

Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
23 Oktober 2021, Hal. 134-140
e-ISSN: 2686-2964

Peningkatan daya saing UMKM pangan tirtonirmolo melalui edukasi tentang legalisasi, strategi dan inovasi, serta pengenalan konsep ramah lingkungan

Rachmawati Widyaningrum^{1,*}, Cita Eri Ayuningtyas², Dyah Suryani¹, Hesti Khofifah¹,
Siti Mutmainah¹, Shaumi Natalia Putri¹

¹ Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

² Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

Email: rachmawati.widyaningrum@gizi.uad.ac.id*

ABSTRAK

Pada masa pandemi Covid 19, bisnis kuliner Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tetap menunjukkan pergerakan yang positif baik dalam jumlah pelaku bisnis maupun transaksinya. Namun demikian, sektor bisnis ini juga menghadapi berbagai tantangan diantaranya legalisasi produk, inovasi dan strategi pemasaran berbasis teknologi, dan juga isu lingkungan. Kelurahan Tirtonirmolo memiliki 178 UMKM Pangan dengan jumlah produk yang bersertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) masih rendah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi tantangan tersebut perlu dilakukan edukasi penguatan bisnis makanan UMKM pada aspek legalisasi dan inovasi pengembangan produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi serta memperhatikan aspek keramahan lingkungan. Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM pangan di Kelurahan Tirtonirmolo tentang legalisasi, inovasi dan strategi, serta konsep UMKM ramah lingkungan melalui program edukasi online. Peserta Program Edukasi berjumlah 10 orang dengan peningkatan skor rata-rata pengetahuan pada ketiga aspek tersebut sebesar 3%, aspek legalisasi produk sebesar 5%, dan pada aspek konsep ramah lingkungan meningkat 2%. Dampak yang dihasilkan dari kegiatan tersebut selain adanya peningkatan pengetahuan, juga meningkatkan minat Pelaku UMKM untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari melalui permintaan adanya program pendampingan. Hal tersebut menekankan bahwa program untuk UMKM perlu dirancang secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

Kata kunci: PIRT, UMKM Pangan, *Green Industry*, Inovasi Produk Pangan

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, the culinary sector of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) has been showing positive movements both in the number of entrepreneurs and their transactions. However, this sector also faces several challenges. It's consisting of the product's legalization, innovation, technology-based marketing strategies, and environmental issues. Tirtonirmolo subdistrict has 178 Food MSMEs that still have a low number of certified household food products. Therefore, to improve its competitiveness and capacity to face these challenges, an education program is needed. It's focused on the legalization, product innovation based on technology development, and the environmental-friendly concept. This

activity aimed to improve the household culinary entrepreneur knowledge related to the legalization, innovation, strategy, and the green industry concept through an online education program. All of the improvements were measured through pre-test and post-test results comparison. The education program was carried out with 10 participants with an increase in the average score of knowledge on both three aspects by 3%, the legalization aspect of products by 5%, and in aspects of environmentally friendly concepts increased by 2%. MSME owners also stated that they need direct assistance for applying the theory obtained. It emphasizes that programs for MSMEs need to be designed more comprehensively and sustainably.

Keywords: *PIRT, Food MSMEs, Green Industry, Food Product Innovation*

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner hasil produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan pergerakan yang positif baik dari segi jumlah pengusaha maupun dalam jumlah transaksinya. Hal tersebut ditunjukkan pada kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional (Pritanova P dkk, 2020). Dimasa pandemi Covid-19 ini, bisnis pangan UMKM bertahan dengan sistem pemesanan online (Aprilianti & Amanta, 2020). Hal tersebut dikarenakan dari sisi konsumen, sistem *online* ini sangat membantu untuk dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan mengurangi aktivitas di luar rumah. Namun demikian, UMKM pangan masih memiliki beberapa tantangan antara lain produk yang belum bersertifikat (Widyaningrum dkk, 2021). Tantangan lain yang muncul adalah peningkatan nilai produk melalui strategi dan inovasi, serta penerapan konsep ramah lingkungan.

