai suatu group, bukan orang per orang. Pelaksanaan FGD ini dilakukan dengan mengumpulkan beberapa UMKM untuk melakukan diskusi bersama demi menemukan jalan keluar dari permasalahan UMKM. Kegiatan FGD ini kami lakukan setelah selesai melaksanakan kegiatan pemberian dan pengisian kuisioner kepada 10 UMKM. Kemudian, dari sepuluh UMKM tersebut, terpilih 3 UMKM yang paling memiliki potensi untuk didampingi. Tiga UMKM tersebut yaitu keripik menjes Kyu, susu sapi segar Makmur Rahayu, dan Quin Koi Farm. Kegiatan FGD ini kami lakukan mulai tanggal 10 April 2023 hingga 12 April 2023.

Berikut langkah-langkah Forum Group Discussion yang kami lakukan:

- Menentukan tema dan objektif kegiatan, serta menetapkan pembahasan yang relevan dengan tujuan penelitian.
- Memilih UMKM yang sesuai dengan tema dan program kerja yang kami ambil.
- Mempersiapkan rencana kegiatan. Lalu, sehubungan dengan rencana kegiatan dapat mengikutsertakan pihak yang bertugas sebagai notulen, sebagai moderator, dan sebagai dokumentasi.
- Menyusun topik dan pertanyaan sesuai dengan program kerja kelompok.

- Menentukan hari dan tanggal pada setiap UMKM yang akan dilakukan FGD.
- Melakukan kegiatan FGD sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- Memaparkan topik sesuai program kerja dan membuka pertanyaan secara terbuka.
- Mencatat dan meringkas diskusi yang berlangsung.
- Menganalisis dan mengolah data akhir.
- Mengambil kesimpulan berupa keputusan bersama.

Hasil Pemetaan Jenis dan Potensi UMKM

Berdasarkan dari kegiatan observasi dan pembagian kuesioner yang telah kita lakukan pada UMKM di Kelurahan Pakunden diperoleh hasil sebagian besar UMKM yang berada di Kelurahan Pakunden bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan budidaya ikan hias. Di bidang kuliner terdapat UMKM Keripik Menjes Kyu dimana keripik menes tersebut merupakan makanan ringan khas Blitar. Di Kelurahan Pakunden terdapat UMKM yang bergerak di bidang kerajinan yaitu Batik Mawar Putih yang memproduksi batik tulis dengan motif bermacam - macam, salah satunya adalah batik mega mendung. Selain itu, terdapat juga UMKM yang bergerak di bidang budidaya ikan hias yaitu Quin Koi Farm yang membudidayakan ikan hias koi. Berikut hasil pemetaan jenis dan potensi dari semua UMKM yang telah diobservasi akan ditampilkan dalam bentuk tabel dibawah ini.



Gambar 4. Produk dari UMKM Keripik Menjes Kyu
(Sumber: Dokumen pribadi)



Gambar 5. Produk dari UMKM Quin Koi Farm
(Sumber: Instagram)

Matrik Peta Potensi dan Jenis

Tabel 2.1 Matriks Pemetaan UMKM di Kelurahan Pakunden

No	Nama UMKM (Nama Pemilik/Ketua)	Bidang Usaha	Berdiri Sejak (Tahun)	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Bentuk Badan Usaha	Pemasaran		Legalitas Usaha (Sebut jika ada)	Branding Logo	Modal Usaha (Rupiah)	Hasil Pendapatan (Bulan)
							Jenis pemasaran	Cangkupan Pemasaran				
1.	Senoga Berikah (Siti Khotijah)	Kuliner (Opak Gambir)	2016	Jl.Kalilesti No 03	6	Mandiri	Offline	Luar Kota Blitar	Ada (PIRT, NPWP, NIB Halal)	Ada	20 Juta	20 Juta
2.	Kinanti Food (Ali Satria Yudha)	Kuliner (Siomay)	2019	Jl.Asahan Gang 5 RT 04 RW 05	5	Mandiri	Offline & Online (IG & WA)	Dalam & Luar Kota Blitar	Ada (NPWP, NIB,MD, HAKI, Halal)	Ada	15 Juta	±30 Juta
3.	Makmur Rahayu (Sri Rahayu)	Kuliner (Olahan Susu Segar)	2002	Jl.Tanjung RT 04 RW 07	3	Mandiri	Offline (secara langsung)	Kota Blitar	Ada (NIB, NPWP)	Tidak ada	100 Juta	± 4 Juta
4.	Pepy (Chalimah Sri H)	Kuliner (Kripik Menjes)	2018	Jl.Asahan RT 02 RW 05	2	Mandiri	Offline & Online	Kota Blitar	Ada (PIRT, NPWP, NIB, Halal)	Tidak ada	10 Juta	3 Juta

No	Nama UMKM (Nama Pemilik/Ketua)	Bidang Usaha	Berdiri Sejak (Tahun)	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Bentuk Badan Usaha	Pemasaran		Legalitas Usaha (Sebut jika ada)	Branding Logo	Modal Usaha (Rupiah)	Hasil Pendapatan (Bulan)
							Jenis pemasaran	Cangkupan Pemasaran				
5.	Sun Soya (Agus Susanto)	Kuliner (Susu Kedelai)	2009	Jl.Kaligebang RT 01 RW 06	4	Mandiri	Offline & Online	Kota Blitar	Ada (NIB, Halal, NPWP)	Tidak ada	1 Juta	± 3 Juta
6.	Bambang Kritino	Kerajinan (Sangkar Burung)	2013	Jl.Kaliserang N0 64	2	Mandiri	Offline & Online (FB)	Dalam & Luar Kota Blitar	Tidak Ada	Tidak Ada	10 Juta	± 4 Juta
7.	Minsana (Iin Faristin)	Kuliner (Infused Water Mint)	2018	Jl. Kaliopak RT 02 RW 02 (Kampung Mint)	3	Mandiri	Offline & Online (WA)	Dalam & Luar Kota Blitar	Ada (NPWP, NIB, Halal)	Ada	30 Juta	8 Juta
8.	Griya Kreasi Souvenir (Retno Yuni Ash)	Kerajinan	2018	Perumahan Griya Kalimas Indah	2	Mandiri	Offline Store & Online (WA & Instagram)	Kota Blitar	Ada (NIB)	Ada	1 Juta	± 3Juta
9.	Minuman Sari Toga (Citra Rahayu)	Kuliner (Jamu)	1999	Jl. Kalibaru No. 177	2	Mandiri	Offline	Kota Blitar	Tidak Ada	Ada	500 Ribu	700 Ribu
10.	Baru Marem (Iwan)	Kuliner (Tahu)	1977	Jl. Kalikrasak No. 69	8	Mandiri	Offline	Dalam & Luar Kota Blitar	Ada (NIB, NPWP, Halal)	Tidak ada	-	-
11.	Kripik Tempe Asyifa (Kholifatun)	Kuliner (Kripik Tempe)	2000	Jl. Asahan RW. 05 RT. 02	3	Mandiri	Offline & Online (WA)	Kota Blitar	Ada (NIB, NPWP)	Ada	1 Juta	± 1.5 Juta

Tabel 2.2 Matriks Pemetaan Potensi Pengembangan UMKM

No	Nama UMKM (Nama Pemilik/Ketua)	Bidang Usaha	Berdiri Sejak (Tahun)	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Bentuk Badan Usaha	Pemasaran		Legalitas Usaha (Sebut jika ada)	Branding Logo	Modal Usaha (Rupiah)	Hasil Pendapatan (Bulan)
							Jenis pemasaran	Cangkupan Pemasaran				
12	Batik Mawar Putih (Yogi Rosdianta)	Kerajinan (Batik)	2007	Jl. Tanjung 126 RT. 03 RW. 01	27	Perusahaan (CV)	Offline	Dalam Kota, Luar Kota, dan Luar Negeri	Ada (NIB, Sertifikasi Batik Balai Besar Kempen erin)	Ada	-	-
13	Es Krim (Sutini)	Kuliner (Es Krim)	1983	Jl Asahan gang 2 No. 11	1	Mandiri	Offline	Dalam Kota	Tidak Ada	Tidak Ada	-	-
14	Denmas (Ji'in)	Kuliner (Kue Kering, Kripik, & Kue Basah)	2010	Perumnas Griya Kalimas Indah RT. 03 RW. 08	3	Mandiri	Offline & Online (WA)	Dalam Kota	Ada (NIB, NPWP)	Tidak Ada	-	800 Ribu
15	Keripik Tempe (Siti Naryah)	Kuliner (Keripik Tempe)	2013	Jl. Kaliporong RT. 05 RW. 03	5	Mandiri	Offline & Online	Dalam Kota	Ada (NIB, NPWP)	Tidak Ada	-	-
16	Bidaran dan Ciput (Trio Jaya)	Kuliner (Kue Kering)	2002	JL. KALI TEPUS NO. 20 RT. 01 RW. 06	3	Mandiri	Offline & Online	Dalam Kota	Ada (NIB, NPWP)	Ada	-	-
17	Quin Koi Farm (Ikan Koi)	Budidaya Ikan hias	2001	Jl Asahan 121	2	Mandiri	Offline & Online	Dalam & Luar Kota Bitar	Ada (NPWP)	Ada	-	10 Juta

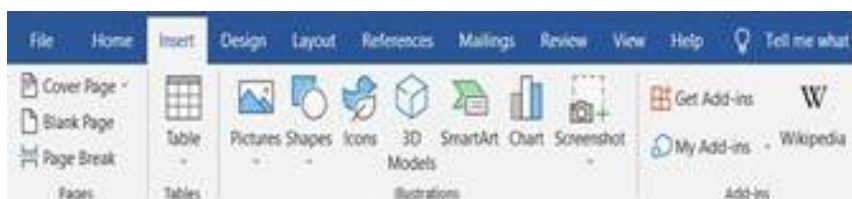
No	Nama UMKM (Nama Pemilik/Ketua)	Bidang Usaha	Berdiri Sejak (Tahun)	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Bentuk Badan Usaha	Pemasaran		Legalitas Usaha (Sebut jika ada)	Branding Logo	Modal Usaha (Rupiah)	Hasil Pendapatan (Bulan)
							Jenis pemasaran	Cangkupan Pemasaran				
18.	Fidah Soraya (Tempe & Jajan Pasar)	Kuliner		Jl Leko No 50	2	Mandiri	Offline	Dalam Kota	Tidak Ada	Tidak Ada	-	-
19	Eni (Kue Basah)	Kuliner	1980	Jl Beganwan Solo RT 06 RW 03	2	Mandiri	Offline	Dalam Kota	Tidak Ada	Tidak Ada	-	-
20.	Asmuni (Tempe)	Kuliner	2012	Jl Kali Serang No 20	1	Mandiri	Offline	Dalam Kota	Ada (NIB)	Ada	-	1 Juta

Setelah mendata 20 UMKM yang telah kami observasi, kami memilih 3 UMKM yang paling berpotensi untuk kami lakukan pendampingan. Tiga UMKM tersebut yaitu Quin Koi Farm yang bergerak di bidang budidaya ikan hias air tawar, Makmur Rahayu Olahan Susu Sapi Segar yang bergerak dibidang kuliner, lalu Pepy (Tempe Crispy) yang bergerak dibidang kuliner. Berikut kesimpulan yang kami sajikan dalam bentuk tabel.

Nama Usaha	Kelebihan	Kekurangan	Solusi	Pengelompokan UMKM
Makmur Rahayu (Sri Rahayu)	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki peternakan sapi perah dengan jumlah banyak. - Lahan ternak yang cukup besar. - Memiliki tenaga kerja yang cukup. - Memiliki pelanggan tetap. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memiliki teknologi sterilisasi susu. - Belum memiliki legalitas halal. - Tidak memiliki logo dan brand pada produk. - Kurangnya inovasi produk dalam olahan susu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelatihan dan penyuluhan tentang logo dan branding. - Memberikan ide bisnis yang mengikuti perkembangan zaman (Masker, Nugget susu, Sabun, Hand Body) - Memberikan subsidi mesin sterilisasi susu. - Membantu dalam pendampingan pembuatan izin usaha 	Mikro
Quin Koi Farm (Ikan Koi)	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai banyak mitra - Jenis pemasaran secara offline & online - Memiliki izin usaha (NPWP) - Mempunyai segmen pasar tersendiri - Memiliki lahan peternakan yang luas - Memiliki berbagai jenis kolam 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemulihan ekonomi dari masa pandemic covid 19, menjadikan minat pembeli ikan hias berkurang - Tenaga kerja masih memanfaatkan mahasiswa PKL dari berbagai universitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pemasaran yang luas agar minat pembeli kembali muncul - Mencari tenaga kerja dengan melakukan pelatihan tenaga kerja 	Mikro
Keripik Menjes (Chalimah Sri H.)	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki legalitas usaha (PIRT, NPWP, NIB) - Memiliki banyak mitra usaha di pusat oleh Kota Blitar. - Memiliki SDM yang cukup. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memiliki logo dan brand produk. - Kurang maksimal dalam memasarkan produk secara online. - Belum memiliki kualifikasi halal. - Kekurangan daya listrik pada rumah produksi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelatihan dan penyuluhan tentang logo dan branding - Memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai digital marketing - Mendaftarkan produk pada Diperindag. - Menambah daya listrik pada rumah produksi 	Mikro

Langkah-langkah membuat matriks potensi dan jenis:

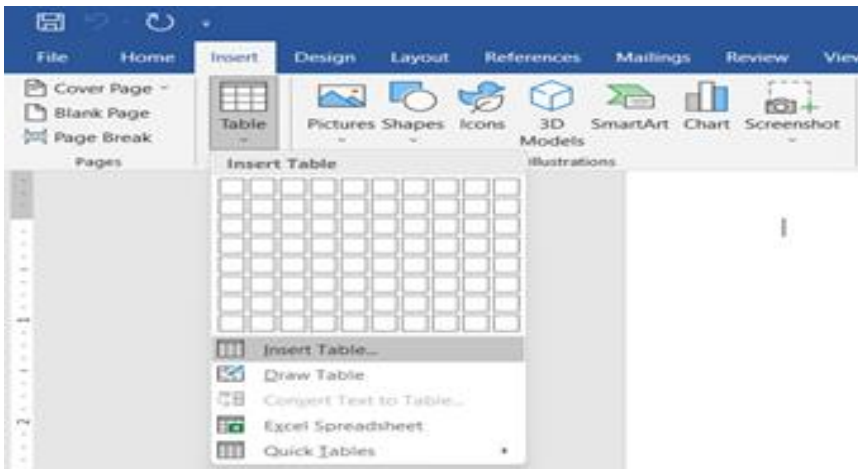
- Mempersiapkan Ms. Word
- Memilih tools *Insert* lalu pilih *Table*



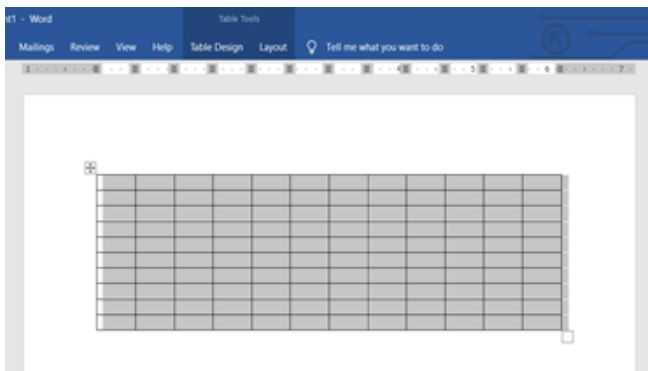
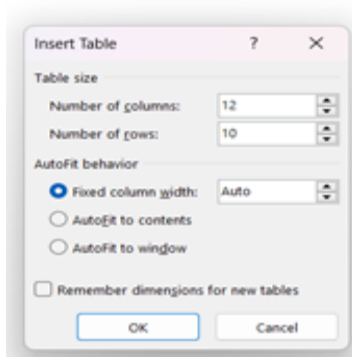
- Menentukan baris dan kolom tabel, sesuaikan dengan kebutuhan.



