

## Pemetaan Potensi UMKM Dalam Rencana Peningkatkan Pemasaran Produk Masyarakat Desa Ngingas Sidoarjo

Diah Ayu Restuti Wulandari\*<sup>1</sup>, Julistiyana Tistogondo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Narotama

e-mail: \*[diah.wulandari@narotama.ac.id](mailto:diah.wulandari@narotama.ac.id), [Julistiyana.Tistogondo@narotama.ac.id](mailto:Julistiyana.Tistogondo@narotama.ac.id).

### ABSTRAK

Desa ngingas Sidoarjo memiliki banyak potensi usaha UMKM yang dapat dikembangkan. Beberapa diantaranya pengolahan logam oleh para pengrajin logam sesuai dengan julukannya kampung logam dan pengolahan makanan. Namun pada masa pandemic ini omzet penjualan usaha-usaha tersebut berkurang dikarenakan masih dilakukan secara tradisional. Selanjutnya untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan beberapa skala prioritas pemecahan diantaranya pembuatan dan pelatihan digital marketing dan platform keuangan sehingga harapannya dapat meningkatkan omzet produksi. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini dengan melakukan analisa situasi diantaranya menggunakan metode wawancara kepada Kepala Desa Ngingas bapak Sami'un Spd, kemudian melakukan FGD melalui rapat atau berkumpul bersama dibalai desa bersama aparat desa dan warga sekitar sebagai pelaku usaha dan survey lapangan menuju lokasi perwakilan usaha UMKM tersebut. Hasil yang didapat dalam pemetaan ini sebagian besar masyarakat desa ngingas adalah pengrajin logam dengan 300 usaha pengolahan logam dan sisanya merupakan pelaku usaha pengolahan makanan. Kemudian untuk permasalahan yang dapat diangkat adalah kurangnya informasi pengetahuan dan keahlian dalam hal pemasaran berbasis digital sehingga dimasa pandemic ini omzetnya kian menurun. Sehingga dengan adanya pemetaan potensi usaha yang dikembangkan tim pengabdian dapat menyusun skala prioritas permasalahan-permasalahan dan menemukan solusi yang tepat dalam peningkatan usaha.

**Kata kunci:** UMKM Kampung Logam, UMKM Pengolahan makanan, Pemasaran, Digital marketing dan Platform keuangan.

### ABSTRACT

*Ngingas Sidoarjo village has a lot of MSME business potential that can be developed. Some of them are metal processing by metal craftsmen in accordance with the nickname metal village and food processing. However, during this pandemic, the sales turnover of these businesses decreased because they were still carried out in a traditional way. . Furthermore, to overcome these problems, a number of priority scales were carried out, including the creation and training of digital marketing and financial platforms so that it was hoped that they could increase production turnover. The method used in this community service is to analyze the situation, including using the interview method with the Head of Ngingas Village, Mr. Sami'un Spd, then conducting FGDs through meetings or gathering together at the village hall with village officials and local residents as business actors and field surveys to the location of business representatives the MSMEs. The results obtained in this mapping are that most of the Ngingas village community are metal craftsmen with 300 metal processing businesses and the rest are food processing businesses. Then the problem that can be raised is the lack of information, knowledge and expertise in terms of digital-based marketing so that during this pandemic, the turnover is decreasing. So that with the mapping of business potential developed by the service team, they can prioritize problems and find the right solution for increasing business.*

**Keywords:** MSMEs in Metal Village, MSMEs in food processing, marketing, digital marketing and financial platforms.

### PENDAHULUAN

Pesatnya industry di Indonesia ditandai dengan banyaknya usaha kecil menengah (UKM) sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia (siaran pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021). Namun hal ini juga tidak lepas dari perhatian dan

bimbingan dari pemerintah, dengan memberikan kebijakan dan dukungan yang serius pada beberapa kegiatan berbau pengembangan dan inovasi dalam menciptakan produk unggulan pada masing-masing daerahnya.