Kelurahan Tirtonirmolo yang pada tahun 2021 memiliki 178 UMKM pangan yang sebagian besar adalah pengusaha jajanan siap saji juga memiliki tantangan yang hampir sama berupa rendahnya angka sertifikasi produk. Selain itu, sebuah studi menyatakan bahwa masih banyak pelaku UMKM di Desa Tirtonirmolo belum mengetahui keuntungan berdagang secara *online*, serta belum memahami tata cara dan strateginya (Haptari dan Nugroho, 2019). Selain itu juga terdapat masalah sampah yang juga belum terkelola dengan baik (Shitophyta dkk., 2021).

Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut perlu dilakukan edukasi penguatan bisnis makanan UMKM Kelurahan Tirtonirmolo pada aspek legalisasi dan inovasi pengembangan produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi serta memperhatikan aspek keramahan lingkungan.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan secara *on-line* dalam bentuk presentasi dan diskusi melalui platform *online-meeting* dengan sasaran pelaku UMKM pangan Kelurahan Tirtonirmolo. Kegiatan dilakukan dalam 3 sesi yang meliputi topik legalisasi produk melalui PIRT, strategi dan inovasi pangan, serta pengenalan konsep dan kemasan ramah lingkungan. Pengukuran pengetahuan dilakukan dengan membandingkan skor *pre-post-test* yang dibagikan di awal dan akhir acara.

Tahapan pengabdian yang dilaksanakan:

- (1) Memetakan kebutuhan mitra dan tantangan yang dihadapi sasaran pada topik yang diusulkan peneliti
- (2) Menentukan program yang akan dilaksanakan berikut detail pelaksanaannya.
- (3) Persiapan, yaitu mempersiapkan materi beserta kuesioner untuk pengukuran peningkatan pengetahuan

- (4) Pelaksanaan pada tanggal 11 September 2021. Pada tahapan pelaksanaan ini peserta mendapatkan paparan materi dan modul.
- (5) Evaluasi dilakukan dengan mengisi *form* elektronik yang dibuat dengan skala likert (sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS)).

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dihadiri oleh 10 orang peserta, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, dengan jenis produk yang paling banyak diproduksi adalah emping melinjo (30%). Karakteristik tersebut sesuai dengan ciri khas Desa Tirtonirmolo yang merupakan sentra penghasil emping melinjo, khususnya pada Dusun Tegal Kenongo yang juga pada kegiatan ini merupakan Dusun dengan jumlah partisipan terbanyak (40%). Jenis produk yang diproduksi oleh peserta kegiatan secara rinci ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Peserta

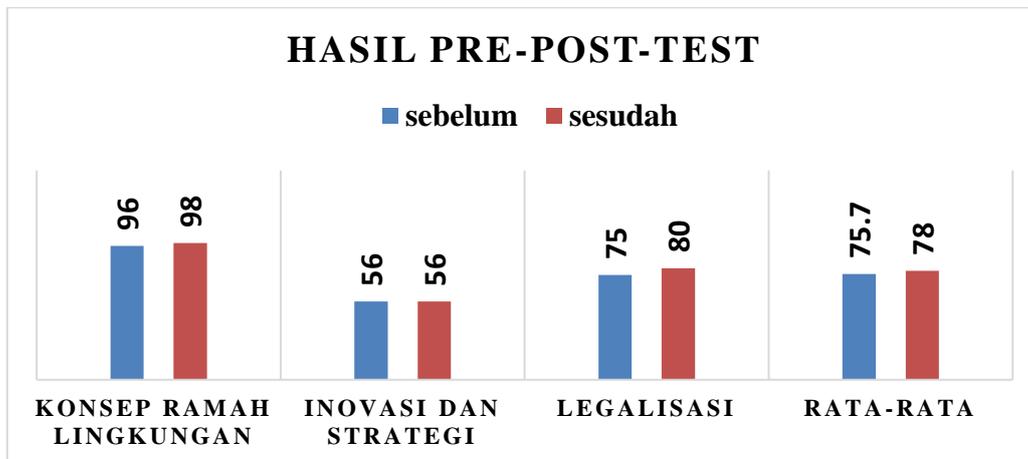
No	Karakteristik	Jumlah N=10	Persentase
1.	Jenis Kelamin		
a.	Laki-laki	1	10 %
b.	Perempuan	9	90 %
2.	Produk Pangan		
a.	<i>Bakery & dessert</i>	1	10 %
b.	Emping melinjo	3	30 %
c.	Pempek sambal udang	1	10 %
d.	Gethuk	1	10 %
e.	Sambel pecel	1	10 %
f.	Nugget ayam	1	10 %
g.	Keripik & peyek	1	10 %
h.	Kue semprong	1	10 %
3.	Domisili Padukuhan		
a.	Padokan kidul	1	10 %
b.	Keloran	1	10 %
c.	Ambarbinangun	2	20 %
d.	Tegal Kenongo	4	40 %
e.	Kalipakis	1	10 %
f.	Jogonalan	1	10 %