- Atau dapat menggunakan *Insert Table* untuk membuat kolom dan baris tabel yang lebih banyak yang disesuaikan dengan kebutuhan.



- Setelah mengklik *Insert Table* akan muncul tampilan seperti di bawah ini. Isilah *Coloumn* (kolom) dan *Rows* (baris) sesuai kebutuhan.



- Setelah tabel keluar di tampilan Ms. Word isilah tabel sesuai dengan yang dibutuhkan atau diinginkan.

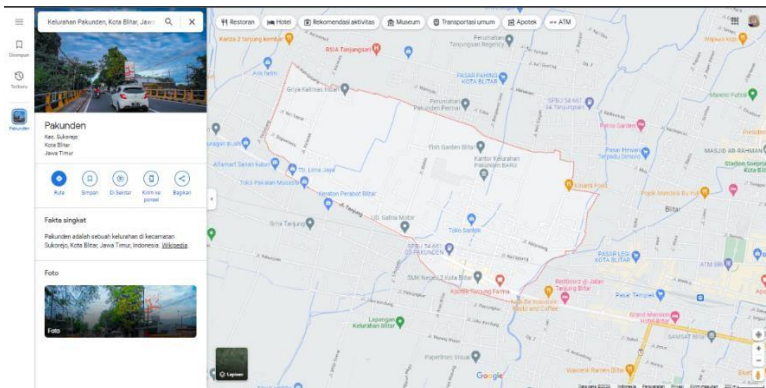


Gambar 6. Peta Potensi UMKM Kelurahan Pakunden

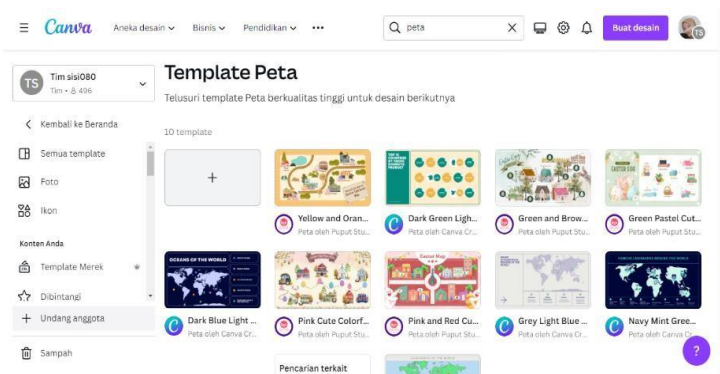
Peta Potensi

Pada gambar 6 menunjukkan peta persebaran potensi UMKM dan Ekonomi Kreatif yang tersebar di beberapa titik di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar yang di kelompokkan berdasarkan abjad seperti yang ada di gambar. Berikut langkah-langkah pembuatan peta potensi UMKM:

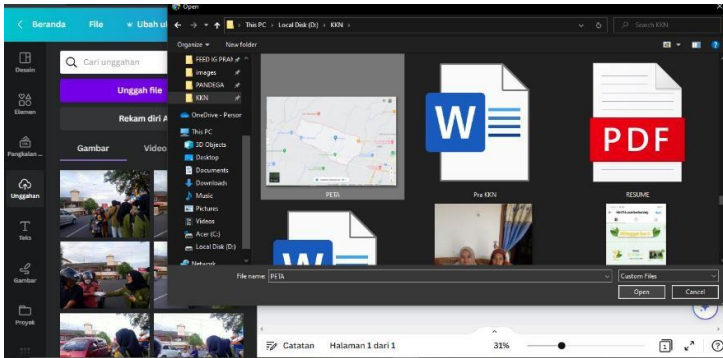
- Search alamat kelurahan di Google Maps, kemudian *screenshot*.



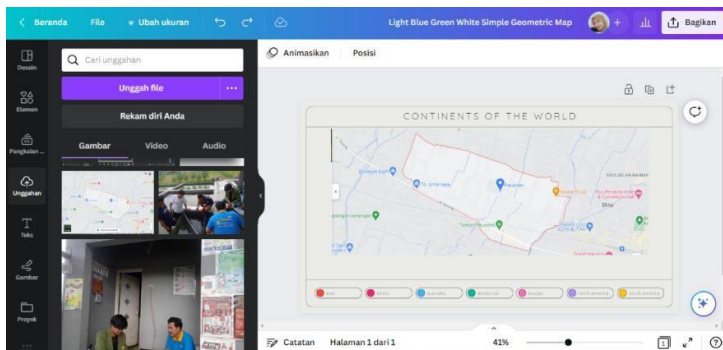
- Buka dan masuk ke akun canva, kemudian cari template design dengan *key word* “Peta”. Kemudian tekan sesuaikan template ini.



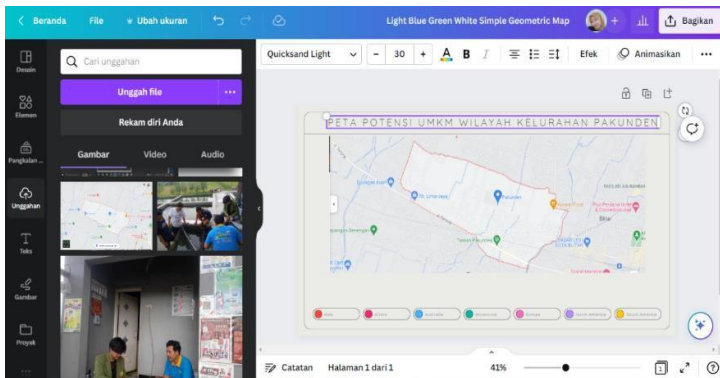
- Unggah gambar peta dengan klik unggahan – unggah file - pilih file foto yang akan diunggah - open.



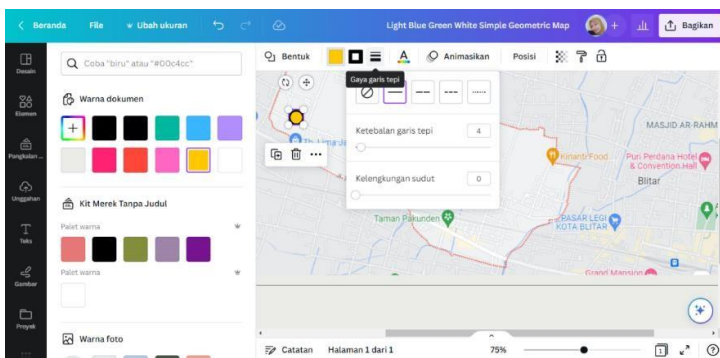
- Masukkan gambar peta yang telah di screenshot dari Google Maps dengan cara klik unggahan dan pilih gambar yang ingin dimasukkan.



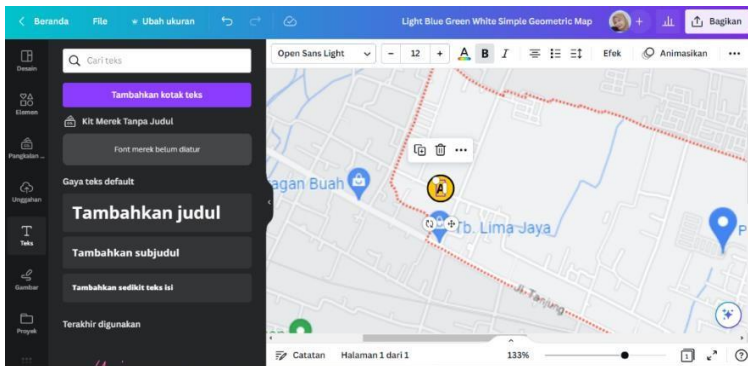
- Ganti judul dengan klik bagian “*contents of the world*”



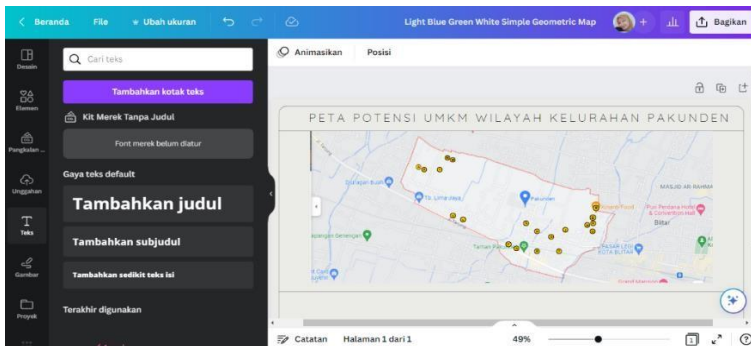
- Membuat keterangan tempat dengan menggunakan simbol lingkaran. Klik elemen - pilih bentuk lingkaran pada garis & bentuk - ubah ukuran sesuai yang diinginkan - ubah warna menjadi kuning - ubah ketebalan garis tepi hitam menjadi ukuran 2.



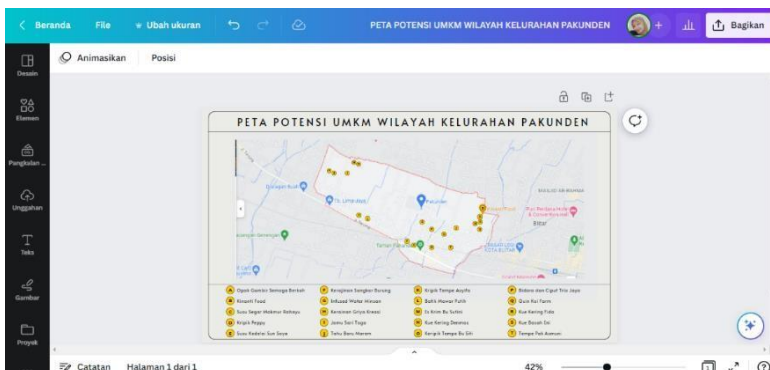
- Tambahkan abjad sesuai urutan list UMKM dengan mengklik teks - tambahkan judul - ketik abjad sesuai urutan.



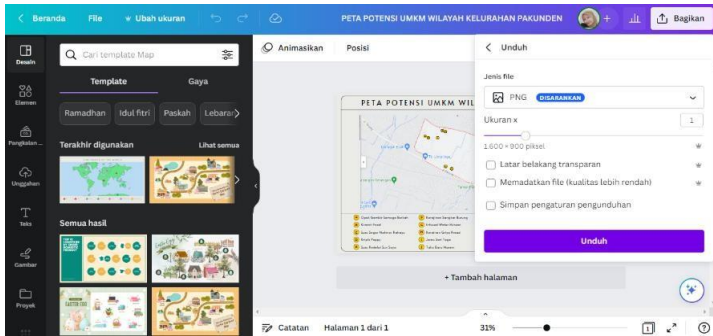
- Letakkan penanda lingkaran kuning di lokasi UMKM sesuai alamat.



- Tulis keterangan nama UMKM sesuai penanda lokasi seperti di step 7.



- Kemudian unduh gambar dengan mengklik Bagikan – Unduh – Pilih Jenis File Png – Unduh.



C. PENUTUP

Kesimpulan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha mikro yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal. Hal ini mengindikasikan gejala informalisasi perekonomian. Masalah yang masih krusial dihadapi oleh UMKM di antaranya adalah masih rendahnya permodalan. (Hartono dan Hartomo, 2016).UMKM sendiri juga memiliki keunggulan dan kekurangan atau kendala. Keunggulan UMKM yaitu dalam bertindak dan pengambilan keputusan pemilik usaha bebas dalam penentuannya. Serta pemilik usaha biasanya terjun langsung dalam pengoperasian usaha sehingga jika terjadi suatu insiden pemilik dapat dengan cepat menyadarinya dan dengan segera mungkin mencari solusi. Sedangkan kekurangan dari UMKM sendiri yaitu kesulitan atau keterbatasan dalam pengembangan usaha.

Hal ini dapat terjadi disebabkan jumlah modal yang terbatas, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), dan kurangnya inovasi pada pemasaran. (Yulia dan Rupilu, 2019). Kekurangan- kekurangan yang

menjadi kendala dalam proses operasi usaha yang telah disebutkan sebelumnya juga bisa terjadi kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Pakunden. Kota Blitar sendiri juga memiliki UMKM tak terkecuali di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo. UMKM di Kelurahan Pakunden bergerak di berbagai sektor, diantaranya yaitu sektor pertanian, peternakan, pengrajin, perindustrian, perdagangan, jasa dan sektor lainnya. Berdasarkan data dari BPS jumlah UMKM di Kelurahan Pakunden sekitar 3.684 unit, diantaranya sektor pertanian, sektor peternakan, sektor pengrajin, sektor perindustrian, sektor perdagangan, sektor jasa, dan sektor lainnya.

Untuk dapat memetakan dan mengidentifikasi Jenis dan Potensi UMKM di Kelurahan Pakunden diperlukan beberapa metode untuk pengambilan data. Beberapa metode pengambilan data yang digunakan oleh tim KKNT MBKM UPN “Veteran Jawa Timur Kelompok 40 antara lain: Observasi, Kuesioner dan Focus Group Discussion (FGD).

Setelah melakukan metode Observasi, Kuesioner dan Focus Group Discussion (FGD) kemudian dibentuk matriks dari hasil identifikasi jenis dan potensi UMKM yang terdapat di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Dari 20 UMKM hasil Observasi hampir semuanya masih menggunakan cara mulut ke mulut dan menggunakan Whatsapp Business sebagai perantara penjualan online. Lalu dari 20 UMKM, kita saring lagi menjadi 10 UMKM untuk diberikan Kuesioner mengenai ketertarikan untuk rebranding kemasan, Pemasaran Online untuk memajukan perluasan penjualan barang kepada konsumen, serta Kepemilikan legalitas usaha. Yang dimana tujuan dari Kuesioner tersebut agar tim mengetahui lebih dalam mengenai permasalahan yang dialami oleh 10 UMKM tersebut sehingga masuk pada tahapan Focus Group Discussion (FGD).

Dari 10 UMKM tersebut kita saring lagi menjadi 3 UMKM yang kita dampingi dengan mempertimbangkan permasalahan

yang tertera pada Kuesioner tersebut. Pendampingan 3 UMKM mengenai Pemasaran, Legalitas Usaha, Rebranding Kemasan, dan lain-lainnya merupakan Program Kerja yang kelompok 40 tujuan demi mengoptimalisasikan UMKM di Kelurahan Pakunden.

Saran

Para pelaku UMKM di Kelurahan Pakunden ini harus menyesuaikan dari waktu ke waktu dari segi kemasan dan lainnya, agar perkembangan UMKM di Kelurahan Pakunden ini bisa mengikuti perkembangan yang ada dan memperhatikan izin usaha yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha. Para Pelaku UMKM khususnya di Kelurahan Pakunden juga lebih memperhatikan dalam kualitas dan kuantitasnya agar semua berjalan dengan baik dari segi penjualan dan pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21.
- Joesyiana, K. (2018). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Study) Pada Mata Kuliah Manajemen Operasional (Survey Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Beserta Persada Bunda). *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 6(2), 90-103.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452.
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164-173.

Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(1), 15-30.



PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) UMKM

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian suatu negara. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan mendorong pengembangan sektor industri. Dalam konteks ini, legalitas usaha UMKM menjadi salah satu aspek yang krusial dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis.

Salah satu contoh UMKM yang menarik untuk ditinjau adalah Quin Koi Farm, yang bergerak dalam industri budidaya ikan koi. Budidaya ikan koi menjadi populer karena permintaan yang terus meningkat baik di pasar lokal maupun internasional. Namun, untuk menjalankan usaha budidaya ikan koi secara legal dan berkelanjutan, UMKM Quin Koi Farm perlu memperhatikan aspek legalitas yang terkait.