Kabupaten Sidoarjo sebagai Kota satelit pendukung Kota Surabaya yang merupakan ibukota provinsi Jawa Timur memberikan pengaruh positif pada perkembangan kegiatan ekonomi di daerah ini. Mobilitas penduduk dan juga sentra-sentra ekonomi yang sudah relatif terlalu padat di Surabaya menuju daerah sekitar Surabaya termasuk Kabupaten Sidoarjo semakin mempercepat perkembangan perekonomian yang ada. Perkembangan sektor properti, pengembangan lokasi industri serta sentra perdagangan di daerah ini tentunya tidak terlepas dari semakin besarnya potensi pasar yang ada di Sidoarjo. Pertumbuhan lapangan usaha industri sebagai lokomotif pembangunan di Sidoarjo sangat tergantung pada pertumbuhan ekonomi Jawa Timur maupun nasional. Desa Ngingas merupakan salah Di lapangan usaha industri, pembentukan nilai tambah pada kategori ini masih didominasi oleh perusahaan-perusahaan industri berskala besar dan sedang yang mempekerjakan tenaga kerja minimal 20 orang. Sedangkan menjamurnya industri mikro dan kecil (UMKM), kerajinan dan rumahtangga yang mampu memberdayakan tenaga kerja dari daerah setempat pada tahun 2022 mencapai antara 5 hingga 19 orang untuk industry kecil dan industry mikro sebesar 1 hingga 4 orang. Pertumbuhan ekonomi tertinggi mencapai angka 7 persen dicapai oleh 2 lapangan usaha, yaitu lapangan usaha Industri Pengolahan sebesar 4.90 persen dan lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 5.77 persen namun kedua usaha tersebut turun sekitar 2 persen dari tahun 2019 sebelum pandemi (Dinas komunikasi dan informatika kabupaten sidoarjo, 2022).

Bahkan maraknya UMKM juga terlihat pada catatan BPS kecamatan waru dalam angka tahun 2021 tentang data penduduk berdasar mata pencaharian, didapat bahwa pengusaha kecil/ menengah 220 untuk laki-laki dan 1 orang untuk perempuan menjadi mata pencaharian tertinggi kedua setelah menjadi karyawan swasta dimana untuk laki laki berjumlah 2456 jiwa dan perempuan berjumlah 1553 jiwa.

Selama proses survey lokasi dan wawancara awal bersama bapak kepala desa Ngingas Sidoarjo Bapak Sami'un Spd, banyak keunikan-keunikan terkait dengan UMKM didesa ngingas tersebut, salah satunya desa ini memiliki sebutan kampung Logam. Sebutan tersebut awal mula diberikan oleh Pemkab Sidoarjo karena banyaknya pengrajin logam yang telah menggeluti usaha pengolahan logam secara turun-temurun.



Gambar 1. Gapura Kampung Logam Desa Ngingas Sidoarjo

Selama survey awal dan wawancara bersama bapak kepala desa tersebut, ternyata banyak sekali potensi usaha desa yang dapat digali dan diberdayakan untuk meningkatkan perekonomian diantaranya berbasis kerajinan yakni logam, kerajinan kayu, tas kulit hingga hasil olahan makanan ringan (*Snack*) berbasis keju. Namun pada lokasi pengabdian ini yang paling terkenal adalah kerajinan logam dan makanan ringan. Selain memiliki tidak kurang dari 300 usaha pengolahan logam, dimana hampir setiap rumah di desa Ngingas, memproduksi benda atau alat yang terbuat dari bahan logam seperti variasi motor, sparepart kendaraan, alat pertanian, kelistrikan, dan lain – lain warganya juga memiliki usaha pengolahan dibidang lainnya salah satunya makanan. Namun pemasaran usaha-usaha tersebut masih dilakukan secara manual, sehingga pada saat pandemic covid 19 omzet usaha-usaha tersebut menurun. Menurut bapak kepala desa bapak Sami'un Spd mengatakan bahwa sebelum pandemic barang-barang produksi

di kampung logam ini bahkan sampai dikirim ke mancanegara. Namun karena pemasarannya hanya mengandalkan telepon dan sms setelah masa pandemic omzet turun sekitar 30-40 persen. Padahal omzet tersebut nantinya diputar kembali untuk operasional usaha.

