

Implementasi Literasi Serta Inovasi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Deasy Wulandari^{*1}, Nurhayati², N. Ari Subagio³

^{1,2,3} Universitas Jember

*E-mail: deasywulandari@unej.ac.id¹

Article History

Received : 5 Oktober 2022

Revised : 30 Oktober 2022

Accepted : 9 November 2022

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Literasi, Kinerja Inovasi

Abstrak

Perkembangan perekonomian nasional tidak terlepas dari perekonomian pedesaan karena sebagian besar masyarakat tinggal di pedesaan. Bilamana kondisi ekonomi pedesaan maju maka kehidupan masyarakat secara nasional akan sejahtera. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak motorik yang mampu menjadi penopang perekonomian pedesaan. Kendala UMKM dalam perekonomian pedesaan karena lokasi yang jauh dari perkotaan sehingga dinilai kurang strategis dalam menjalankan suatu bisnis. Desa Sukogidri merupakan desa yang terletak di kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. Mata pencaharian utama masyarakat adalah petani dan pengrajin sandal bakiak. Pemasaran hasil UMKM bakiak Desa Sukogidri masih menggunakan cara yang tradisional yaitu melalui warga setempat. Hal ini menghambat kemajuan UMKM dalam skala yang lebih luas. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melatih dan melakukan pendampingan literasi dan inovasi pemasaran secara terjadwal kepada pelaku UMKM. Temuan yang didapatkan yaitu masih rendahnya tingkat literasi dan implementasi inovasi pemasaran pelaku UMKM. Optimalisasi implementasi literasi dan inovasi pemasaran oleh pihak yang terkait diperlukan untuk menjaga keberlanjutan usaha. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM yang lebih luas, kreatif dan inovatif sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan.

Keywords: MSME, rural communities, literacy, marketing innovations

Abstract

The development of the national economy is inseparable from the rural economy because most of the people live in rural areas. When rural economic conditions are good, the national life of the people will prosper. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the drivers of supporting capability of the rural economy. The constraints of MSMEs in the rural economy are due to their location far from urban areas, so they are considered less strategic in running a business. Sukogidri Village is a village located in Ledokombo sub-district, Jember Regency. The main livelihoods of the community are farmers and "bakiak" sandal craftsmen. Marketing of MSME products from Sukogidri Village clogs still uses the traditional method, namely through local residents. This condition hampers the progress of MSMEs on a wider market scale. The findings obtained are the low level of literacy and implementation of marketing innovations for MSME. Optimizing the implementation of marketing literacy and innovation by related parties is needed to maintain business sustainability. This is done by increasing the marketing reach of MSME products to a wider market, creative and innovative approach so that they can improve the living standards of rural communities.

1. PENDAHULUAN

Peranan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada perekonomian di Indonesia sangatlah bermanfaat dalam meningkatkan pendapatan masyarakat terutama di pedesaan. Keberadaan UMKM ini mampu menciptakan kreativitas dan inovasi untuk mempertahankan keunikan berdasarkan unsur tradisi serta kebudayaan masyarakat setempat. Usaha mikro yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan akan menggali dan mengembangkan potensi alam yang ada di sekitar lingkungan. UMKM mampu meyerap banyak tenaga kerja yang ada di Indonesia sehingga membantu program pemerintah untuk mengatasi pengangguran. Meskipun UMKM bersifat padat karya dan menggunakan teknologi yang relatif sederhana tetapi mampu menampung masyarakat untuk bekerja (Anggraini et al., 2013).