Tinjauan legalitas usaha UMKM Quin Koi Farm menjadi

relevan karena pemahaman yang mendalam tentang peraturan dan persyaratan hukum yang berkaitan dengan budidaya ikan koi dapat membantu UMKM ini memastikan kepatuhan mereka terhadap ketentuan yang berlaku. Dalam konteks ini, studi kasus mengenai legalitas usaha Quin Koi Farm dalam industri budidaya ikan koi akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam menjalankan bisnis mereka secara legal.

Dalam rangka memperoleh kepastian hukum dan mengoptimalkan keberlanjutan bisnis, Quin Koi Farm perlu memahami berbagai peraturan dan regulasi yang terkait dengan aspek legalitas usaha mereka. Aspek yang harus diperhatikan termasuk perizinan usaha, pemenuhan persyaratan lingkungan, ketentuan kesehatan hewan, serta perlindungan dan pengelolaan sumber daya alam.

Dalam faktanya, masih ada usaha mikro kecil yang belum memiliki izin usaha. Padahal dewasa ini, legalitas izin bentuk usaha mikro dan kecil sangatlah penting, mengingat banyaknya masyarakat yang kesulitan mengembangkan usahanya serta para usahawan yang sulit mendapatkan kontribusi modal/dana untuk pengembangan usahanya karena belum terdaftar atau mendapat izin dari pemerintah, Nurus dan Dewi (2023).

Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya telah memberikan kontribusi penting untuk memahami peraturan dan legalitas dalam industri budidaya ikan. Misalnya, penelitian oleh Adik Candra, et al. (2022) mengeksplorasi aspek hukum dan legalitas UMKM. Dalam kasus ini kita jadikan sebagai pandangan dalam industri akuakultur, termasuk budidaya ikan koi.

Selain itu, penelitian oleh Rahmanisa Anggraeni (2021) membahas perizinan usaha dan tantangan legalitas yang dihadapi oleh UMKM. Dalam penelitian mereka disimpulkan bahwa pema-

haman yang baik tentang aspek legal merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha UMKM. Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan tinjauan mendalam terhadap legalitas usaha UMKM Quin Koi Farm dalam industri budidaya ikan koi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peraturan dan persyaratan legal yang berkaitan, UMKM ini dapat mengidentifikasi langkah-langkah yang perlu diambil untuk memastikan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku, menjaga keberlanjutan bisnis, dan menghadapi tantangan yang mungkin muncul.

Metode yang digunakan dalam pemecahan masalah ini adalah diskusi atau *Focus Group Discussion* (FGD). Pelaksanaan FGD ini dilakukan dengan mendatangi lokasi pemilik UMKM untuk melakukan diskusi bersama demi menemukan jalan keluar dari permasalahan UMKM. Kegiatan FGD ini kami lakukan untuk melakukan pembuatan dan pengisian data untuk pendaftaran NIB.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan NIB untuk UMKM bertujuan agar usaha yang dirintis akan memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program- program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan pada masing-masing UMKM.

Pembuatan NIB yang digunakan UMKM binaan kami menggunakan sistem elektronik terintegrasi yang disebut OSS. Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS) menyatakan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah suatu identitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha dalam menjalankan usaha sesuai dengan bidang usahanya. Online Single Submission (OSS) adalah suatu sistem

perizinan berusaha yang dibangun, dikembangkan dan dioperasikan oleh Pemerintah Pusat yang terintegrasi dan menjadi acuan utama dalam pelaksanaan berusaha. Keunggulan sistem OSS adalah memberikan system penyimpanan data yang terintegrasi dalam Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga mempunyai NIB merupakan hal penting bagi pemilik usaha. Pendaftaran perizinan berusaha NIB dengan menggunakan system OSS tidak dikenakan biaya atau gratis.

Pendampingan Pembuatan NIB

Pada proses pendampingan pembuatan NIB menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD). FGD merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan cara diskusi kelompok untuk mendapat solusi dari permasalahan yang dialami oleh para UMKM. FGD adalah group bukan individu. Agar terjadi dinamika kelompok, moderator harus memandang para peserta FGD sebagai suatu group, bukan orang per orang. Pelaksanaan FGD ini dilakukan dengan mendatangi lokasi pemilik UMKM untuk melakukan diskusi bersama demi menemukan jalan keluar dari permasalahan UMKM.

Kegiatan FGD ini kami lakukan untuk melakukan pembuatan dan pengisian data untuk pendafara NIB. Kegiatan FGD ini kami lakukan mulai tanggal 13 April 2023.

Selain itu, kami juga melakukan observasi. Observasi sendiri merupakan metode pengumpulan data yang diperlukan untuk mengisi identitas dalam melengkapi data pelaku usaha dan data usaha. Sehingga akan mendapatkan hasil berupa kelengkapan data yang valid untuk memenuhi persyaratan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Hasil Pendampingan Pembuatan NIB Pengertian Nomor Induk Berusaha

NIB (Nomor Induk Berusaha) adalah identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS (dalam hal ini adalah BKPM) setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran melalui OSS (Online Single Submission). Penerbitan NIB melalui OSS diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik.

Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah nomor identitas pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha sesuai bidang usahanya. NIB sangat penting dimiliki oleh setiap pelaku usaha sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), akses kepabeanan yang penting terutama bagi pengusaha ekspor-impor.

Setiap pemilik usaha juga bisa mendapatkan dokumen registrasi lain yang diperlukan untuk perizinan usahanya seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Pengesahan Rencana Penggunaan Tenaga Kerja Asing (RPTKA), bukti registrasi BPJS Ketenagakerjaan dan izin usaha untuk sektor perdagangan (SIUP) dengan registrasi NIB. Pengajuan NIB semakin cepat dengan adanya automatic approval atau sistem persetujuan otomatis melalui OSS sehingga persyaratan pengajuan izin seragam dan tidak perlu melakukan tinjau ulang dokumen.

NIB diterbitkan setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran melalui pengisian data secara lengkap. NIB berbentuk tiga belas digit angka acak yang diberi pengaman dan disertai dengan tanda tangan elektronik. NIB berlaku juga sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanan.

Persyaratan Dokumen Pembuatan NIB

Saat melakukan pendaftaran, akan diminta untuk

mempersiapkan dokumen-dokumen terkait usaha, diantaranya:

- Nomor KTP atau NIK. NIK yang dibutuhkan untuk pendaftaran adalah NIK Penanggung Jawab Usaha.
- Untuk badan usaha berbentuk PT, atau badan usaha yang didirikan oleh yayasan, CV, koperasi, firma dan persekutuan perdata, anda harus melakukan proses pengesahan badan usaha di Kementerian Hukum dan HAM. Anda bisa menggunakan AHU Online untuk membantu dalam proses pengesahan badan usaha.
- Untuk badan usaha berbentuk perum, perumda, badan layanan umum, badan hukum lainnya yang dimiliki oleh atau lembaga penyiaran, anda diminta untuk menyiapkan dasar hukum pembentukan badan usaha.
- Menyertakan bukti pendaftaran kepesertaan BP Jamsostek atau BPJS kesehatan
- Jika berencana/sudah menggunakan tenaga kerja asing, anda diwajibkan memiliki Surat pengesahan Rencana Penggunaan Tenaga Kerja Asing (RPTKA).
- Data yang disiapkan sebelum mendaftar NIB.

Peraturan BKPM Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pedoman dan Tata Cara Pelayanan Berbasis Risiko mengatur tentang kelengkapan data pelaku usaha pada saat mendaftarkan NIB. Jika anda merupakan pelaku usaha non-perorangan, berdasarkan Pasal 19, pelaku usaha akan diminta untuk memberikan data berikut :

- Nama badan usaha
- Jenis bidang usaha
- Status penanaman modal
- Nomor akta pendirian atau nomor pendaftaran beserta pengesahannya
- Alamat badan usaha
- Besaran Rencana Penanaman Modal
- Data pengurus dan pemegang saham

- Negara Asal Penanaman Modal, jika terdapat penanaman modal asing
- Maksud dan tujuan badan usaha
- Nomor telepon badan usaha
- Alamat email badan usaha
- NPWP badan usaha

Jika seluruh dokumen dan data sudah siap, bisa melakukan pendaftaran dan membuat akun OSS melalui laman Online Single Submission di www.oss.go.id. Setelah mendapatkan NIB, proses berikutnya adalah mendapatkan Izin Usaha dan Izin Komersial atau Operasional. Izin Usaha ini berlaku untuk seluruh wilayah Indonesia.

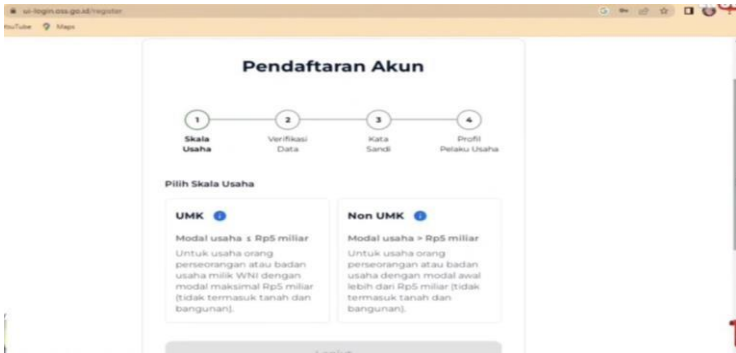
Langkah-langkah Pembuatan NIB

Langkah-langkah pembuatan NIB:

- Membuka web <https://oss.go.id.com> dan klik daftar.



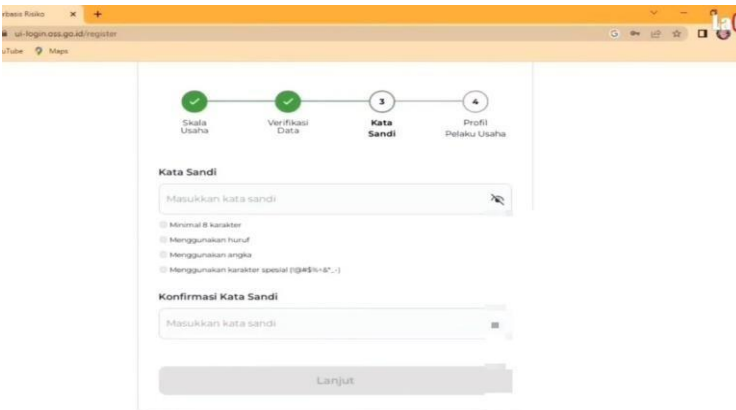
- Terdapat 4 step klik UMK untuk usaha orang perseorangan atau badan usaha milik WNI dengan modal maksimal 5 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan klik lanjut.



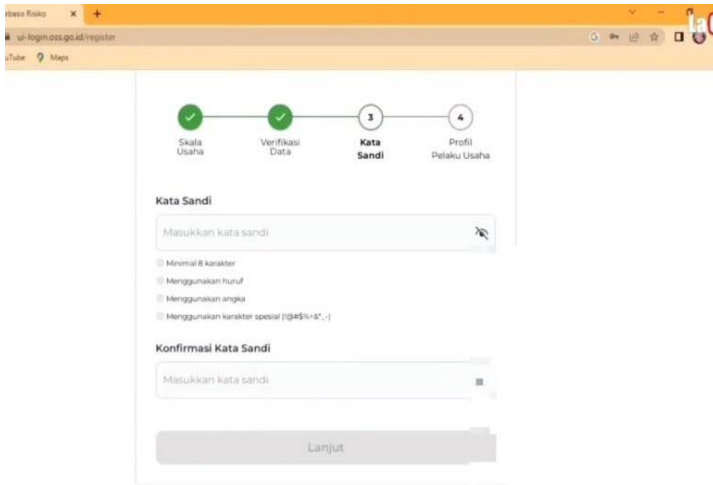
- Pengisian verifikasi data berupa pengisian NIK dan nomor telepon atau email kemudian diverifikasi.



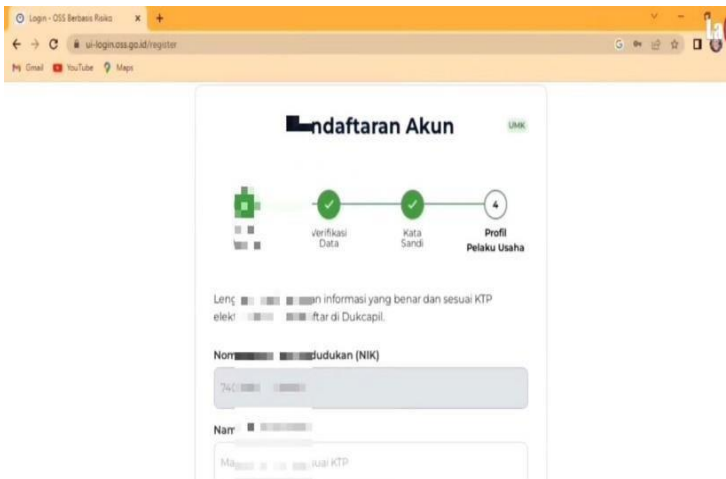
- Setelah terverifikasi di lanjutkan pengisian kata sandi.



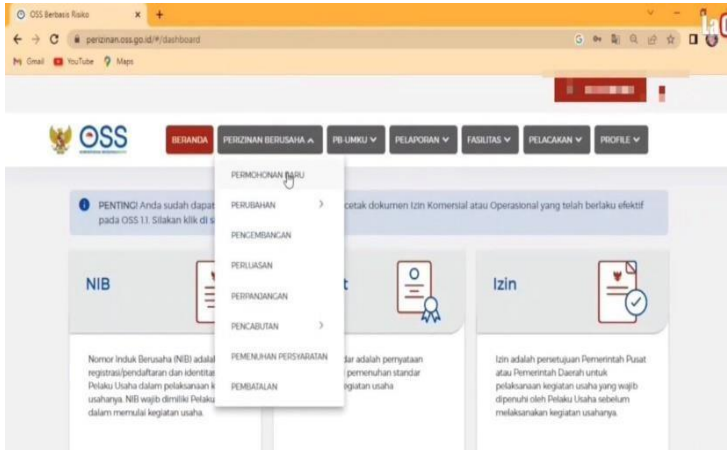
- Di lanjutkan dengan pengisian profil pelaku usaha setelah selesai klik daftar.



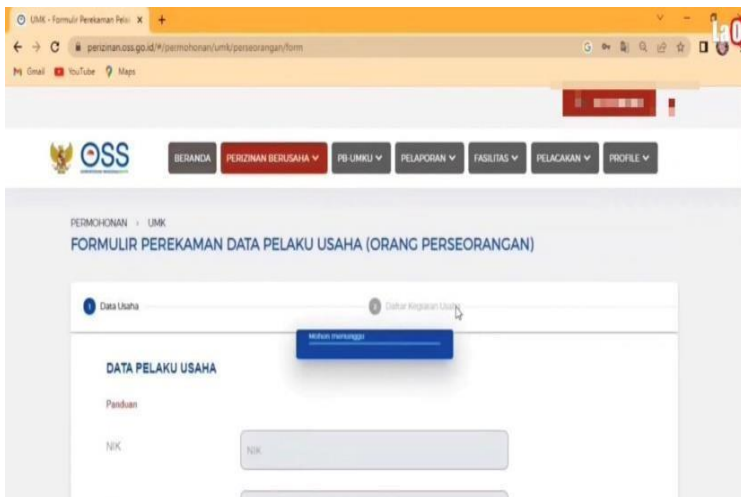
- Setelah pendaftaran akun selesai klik masuk dengan menggunakan username dan password yang telah dibuat dilanjutkan dengan log in, klik perizinan berusaha dan klik permohonan baru



- Mengisi formulir perekaman data pelaku usaha (orang perseorangan) dan klik simpan data. Apabila data berhasil disimpan akan muncul notifikasi berhasil di sudut kanan atas.