Demikian halnya ketika mengadakan kunjungan lapangan ke usaha lainnya yakni ke usaha pengolahan makanan milik Dwi Yaniaria owner UMKM BiYan Kitchen. Walaupun usahanya ini telah memiliki reseller namun pemasarannya hanya dari mulut ke mulut sehingga ketika pandemic otomatis menemui kendala dalam pemasarannya yang berakibat pada turunnya omzet. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kurangnya pengetahuan dan keahlian dibidang digital marketing membuat pemasaran dimasa pandemic terganggu. Padahal di era digital saat ini ditambah lagi dengan adanya wabah dan pembatasan kegiatan manusia mengakibatkan konsumen lebih suka dan mulai beralih melakukan akses jual beli menggunakan digital marketing dibanding turun langsung ke lokasi penjualan. Berdasarkan analisa situasi tersebut maka Tim Pengabdian dan mitra berdiskusi dan sepakat untuk melakukan pemetaan potensi usaha yang dapat dikembangkan kemudian membuat skala prioritas permasalahan-permasalahan tersebut dan memberikan solusi dari permasalahan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pelaku usaha UMKM di Desa Ngingas tersebut diantaranya yang pertama dibidang sumber daya manusia yakni mengadakan workshop maupun sosialisasi dan pendampingan yang bertajuk trik peningkatan pemasaran yang telah disesuaikan dengan kondisi yang ada dan pelatihan keterampilan computer berbasis internet pada pelaku usaha dan penggunaan website pemasaran serta pemanfaatan media social sebagai alat promosi. Kemudian yang kedua dibidang teknologi digital, pembuatan website pemasaran berbasis internet sehingga dapat meningkatkan jaringan konsumen mengingat pemasaran pelaku usaha UMKM tersebut masih tradisional sekali dan pembuatan platform keuangan berupa software pembukuan akuntansi untuk meringankan beban pembuatan laporan pengeluaran pelaku usaha.

## **METODE PEIAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat ini berupa analisa situasi dengan sumber data yang digunakan yakni wawancara pada pihak terkait baik pemangku kebijakan desa maupun pelaku usaha, kemudian observasi dan kunjungan terkait kondisi lapangan (hardaningrum, dkk, 2020). Analisa situasi tersebut menggunakan pendekatan metode deskriptif- kualitatif sehingga mampu menggambarkan fenomena yang terjadi untuk mengetahui lebih dalam potensi UMKM yang dapat dikembangkan dan permasalahan-permasalahan yang dapat diangkat agar program-program yang dijalankan dalam pengabdian ini tepat sasaran. Kegiatan ini dilakukan selama satu bulan yakni pada 22 Maret 2022 – 22 April 2022.

Diawali dengan wawancara kepada kepala desa ngingas bapak sami'un untuk membahas potensi-potensi yang dapat dikembangkan, kemudian bersama kepala desa berkoordinasi dengan aparat desa setempat untuk melakukan analisa situasi melalui proses FGD atau focus group discussion secara sadarhana dengan mengumpulkan aparat desa dan beberapa warga yang menjadi relawan desa. Hal ini dilakukan karena metode tersebut dapat memberikan data yang lebih mendalam, informative, dan bernilai, selain itu juga dari segi kepraktisan model ini hemar biaya dan dapat mengumpulkan data lebih banyak dalam waktu yang singkat sebagaimana yang dijelaskan oleh Bisjoe 2018 dalam jurnal milik waluyati 2020 sebagaimana pada gambar berikut.



Gambar 2. FGD Terkait Gambaran Situasi Potensi Umkm dan Permasalahan di Desa Logam Ngingas