Pada hasil pengukuran pre-test dan post-test, dapat terlihat bahwa terdapat kenaikan sebesar 2,3 poin atau 3% pada skor rata-rata, kenaikan 2 poin (2%) pada skor konsep ramah lingkungan dan 5 poin (5%) pada skor aspek legalisasi produk (Gambar 1).

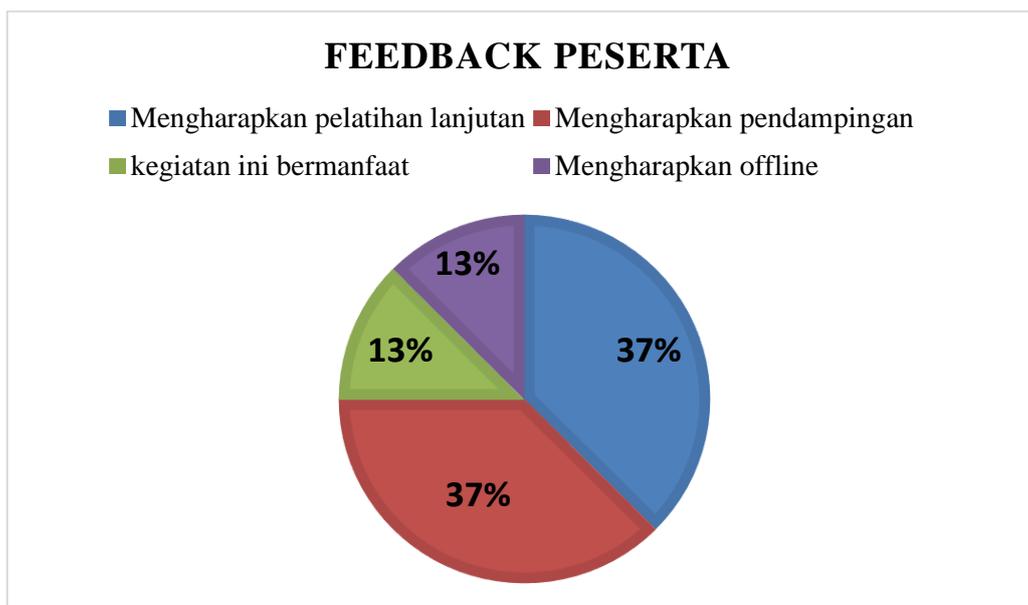
Berdasarkan hasil tersebut terlihat bahwa secara umum kenaikan poin pengetahuan partisipan tidak meningkat secara signifikan, hal tersebut dapat dikarenakan partisipan belum terbiasa menerapkan pembelajaran dengan metode *online* seperti mengerjakan *pre-test* dan *post-test* dengan *form online*. Selain itu kelemahan dari edukasi yang disimak dari rumah partisipan adalah kurangnya fokus saat mendengarkan paparan. Hal tersebut sejalan dengan hasil evaluasi acara yang mana partisipan meminta program dilaksanakan secara luring.