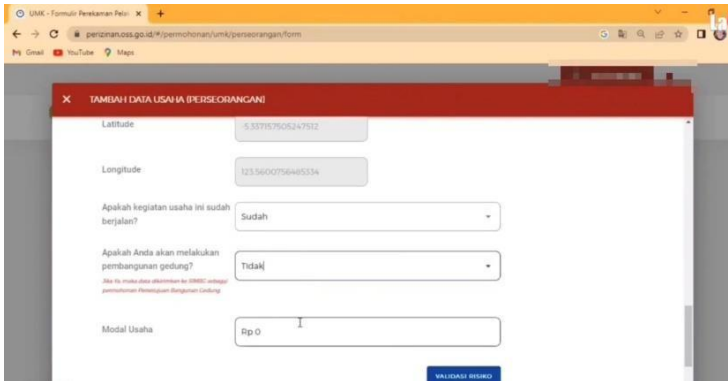
- Setelah berhasil simpan data pelaku usaha dilanjutkan mengisi data usaha.



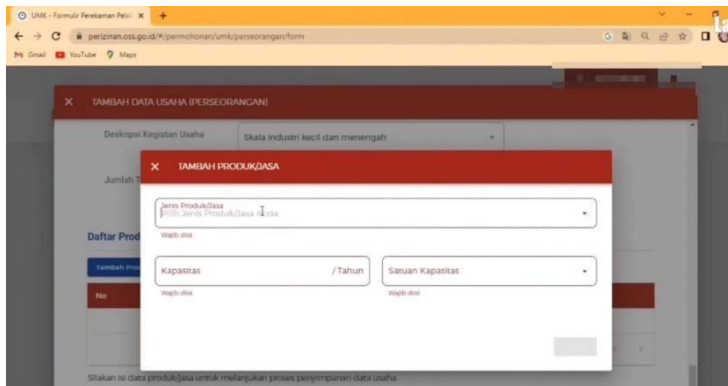
- Sebelum mengisi data usaha, klik terlebih dahulu kolom biru pilih bidang usaha untuk mengaktifkan validasi resiko dan klik simpan.

- Dilanjutkan mengisi data usaha sesuai dengan data yang dimiliki UMKM dan klik validasi resiko.

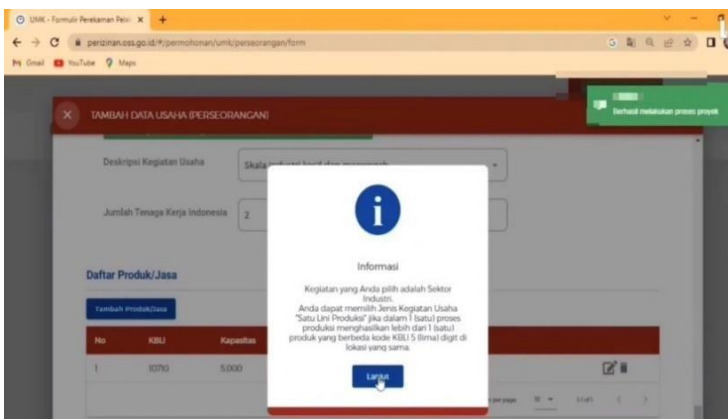
- Dilanjutkan mengisi data usaha lagi hingga selesai kemudian klik tambah produk/jasa. Mengisi data pada kolom tambah produk dan jasa kemudian klik simpan.



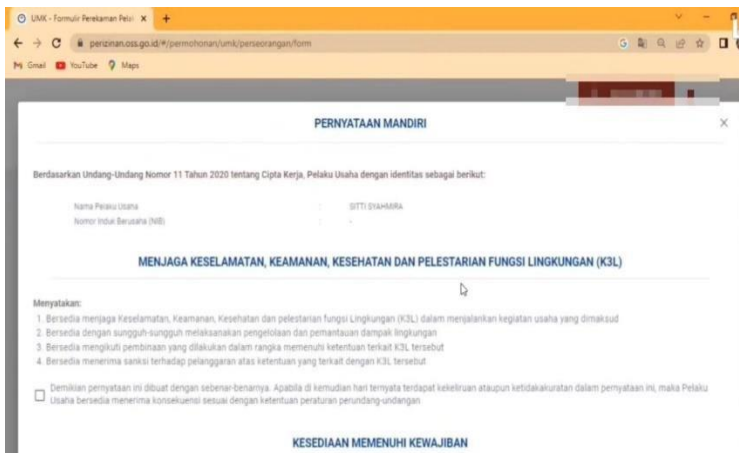
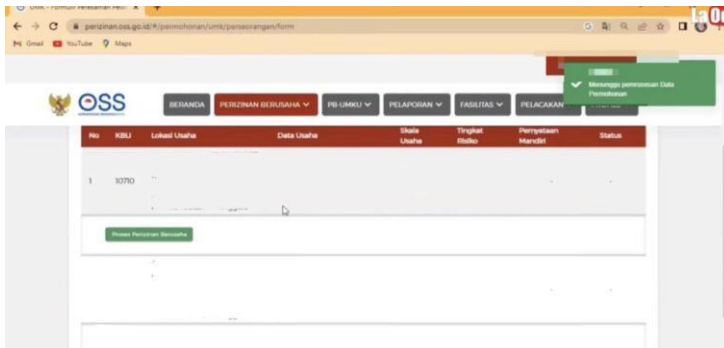
- Dan klik selesai kemudian muncul notifikasi klik lanjut.



- Akan muncul seperti ini dan klik proses perizinan berusaha.



- Muncul pernyataan mandiri di isi tanda centang semua dan klik lanjut kemudian muncul tebal dua dan diberi tanda centang dan klik terbitkan perizinan berusaha dan sertifikat NIB dapat dicetak.



Fungsi dan Tujuan Nomor Induk Berusaha

NIB memiliki fungsi utama sebagai tanda pengenal bagi pelaku usaha, entah itu perseorangan maupun non perseorangan. Sehingga, dengan memiliki NIB, pelaku usaha dapat mengajukan Izin Usaha dan Izin Komersial atau Operasional. NIB juga berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir

(API), dan hak akses kepublikan. Pelaku usaha yang telah mendapatkan NIB sekaligus juga terdaftar sebagai peserta jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pembuatan NIB untuk UMKM bertujuan agar usaha yang dirintis akan memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan pada masing-masing UMKM.

Pembuatan NIB yang digunakan UMKM binaan kami menggunakan sistem elektronik terintegrasi yang disebut OSS. Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS) menyatakan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah suatu identitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha dalam menjalankan usaha sesuai dengan bidang usahanya. Online Single Submission (OSS) adalah suatu sistem perizinan berusaha yang dibangun, dikembangkan dan dioperasikan oleh Pemerintah Pusat yang terintegrasi dan menjadi acuan utama dalam pelaksanaan berusaha. Keunggulan sistem OSS adalah memberikan system penyimpanan data yang terintegrasi dalam Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga mempunyai NIB merupakan hal penting bagi pemilik usaha. Pendaftaran perizinan berusaha NIB dengan menggunakan system OSS tidak dikenakan biaya atau gratis.

C. PENUTUP

Dalam konteks ini, studi kasus mengenai legalitas usaha Quin Koi Farm dalam industri budidaya ikan koi akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam menjalankan bisnis mereka secara legal. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini akan membantu

UMKM dalam industri budidaya ikan koi untuk mengembangkan strategi dan tindakan yang sesuai dengan kerangka hukum yang ada, sehingga mereka dapat menjalankan bisnis mereka secara efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan aturan yang berlaku.

Dengan demikian, tujuan keseluruhan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang legalitas usaha UMKM Quin Koi Farm dalam industri budidaya ikan koi serta memberikan rekomendasi praktis yang dapat membantu UMKM tersebut dan UMKM serupa dalam mencapai kepatuhan hukum yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(1), 77-83. Retrieved from <https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/view/1243>
- Candra, A., dkk. (2022). Pemberdayaan UMKM Angkringan Milenial melalui Legalitas Usaha di Desa Cikuya, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), 76-84. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i2.688>
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018, No. 90 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia, No. 6215. Jakarta.
- Soimah, N., Imelda, D. Q., Kaltara, U., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., Kaltara, U., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Kaltara, U. (n.d.). *Urgensi legalitas usaha bagi umkm*. 1(2), 22-26.



PEMBUATAN AKUN E-COMMERCE “SHOPEE” UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PADA UMKM

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini kemajuan teknologi dan informasi menyebabkan masyarakat memiliki gaya hidup yang serba instant. Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat telah melibatkan berbagai teknologi yang memudahkannya dalam melakukan pekerjaan. Hal ini menyebabkan masyarakat mencari sesuatu yang praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di era teknologi yang terus berkembang memerlukan perlengkapan pendukung, dimana pada era ini menuntut setiap pelaku untuk melakukan segala hal dengan cepat dan mudah.

Perkembangan teknologi dalam kehidupan masyarakat telah meluas dalam berbagai bidang, termasuk dalam bidang ekonomi. Dalam hal ini pemasaran di internet sangat berkembang dengan

pesat. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku.

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antar UMKM semakin tajam, tak terkecuali dengan banyaknya tiruan produk yang ada di Indonesia. Setiap UMKM baik yang bergerak di bidang produk dan jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang agar dapat memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh UMKM. Hal ini dapat dilakukan, jika UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan sistem pemasaran yang baik melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan salah satunya sangat ditentukan oleh keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran secara profesional dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat hidup dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan sangat penting dalam pengembangan usahanya. Aktivitas pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan sekitar yang ada. Badan usaha milik desa tidak lepas dari persaingan antar perusahaan harus dapat mempertahankan kedudukannya di pasar. Perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnis usaha pemasarannya, juga untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan sistem pemasaran yang efektif dan efisien.

Banyaknya UMKM pada Kelurahan Tanjungsari, Pemasaran yang lebih luas maka perlu dilakukan pembelajaran secara langsung

untuk mengetahui dan mempelajari sistem pemasaran yang diterapkan di Kelurahan Tanjungsari untuk memajukan pemasaran pada UMKM.

Pembelajaran secara langsung tersebut dapat dilakukan melalui Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan selama 4 bulan di Kecamatan Sukorejo, Kelurahan tanjungsari. Salah satu cara praktik kerja di lapang adalah dengan adanya pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang merupakan suatu kegiatan KKN yang wajib dilakukan oleh setiap mahasiswa semester 6 dari berbagai jurusan dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Persiapan Pembuatan Akun Aplikasi Shopee

Pada tahap awal yang perlu disiapkan yaitu dengan mengunduh aplikasi Shopee di Play Store atau App Store. Langkah selanjutnya adalah mendaftar akun pada aplikasi Shopee. Akun merupakan suatu identitas yang dimiliki oleh seseorang dalam dunia maya. Berikut tahap-tahap dalam mendaftar akun di Shopee :

- Masuk ke Aplikasi Shopee.
- Klik tombol “Daftar” yang terdapat di bagian atas kanan halaman tersebut.
- Masukkan nomor telepon yang belum pernah terdaftar di akun shopee sebelumnya.
- Selesaikan verifikasi anti bot nya.
- Masukkan 6 digit OTP yang akan dikirimkan ke WhatsApp ataupun dalam bentuk SMS.
- Isi Username dan Password yang akan digunakan untuk daftar.
- Pendaftaran akun telah selesai, namun disarankan untuk mengupdate profil dan biodata.

Hardware

Terdapat beberapa hal yang perlu disiapkan dalam pembuatan akun di aplikasi Shopee. Perangkat yang dapat

digunakan yaitu laptop dan smartphone.

- Laptop
Laptop merupakan komputer yang berukuran kecil dan ringan untuk dibawa kemanapun sehingga sifatnya portable.
- Ponsel Cerdas
Ponsel Cerdas atau yang umumnya disebut Smartphone merupakan Ponsel yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas. Fungsinya tidak hanya untuk SMS dan telepon saja, melainkan pengguna dapat bebas mendapatkan aplikasi untuk menambah fungsi dari Ponsel tersebut.

Jaringan Internet

Jaringan Internet merupakan jaringan besar yang saling berhubungan melewati jaringan jaringan komputer yang menghubungkan orang orang dan komputer komputer diseluruh dunia melalui Ponsel Cerdas, Satelit, dan Sistem sistem Komunikasi lainnya.

Shopee

Shopee merupakan platform belanja online terdepan di asia tenggara yang berkantor pusat di singapura. Shopee merupakan platform yang disesuaikan tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Akun Shopee

Langkah langkahnya sebagai berikut ;

- Buka aplikasi Shopee dan pilih opsi daftar untuk mendaftar akun Shopee



Gambar 1. Pilih Opsi Daftar Akun Shopee (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Masukkan nomor telepon yang akan digunakan untuk mendaftar akun Shopee



Gambar 2. Pendaftaran Akun Shopee Dengan Nomor Telepon (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih menu berikutnya untuk mendapatkan kode OTP



Gambar 3. Setelah Memasukkan Nomor Telepon Kemudian Klik Menu Berikutnya
(Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pada bagian verifikasi, geser anak panah menyesuaikan gambar yang ada.



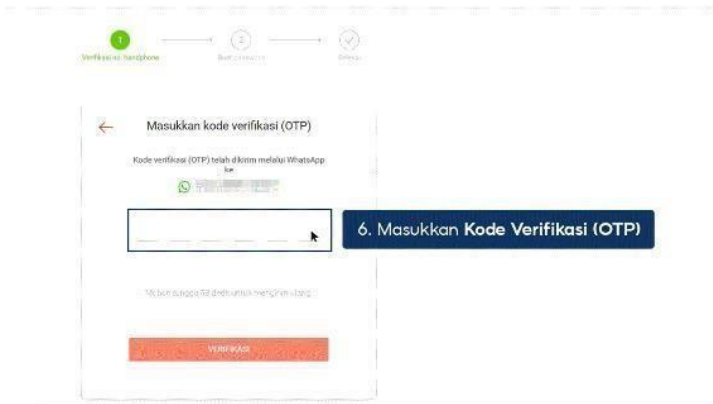
Gambar 4. Verifikasi Gambar Pada Kotak (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pada tahap ini, pelaku memerlukan kode verifikasi untuk memastikan identitas. Sehingga, pilih kirim untuk mengirim kode OTP pada akun WhatsApp.



Gambar 5. Pengiriman Kode Verifikasi melalui WhatsApp (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Masukkan kode OTP yang telah didapatkan dari pesan WhatsApp



Gambar 6. Langkah Awal Verifikasi No Telepon (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Verifikasi identitas dengan memasukkan kode OTP yang di kirimkan ke nomer WhatsApp



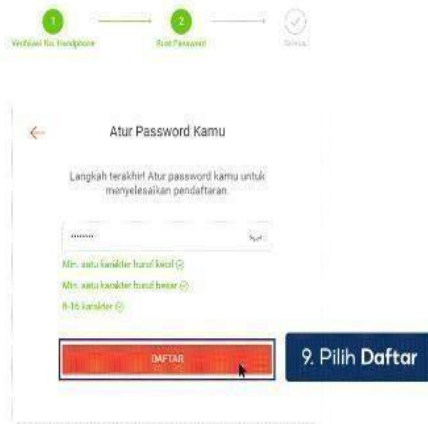
Gambar 7. Memasukkan Kode Verifikasi OTP (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Atur password akun untuk menyelesaikan pendaftaran



Gambar 8. Langkah Terakhir Atur Password (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Berikutnya pilih daftar untuk mendaftarkan akun Shopee



Gambar 9. Membuat Password Sesuai Dengan Aturan Berwarna Hijau (Sumber: WEB Akun Shopee)

Tahapan untuk menjadi Seller di Shopee

Langkah langkahnya sebagai berikut :

- Untuk memulai menjual produk, penjual dapat memilih opsi „mulai jual“ pada halaman akun shopee.