Desa Sukogidri merupakan desa yang berada di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. Mayoritas penduduk Desa Sukogidri merupakan berpenghasilan sebagai buruh tani dan komoditas yang dihasilkan Desa Sukogidri yaitu tembakau dan cabai. Berdasarkan data empiris, kondisi Desa Sukogidri mengalami kesenjangan sosial, yaitu antara petani dengan buruh tani, hal ini terlihat dari posisi pemukiman warga yang terkotak-kotak dan tidak merata. Selain itu, angka stunting di Desa Sukogidri ini merupakan salah satu penyumbang yang besar di Kabupaten Jember. Melimpahnya sumber daya manusia di Desa Sukogidri sangat disayangkan karena perkembangan UMKM masih sangat minim. Potensi UMKM masih terbilang tinggi, salah satunya yaitu kerajinan sandal bakiak.

Sandal bakiak merupakan sejenis sandal yang alasnya terbuat dari kayu dengan berat yang ringan dan pengikat terbuat dari ban yang dipaku dari kedua sisinya. Sandal bakiak sendiri merupakan kerajinan berbasis media campuran antara seni dan pemakaian, oleh karena itu sandal bakiak bisa menjadi barang yang bersifat komersil.



Gambar 1. Hasil UMKM Sandal Bakiak

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pada Desa Sukogidri adalah terkait literasi dan inovasi pemasaran. Literasi dan inovasi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dan saling terkait antara satu dengan yang lain. Pernyataan tersebut diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Hermawati dan Gunawan (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi literasi akan mempengaruhi inovasi pemasaran. Keterbatasan UMKM ini bisa diatasi melalui pemahaman pentingnya implementasi literasi pada UMKM untuk meningkatkan inovasinya. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman serta implementasi literasi dan inovasi pemasaran pada UMKM yang bergerak

dalam pembuatan sandal bakiak di Desa Sukogidri

Pengertian usaha mikro kecil dan menengah berdasarkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2020 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :

a. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha yang bersifat produktif dan dimiliki oleh perseorangan maupun usaha perseorangan serta memenuhi kriteria usaha mikro sesuai dengan perundang undangan.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha yang bersifat produktif dan mandiri, usaha ini dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau pun bukan cabang perusahaan yang dimiliki maupun menjadi bagian dari usaha menengah atau besar serta memenuhi kriteria usaha kecil sesuai dengan perundang-undangan.

c. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha yang bersifat produktif dan mandiri, usaha ini dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau pun bukan cabang perusahaan yang dimiliki maupun menjadi bagian dari usaha besar serta memenuhi kriteria usaha menengah sesuai dengan perundang-undangan.

Kriteria aset dan omset UMKM (Wulan, 2020) berdasarkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2020 tentang UMKM adalah ssebagai berikut :

a.Usaha Mikro

Aset maksimal Rp. 50 juta sedangkan omset maksimal Rp. 300 juta

b.Usaha Kecil

Aset lebih dari Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta sedangkan omset lebih dari Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 milyar

c.Usaha Menengah

Aset lebih dari Rp. 500 juta sampai Rp. 10 milyar sedangkan omset lebih dari Rp.2,5 milyar sampai Rp. 50 milyar

Peranan Literasi, literasi dasar yang digunakan adalah konsep literasi yang paling dasar dan digunakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Gerakan literasi nasional (Kemendikbud, 2017). Enam jenis literasi tersebut adalah:

a. Literasi baca dan tulis

Literasi ini mencakup kemampuan mulai dari membaca, menulis sampai dengan menggunakan teks tertulis untuk mencapai tujuan.

b. Literasi numerasi

Literasi ini merupakan kemampuan untuk bisa memperoleh, mengintepretasikan sampai dengan menganalisis informasi yang ditampilkan dalam berbagai bentuk sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

c. Literasi sains

Kemampuan untuk memahami karakter sains dan memperhatikan kesadaran terhadap lingkungan serta mengeksplorasi kepedulian dalam topik sains terupdate.

d. Literasi digital

Kemampuan untuk menggunakan dan memanfaatkan media digital serta patuh terhadap hukum untuk membina komunikasi dengan lingkungan sekitarnya.

e. Literasi finansial

Kemampuan untuk memahami dan memotivasi pembuatan keputusan yang efektif dalam hal keuangan untuk

peningkatan kesejahteraan sehingga bermanfaat untuk masyarakat.

f. Literasi budaya

Kemampuan untuk memahami kebudayaan dan adat istiadat setiap daerah di wilayah Indonesia sebagai karakteristik bangsa.

