


# Sosialisasi Pemanfaatan Database Produk UMKM Sebagai Sarana Promosi

<sup>1)</sup>Yuli Widiyono\*, <sup>2)</sup>Dwi Jatmoko, <sup>3)</sup>Arif Susanto, <sup>4)</sup>Ari Fajar Isbakhi, <sup>5)</sup>Riawan Yudi Purwoko , <sup>6)</sup>Aci Primartadi, <sup>7)</sup>Nafasya Mufrodatu Nafus

<sup>1,2,3,4,5,6,7)</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo  
Email Corresponding: [widiyono@umpwr.ac.id](mailto:widiyono@umpwr.ac.id)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Sosialisasi Database Produk UMKM Sarana Promosi Digitalisasi	Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdapat di Desa Jatiwangsan, Kecamatan Kemiri, Kabupaten Purworjo berupa kegiatan sosialisasi yang di ikuti oleh anggota Usaha Mikro Kecil dan Menengah setempat. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk mengembangkan Usaha dengan memanfaatkan database. Dalam kegiatan ini diikuti kurang lebih sekitar 30 peserta yang terdiri dari beberapa sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pada kegiatan sosialisasi ini metode kegiatan pengabdian dibagi dalam lima tahapan, yaitu koordinasi dengan pihak terkait, persiapan sosialisasi, pelaksanaan sosialisasi, pendataan, dan pembukuan database. Teknis pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan materi sosialisasi kemudian diikuti dengan diskusi dan tanya jawab, permasalahan yang dihadapi oleh para Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan serta review kasus yang telah dilakukan oleh Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa anggota Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah memahami tentang pentingnya perencanaan dan promosi produk dengan capaian 76%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah mengerti akan pentingnya sarana promosi sebagai usaha dalam menjual produk serta pemasaran melalui brand produk.
	<b>ABSTRACT</b>
Keywords: Socialization Product Database UMKM Promotional Means Digitalization	Micro, Small and Medium Enterprises in Jatiwangsan Village, Kemiri District, Purworjo Regency take the form of outreach activities which are participated in by members of local Micro, Small and Medium Enterprises. This socialization activity aims to develop the business by utilizing a database. This activity was attended by approximately 30 participants consisting of several Micro, Small and Medium Enterprise sectors. In this socialization activity, the service activity method is divided into five stages, namely coordination with related parties, preparation for socialization, implementation of socialization, data collection and database bookkeeping. The technical implementation of community service by providing socialization material is then followed by discussions and questions and answers, problems faced by Micro, Small and Medium Enterprises, and also case reviews that have been carried out by the Micro, Small and Medium Enterprise Group. The results of the service implementation show that members of Micro, Small and Medium Enterprises have understood the importance of product planning and promotion with an achievement of 76%. So it can be concluded that Micro, Small and Medium Enterprises have understood the importance of promotional tools as an effort to sell products and marketing through product brands. <p style="text-align: right;">This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.</p> 

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Menurut Tambunan (2018) di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi di abad 21 ini masih banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang UMKM. Dalam Bab 1, Pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-

5053

undang tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria.

Desa Jatiwangsan adalah sebuah desa di Kabupaten Purworejo Jawa Tengah yang masuk pada wilayah kecamatan Kemiri. Desa Jatiwangsan memiliki peran yang penting dalam mengembangkan kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengingat banyak komoditas hasil dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dikembangkan warga desa tersebut. Keberanian warga Desa Jatiwangsan dalam berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan memanfaatkan bahan baku yang ada disekitar. Berwirausaha memerlukan kreatifitas, inovasi, kemampuan fisik, serta mampu menggunakan teknologi dengan baik. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sendiri tidak dapat dihapuskan dari masyarakat karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam upaya pendistribusian pendapatan masyarakat. Usaha kecil dan menengah (UMKM) dipandang dapat membantu ekonomi masyarakat serta dapat mengembangkan tradisi dan kebudayaan desa tersebut. Usaha Mikro Kecil dan Menengah seharusnya juga dapat menyerap tenaga kerja dengan skala kecil maupun skala besar sebab dengan adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat membentuk lapangan kerja baru serta meningkatkan ekonomi desa. Akan tetapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Jatiwangsan hanya mencakup di berbagai sektor antara lain:

- a) Pemanfaatan bambu seperti produk anyaman, besek, dan kere
- b) Pemanfaatan tempurung kelapa menjadi arang
- c) Pemanfaatan air nira dibuat menjadi gula jawa
- d) Pemanfaatan kedelai seperti dibuat tempe dan tahu

Dari berbagai macam produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dihasilkan oleh pelaku usaha di Desa Jatiwangsan rata-rata memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada di desa tersebut. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Jatiwangsan tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha turun temurun. Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dihasilkan belum mampu bersaing dengan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah lain yang ada di Kabupaten Purworejo. Salah satu kendala yang timbul dari sulitnya megembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu masih banyaknya pelaku usaha yang belum mengerti bagaimana cara mengembangkan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dihasilkan dan modal yang terbatas. Sehingga menyebabkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di desa tersebut belum mampu berkembang dengan baik. Dengan demikian mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Angkatan 2023 Universitas Muhammadiyah Purworejo memberikan solusi penyelesaian permasalahan tersebut dengan membuat database Usaha Mikro Kecil dan Menengah, agar produk yang ada di Desa Jatiwangsan dapat diketahui jumlah data pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta dapat mempermudah masyarakat publik dalam mengakses potensi produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dihasilkan di Desa Jatiwangsan serta dapat mengetahui jumlah produk yang ada di Desa Jatiwangsan. Dari banyak kajian tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada, salah satunya tertuang dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, (Suci, 2017):

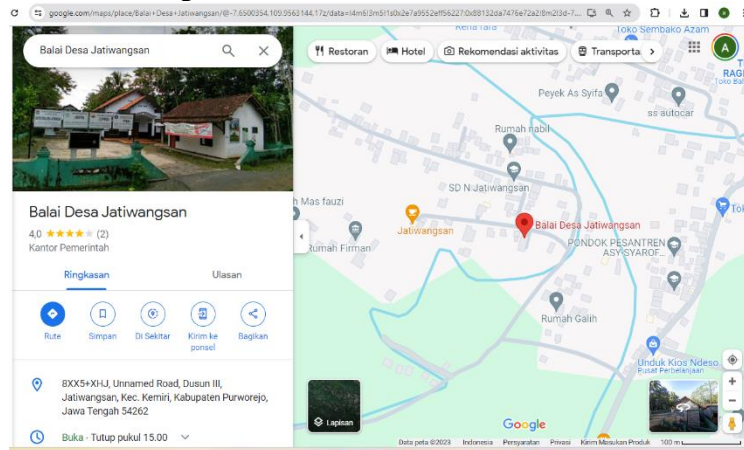
- 1) Usaha mikro ialah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.
- 4) Usaha yang baik tentunya sangat perlu dilakukan dengan perencanaan yang matang, yang diiringi dengan memberikan produk yang berkualitas baik.

## II. MASALAH

Program Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Purworejo 2023 di Desa Jatiwangsan, Kecamatan Kemiri, kabupaten Purworejo. Dikarenakan banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di wilayah desa Jatiwangsan yang memanfaatkan

Sumber Daya Alam (SDA) yang ada menjadi berbagai macam produk yang memiliki nilai jual melalui kegiatan pemasaran yang masih sederhana sehingga perlu mengembangkan salah satunya dengan kegiatan sosialisasi strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui database.

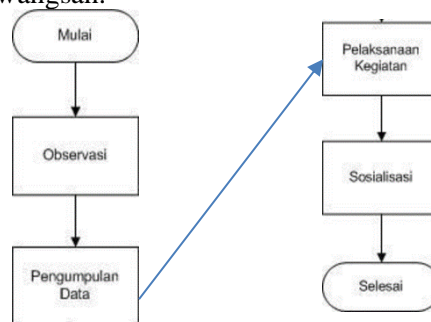
Kegiatan pengabdian pada masyarakat bertujuan untuk mengembangkan kegiatan pemasaran pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Jatiwangsan melalui database. Dengan menggunakan database dapat memperluas sistem promosi dan memudahkan masyarakat untuk menjangkau produk yang dicari sehingga profit penjualan akan meningkat.