Gambar 10. Akun Penjual Kemudian Pilih Mulai Jual (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih menu daftar untuk mendaftarkan toko



Gambar 11. Akun Penjual Kemudian Pilih Mulai Jual (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Masukkan informasi toko untuk melengkapi data yang diperlukan

← Atur Informasi Toko Simpan

Atur Informasi Toko Upload produk

Nama Toko * 8/30
selleroperations

Alamat & Jasa Pengiriman * Atur >
Mohon masukkan alamat toko dan memilih jasa pengiriman yang tersedia.

Email selleroperations@gmail.com >

Nomor Telepon * Atur >

3. Lengkapi Informasi Toko Anda

Gambar 12. Atur Informasi Toko (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih jasa kirim yang akan digunakan untuk pengiriman produk

← Pengaturan Jasa Kirim Toko

Alamat Toko >
Atur Alamat Toko Baru

Untuk mengaktifkan jasa kirim selain yang tertera pada halaman ini, klik disini. Gunakan asuransi untuk pengiriman barang bernominal tinggi agar pengiriman lebih aman.

4. Atur Alamat & Jasa Pengiriman

Reguler (Cashless) Non-Aktif

Anteraja Reguler

SiCepat REG

Ninja Xpress

J&T Express

JNE Reguler

ID Express

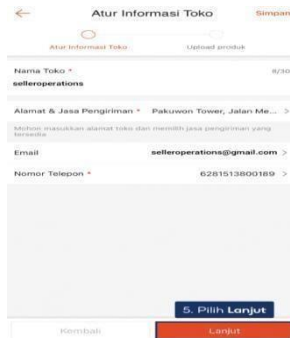
Pos Kilat Khusus (Cashless)

Hemat Non-Aktif

SiCepat Halu

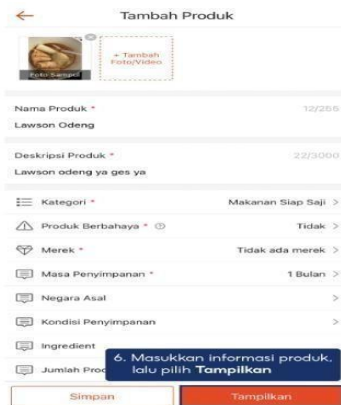
Gambar 13. Atur Pemilihan Jasa Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Selanjutnya pilih opsi „Lanjut“ untuk melanjutkan pendaftaran



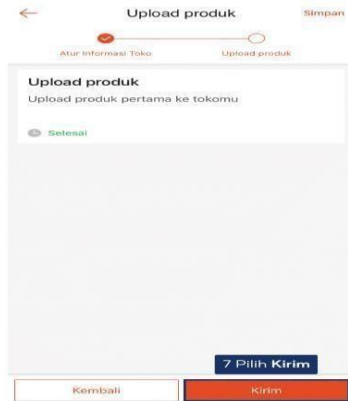
Gambar 14. Masukkan Data Informasi Toko (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Tambahkan informasi dari produk yang akan dijual, lalu pilih opsi „Tampilkan“



Gambar 15. Masukkan Foto Dan Nama Produk (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih opsi „Kirim“ untuk mengunggah produk ke laman Toko



Gambar 16. Upload Produk (Sumber: WEB Akun Shopee)

Cara upload produk di Shopee

Lengkapi informasi produk (foto/video produk, nama produk, kategori, deskripsi)

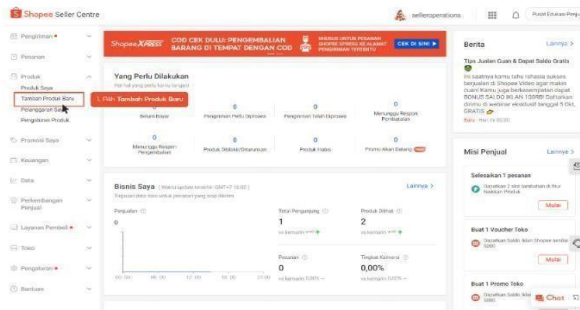
- Informasi produk
Bagian **Informasi Produk** terdiri dari:
 - Foto Produk (Foto sampul wajib)
 - Video

Tabel Informasi Meng-*upload* Foto dan Video

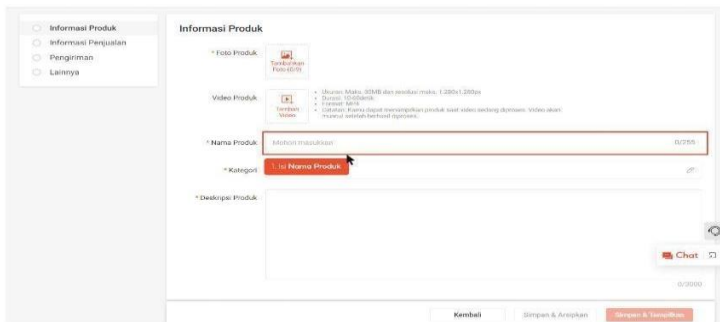
	Foto	Video
Ukuran	Maks. 2MB	Maks. 30MB, Resolusi maks. 1280px*1280px
Durasi	-	10-60 detik
Format	JPG, PNG, JPEG	MP4

Gambar 17. Kriteria Foto Dan Video (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Nama Produk, Pada tahap ini penjual memasukkan nama produk yang akan di upload.

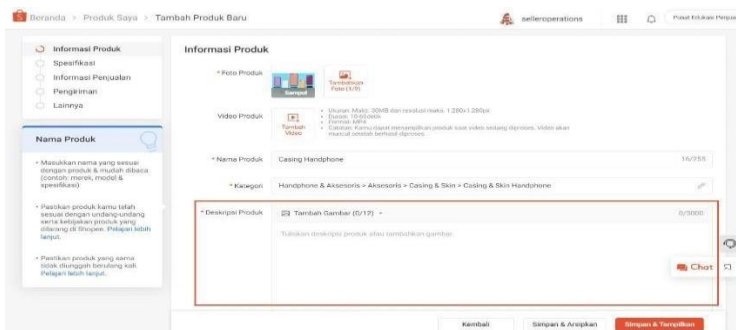


Gambar 18. Langkah Penambahan Produk Baru (Sumber: WEB Akun Shopee)



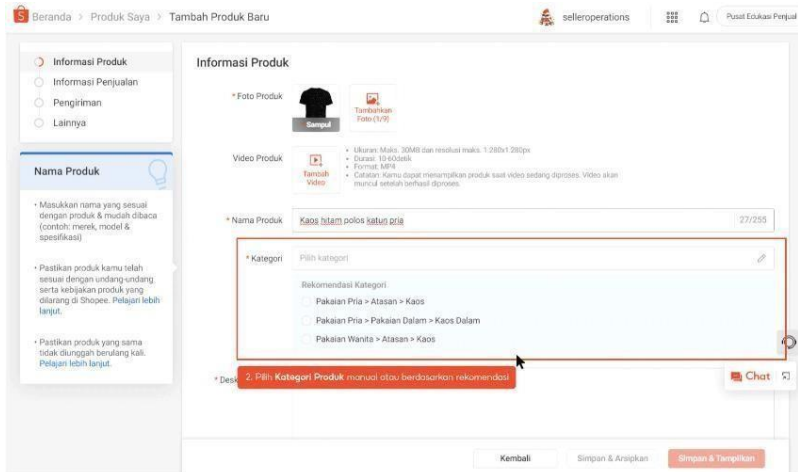
Gambar 19. Halaman Informasi Produk Memasukkan Nama, Foto Dan Video Produk (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Deskripsi Produk



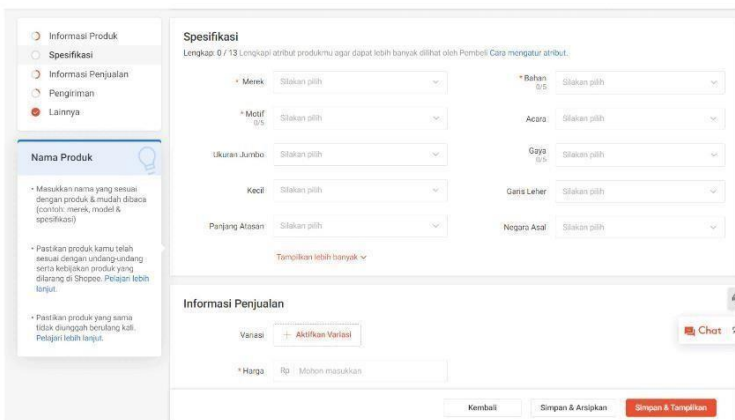
Gambar 20. Berisikan Ciri – Ciri Produk (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Kategori



Gambar 21. Pilih Kategori Sesuai Produk Yang Dijual (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Lengkapi spesifikasi (merk dan informasi atribut lainnya)

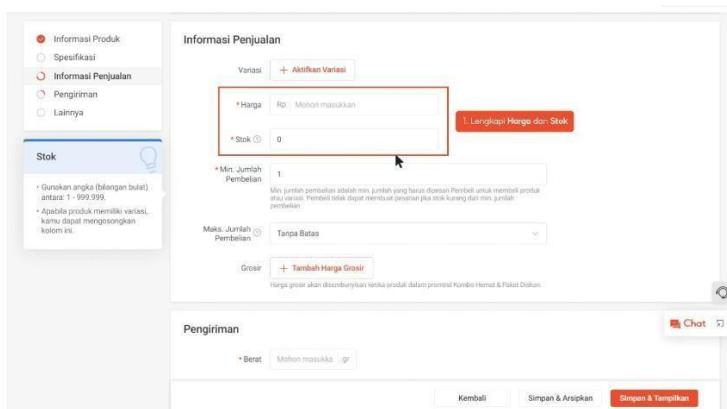


Gambar 22. Halaman Spesifikasi (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Lengkapi informasi penjualan (variasi produk, harga, stok dan lainnya)
 - Variasi

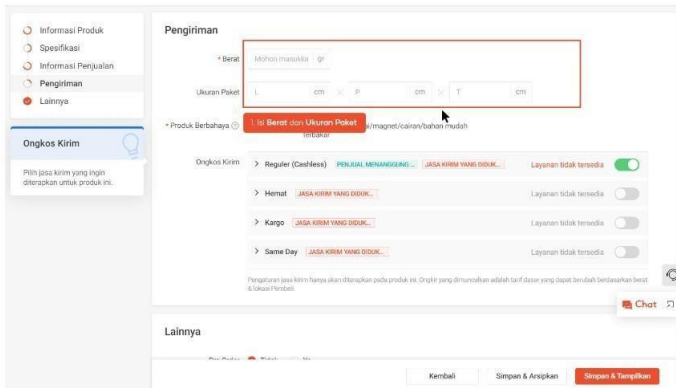
Tipe Variasi	Contoh Penggunaan	Contoh Produk
Tanpa Variasi	Produk tidak memiliki pilihan variasi	1. Minyak goreng 2L 2. Sendok aluminium 6pcs
1 Variasi	Produk dengan satu tipe variasi	1. Topi dengan berbagai pilihan warna 2. Laptop dengan ukuran layar 13 inci & 15 inci
2 Variasi	Produk dengan dua tipe variasi	1. Kaos dengan warna dan ukuran berbeda 2. iPhone dengan kapasitas memori dan warna yang berbeda

Gambar 23. Kriteria Produk Dengan Tipe Variasi Shopee (Sumber: WEB Akun Shopee)
- Harga dan stock



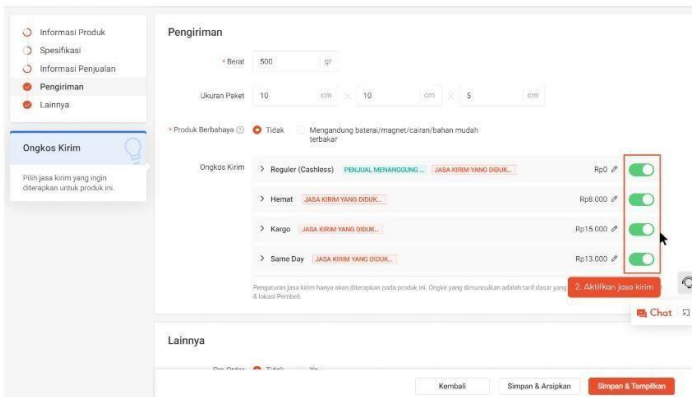
Gambar 24. Halaman Informasi Penjualan (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Lengkapi informasi pengiriman (berat, ukuran, dan jasa kirim)
 - Isi berat dan ukuran



Gambar 25. Halaman Pengiriman Berat Dan Ukuran (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Jasa kirim



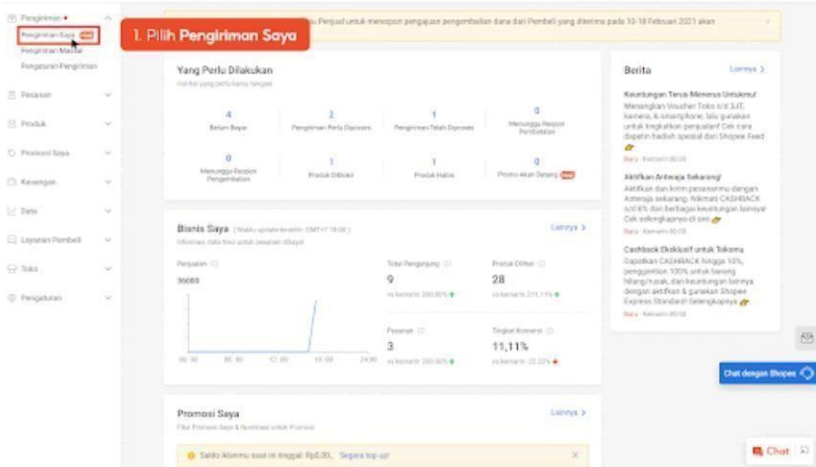
Gambar 26. Check List Jasa Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Lengkapi informasi lainnya
 - **Pre-order.** Produk Pre-order adalah produk yang memiliki masa pengemasan 7-30 hari kerja.
 - **Kondisi.** Kondisi produk ditambahkan sesuai dengan kondisi produk yang Anda jual (masih baru atau sudah pernah digunakan). Hal ini dapat memenuhi ekspektasi calon Pembeli terhadap produk Anda.
 - **SKU Induk.** SKU Induk adalah kode identifikasi produk yang dapat ditentukan sendiri sesuai dengan referensi Anda. SKU

Induk bersifat unik untuk tiap produk yang Anda jual.

