

Pelatihan UMKM Makanan Kemasan Kering di Ungaran Kabupaten Semarang

Sutrisno¹, Bayu Kurniawan², I'tishom Al Khoiry³

¹ Universitas PGRI Semarang

² Universitas PGRI Semarang

³ Universitas PGRI Semarang

email: sutrisno@upgris.ac.id

Info Artikel :

Diterima :

25-12-2023

Disetujui :

07-01-2024

Dipublikasikan :

30-01-2024

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan kemasan kering bukan hanya pelaku bisnis biasa, melainkan elemen tak terpisahkan dalam dinamika bisnis Indonesia. Peran UMKM ini melibatkan kontribusi tidak hanya pada ekonomi, tetapi juga pada perubahan sosial dan citra produk Indonesia di pasar global. Artikel ini membahas faktor kunci kesuksesan UMKM makanan kemasan kering, termasuk adaptasi terhadap tantangan pasar, kolaborasi, diversifikasi saluran distribusi, dan respons terhadap tren kesadaran kesehatan. Pelatihan, pendampingan, dan pengembangan branding diidentifikasi sebagai kunci utama untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis UMKM di tengah dinamika bisnis yang cepat berubah. Kesimpulannya, UMKM makanan kemasan kering memegang peran vital dalam perkembangan ekonomi Indonesia, dan strategi holistik menjadi landasan untuk memastikan kontribusi positif mereka dalam ekosistem bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: Pelatihan, UMKM, Makanan Ringan, Semarang

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the dry packaged food sector are not just ordinary business players but integral elements in the dynamics of Indonesia's business landscape. The role of these MSMEs involves contributions not only to the economy but also to social change and the global image of Indonesian products. This article discusses key success factors for MSMEs in the dry packaged food sector, including adapting to market challenges, collaboration, diversification of distribution channels, and responding to health awareness trends. Training, mentoring, and branding development are identified as key elements to ensure the success and sustainability of MSMEs in the midst of rapidly changing business dynamics. In conclusion, MSMEs in the dry packaged food sector play a vital role in Indonesia's economic development, and a holistic strategy serves as the foundation to ensure their positive contribution in a dynamic business ecosystem.

Keywords: Training, Micro, Small, and Medium Enterprises, Dry Packaging, Semarang



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong ekonomi lokal di berbagai daerah di Indonesia. Kabupaten Semarang, khususnya di wilayah Unggaran, telah menjadi tanah subur bagi perkembangan UMKM. Menyadari pentingnya peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung perekonomian lokal, Pemerintah Kabupaten Semarang berinisiatif untuk mengadakan pelatihan khusus yang difokuskan pada sektor makanan kemasan kering. Adapun tujuannya untuk memberikan wawasan menyeluruh tentang upaya pemerintah setempat dalam meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM, khususnya yang bergerak di bidang makanan kemasan kering.

Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan pasar terhadap produk makanan kering terus meningkat, baik di tingkat lokal maupun nasional. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk

memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM agar mereka dapat mengembangkan produk makanan kering yang berkualitas, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai regulasi dan standar mutu yang berlaku dalam industri makanan.

Peran signifikan yang dimainkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia telah dikenal luas (Irawan & Prilianti, 2020). Namun, tantangan pasca pandemi Covid-19 saat ini menempatkan kelangsungan hidup UMKM di negara ini dalam risiko yang besar. Akibatnya, hal tersebut terasa dalam penurunan penjualan dan tingkat pendapatan, khususnya bagi UMKM yang bergantung pada penjualan secara konvensional (Suprayogi & Razak, 2019).

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat masif, UMKM dihadapkan pada peluang untuk beradaptasi dan bertahan. Teknologi ini bukan hanya sebagai solusi, melainkan juga sebagai pemicu perubahan bagi UMKM yang berusaha mengatasi kendala selama pandemi. Salah satu strategi yang terbukti berhasil adalah menerapkan sistem penjualan online (Febriandirza, 2020). Transformasi digital ini memberikan daya dorong kepada UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka dan mencapai lebih banyak pembeli, bahkan dalam skala yang lebih luas (Zulpahmi et al., 2018).

Dengan memahami kebutuhan akan adaptasi di tengah situasi sulit, UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan memastikan kelangsungan bisnis mereka. Penerapan penjualan online tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meraih pangsa pasar yang lebih besar. Namun, perlu diingat bahwa keberhasilan penerapan strategi penjualan online ini juga memerlukan pemahaman mendalam tentang teknologi dan keterampilan manajemen yang relevan. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga yang mendukung UMKM, menjadi sangat penting dalam membantu UMKM mengembangkan kemampuan digital mereka.