Gambar 1. Lokasi Sosialisasi Produk UMKM

### III. METODE

Metode yang digunakan adalah berupa pembelajaran melalui sosialisasi yang diberikan oleh pemateri yang dilakukan secara bersama-sama oleh mahasiswa beserta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Desa Jatiwangsan. Langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan adalah dengan melakukan pendataan *door to door* oleh mahasiswa terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Desa Jatiwangsan.



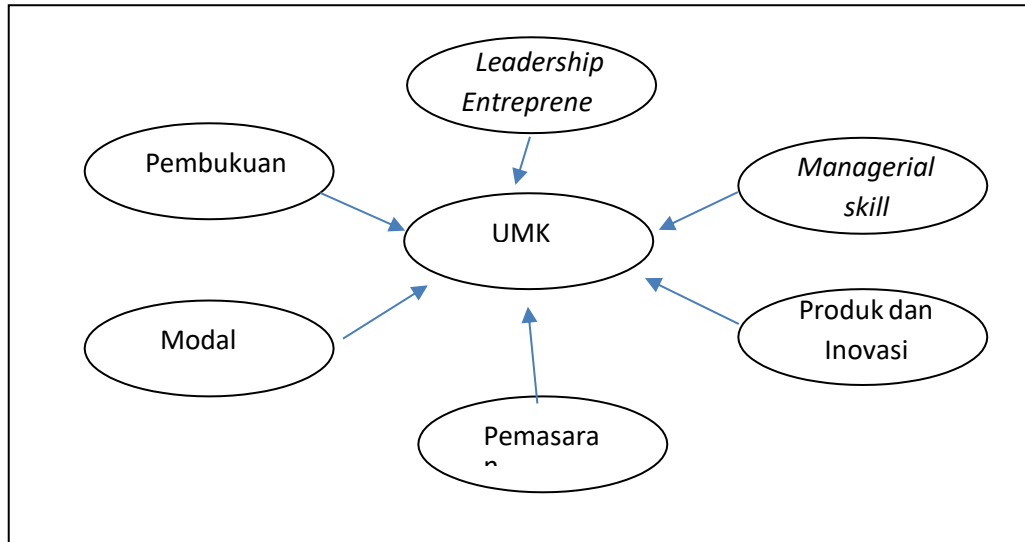
Gambar. 2 Design Kegiatan Pengabdian

Peran mahasiswa dalam Kuliah Kerja Nyata Tematik ini sangat penting dalam keseluruhan pelaksanaan kegiatan baik sebagai motor penggerak pengembangan ekonomi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui database. Setelah semua data Usaha Mikro Kecil dan Menengah terkumpul, selanjutnya mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik bertugas membuat katalog produk-produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di desa Jatiwangsan.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi yang dilakukan pada hari Selasa, 17 Januari 2023 bertempat di aula desa Jatiwangsan yaitu membahas tentang sosialisasi strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di era 4.0, dengan tujuan untuk meningkatkan promosi penjualan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebab di desa jatiwangsan banyak ditemukan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan berbagai macam produk yang dihasilkan. Dengan cara membuat database pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar memperoleh data mengenai pelaku usaha yang ada di Desa Jatiwangsan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah desa jatiwangsan memiliki kurang lebih 90% pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah memulai usaha karena desakan ekonomi serta adanya sistem turun temurun yang dilakukan. Kebanyakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah hanya melakukan produksi serta pemasarannya bergantung pada pengepul. Oleh sebab itu, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah, mengalami kesulitan bersaing. Untuk bertahan dalam mempertahankan usaha yaitu harus memiliki keterampilan dalam hal bekerja yang profesional serta mempunyai inovasi bisnis. Gambaran pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 1. Alur Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah

a. Proses Sosialisasi

Berdasarkan hasil observasi data Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang didapatkan di desa Jatiwangsan produk dipasarkan secara konvensional. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah kebanyakan belum mengurus Surat Izin Usaha (SIU) dan pendataan. Dengan melihat permasalahan tersebut kami mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik Universitas Muhammadiyah Purworejo mengadakan sosialisasi dengan mengundang narasumber seorang ketua forum Usaha Mikro Kecil dan Menengah kecamatan Kemiri untuk melakukan pendataan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di desa Jatiwangsan.