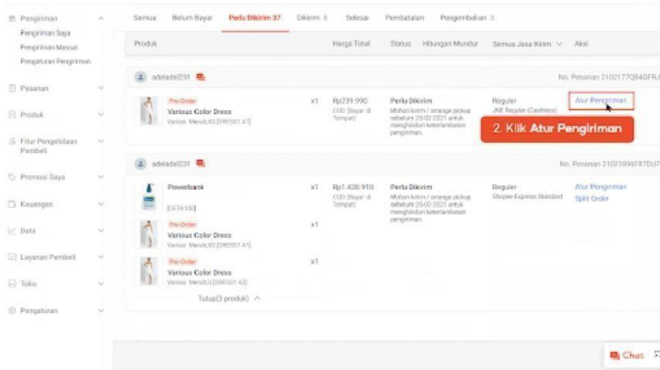
Cara Memproses Pesanan

- Pilih pengiriman saya



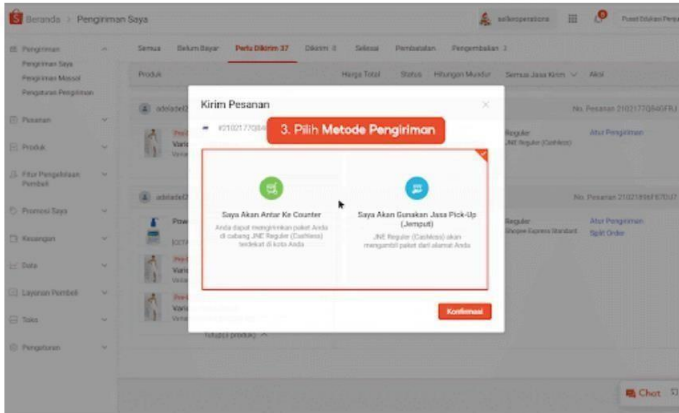
Gambar 27. Halaman Pengiriman Paket (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Atur pengiriman untuk mengirim pesanan



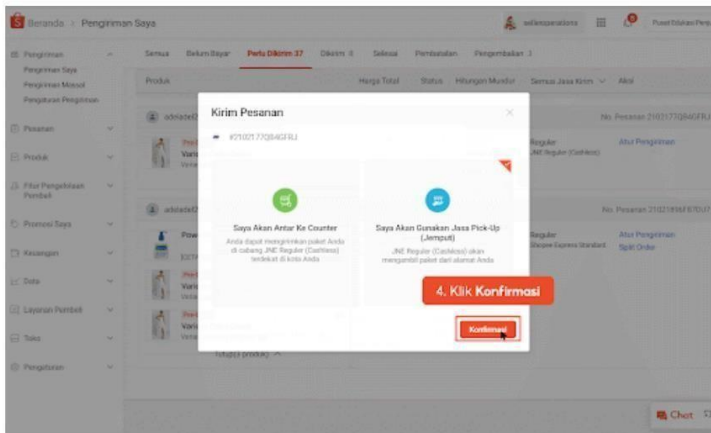
Gambar 28. Pemilihan Opsi Atur Pengiriman Paket (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih metode pengiriman



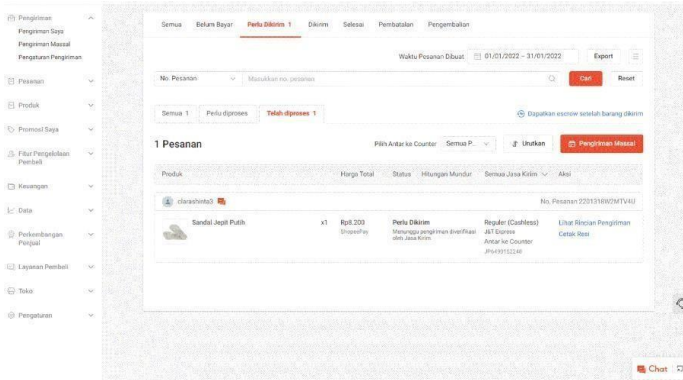
Gambar 29. Pemilihan Pengambilan Paket (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Konfirmasi metode pengiriman dengan klik opsi “Konfirmasi”



Gambar 30. Konfirmasi Pengambilan Paket (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Cetak resi



Gambar 31. Pengecekan Kembali Paket Yang Dikirim (Sumber: WEB Akun Shopee)

C. PEMASARAN DIGITAL PADA E-COMMERCE DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Pemasaran

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Kata “Komunikasi Pemasaran” memiliki dua unsur pokok, yaitu komunikasi, proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu (M. Anang F., 2020) . Melalui suatu strategi pemasaran, suatu produk ataupun jasa dapat lebih dikenal dikalangan konsumen dan dapat menciptakan suatu peluang pasar yang lebih luas guna mendapatkan keuntungan yang lebih besar pula. Contoh-contoh bentuk dari pemasaran adalah penyebaran informasi dan kelebihan-kelebihan yang dimiliki suatu produk dengan *word of mouth*, media sosial, iklan, dan lain-lain.

Konsep digital marketing

Digital Marketing sendiri merupakan proses jual beli dimana dengan menggunakan media digital online atau internet baik itu menggunakan *e-Commerce* maupun media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan suatu kegiatan terkhusus produk di bidang ekonomi (Masir & Purnomo, 2021).

Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012). Digital marketing menggunakan media social dan aplikasi *e-Commerce* akan sangat bergantung dengan teknologi internet, yang dimana jika kita dapat memanfaatkan teknologi digital dengan baik, maka hal itu dapat membantu kita dalam hal pemasaran, promosi, iklan, hingga penjualan karena internet adalah suatu ranah maya yang luas. Internet juga memiliki teknologi *artificial intelligence* dalam segi iklannya, hanya menunjukkan iklan dari produk-produk yang sesuai dengan kemauan konsumen dari pencariannya di Google, dan *engagement* di Instagram serta Tik Tok.

Konsep E-Commerce

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa e-commerce merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. E-Commerce merupakan suatu contoh dari kemajuan teknologi informasi, dimana transaksi bisnis dilakukan tidak dengan cara konvensional yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau adanya keharusan menggunakan uang tunai. Melainkan, penjual diwakili oleh suatu sistem yang dapat melayani pembeli secara online melalui media jaringan komputer maupun perangkat elektronik lainnya. Oleh karena itu, E-Commerce membutuhkan

infrastruktur sistem yang mampu menjamin keamanan transaksi tersebut dan tidak merugikan pembeli maupun penjual.

Era perdagangan digital membutuhkan dukungan digital economy yang tercermin dengan lahirnya aktivitas perdagangan secara elektronik (*Electronic Trading*), dalam berbagai bentuk kegiatan seperti : perdagangan retail, perlelangan barang, penawaran jasa, dan sebagainya. Sebagai konsekuensinya, toko konvensional digantikan dengan toko elektronik yang dikenal dengan nama : *Cyberstore, Digital Market, Virtual Store, Electronic Mall, Online Shop* dan lain sebagainya.

Terdapat beberapa kelebihan yang didapat ketika menggunakan e-commerce diantaranya yaitu meningkatkan transaksi antar wilayah, biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan *offline store*, dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan, usaha dapat lebih berkembang dan pengelolaan usahanya lebih mudah. Namun juga terdapat kelemahan yang didapat dari penggunaan e-commerce seperti masalah keamanan karena seringkali terjadi penipuan, dan ketidaksesuaian produk.

Pembuatan Resi

Sebagai Seller di marketplace shopee pastinya perlu untuk mengirim orderan dari Buyer melalui Jasa Kirim manapun. Jika Anda adalah seller baru di marketplace Shopee mempunyai banyak jasa kirim yang tersedia untuk mengirim barang yang dijual. Seller juga dapat mengeset jasa kirim mana yang mau seller pakai. Jika seller sudah selesai mengeset silahkan buka toko shopee seller dan tunggulah orderan dari buyer.

Sebelum bisa akses resi otomatis Shopee, pastilah kita harus berjualan di Shopee dulu. Berikut cara berjualan di Shopee adalah pergilah ke Menu Saya, kemudian pilih Mulai Jual , lalu pilih Mulai Registrasi, setelah itu isilah informasi tentang toko Anda, setelah selesai pilihlah berikutnya, lalu pilihlah jasa kirim yang ingin Anda

aktifkan, terakhir tekan submit. Setelah itu tambahkan produk agar Buyer bisa membeli dari toko Anda. Lalu, setelah memiliki buyer, Pemilik toko sebagai seller pastilah harus mengurus produk yang Anda akan kirimkan, misalkan dikemas dalam bentuk yang lebih rapi. Setelah kemas kita membutuhkan resi untuk mengirimkan barang. Shopee menyediakan sistem Resi Otomatis yang memudahkan para Seller untuk membuat resi secara otomatis tidak perlu repot-repot untuk membuat resi secara manual.

Resi Otomatis Shopee merupakan sistem pembelian yang langsung terdapat resinya setelah customer membayar orderan mereka. Keunggulan Resi Otomatis adalah Seller tidak perlu lagi membayar biaya kirim karena biaya kirim dari Buyer akan langsung diteruskan ke jasa kirim oleh Shopee.

Pengiriman Barang

Jasa kirim yang didukung oleh Shopee sudah hampir semuanya menggunakan resi otomatis, yang diantaranya adalah:

- JNE Express (Reguler, YES, dan JTR).
- J&T Express (J&T Express, J&T Economy, dan J&T Jemari).
- SiCepat Express (REG dan HALU).
- Ninja Xpress.
- Shopee Express (Instant, Sameday, dan StAndard).
- Anteraja.
- ID Express.
- GrabExpress (Same Day and Instant).
- GoSend (Sameday dan Instant).

Jasa kirim Shopee merupakan jasa kirim yang bekerja sama dengan Shopee. Jasa kirim Shopee tertera sama dengan di atas. Ketika seller mendapatkan pesanan, seller perlu segera memproses pesanan yang masuk. Setelah menyiapkan pesanan sesuai dengan pesanan, seller juga perlu untuk mencetak resi pengiriman sebagai

bukti pengiriman dan untuk lacak barang Shopee. Simak cara memproses dan cetak resi otomatis di Shopee di bawah ini.

Cara memproses Resi Otomatis Shopee, yaitu dengan pakai Aplikasi Shopee, selain itu bisa juga secara manual untuk memproses resi dengan cara pergi ke jasa kirim, dengan Seller Centre maupun melalui aplikasi Shopee.

Tetapi, jika Anda memproses pesanan melalui aplikasi Anda tidak dapat mencetak label pengiriman.

Cara memproses pesanan di Shopee dengan resi otomatis melalui aplikasi, yaitu:

- Pada aplikasi, pilihlah Perlu Dikirim.



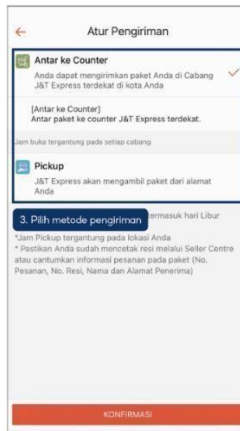
Gambar 32. Pengecekan Kembali Paket Yang Dikirim (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Atur Pengiriman.



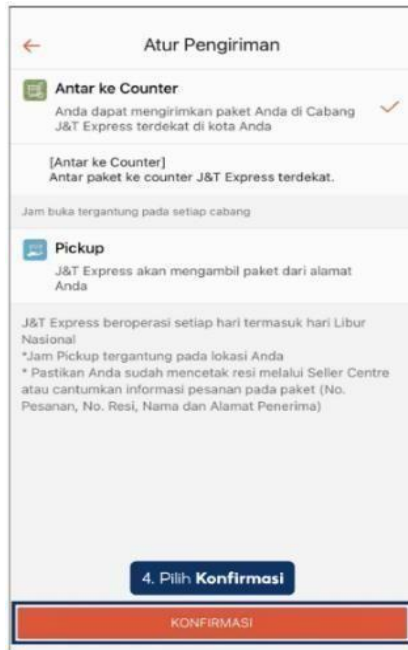
Gambar 33. Atur Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih metode Pengiriman.



Gambar 34. Memilih metode pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Konfirmasi.



Gambar 35. Konfirmasi pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

Pesanan yang telah dikonfirmasi pengaturan dan metode pengirimannya, secara otomatis pesanan tersebut akan mempunyai nomor resi pada label pengiriman, tetapi masih dengan status Perlu Dikirim. Status pesanan akan berubah saat paket sudah diserahkan ke pihak jasa kirim. Pastikan barcode dapat terlihat oleh pihak jasa kirim, karena label pengiriman biasanya berisi informasi penting seperti rincian pesanan, dan digunakan sebagai bukti pengiriman. Selain memproses pesanan dengan cara di atas, Anda juga dapat memproses pesanan secara Massal dengan fitur Pengiriman Massal. Memproses pesanan dan Mencetak Pesanan dengan Resi Manual, yaitu:

- Pos Kilat Khusus.
- Jasa kirim lainnya (jasa kirim yang tidak didukung Shopee). Cara diatas termasuk Resi Shopee tulis tangan yang dilakukan secara

manual.

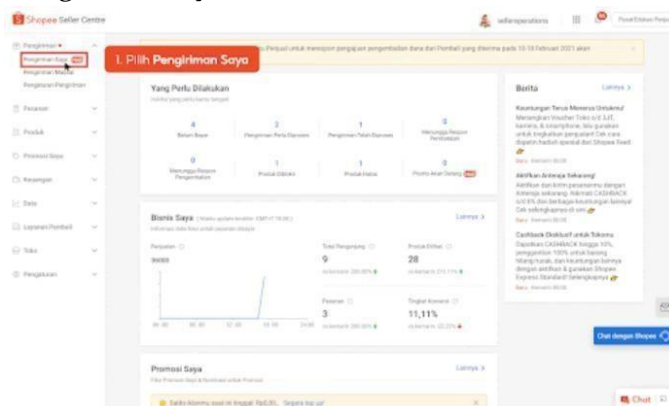
Cara memproses pesanan dengan resi manual melalui Seller Centre, yaitu:

- Buka web Seller Centre.



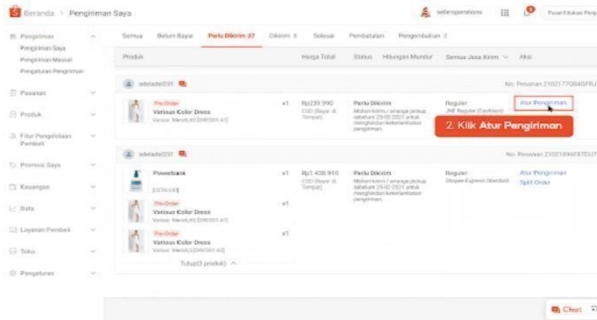
Gambar 36. Web Seller Centre (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih Pengiriman Saya.



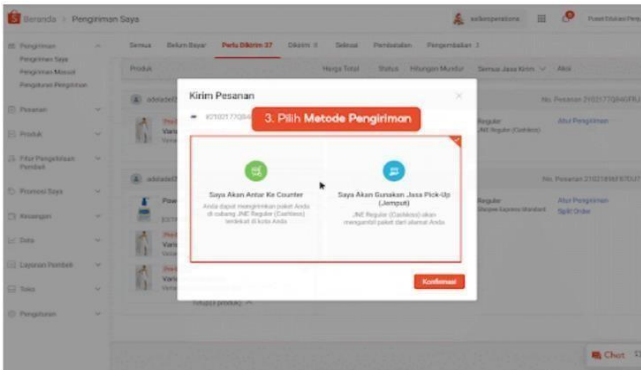
Gambar 37. Memilih Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Atur Pengiriman.



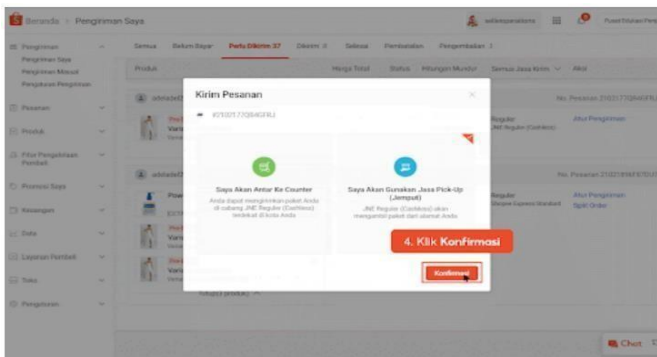
Gambar 38. Mengatur Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih Metode Pengiriman.



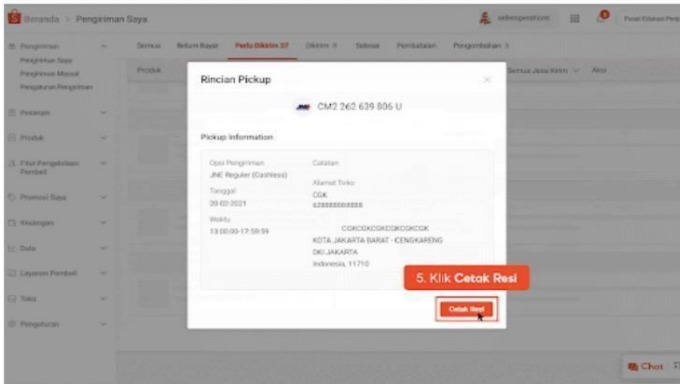
Gambar 39. Memilih metode pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Konfirmasi Untuk Mengatur Jasa Pengiriman.