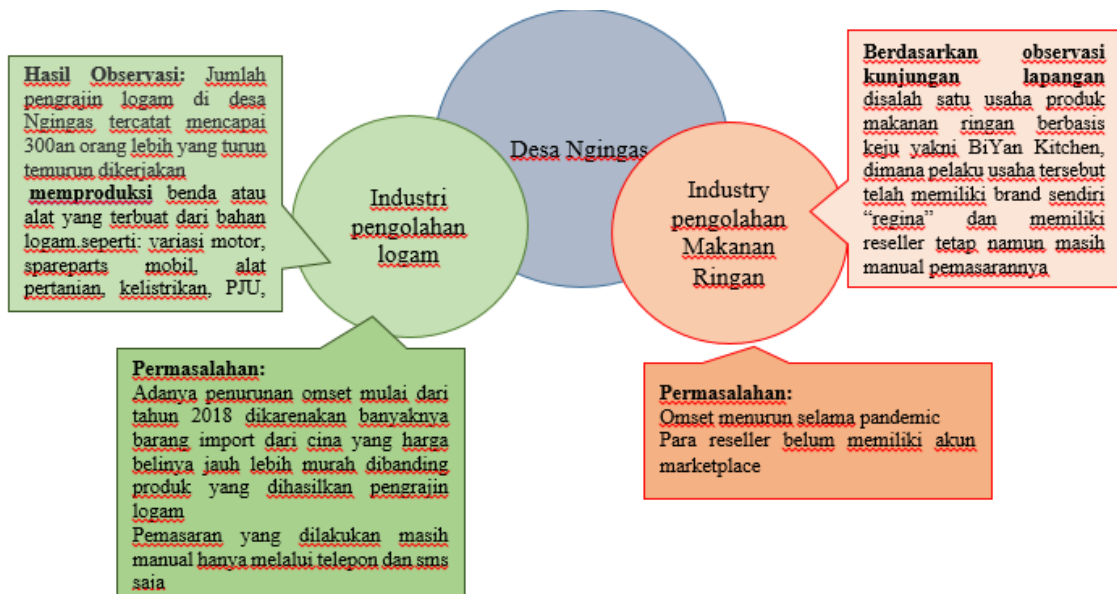
Hasil FGD dilapangan tersebut menyatakan bahwa desa ngingas memiliki keunikan tersendiri dimana desa ini memiliki sebutan sebagai kampung logam karena telah memproduksi produk berbahan logam sejak dari nenek moyang hingga menciptakan lapangan pekerjaan tersendiri bagi warga sekitar dan luar Kota yang sebagian besar pekerjaannya didominasi oleh laki-laki. Selain itu desa ini juga memiliki usaha lainnya yakni pengolahan makanan diantaranya pengolahan makanan ringan berbasis keju. Setelah mengetahui potensi-potensi yang ada tersebut, kemudian tim pengabdian melakukan observasi dilapangan dengan cara mengundang warga sekitar dalam rapat yang di prakarsai oleh kepala desa dan dibantu oleh beberapa mahasiswa terkait membahas kendala-kendala apa saja yang dialami oleh masyarakat desa sebagai pelaku umkm yang nantinya hasil observasi tersebut akan digunakan pengabdian untuk memetakan usaha dan penyelesaian permasalahan yang akan ditawarkan berdasarkan skala prioritasnya sebagaimana pada gambar berikut.



Gambar 3. Proses Sosialisasi

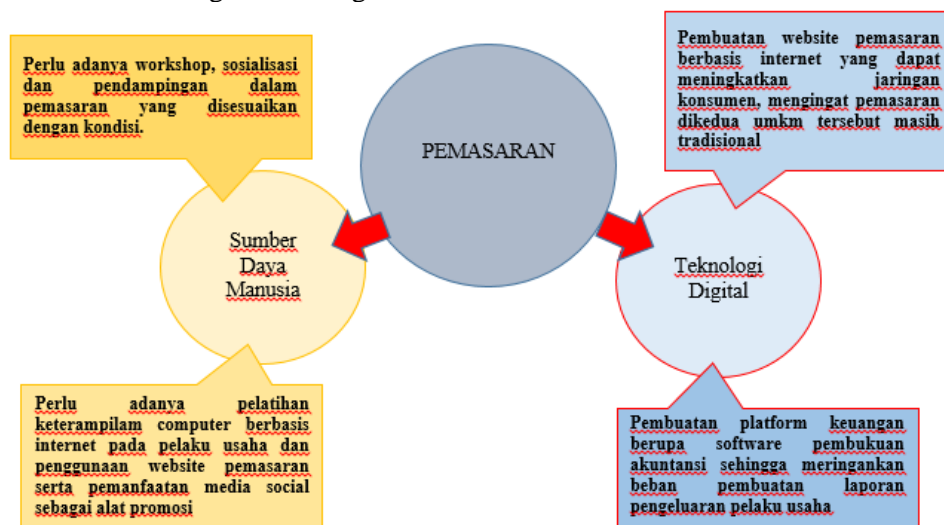
### HASIL KEGIATAN

Berikut merupakan kajian awal mulai dari wawancara dengan kepala desa, FGD bersama aparat desa hingga observasi lapangan melalui rapat bersama warga sekitar pelaku usaha, maka dapat dipetakan menjadi dua jenis Usaha yang paling banyak dilakukan yakni pengolahan logam maupun pengolahan makanan. Untuk pengolahan logam sendiri informasinya pengabdian dapatkan dari bapak kepala desa bapak sami'un Spd dan untuk pengolahan makanan informasinya pengabdian dapatkan setelah rapat bersama warga dan berkesempatan mengunjungi salah satu usaha pengolahan makanan tersebut. Sehingga dapat dilakukan pemetaan usaha beserta permasalahan yang sedang dihadapi.