b. Kegiatan sosialisasi dilakukan melalui 5 tahapan, yaitu:

1. Koordinator Pihak Terkait

Yaitu dengan melakukan koordinasi kepada pihak perangkat desa Jatiwangsan serta menghubungi pihak narasumber dan tim untuk membahas pelaksanaan kegiatan. Pertemuan ini memiliki beberapa kesepakatan diantaranya yaitu membahas tentang waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi, pemaparan materi, serta target pelaku UMKM yang akan menghadiri acara tersebut.

2. Persiapan Sosialisasi

Persiapan kegiatan ini adalah dengan menyiapkan materi dari narasumber serta mempersiapkan tempat untuk kegiatan sosialisasi tersebut. Materi yang kami siapkan berupa powerpoint sebagai bahan presentasi yang disampaikan oleh narasumber yang berisi “Pengembangan Usaha Dengan Memanfaatkan Database”.

3. Pelaksanaan Sosialisasi

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan di desa Jatiwangsan, kecamatan Kemiri, kabupaten Purworejo pada hari Selasa, 17 Januari 2023 dengan materi yang disampaikan tentang “Pengembangan Usaha Dengan Memanfaatkan Database”.

4. Pendataan

Pendataan dilakukan oleh mahasiswa KKNT Universitas Muhammadiyah Purworejo pada hari Kamis, 19 Januari 2023 dengan cara berkeliling ke rumah (*door to door*) mendata pelaku UMKM.

5. Pembukuan Database

DATA PELAKU UMKM DI DESA JATIWANGSAN, KECAMATAN KEMIRI, KABUPATEN  
 PURWOREJO PADA TAHUN 2023

No.	Nama	Alamat	Nama Produk	Jumlah Produksi Perhari	Harga Produk	Market	Apakah Sudah Pirt
							Foto Produk
1.	Suproniyati	Desa Jatiwangsan, RT 01/RW 01	Besek besar	± 5 pcs	Rp 2500/pcs	Pengepul	Belum PIRT
2.	Mulyani	Desa Jatiwangsan, RT 01/RW 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerai bambu</li> <li>• Kepang bambu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerai: ±3 pcs</li> <li>• Kepang bambu: ±20 pcs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerai: Rp 70.000(ukuran 2m x 2 m)</li> <li>• Kepang bambu: Rp 700.000/pcs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerima pesanan</li> <li>• Setor ke pengepul</li> </ul>	Belum PIRT

Di era digital seperti ini, data sering diatas bisa dijadikan sebagai *new oil* yang artinya data dianggap sebagai *resources* yang sangat berharga layaknya minyak bumi. Usaha kecil atau UMKM perlu memanfaatkan new oil tersebut untuk mengambil keputusan bisnis yang akurat. UMKM memang tidak mempunyai sumber daya yang banyak taupun teknologi yang canggih dalam pengelolaan bisnisnya, namun tetap saja keputusan-keputusan dalam berbisnis tetap perlu dilakukan, agar UMKM terus berstrategi dan berkembang. Jangan sampai UMKM beralasan tidak punya modal besar untuk berinvestasi di bidang IT. Dewasa ini sudah banyak media teknologi gratis, murah, dan berada di sekitar UMKM. UMKM bisa menggunakan Whatsapp untuk membuat grup konsumen, bahkan mengirim pesan secara otomatis juga, begitupun email yang bisa digunakan untuk mengirim pesan secara custom dan sesuai keinginan. Beragam tool dari Google pun banyak menyediakan platform gratis seperti google formulir, google drive, google trends dan lainnya juga. Belum lagi media sosial dan beragam marketplace yang sering digunakan UMKM untuk berjualan dan berbisnis. Platform-plaform tersebut sering memberikan informasi mengenai data pelanggan yang sudah diolah. Bahkan beberapa platform memvisualisasikannya dalam bentuk diagram dan grafik. Ada informasi pelanggan baru dan persentasenya, ada juga informasi penjualan tertinggi bulan ini misalnya, rating toko dalam bulan ini, komplain yang masuk juga. Semua informasi tersebut bermula dari data-data transaksi yang sudah dilakukan oleh pelanggan UMKM.