Inovasi pemasaran pada awalnya difokuskan pada inovasi produk yang terbukti memiliki daya saing yang kuat untuk meningkatkan omset penjualan. UMKM harus bersaing untuk melakukan inovasi produk yang mencirikan keunikan dan keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Karakteristik yang harus dipahami dalam melakukan inovasi produk (Qurtubi et. al., 2019) adalah :

a. Kesuksesan yang merupakan hasil dari inovasi produk tidaklah mudah tetapi seringkali mengalami kegagalan dan hanya beberapa yang menghasilkan kesuksesan yang luar biasa.

b. Inovasi produk berbentuk aktiva yang tidak berwujud sehingga hanya memberikan manfaat pada perusahaan yang bersangkutan.

c. Tantangan yang dihadapi adalah biaya yang besar diperlukan untuk membiayai peluncuran produk baru (hasil dari inovasi produk) ke pasar.

Inovasi pemasaran juga merupakan rancangan dan implementasi baru mengenai produk dan metode penjualan untuk meningkatkan kinerja produk dalam memasuki pasar yang lebih luas. Akhirnya, inovasi pemasaran bukan hanya merupakan inovasi produk tetapi juga meliputi kegiatan inovasi cara baru dalam kegiatan promosi, distribusi dan

penentuan harga produk. UMKM yang tidak mau berubah dan tidak mau beradaptasi dengan lingkungan akan mengalami ancaman yang luar biasa besar di masa yang akan datang. UMKM harus meningkatkan produktivitas dan efektivitasnya untuk menghadapi permasalahan yang akan timbul di masa depan melalui tindakan dan pemikiran inovatif. Inovasi pemasaran yang dapat dilakukan seperti merancang produk baru, penetapan harga bersaing, pemilihan distribusi baru dan promosi menggunakan media sosial. Inovasi teknologi menjadi salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing, layanan dan proses yang memuaskan serta ekspansi bisnis baru (Rashidirad dan Salimian, 2020).

2. METODE

Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah metode kualitatif. Pada metode kualitatif ini menghasilkan data bersifat narasi yang bersumber dari wawancara dengan informan maupun berdasarkan aktivitas yang dilakukan selama program pengabdian. Waktu pelaksanaan program dimulai pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus tahun 2022. Objek penelitian adalah UMKM di Desa Sidogiri Kabupaten Jember yang memproduksi usaha sandal bakiak (sandal dari kayu) dengan semen pasar domestik. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumberkan dari sumber utama langsung dalam program pengabdian. Data primer didapatkan dari aktivitas wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan informan yang telah ditunjuk. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang bersumberkan dari sumber tidak langsung yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh tim pengabdian. Data sekunder yang digunakan dalam

penelitian ini adalah data yang sudah tersedia pada buku referensi dan jurnal maupun data internal. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data penelitian terdahulu terkait manajemen pemasaran dan data perkembangan UMKM di Desa Sidogiri.

Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian di Desa Sukogidri

a. Metode observasi

Metode observasi ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek pengabdian yang telah ditunjuk. Hal ini dilakukan untuk memperoleh validitas data. Fenomena yang ada di lokasi dapat secara langsung diamati oleh tim pengabdian. Pencatatan dilakukan untuk merekam kondisi dan situasi di lapangan terkait dengan tema pengabdian.

b. Metode wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak informan pengabdian yang telah ditunjuk. Informan dalam pengabdian ini adalah Kepala Desa Sidogiri, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pembuatan sandal bakiak serta tenaga ahli di bidang UMKM dan manajemen pemasaran.

c. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi ini diambil pada saat proses dan sesudah pengambilan

data. Dokumentasi yang diambil berupa foto, rekaman wawancara dan transkrip wawancara dengan pihak informan. Berdasarkan data ini maka proses pengabdian diharapkan dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan atau hasil pengabdian implementasi literasi serta inovasi pemasaran pada usaha mikro kecil menengah telah dilakukan dengan melaksanakan beberapa kegiatan yaitu:

1. Observasi Potensi

Melakukan observasi di Desa Sukogidri, dengan cara melakukan wawancara dengan informan & mengidentifikasi potensi UMKM yang ada di Desa Sukogidri. Hasil dari observasi potensi desa ini adalah pekerjaan utama dalah petani dan berwirausaha sebagai pengrajin sandal bakiak dengan skala usaha mikro. Selain itu juga dilakukan identifikasi permasalahan pelaku UMKM pengrajin sandal bakiak. Berdasarkan hasil observasi, teridentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

a. Kurangnya pemahaman mengenai merek dan inovasi pemasaran.

Potensi pengrajin sandal bakiak di Desa Sukogidri sangat besar, tetapi dalam model pemasaran yang dilakukan masih cenderung tradisional dan konvensional. Hal ini mengakibatkan produk unggulan Desa Sukogidri ini masih belum bisa tersampaikan dalam pasar domestik yang lebih luas.

Hal ini dapat diatasi dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya kesadaran merek terhadap sandal bakiak. Selain itu perlu dilakukan inovasi pemasaran yang terkait dengan produk, harga, promosi dan distribusi untuk mrenghadapi persaingan usaha.

Keunikan produk sandal bakiak ini harus ditonjolkan karena merupakan sandal tradisional yang ramah lingkungan dan memanfaatkan bahan baku dari potensi alam yang ada di desa.

b. Keterbatasan sumber daya manusia dalam pemasaran modern.

Sumber daya manusia pada Desa Sukogidri dalam mengoperasikan model pemasaran modern mengalami kendala. Hal ini disebabkan karena masyarakat desa yang masih kurang mampu dan cakap dalam mengoperasikan model pemasaran modern melalui media sosial.

Alternatif pemecahan masalah ini adalah dengan implementasi literasi pada setiap pelaku UMKM sandal bakiak. Implementasi literasi yang diberikan mulai dari baca tulis, numerasi, sains, digital, finansial sampai dengan literasi budaya. Pelaku UMKM harus disadarkan akan pentingnya literasi dalam pengembangan usaha sandal bakiak. Implementasi yang dilakukan secara bertahap pada pelaku UMKM disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada di lapangan saat program pengabdian berlangsung.

2. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan ini terkait dengan kemampuan dalam literasi dan inovasi pemasaran pada UMKM yang meliputi beberapa faktor :

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM. Faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang teridentifikasi merupakan jawaban hasil wawancara dengan informan.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis ini mengidentifikasi peluang dan tantangan (ancaman) yang dihadapi oleh

UMKM. Faktor peluang dan faktor tantangan yang teridentifikasi merupakan jawaban hasil wawancara dengan informan.

Proses implementasi literasi dan inovasi pemasaran UMKM dengan produk unggulan yaitu sandal bakiak, perlu dilakukan secara terorganisir dengan membentuk kelompok usaha. Dalam pembentukan kelompok usaha pengrajin sandal bakiak tersebut tentunya diperlukan struktur organisasi, sehingga terbentuk sistem kerja dan sistem organisasi yang baik sesuai dengan tugas pokok fungsi per divisinya. Divisi dalam kelompok ini terdiri dari 4 yaitu :

- a. Divisi pemasaran
- b. Divisi operasional (produksi)
- c. Divisi keuangan
- d. Divisi sumber daya manusia.