Gambar 1 Produk Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia selaras dengan pertumbuhan penduduk yang signifikan. Meskipun pertumbuhannya menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah penetrasi produk impor. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu mengadopsi inovasi dan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi (Sudaryanto & Wijayanti, 2013).

Inovasi dan pemanfaatan teknologi digital bukan hanya sebagai solusi untuk mengatasi hambatan impor, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan produktivitas. Dengan adopsi teknologi, diharapkan UMKM dapat mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas dan daya saing layanan yang dihasilkan (Ingratubun et al., 2020).

Dalam konteks ini, inovasi dapat melibatkan pengembangan produk lokal yang unik dan berbeda, serta strategi pemasaran yang cerdas untuk menarik konsumen. Dengan penggunaan teknologi yang masif, seperti e-commerce dan pemasaran online, UMKM dapat tidak hanya bertahan di tengah kompetisi global, tetapi juga tumbuh dan berkembang. Inovasi dan teknologi digital bukan hanya sebagai alat untuk mengatasi hambatan, tetapi juga sebagai kunci untuk menciptakan layanan yang lebih unggul dan bersaing di pasar yang semakin kompleks. Selain itu, dengan menggali lebih dalam tentang inisiatif pelatihan UMKM makanan kemasan kering di Ungaran, kita dapat memahami bagaimana upaya ini tidak hanya memberdayakan pengusaha lokal tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi dan lingkungan di Kabupaten Semarang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan menggunakan berupa workshop baik secara daring maupun luring yang dilaksanakan di Dinas Koperasi UMKM yang ada di Kota Ungaran, Semarang dengan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu diantaranya:

1. Tatap Muka, yakni pengabdian langsung datang ke lokasi pengabdian untuk memperoleh data. Hal ini kami lakukan pada saat menjelang maupun saat kegiatan berlangsung. Observasi berguna untuk mengetahui pengelolaan SDM secara digitalisasi. Observasi sangat penting untuk mewujudkan kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat itu sendiri;
2. Demonstrasi, yaitu: tim pengabdian mengajarkan pengelolaan berbasis digital kepada para warga binaan koperasi di Ungaran, Semarang. Pengajaran dilakukan dua cara yakni tatap muka (daring) maupun luring agar warga binaan koperasi yang ada di Ungaran, Semarang dapat melaksanakan secara fleksibel.

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat dalam warga binaan koperasi di Kota Ungaran, Semarang dilakukan dalam tiga tahap, yaitu: tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap pertama adalah tahap persiapan. Pada tahap ini, tim melakukan survei pendahuluan dan wawancara awal terhadap guru serta beberapa siswa –siswi, untuk mengetahui target kegiatan, kondisi siswa –siswi yang akan diberikan perlakuan dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan.
2. Tahap persiapan selanjutnya, team menyiapkan bahan-bahan yang akan dijadikan pembelajaran sebagai materi pengabdianmasyarakat ini. Tahap ke dua yaitu: tahap pelaksanaan. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan team dengan memberikan informasi kepada siswa-siswi mengenai penyampaian metode picture dalam menulis paragraf narasi dan penyajian materi yang menarik serta menyenangkan.

Dalam pelatihan dan pendampingan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan dilaksanakan secara intensif dengan mematuhi protokol kesehatan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberdayakan UMKM agar dapat mandiri dalam menjalankan praktik-praktik pencatatan keuangan, pemasaran, dan penjualan secara online. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan signifikan dalam penjualan dan kapasitas produksi UMKM tersebut.

Dalam konteks ini, pelatihan akan fokus pada penguatan kapabilitas UMKM dalam aspek pencatatan keuangan agar dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Selain itu, pelatihan pemasaran dan penjualan online akan memberikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan agar UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Diharapkan, melalui upaya ini, UMKM akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan

ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi. Peningkatan penjualan dan kapasitas produksi yang diharapkan dapat membantu UMKM untuk pulih dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM makanan kemasan kering bukan hanya pelaku bisnis biasa, melainkan elemen integral dalam dinamika bisnis Indonesia. Perannya tidak terbatas pada penyediaan produk, tetapi juga memengaruhi ekonomi dan keberlanjutan bisnis nasional. Mereka juga berkontribusi pada citra produk Indonesia di pasar domestik dan internasional melalui fokus pada kualitas, inovasi, dan standar keamanan pangan. UMKM ini tidak hanya terlibat dalam aktivitas bisnis, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial dengan dampak positif pada redistribusi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Mereka berperan sebagai katalisator pengentasan kemiskinan dan peningkatan taraf hidup di sekitarnya.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, UMKM makanan kemasan kering juga turut serta dalam pelestarian kearifan lokal dan keberlanjutan lingkungan melalui praktik bisnis ramah lingkungan. Dengan demikian, UMKM ini bukan hanya entitas bisnis, tetapi juga pilar integral dalam membangun ekosistem bisnis inklusif, berkelanjutan, dan berdampak positif di Indonesia. Berikut adalah pengembangan pemahaman lebih lanjut terkait sektor UMKM makanan kemasan kering:

1. Pentingnya Pelatihan dan Pendidikan

Dalam konteks UMKM makanan kemasan kering, pelatihan dan pendampingan memiliki peran penting dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Ini melibatkan pelatihan tentang teknik produksi yang baik, pengemasan yang sesuai, dan manajemen bisnis secara umum. Dukungan ini akan membantu UMKM untuk memahami praktik terbaik dan terus meningkatkan kualitas produk mereka.



Gambar 2 Produk Setelah Mengikuti Program Pelatihan UMKM

Pelatihan dan pendampingan menjadi pondasi utama untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan bisnis UMKM makanan kemasan kering. Pelatihan melibatkan transfer pengetahuan tentang inovasi produksi, penggunaan peralatan yang tepat, dan praktik pengemasan sesuai standar industri. Ini membantu UMKM meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk.

Selain produksi, pelatihan juga mencakup manajemen bisnis holistik, termasuk pengelolaan inventaris, strategi pemasaran, dan aspek keuangan. UMKM mendapatkan panduan komprehensif untuk memahami pasar, menjawab permintaan konsumen, dan mengelola sumber daya dengan efektif. Pendampingan setelah pelatihan memberikan bimbingan langsung, melibatkan pemantauan produksi, peningkatan strategi pemasaran, dan penanganan tantangan bisnis.



Gambar 3 Hasil Produk Pelatihan UMKM

Pertukaran pengalaman antar-UMKM memungkinkan saling dukung dan membangun jaringan untuk pertumbuhan bersama. Pelatihan dan pendampingan bukan hanya peningkatan keterampilan teknis UMKM, melainkan fondasi kokoh untuk bisnis makanan kemasan kering yang berkelanjutan dan sukses.

2. Adaptasi Terhadap Tantangan Pasar

UMKM makanan kemasan kering harus dapat adaptif terhadap dinamika pasar. Ini termasuk pemahaman mendalam terhadap tren konsumen, perubahan kebijakan pemerintah terkait industri makanan, dan pergeseran preferensi konsumen. Keberhasilan UMKM akan sangat tergantung pada kemampuannya untuk menyesuaikan produk dan strategi pemasaran dengan cepat.

3. Kolaborasi dan Jaringan Bisnis

Membangun jaringan dan kerja sama dengan pihak terkait, termasuk pemasok bahan baku lokal, distributor, dan lembaga pendukung UMKM, dapat meningkatkan daya saing. Kolaborasi ini juga dapat membuka peluang baru, seperti penyediaan bahan baku lokal yang berkualitas dan strategi distribusi yang lebih efisien.



Gambar 4 Kolaborasi Dengan Memanfaatkan Jaringan Pertemanan

4. Diversifikasi Saluran Distribusi

Selain pemasaran online, UMKM makanan kemasan kering dapat menggali potensi diversifikasi saluran distribusi, seperti kerjasama dengan toko kelontong lokal, kafe, atau kemitraan dengan restoran.

Diversifikasi ini dapat membantu mencapai segmen pasar yang berbeda dan memperluas distribusi produk.

5. Terhadap Kebutuhan Kesehatan dan Gaya Hidup

Seiring dengan tren kesadaran kesehatan dan gaya hidup, UMKM makanan kemasan kering dapat merespons dengan menghadirkan produk yang memenuhi standar nutrisi yang tinggi, bebas bahan tambahan berbahaya, dan mempromosikan gaya hidup sehat. Dalam menghadapi tren kesadaran kesehatan dan gaya hidup, UMKM makanan kemasan kering dapat merespons dengan menyajikan produk yang memenuhi standar nutrisi tinggi, bebas dari bahan tambahan berbahaya, dan mempromosikan gaya hidup sehat. Hal ini dapat dilakukan dengan menekankan pada kandungan nutrisi tinggi dalam produk, seperti penambahan bahan-bahan superfood, vitamin, mineral, dan serat yang mendukung kesehatan konsumen.