Gambar 40. Konfirmasi untuk jasa pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Cetak Resi.



Gambar 41. Cetak Resi (Sumber: WEB Akun Shopee)

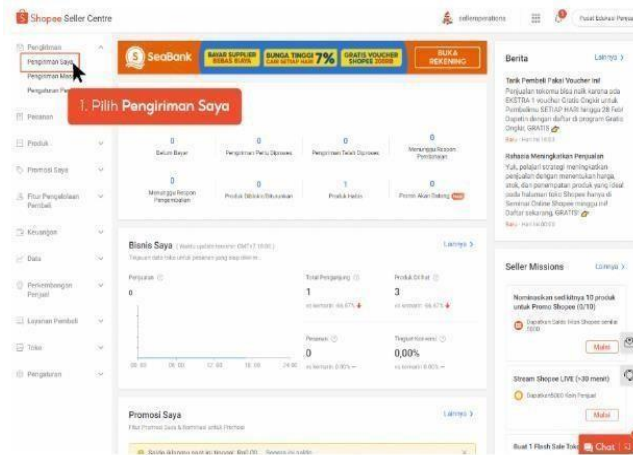
Cara memproses pesanan dengan Resi Manual pada Seller Center, yaitu:

- Buka web Seller Centre.



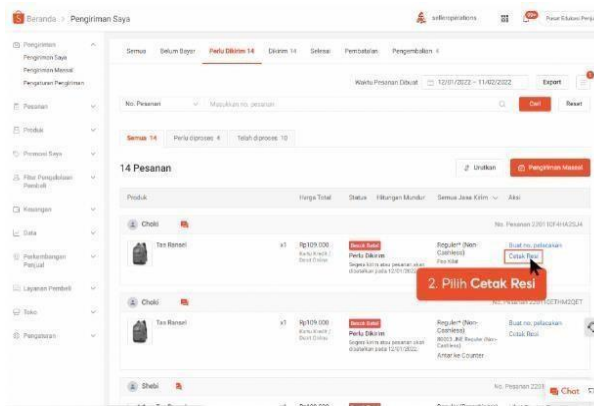
Gambar 42. Web Seller Centre (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Pilih Pengiriman Saya.



Gambar 43. Memilih pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Klik Cetak Resi.



Gambar 44. Cetak Resi (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Setelah Cetak resi, Kemas dahulu paket Anda, kemudian serahkan ke pihak jasa kirim dulu. Anda tidak dapat melakukan cetak label pengiriman jika memproses pesanan melalui aplikasi.



Gambar 45. Pengecekan Kembali Paket Yang Dikirim (Sumber: bandarbaru.com)

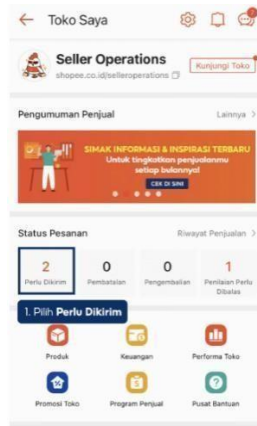
- Setelah menyerahkan paket, Anda akan mendapatkan nomor resi.



Gambar 46. Contoh Nomor Resi (Sumber: WEB Akun Shopee)

Cara memproses pesanan dengan Resi Manual pada Aplikasi, yaitu:

- Pada aplikasi, pilihlah Perlu Dikirim.



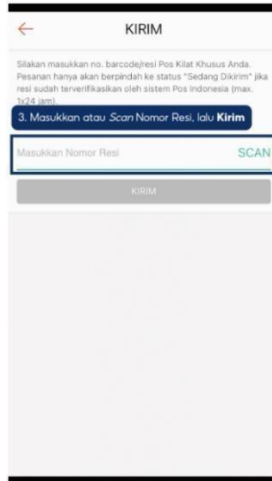
Gambar 47. Menu Pengiriman (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Lalu pilih Buat no. pelacakan.



Gambar 48. Memilih Nomor Pelacakan (Sumber: WEB Akun Shopee)

- Masukkan atau Scan nomor resi, lalu klik kirim.



Gambar 49. Memasukkan Nomor Resi (Sumber: WEB Akun Shopee)

D. PENUTUP

- Shopee merupakan salah satu e-commerce yang terkenal di Indonesia. Dengan membuat akun Shopee, maka seseorang dapat menjadi pembeli atau penjual di aplikasi Shopee tersebut.
- Terdapat berbagai fitur yang dapat digunakan untuk menunjang pengguna Shopee agar tertarik dalam menggunakan aplikasi shopee.
- Aplikasi Shopee sebagai e-commerce dapat memiliki banyak manfaat bagi para pelaku bisnis. Shopee sebagai sarana atau wadah bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya agar semakin maju dan berkembang serta dikenal masyarakat luas.
- Shopee memiliki sistem pengiriman yang cepat dan berbagai varian untuk pesanan sampai ke pembeli hingga pelosok negeri

DAFTAR PUSTAKA

- Purbo, Onno W. 2000. *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Elwina S,Marcella. Aspek Hukum Transaksi (Perdagangan) Melalui Media Elektronik (E-Commerce) Di Era Global:Suatu Kajian Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen. *Jurnal Ilmiah Hukum Legality*. Universitas Muhamadiyah Malang. Diakses pada laman <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/legalitiy/article/view/278> pada 26 Juli 2017
- Makarim, Edmon. 2014. Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* Vol. 44 No 3. Universitas Indonesia
- Jakpat. 2019. "Indonesia Ecommerce Trend 2nd Semester of 2019 – JAKPAT Survey Report". Diperoleh 5 Juli 2020. Dapat diakses dalam <https://blog.jakpat.net/indonesia-ecommercetrend-2ndsemester-of-2019-jakpat-surveyreport/>
- Maulandy Rizky Bayu Kencana. 2020. "Gara-Gara Corona, Aktivitas Belanja Online Naik 400 Persen". Diperoleh 20 Juni 2020. Dapat diakses dalam <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4226841>



DIVERSIFIKASI PRODUK *FROZEN* FOOD NUGGET LELE PADA UMKM

A. PENDAHULUAN

Olahan produk makanan yang bersumber dari hasil pengolahan ikan terbilang masih cukup rendah dikalangan masyarakat. Banyak faktor yang mempengaruhi dalam pemberian perhatian terhadap produk makanan, mulai dari kemampuan sumber daya manusia dalam mengolah produk dan pemahaman terhadap produk yang ada. Upaya pemerintah untuk terus mengembangkan industri pangan lokal dengan diikuti dukungan pendanaan yang cukup melalui alokasi dana telah memberikan motivasi kepada masyarakat dalam mewujudkan produksi pangan lokal. Olahan pangan berasal dari ikan menjadi sumber protein hewani yang diperlukan oleh tubuh. Mengonsumsi ikan secara teratur perlu diperhatikan karena kandungan zat lain seperti vitamin dan mineral didalamnya.

Olahan ikan merupakan cara untuk mengatasi masalah pembusukan ikan sehingga dapat disimpan dalam waktu cukup lama. Pengolahan ikan memungkinkan adanya pengembangan produk baru sehingga dapat menambah nilai tambah. Salah satu

olahan ikan yang mudah ditemukan dan relatif terjangkau salah satunya yaitu ikan lele. Budidaya ikan lele di Blitar dapat menjadi potensi besar dalam peningkatan ekonomi. Budidaya ikan lele banyak dibudidayakan masyarakat karena membutuhkan lahan yang tidak terlalu besar dan sumber air yang terbatas.

Keberadaan modul ini dapat menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang mengembangkan industri pangan lokal melalui rumah tangga sehingga dapat memberikan penambahan penghasilan melalui pemanfaatan produk olahan yang bersumber dari olahan ikan. Diversifikasi produk atau upaya pengembangan produk ikan lele dapat menjadi salah satu alternatif yang dapat dikembangkan oleh kalangan masyarakat.

Olahan produk ikan lele pada umumnya hanya diolah dengan pengolahan yang biasa atau standar. Menu yang disajikan relatif terbatas seperti di goreng atau di bakar, dimana pengolahan ikan lele yang terbatas dipengaruhi oleh minimnya pengetahuan tentang pengelolaan ikan dan teknologi. Sedangkan olahan ikan lele memiliki potensi yang cukup besar di industri rumah tangga dengan mengadakan kreatifitas dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat khususnya di Kelurahan Turi, Kecamatan Sukerjo, Kota Blitar.

Potensi untuk dikembangkan menjadi olahan produk ikan yang bernilai ekonomis yaitu olahan nugget lele. Kehidupan masyarakat di era modern ini yang ingin serba praktis membuat nugget lele menjadi salah satu pilihan makanan yang digunakan sebagai lauk atau camilan. Dengan diolah menjadi nugget ikan menjadi lebih mudah untuk dikonsumsi, selain itu tahan lama dalam proses penyimpanan dalam freezer dan cara penyajiannya yang mudah. Nugget lele merupakan salah satu pengembangan produk yang bernilai gizi tinggi dan lezat yang berasal dari daging ikan lele dan berbagai macam bumbu masakan yang telah disesuaikan.

Produk olahan ikan lele ini memiliki kualitas yang sehat dan bersih. Selain itu, dalam pembuatannya sangat mudah. Sehingga semua masyarakat dapat membuat produk ini secara individu di rumah masing-masing. Akan tetapi, pengembangan produk olahan ikan lele tergolong masih kurang, sehingga diperlukan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat. Selain itu konsumen dihadapkan dengan berbagai macam produk yang mulai muncul dipasaran, sehingga terjadi banyak pilihan produk olahan.

B. BAHAN BAKU PEMBUATAN NUGGET LELE

Ikan Lele

Ikan lele merupakan salah satu komoditas perikanan yang cukup populer di masyarakat. Salah satu komoditas budidaya yang memiliki berbagai kelebihan, diantaranya adalah pertumbuhan cepat dan memiliki kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan yang tinggi. Pada ukuran konsumsi daging ikan lele bergizi tinggi, rasanya gurih, berwarna putih dengan kandungan protein 17% yang fungsinya hampir sama dengan daging sapi yaitu 19%. Protein lele mengandung asam amino esensial seperti leusin, lisisn, dan fenil alanin dalam jumlah yang cukup.

Ikan lele adalah salah satu komoditas perikanan unggulan yang dikembangkan secara optimal karena memiliki prospek pasar di dalam dan luar negeri. Komoditi diekspor dalam bentuk daging sayat (*fillet*), utuh (*whole around*), tanpa kepala (*head less*), tanpa insang dan isi perut (*whole gill gutet*) dan daging halus (*surimi*). Tingginya permintaan pasar atas komoditi ini mendorong pelaku usaha budidaya terus mengupayakan produksi yang maksimal (Rukmana dan Yudirahman, 2017).

Ikan lele (*Clarias gariepinus L.*) merupakan jenis ikan konsumsi air tawar dengan tubuh memanjang dan kulit licin. Secara morfologi, bentuk tubuh lele memanjang, berlendir dan

tidak bersisik, agak bulat pada bagian tengahnya, dan bagian belakang berbentuk pipih. Kepala lele pipih dengan memiliki panjang yang hampir mencapai seperempat panjang tubuhnya. Sekitar mulut terdapat empat pasang sungut peraba yang berfungsi sebagai alat peraba saat mencari makan atau saat bergerak. Dekat sungut terdapat pula alat olfaktori yang berfungsi untuk perabaan dan penciuman serta penglihatan lele yang kurang berfungsi dengan baik (Ciptanto, 2010).

Semakin meningkatnya permintaan pasar akan ikan lele berdampak pada meningkatnya usaha dalam pembesaran budidaya ikan lele. Ikan sebagai organisme akuatik seringkali berhadapan dengan stressor lingkungan perairan. Stressor lingkungan yang umum bagi ikan adalah parameter kualitas air. Salah satu faktor penentu dalam keberhasilan budidaya yaitu penentuan kualitas air seperti suhu. Perubahan suhu di lingkungan media pemeliharaan dapat mempengaruhi kehidupan ikan bahkan dapat menyebabkan stres. Suhu yang tinggi dapat menyebabkan oksigen menurun dan mengurangi selera makan ikan (Aliza *et al.*, 2013).

Suhu juga dapat mempengaruhi pertumbuhan ikan lele. Suhu tinggi menyebabkan ikan aktif bergerak, tidak mau berhenti makan dan metabolisme cepat meningkat sehingga kotorannya menjadi lebih banyak. Hal ini menyebabkan kebutuhan oksigen menjadi naik, sedangkan ketersediaan oksigen dalam air akan berkurang sehingga ikan akan kekurangan oksigen dalam darah, akibatnya ikan menjadi stress (Taufik *et al.*, 2009).

Kandungan Zat Gizi Ikan Lele Kandungan gizi ikan lele per 100 gram

Zat Gizi	Kandungan / 100 gr bahan
protein	18 gr
lemak	2,9 gr
Natrium	50 mg

Kadar air	78,5 gr
Kalori	90 gr
Kalsium	15 gr
Vit. B12	121% dari Nilai Harian
Selenium	26% dari Nilai Harian
Fosfor	24% dari Nilai Harian
Tiamin	15% dari Nilai Harian atau 0,10 gr

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (2022)

Keunggulan ikan lele dibandingkan dengan produk hewani lainnya adalah kaya akan leusin dan lisin. Leusin ($C_6H_{13}NO_2$) merupakan asam amino esensial yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan anak-anak dan menjaga keseimbangan nitrogen. Leusin juga berguna untuk perombakan dan pembentukan protein otot. Sedangkan lisin merupakan salah satu dari 9 asam amino esensial yang dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan. Lisin termasuk asam amino yang sangat penting dan dibutuhkan sekali dalam pertumbuhan dan perkembangan anak (Zaki, 2009).

Ikan lele mengandung protein yang tinggi dan zat penguat tulang (kalsium) yang baik untuk makanan anak balita. Selain itu lele juga mengandung mineral lain yang penting pula untuk kesehatan tubuh (Djatkiko Hertami, 1986). Pemanfaatan ikan lele sebagai bahan pangan selama ini hanya terbatas pada daging. Pengolahan hasil disamping ikan berupa limbah seperti kepala, jeroan, tulang, sisik, dan sirip belum dimanfaatkan secara optimal.

kepala ikan lele mempunyai komponen utama yaitu berupa protein, lemak, garam kalsium, dan fosfat dan selama ini belum dimanfaatkan secara optimal, biasanya diproses lebih lanjut digunakan untuk pakan ternak (Apriyana, 2014). Sedangkan di daerah industri pembuatan abon ikan lele, hanya memanfaatkan dagingnya saja selain itu juga digunakan untuk produk kerupuk ikan.

Komposisi Zat Gizi

Ikan lele dapat dikelompokkan kedalam bahan pangan berprotein sedang dengan lemak rendah. Ikan lele juga mengandung karoten, vitamin A, protein, lemak, karbohidrat, fosfor, kalsium, zat besi, vitamin B₁, vitamin B₆, vitamin B₁₂, dan kaya akan asam amino. (Rohimah *et al.*, 2014) menyebutkan bahwa kandungan komponen gizi ikan lele mudah dicerna dan diserap oleh tubuh manusia baik pada anak-anak, dewasa, dan orang tua.

Kandungan protein dalam ikan lele juga membantu meningkatkan efektivitas fungsi kekebalan tubuh. Protein memiliki fungsi dalam proses pertumbuhan, pengganti sel jaringan yang rusak serta untuk meningkatkan daya tahan tubuh. Protein terkandung dalam asam amino esensial dan non esensial. Asam amino esensial adalah asam amino yang dibutuhkan untuk berlangsungnya proses biokimiawi yang terjadi di dalam tubuh, sedangkan asam amino non esensial tidak dapat diproduksi oleh tubuh sehinggalah untuk mendapatkannya harus dikonsumsi dari luar dan masuk ke dalam tubuh (Andayani dan Ausrianti, 2021).