Setelah kelompok usaha terbentuk, berikutnya yaitu membekali kelompok usaha tersebut dengan model Project Based Learning (PBL) dengan topik pentingnya literasi dan inovasi pemasaran. Project Based Learning (PBL) adalah model pembelajaran berbasis proyek yang diawali dengan menetapkan konteks, merencanakan aktivitas, memproses aktivitas, dan diakhiri dengan penerapan aktivitas. Selain itu Project Based Learning juga merupakan suatu strategi pembelajaran yang menggunakan proyek atau kegiatan sebagai sarana pembelajaran untuk mencapai kompetensi sikap, pengetahuan dan keterampilan.

Dalam model PBL ini, kelompok usaha sandal bakiak menjadi objek yang mengikuti pelatihan dengan membedah peranan penting literasi dan sekaligus juga menghasilkan inovasi pemasaran produk sandal bakiak yang baru. Dalam kegiatan ini kelompok usaha menghasilkan nama produk, pembuatan platform *e-commerce*, membuat logo

produk, membuat akun sosial media, melakukan foto produk dan sekaligus juga menghasilkan kemasan (*packaging*) produk yang menarik konsumen. Langkah awal untuk meningkatkan *brand awareness* itu sendiri yaitu dengan memperkuat *brand identity* itu sendiri.

Skema penjualan produk yaitu, dengan melakukan penjualan secara offline & online. Penjualan online dilakukan melalui media sosial dan *e-commerce*, sedangkan penjualan offline dilaksanakan dengan membuka stand di beberapa *event* dan pesta rakyat yang berada di tengah kota. Hal ini juga merupakan upaya *launching product* dalam rangka memperkenalkan dan mempromosikan produk khas Desa Sukogidri. Selain itu, kegiatan penjualan ini dapat dijadikan sebagai momentum dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa yang terlibat.

Distribusi produk sandal bakiak juga harus dikembangkan melalui inovasi pemasaran dengan melakukan kerjasama pada setiap saluran pemasaran yang ada. Selain itu UMKM perlu membuka kerjasama baru dengan mitra yang kompeten untuk memasarkan produk sandal bakiak. Mitra yang potensial untuk diajak bekerjasama adalah komunitas UMKM dan beberapa pusat oleh-oleh jember. Hal ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan juga memperkuat *brand identity*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam program pengabdian masyarakat ini ditemukan implementasi literasi serta inovasi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah masih rendah. Banyak masyarakat pelaku UMKM yang belum memahami dan mengimplementasikan pentingnya

literasi dan inovasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produknya. Hal ini merupakan tanggung jawab semua pihak mulai dari aparat kabupaten, kecamatan, desa, akademisi dan pihak yang terkait pengoptimalan implementasi literasi dan inovasi pemasaran pada UMKM. Bila hal ini dilaksanakan dengan baik maka pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Tidak menutup kemungkinan pangsa pasar produk sandal bakiak akan semakin luas baik domestik maupun luar negeri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Jember khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Jember. Selain itu juga kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua informan dan pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F., Hardijanto, L, dan Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1286-1295.
- Hermawati, A., dan Gunawan, E. (2020). The Implementation Of Dynamic Capabilities For Small and Medium Sized Enterprises In Creating Innovation. *VINE Journal of Information and*

Knowledge Management Systems.
<https://doi.org/10.1108/VJIKM-S-08-2019-0121>

Kemendikbud. (2017). *Panduan Gerakan Literasi Nasional*. Kemendikbud.

Qurtubi, Q., Trisnaningtyas, D. M., dan Yudhanata, M. F. (2019). Identifikasi Variabel yang Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran dan Indikator Kinerja Pemasaran untuk Industri Hotel. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v3i1.1432>

Rashidirad, M., dan Salimian, H. (2020). SMEs' Dynamic Capabilities And Value Creation : The Mediating Role Of Competitive Strategy. *European Business Review*, 32(4), 591-613. <https://doi.org/10.1108/EBR-06-2019-0113>.

Wulan, Ayoda. (2020) *Usaha Mikro Kecil dan Menengah 4.0*. Gramedia.