Transparansi label produk juga dapat ditingkatkan dengan memberikan informasi yang jelas tentang bahan-bahan yang digunakan, serta mengurangi atau menghilangkan penggunaan bahan tambahan berbahaya. Strategi pemasaran dapat difokuskan pada manfaat kesehatan produk, seperti energi tambahan, dukungan sistem kekebalan tubuh, atau pemenuhan kebutuhan gizi harian. Selain itu, keterlibatan dalam komunitas kesehatan dan sponsor kegiatan yang mendukung gaya hidup sehat dapat memperkuat citra produk. UMKM juga dapat mempertimbangkan sertifikasi organik dan penggunaan kemasan ramah lingkungan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, inovasi produk berbasis permintaan pelanggan, didukung oleh survei dan umpan balik pelanggan, memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produk mereka dengan preferensi dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dengan demikian, UMKM dapat membangun reputasi sebagai penyedia produk yang mendukung kesehatan konsumen dan responsif terhadap perubahan dalam pasar makanan kering.



Gambar 5 Para konsumen membeli hasil dari produk pelatihan UMKM Secara Masif

6. Pengembangan Branding dan Identitas Produk

Memiliki identitas merek yang kuat dan cerita di balik produk dapat membantu UMKM untuk membedakan diri di pasar yang kompetitif. Pemasaran yang terarah pada cerita dan nilai-nilai produk dapat menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor di atas, UMKM makanan kemasan kering dapat mengembangkan strategi yang holistik untuk meningkatkan kualitas, daya saing, dan keberlanjutan bisnis mereka dalam ekosistem bisnis yang dinamis

KESIMPULAN

UMKM makanan kemasan kering bukan hanya pelaku bisnis, melainkan elemen integral dalam dinamika bisnis Indonesia. Selain menyediakan produk, mereka berkontribusi

pada citra produk Indonesia di pasar global. Peran UMKM tidak terbatas pada ekonomi, melainkan juga sebagai agen perubahan sosial dengan dampak positif pada redistribusi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Adapun faktor kunci kesuksesan UMKM ini melibatkan adaptasi terhadap tantangan pasar, kolaborasi, diversifikasi saluran distribusi, dan respons terhadap tren kesadaran kesehatan. Dengan strategi tersebut, UMKM makanan kemasan kering dapat terus memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Pelatihan, pendampingan, dan pengembangan branding menjadi kunci untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis UMKM ini dalam menghadapi dinamika bisnis yang cepat berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amarul, A., Suryaman, S., & Azis, A. (2018). Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Yang Kreatif Dan Inovatif Melalui Pemasaran Berbasis Online. *Ungaran, SemarangKUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1Ungaran, Semarang(1), 21–25. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.458>
- Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo. (2021). *Ungaran, SemarangDPKUKM Dalam AngkaUngaran, Semarang*.<https://dpkukm.sukoharjokab.go.id/dpkukm-dalam-angka/umkm>
- Djuari, M. N., & Yuwono, C. J. (2018). Media Promosi “Cakery Mamah Hani” di Era Digital, Jangan Lupakan Promosi Offline. *Ungaran, SemarangKUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1Ungaran, Semarang(1), 63–69. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.464>
- Febriandirza, A. (2020). Perancangan Aplikasi Absensi Online Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Kotlin. *Ungaran, SemarangPseudocode*, (2)Ungaran, Semarang, 123-133, <https://doi.org/10.33369/pseudocode.7.2.123-133>
- Handika, F., & Azhara, S. (2018). Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Edukasi Dan Pelatihan Wirausaha Kreatif. *Ungaran, SemarangKUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1Ungaran, Semarang(2), 83–88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i2.467>
- Haptari, V. D., & Nugroho, R. (2019). Literasi Akuntansi Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Desa Tirtonirmolo Kabupaten Bantul. *Ungaran, SemarangKUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1Ungaran, Semarang(3), 190–193. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i3.632>
- Ingratubun, M. A., Fahly, A. P., Cahyadie, B., Nizara, N. I., & Rantini, R. R. (2021). Dutch Curse on Indonesia: Unemployment by Asian Development Bank (ADB) Loan Projects. *Ungaran, SemarangGadjah Mada International Journal of Business*, 23Ungaran, Semarang(2), 113-136. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.63409>
- Irawan, P. L. T., & Prilianti, K. R. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui Implementasi E-Commerce Di Kelurahan Tlogomas. *Ungaran, SemarangJurnal Solma*, 9Ungaran, Semarang(1), 33-44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Mulyadi, M. (2020). Analisis Promosi Dan Branding Untuk Penguatan Eksistensi Kampung Wayang Kepuhsari, Manyaran. *Ungaran, SemarangKUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2Ungaran, Semarang(1), 39–47. <https://doi.org/10.31092/kuat.v2i1.826>

- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. Ungaran, Semarang *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta.* Ungaran, Semarang
- Suprayogi, B., & Razak, A. (2019). Implementasi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis. Ungaran, Semarang *Produktif: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 16-24.