Manfaat dari Ikan Lele

Berbagai kelebihan pada daging ikan lele adalah rendah kalori dan lemak, sumber protein tinggi yang membantu tubuh membangun massa otot tanpa lemak serta meningkatkan efektivitas fungsi kekebalan tubuh (Mulyadi dan Indriati, 2021). Selain itu, minyak ikan lele mengandung asam lemak esensial yang cukup tinggi memberikan manfaat kesehatan jika dikonsumsi, diantaranya adalah menurunkan kadar kolesterol dan mencegah terjadinya penyakit jantung (Odia *et al.*, 2015).

Selain itu beberapa manfaat yang bisa diperoleh dengan mengkonsumsi makanan dari ikan lele yaitu menjaga dan meningkatkan kesehatan saraf, mengoptimalkan kesehatan otak, kandungan vitamin B₁₂ dalam ikan lele juga bisa membantu untuk

menurunkan risiko penyakit anemia, aman dikonsumsi anak karena mengandung rendah merkuri, Kandungan vitamin B12 yang terdapat dalam ikan lele juga bisa membantu untuk meningkatkan kesehatan mental, mengandung asam lemak omega-3 juga bisa membantu untuk menjaga kesehatan mata.

Jumlah Ikan Lele yang Dibutuhkan

Sebagai bahan utama, jumlah/ banyaknya ikan lele setelah dipisahkan dari tulangnya yang diperlukan dalam pembuatan nugget yaitu 1000 gram. Jumlah ini dianggap cukup dengan mempertimbangkan komposisi bahan baku lainnya dalam pembuatan nugget.

Bahan Baku Pendukung Lainnya

Pembuatan nugget lele memerlukan bahan baku pendukung lainnya yang juga penting untuk diperhatikan. Beberapa bahan baku yang diperlukan, yaitu:

- Tepung Terigu
Tepung terigu adalah tepung/bubuk halus yang berasal dari biji gandum, dan digunakan sebagai bahan dasar pembuat kue, mi, roti, dan pasta. Tepung terigu roti mengandung protein dalam bentuk gluten, yang berperan dalam menentukan kekenyalan makanan yang terbuat dari bahan terigu. tepung terigu tersebut memiliki kandungan protein yang berbeda-beda. Protein pada tepung terigu inilah yang akan sangat berpengaruh terhadap kerekatan dari adonan dari makanan tersebut. Jenis protein yang ada di dalam tepung terigu adalah jenis gluten. Gluten tersebut merupakan salah satu jenis protein yang biasanya dapat ditemukan pada jenis gandum. Banyaknya tepung terigu yang diperlukan yaitu 200 gram.
- Tepung Tapioka
Tepung tapioka disebut juga sebagai tepung singkong. Tapioka

atau yang terkadang disebut dengan nama kanji adalah tepung pati yang diekstrak dari umbi singkong. Tepung tapioka juga mempunyai beberapa sebutan lain, seperti tepung aci atau tepung kanji. Dari segi tekstur, tepung tapioka lebih lembut dari tepung terigu. Tepung tapioka terasa licin di tangan sehingga sulit dipegang dengan warna putih susu. Secara umum, tepung tapioka digunakan sebagai pengental tumisan. Hal ini dikarenakan ciri khasnya yang bening dan mengental saat dipanaskan. Jumlah atau banyaknya tepung tapioka yang diperlukan sebanyak 150 gram.

- Tepung Panir

Tepung roti atau biasa juga disebut dengan tepung panir adalah tepung yang terbuat dari roti tawar yang dikeringkan lalu ditumbuk. Jumlah atau banyaknya tepung panir yang diperlukan sebanyak 500 gram.

- Telur

Telur adalah salah satu sumber protein hewani yang memiliki rasa yang lezat, mudah dicerna dan bergizi tinggi. Beberapa hewan yang dapat menghasilkan telur, tetapi hanya jenis telur tertentu yang biasa diperdagangkan dan dikonsumsi manusia yaitu telur ayam, bebek, puyuh dan ikan. Pada kenyataannya telur ayam yang paling populer dikalangan konsumen. Jumlah atau banyaknya telur yang diperlukan sebanyak 7 butir.

- Air

Air dalam olahan produk ini berperan sebagai pelarut dari beberapa komponen di samping ikut sebagai bahan pereaksi. Jumlah atau banyaknya air yang diperlukan sebanyak 300 ml.

- Bawang Putih

Bawang putih merupakan tanaman yang berumbi lapis atau tersusun berlapis-lapis. bawang putih ini memiliki batang yang semu yang terbentuk dari pelepah-pelepah daun. Helaiannya daunnya mirip pita, berbentuk pipih dan memanjang. Umbi dari

tanaman bawang putih merupakan bahan utama untuk bumbu dasar masakan Indonesia. Jumlah atau banyaknya bawang putih yang diperlukan sebanyak 10 siung.

- Lada

Lada adalah salah satu bumbu dapur dalam masakan dan masuk kedalam biji-bijian. Lada yang berbentuk bulat kecil ini memiliki rasa yang pedas, pahit dan juga hangat. Lada yang sering digunakan untuk memasak adalah lada yang berwarna putih. Tekstur dari lada ini yaitu kasar dan keras. Oleh karena itu, lada perlu dihaluskan agar cita rasa lada tetap terjaga dan meresap kedalam masakan. Jumlah atau banyaknya lada bubuk yang diperlukan dalam pembuatan nugget lele yaitu sebanyak 3 gram.

- Gula

Gula pasir merupakan bahan baku masakan yang terbuat dari sari tebu dan dikristalkan membentuk serbuk-serbuk seperti pasir. Berbeda dengan gula halus, gula pasir mempunyai butiran-butiran yang lebih kasar. Gula pasir memiliki rasa yang manis dan mudah larut dalam air terutama air panas. Gula pasir sudah menjadi bahan utama dalam pembuatan masakan. Jumlah atau banyaknya gula pasir yang diperlukan sebanyak 10 gram.

- Garam

Garam adalah benda padatan berwarna putih berbentuk kristal yang merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Klorida (>80%) serta senyawa lainnya seperti Magnesium Klorida, Magnesium Sulfat, Kalsium Klorida dan lain-lain. Garam konsumsi beryodium adalah produk bahan makanan yang komponen utamanya natrium klorida (NaCl) dengan penambahan kalium iodat (KIO₃). Jumlah garam yang diperlukan dalam pembuatan nugget lele sebanyak 20 gram.

- Penyedap rasa

Penyedap rasa merupakan salah satu bahan tambahan (zat aditif) yang diberikan pada masakan dengan tujuan untuk mem-

perkuat rasa pada masakan dan digunakan secara instan supaya masakan menjadi lebih lezat dengan takaran bumbu yang sedikit. Jumlah penyedap rasa yang diperlukan dalam sebanyak 10 gram.

- **Minyak Goreng**

Bahan pendukung minyak goreng digunakan untuk memproses stik lidah buaya yang sudah dalam bentuk stik yang siap digoreng dengan suhu panas yang cukup, sehingga diperoleh rasa yang renyah atau kriuk. Jumlah minyak goreng yang diperlukan sebanyak 0,5 Liter.

Peralatan Pendukung

Untuk mendukung pembuatan nugget lele, diperlukan beberapa peralatan, diantaranya yaitu:

- Pisau
- Blender
- Loyang

C. PROSES PEMBUATAN NUGGET LELE

Proses pembuatan nugget lele dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu :

Membelah ikan lele untuk diambil dagingnya

Langkah pertama dalam pembuatan nugget lele yaitu memilih ikan lele segar dengan ukuran sedang. bagian yang digunakan dari ikan lele ini hanyalah dagingnya saja, untuk pembuatan diawali dengan mencuci ikan lele hingga bersih, kemudian memotong bagian kepala lele dan membelah lele menjadi 2 bagian, dibersihkan bagian duri-durinya dan kulitnya, kemudian diambil bagian dagingnya untuk digiling dan dicampur dengan bahan- bahan lainnya. adapun bahan campuran untuk pembuatan nugget lele yaitu 4 butir telur, 8 siung bawang putih,

tepung terigu, tepung tapioka, tepung panir, penyedap rasa.



Gambar 3. 1. Bahan dasar pembuatan nugget lele

Mencampur semua bahan menjadi satu

Langkah selanjutnya yaitu mencampurkan daging lele yang sudah bersih dari duri dan kulitnya dicampur dengan semua bahan pendukung, mulai dari telur, bawang putih, dan bumbu dapur untuk di blender menjadi adonan. kemudian adonan yang sudah diblender dipindahkan ke dalam wadah yang besar untuk ditambahkan tepung terigu dan tepung tapioka, dan diaduk kembali hingga rata dan memiliki tekstur yang pas.





Gambar 3. 2. Proses mencampur adonan

Mengukus Adonan

Adonan yang telah tercampur rata menjadi satu, kemudian adonan dipindahkan ke dalam wadah atau loyang pengukus untuk dikukus selama kurang lebih 30 menit. Untuk proses pengukusan menggunakan api kecil supaya adonan bisa matang sempurna.



Gambar 3. 3. Proses mengukus adonan

Membalur adonan dengan tepung panir

Adonan yang telah dikukus selama kurang lebih 30 menit, kemudian dibiarkan pada suhu ruang agar adonan dingin. setelah adonan dingin, adonan dipotong sesuai selera, atau bisa dengan menggunakan potongan cetakan nugget. selanjutnya membalurkan potongan nugget ke dalam tepung terigu, telur dan tepung panir.



Gambar 3. 4. Pembaluran nugget ke dalam tepung panir

Mengemas nugget untuk dibekukan

pada tahap terakhir, adonan yang sudah dibaluri dengan tepung panir secara merata, kemudian dimasukkan dalam kemasan plastik press untuk *frozen food* dan dimasukkan ke dalam freezer. Nugget lele siap untuk dipasarkan.



Gambar 3. 5. Frozen food nugget lele

Tabel 3. 1. Daftar harga bahan baku nugget lele

Jenis	Jumlah	Total	Total Keseluruhan
A. Bahan Baku			
Ikan lele	1 kilogram	Rp 30.000	
Telur	8 butir	Rp 14.000	
Bawang Putih	10 siung	Rp 3.000	
Penyedap	10 gram	Rp 2.000	
Gula	10 gram	Rp 10.000	
Garam	20 gram	Rp 2.500	
Tepung terigu	200 gram	Rp 2.400	
Tepung tapioka	150 gram	Rp 2.800	
Tepung panir	250 gram	Rp 6.000	
Minyak goreng	1 liter	Rp 17.000	
Total			Rp 89.700
B. Biaya Overhead			
Gas	1	Rp 20.000	
Vacum nylon bag (plastik frozen food)	10 biji	Rp 12.000	
Total			Rp 32.000
Total Keseluruhan			Rp 121.700

Produk yang dihasilkan	= 140 biji nugget lele
Harga pokok penjualan	= Total keseluruhan : produk yang dihasilkan = Rp 121.700 : 140 biji produk = 870/biji nugget
Harga jual	= Rp 950/biji nugget
Harga jual/ pouoch (isi 20)	= Rp 950 x 20 biji produk = Rp 19.000
Estimasi keuntungan	= (Harga jual - HPP) x 20 biji x 10 plastik = (Rp 950 - Rp 870) x 20 x 10 = Rp 16.000 : 10 plastik = Rp 1.600 per plastik

D. PENUTUP

Kesimpulan

Olahan ikan adalah salah satu cara untuk memanfaatkan sebuah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi sehingga dapat bertahan lebih lama. Salah satu olahan ikan yang mudah ditemukan dan relatif terjangkau yaitu ikan lele. ikan lele juga sebagai sumber vitamin B12 yang baik untuk tubuh sehingga cocok untuk konsumsi sehari-hari. Olahan produk ikan lele pada umumnya hanya diolah dengan pengolahan yang biasa atau standar. Menu yang disajikan relatif terbatas seperti di goreng atau di bakar, dimana pengolahan ikan lele yang terbatas dipengaruhi oleh minimnya pengetahuan tentang pengelolaan ikan dan teknologi. Maka dari itu perlu adanya inovasi produk olahan ikan lele yaitu Nugget Lele.

Masyarakat di era modern ini yang ingin serba praktis membuat nugget lele menjadi salah satu pilihan makanan yang digunakan sebagai lauk atau camilan. Dengan diolah menjadi nugget ikan menjadi lebih mudah untuk dikonsumsi, selain itu tahan lama dalam proses penyimpanan dalam freezer dan cara

penyajianya yang mudah.

Dengan adanya produk inovasi nugget lele melalui branding yang baik, diharapkan dapat membangun persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap olahan ikan lele yaitu nugget lele, dapat membangun citra produk itu sendiri yang sehingga menjadi pembeda antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, serta membantu UMKM *Frozen food* Mas Fian agar dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliza, D., Winaruddun dan W,S Luky. 2013. Efek Peningkatan Suhu Air Terhadap Perubahan Perilaku, Patologi Anatomi dan Histopatologi Insang Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*). *Jurnal Medika Veterinaria*. 7(2):142-145.
- Agustini, T.W., Prihantoko, K.E., Suminto., dan Wibowo, B. A. (2019). Diversifikasi Produk Olahan Ikan Lele di Desa Semowo Sebagai Alternatif Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP- UNNES.
- Ciptanto, S. 2010. *Top 10 Ikan Air Tawar-Panduan Lengkap Pembesaran Secara Organik di Kolam Air, Kolam Terpal, Karamba, dan Jala Apung*. Yogyakarta
- Mulyadi, M., dan Indriati, K. 2021. Pendampingan Pengolahan Lele Menjadi Abon Lele Tanpa Minyak di Desa Sampora, Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Charitas*, 1(1), 27-32.
- Odia OJ, Ofori S, dan Maduka, O. 2015. Palm oil and the heart: A review. *World J Cardiol* 7(3):144-149.
- Rukmana, H.R., dan Yudirachman, H.H. 2017. *Sukses Budidaya Ikan Lele Secara Intensif*. Yogyakarta

Taufik, I. Zahri I, A dan Sutrisno. 2009. Pengaruh Perbedaan Suhu Air pada Pemeliharaan Benih Ikan Betutu (*Oxyeleotris marmorata Blkr*) Dengan Sistem Resirkulasi. *Jurnal Riset Akuakultur*. 4(3):319-325.

Zaki. 2009. *Budi Daya Ikan Lele (Clarias batrachus)*.

PERAN INOVASI untuk **MENDORONG UMKM** **(USAHA MIKRO, KECIL dan MENENGAH)** **BIDANG EKONOMI KREATIF**

Berbagai variasi inovasi bidang ekonomi kreatif, bukan hanya tentang membangun fisik, tetapi juga tentang memperkuat kebersamaan, inklusivitas, dan kesadaran akan pentingnya keragaman dalam mencapai tujuan bersama. Capaian-capaian yang telah diraih dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs) juga tidak bisa dipisahkan dari upaya bersama dalam memajukan ekonomi kreatif. Lebih dari sekadar sebuah program, peran inovasi untuk mendorong UMKM menjadi cerminan dari semangat kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku UMKM dalam merumuskan solusi-solusi inovatif untuk memperkuat ekonomi kreatif. Capaian-capaian yang telah diraih dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs) juga tidak bisa dipisahkan dari upaya bersama dalam memajukan ekonomi kreatif dan perwujudan komitmen untuk dalam mencapai berbagai target SDGs. Melalui buku ini, kami mengundang pembaca untuk menjelajahi berbagai konsep, praktik, dan inspirasi untuk memperkuat UMKM bidang ekonomi kreatif. Semoga setiap halaman dapat menjadi sumber motivasi dan wawasan bagi siapa pun yang peduli dan tertarik dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.



Jl. Griya Kebraon Tengah XVII B/1b Fl.10 Surabaya
HP/WA : 08564567834
Email : penerbitpnm@gmail.com
Website : <http://www.penerbitnya.com>