Namun demikian, hasil evaluasi terhadap acara menunjukkan hasil yang baik dengan skor pada semua komponen evaluasi diatas 4. Selain itu, selama acara berlangsung proses tanya

jawab berjalan dengan antusias dan hasil feedback peserta meminta program ditindaklanjuti dalam bentuk pendampingan UMKM untuk mengaplikasikan apa yang dipelajari selama program pengabdian periode ini. Hasil evaluasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Peningkatan Pengetahuan



Gambar 2. *Feedback* Peserta Pengabdian

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia untuk menunjang kehidupannya. Kebutuhan akan pangan meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk (Wibowo dkk, 2018). Untuk memenuhi kebutuhan akan pangan tersebut, maka dibutuhkan kreasi makanan yang sehat dalam tujuannya memenuhi kebutuhan pangan bergizi, aman dalam proses produksi, dan halal. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut, UMKM harus mempunyai strategi, inovasi, dan keunggulan dibandingkan produk-produk makanan minuman yang lain.

Kegiatan pengabdian ini mengambil topik mengenai strategi, inovasi, dan legalisasi produk UMKM dikarenakan hal tersebut agar produk pangan UMKM lebih dikenal oleh masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan kondisi Desa Tirtonirmolo ini yang merupakan wilayah perbatasan, dimana banyak sekali ditemukan UMKM makanan. Sehingga dengan adanya kegiatan ini, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan pengelola UMKM dan

tujuannya agar produk makanan semakin dikenal oleh konsumen. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa adanya penerapan strategi pemasaran yang tepat sasaran dalam rangka membantu keberhasilan usaha industri kecil dan menengah yang dijalani dan juga demi tercapainya tujuan dari industri kecil dan menengah atau usaha rumahan yang sedang dijalankan (Suhandi dkk., 2019). Penelitian lainnya juga menyebutkan bahwa strategi pemasaran mengacu pada bentuk promosi hasil produk, menarik calon pembeli, harga bersaing, serta kualitas memenuhi bahkan melebihi selera pembeli memiliki pengaruh baik terhadap pengembangan usaha (Elwisam dan Lestari, 2019).

Selain strategi pemasaran, hal yang juga tidak kalah penting yaitu inovasi produk. Sebagaimana sebuah penelitian menyebutkan bahwa inovasi produk memberikan pengaruh pada peningkatan daya saing hingga nilai jual produk dengan menonjolkan keunggulan, keunikan, kemasan, hingga efisiensi biaya produksi produk (Elfahmi dan Jatmika, 2019). Diferensiasi produk juga merupakan sebuah bentuk inovasi untuk menjangkau lebih banyak konsumen untuk meningkatkan penjualan. Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan membuat rasa yang lebih beragam dan kemasan yang lebih ekonomis. Bentuk dari kelengkapan produk mulai dari rasa, ukuran, kualitas, serta ketersediaan produk akan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Hal tersebut sejalan dengan selera masyarakat yang beragam sehingga akan memengaruhi perusahaan untuk menentukan karakteristik produk yang dipasarkan, salah satunya adalah faktor rasa produk (Ali dkk, 2013).

Kemasan makanan merupakan aspek penting dalam strategi penjualan. Desain kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk suatu produk. Desain kemasan penting bagi suatu produk, selain sebagai pembungkus dari produk tersebut namun juga sebagai ciri khas merek atau *branding* (Erlyana, 2018). Penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai bentuk pengenalan konsep *green industry* pada kegiatan pengabdian ini juga menekankan tentang keuntungan dalam bentuk nilai tambah (*additional value*) produk untuk kelestarian lingkungan. Menurut Maulina dan Sholeh (2021), penerapan *green business* dapat diwujudkan dalam bentuk mengganti produk kemasan menjadi kemasan ramah lingkungan, menggunakan plastik berbahan dasar ramah lingkungan, dan menggunakan alat yang dapat dipakai berulang. Penggunaan kemasan ramah lingkungan tersebut akan menambah ciri khas produk dan meningkatkan daya tarik dan minat pembeli.