Informasi tersebut sangat berguna dalam pengambilan keputusan bisnis. Beberapa keputusan seperti jumlah persediaan yang harus dimiliki, pelanggan mana yang harus diberikan diskon, kapan harus menghubungi supplier, atau juga layanan apa yang harus diberikan merupakan keputusan-keputusan yang bisa diambil dengan tepat jika pebisnis mampu mengelola database pelanggan Usaha Mikro Menengah dan Kecil dengan baik dan kontinyu setiap saat.

Di atas semua bentuk pengelolaan data dan teknologi, usaha UMKM harus mampu bermitra baik dengan pelanggannya. Hadirkan rasa empati yang tinggi kepada para pelanggan. Berikan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan jika berbelanja di UMKM, karena pebisnis yang baik adalah pebisnis yang siap memberikan payung di kala hujan, dan juga siap menarik kembali payung tersebut ketika hujan mereda.

**V. KESIMPULAN**

Kegiatan sosialisasi pemanfaatan database produk UMKM sebagai sarana promosi di desa Jatiwangsan kecamatan Kemiri, kabupaten Purworejo dalam pelaksanaannya telah dilaksanakan dengan baik dan tanpa suatu halangan apapun. Dalam pelaksanaan program ini dilakukan dengan dukungan kerjasama antara mahasiswa dan pelaku UMKM di desa Jatiwangsan. Kemudian dengan adanya program ini diharapkan dapat membantu masyarakat khususnya pelaku UMKM di desa Jatiwangsan sebagai solusi pengembangan usaha melalui database. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya adalah belum adanya website desa yang seharusnya menjadi wadah untuk promosi usaha UMKM desa Jatiwangsan selain itu juga terdapat kendala lain yaitu kegiatan sosialisasi berbenturan dengan aktivitas masyarakat.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terselenggaranya kegiatan pelatihan ini tidak terlepas dari berbagai dukungan beberapa pihak terkait, baik secara materi maupun tenaga. Terima kasih kepada LPPM dan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo selaku koordinator pelaksanaan KKN Tematik Tahun 2023. Selain itu diucapkan terimakasih kepada kepala desa Jatiwangsan beserta perangkat, narasumber sosialisasi ini yaitu ketua forum UMKM Kemiri dan semua pihak yang telah ikut serta membantu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tidak lupa juga kami mengucapkan terimakasih kepada pemerintah Kabupaten Purworejo, Universitas Muhammadiyah Purworejo, dan masyarakat Jatiwangsan yang telah berpartisipasi dalam pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati, M., & Sari, N. K. (2019). Iptek Bagi Masyarakat (Ib.M) Wirausaha Baru Pemuda Karang Taruna Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kab. Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 3(1), 44–50.
- Dwi Jatmoko, dkk. (2023). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Di Desa Kemiri Kidul. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 3 (4), 175-183.
- Jawad, A., dkk. (2021). Pengabdian Kepada Masyarakat Strategi Pengembangan Produk Dan Market Keset Pada Usaha UMKM di Desa Pasir Ampo. *Adibrata Jurnal* 3(1), 71-79.
- Kaswan, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Primartadi, A., dkk. (2021). Pengembangan dan Pelatihan Website untuk Pemasaran Desa Wisata Gunung Buthak. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(3), 590-599. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i3.784>
- PP Nomor 7 Tahun. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 086507, 1–121
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6 (1), 8.
- Tambunan, E., & MM, S. E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Ilmiah” INTEGRITAS”* Vol, 5(1). Retrieved from <http://www.jurnalmdiraindure.com/wp-content/uploads/2019/02/4.-Elisabet.pdf>
- Cendekia Mandiri [https://www.academia.edu/48787014/Entrepreneurial\\_Mindsets\\_and\\_Skills](https://www.academia.edu/48787014/Entrepreneurial_Mindsets_and_Skills)