Lebih lanjut, Sadjoli dkk., (2020) menyatakan bahwa produk UMKM yang telah memiliki izin PIRT akan merasakan manfaat dalam bentuk pemasaran yang lebih luas, meningkatnya potensi penjualan dan kepercayaan konsumen. Disamping itu, izin PIRT juga akan meningkatkan daya saing dan nilai jual produk yang juga sejalan dengan tujuan peningkatan strategi dan inovasi produk.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM di Kelurahan Tirtonirmolo Kasihan Bantul tentang legalisasi produk, inovasi dan strategi, serta konsep ramah lingkungan. Dampak dari pengabdian ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan, namun juga meningkatkan minat pelaku UMKM untuk mengaplikasikan teori yang didapat yang terlihat melalui permintaan adanya pendampingan lanjutan. Keberlanjutan kegiatan ini dapat dilakukan secara bertahap dan konsisten untuk menumbuhkembangkan kreatifitas pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing terhadap produk lain. Selain itu kemitraan juga sangat penting, sehingga diperlukan pendampingan pelaku usaha ini baik dari Dinas Kesehatan, Dinas Perdagangan maupun dari akademisi dan Lembaga Swadaya Masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih diucapkan kepada: 1) LPPM UAD atas dukungan baik dalam bentuk material dan non material sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana, 2) Kelurahan Tirtonirmolo atas kesediaannya menjalin kolaborasi sebagai mitra dalam Program Pengabdian Masyarakat UAD, 3) Tim Pengabdian Masyarakat kami atas kerjasama yang baik hingga kegiatan dapat terlaksana dengan lancar.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan program yang didanai oleh LPPM UAD dalam skema Hibah Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) tahun 2021 dengan nomor kontrak U.12/SPK-PPM-REGULER-132/LPPM-UAD/III/2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Waluyo, H., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 1–9.
- Aprilianti, I., & Amanta, F. (2020). *Makalah Kebijakan No.28: Memajukan Keamanan Pangan Pada Layanan Pesan Antar Makanan Daring Di Indonesia*.
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2019). Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi UKM Kuliner Rahajeng Catering Pati dan Indoburger Rembang). *Media Mahardhika*, 17(3), 481–487.
- Elwisam, & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286.
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi ‘Mpo Romlah.’ *National Conference of Creative Industry*, 1079–1097. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Haptari, V. D., & Nugroho, R. (2019). Literasi Akuntansi Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Desa Tirtonirmolo Kabupaten Bantul. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(3), 190–193. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i3.632>
- Maulina, A., & Sholeh, M. (2021). Green Business UMKM di Kota Depok. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 83–89.
- R. Pritanova, P., Muhandri, T., & Nurjanah, S. (2020). Karakteristik dan Pemenuhan CPPOB Pelaku UMKM Online Produk Olahan Beku Daging Sapi dan Ayam di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 8(3), 102–108. <https://doi.org/10.29244/jipthp.8.3.102-108>
- Sadjoli, N., Yuliati, R., Reynaldi, W., Anggraini, S. D., Debian, R., Yedidya, S., & Kenneth, H. (2020). Peningkatan Daya Tarik Produk UMKM Teh Sereh Seungit dengan Kemasan Kekinian. *Journal of Dedicators Community*, 3(3), 58–72. <https://doi.org/10.34001/jdc.v3i3.1022>
- Shitophyta, L. M., Amelia, S., & Jamilatun, S. (2021). Pelatihan Pembuatan Pupuk Kompos Dari Sampah Organik Di Ranting Muhammadiyah Tirtonirmolo ,. 2(1), 136–140.
- Suhandi, Hanafiah, H., & Harsono, P. (2019). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional

Keripik Talas Beneng dengan Penerapan Marketing Mix untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 144–152.

Wibowo, M. E., Daryanto, A., & Rifin, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PT Primafood Internasional). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 29–38. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.29-38>

Widyaningrum, R., Ramadhani, K., Khofifah, H., & Putri, S. N. (2021). Risiko dan Peluang Industri Makanan Rumah Tangga dengan Sistem On-Line dalam Masa Pandemi Covid-19 di DIY. *Journal of Food and Culinary*, 4(1), 13–24. <https://doi.org/10.12928/jfc.v4i1.4123>