Gambar 4. Pemetaan hasil observasi Lapangan beserta Permasalahannya

Berdasarkan pemetaan hasil observasi lapangan terkait permasalahan yang sering dihadapi kedua pelaku usaha umkm tersebut maka skala prioritas permasalahan yang sedang dihadapi dan dapat diangkat dalam pengabdian ini yakni pemasaran dimana belum optimalnya jaringan pemasaran yang disebabkan masih dilakukan secara tradisional. Hal ini sangat dirasakan ketika musim pandemic covid 19 terjadi adanya pembatasan kegiatan mengurangi aktivitas jual beli sehingga omset menjadi berkurang. Berikut adalah solusi yang dapat ditawarkan mengacu pada permasalahan tersebut sebagaimana diagram berikut



Gambar 5. Diagram Rencana Progam Pendampingan dalam peningkatan pemasaran.

Adanya workshop maupun pelatihan kemudian pendampingan dalam pembuatan platform keuangan serta website pemasaran hingga mampu diterapkan dalam proses pemasaran para pelaku usaha tersebut merupakan strategi pemasaran yang telah disesuaikan dengan kondisi saat ini. Strategi pemasaran merupakan penetapan kebijakan dan penentuan rencana, tujuan dan sasaran yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diharapkan melalui observasi target yang diinginkan dengan melihat kebutuhan dan konsumen, kualitas barang dan jasa, penentuan tingkat harga, promosi produk dan bagaimana sistem pendistribusian barang dan jasa tersebut. Hal ini yang menjadi prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan

pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, karena mengandung keputusan dasar tentang pemasaran hingga alokasinya (Delano, dkk, 2022). Makin maraknya konsumen yang melakukan akses jual beli melalui platform digital mengharuskan kita sebagai pelaku usaha untuk *aware* terhadap teknologi digital. Selain itu dengan adanya teknologi digital juga dapat mengembangkan sayap jaringan pemasaran suatu usaha menjadi lebih luas. Hal inilah yang mendasari Tim pengabdian memilih untuk menawarkan program-program berbasis platform digital pada pelaku usaha di desa logam ngingas kabupaten sidoarjo.

Selain itu adanya informasi dari kepala desa bapak sami'um Spd yang menyatakan bahwa sebagian produk-produk pengrajin logam yang berasal dari Desa Ngingas sudah diekspor ke mancanegara namun untuk berkomunikasi dalam aktivitas pemasarannya hanya melalui sms dan telepon. Sejalan dengan yang dialami oleh salah satu pelaku usaha makanan Dwi Yaniaria pemilik UMKM BiYan Kitchen, walaupun usahanya ini sudah memiliki reseller namun para resellernya hanya melakukan metode pemasaran dari mulut ke mulut. Kelemahan – kelemahan ini Tim pengabdian dapatkan setelah melakukan observasi dengan mengumpulkan para warga beserta aparat desa setempat.

Dengan adanya program pelatihan dan workshop serta pendampingan pembuatan platform digital pemasaran dan digital finansial ini harapannya adalah para pelaku usaha dapat meningkatkan profitabilitas penjualan dari 30 persen menjadi delapan puluh persen atau adanya penambahan sekitar 50 persen dari setelah menerapkan solusi program pemasaran yang ditawarkan dari sebelum mengetahui dan menerapkan teknik pemasaran tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dalam pemetaan potensi UMKM desa Ngingas beserta permasalahan dan tindakan prioritas apa yang harus dilaksanakan untuk meningkatkan profitabilitas UMKM di desa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa potensi UMKM terbesar di desa ngingas adalah yang pertama UMKM pengolahan kerajinan berbasis logam, kemudian yang kedua adalah pengolahan makanan ringan. Kendala-kendala yang dihadapi dari kedua jenis usaha tersebut setelah dipetakan mengerucut pada permasalahan pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional mulut ke mulut serta belum adanya pengolahan laporan keuangan sehingga program-program yang ditawarkan diantaranya pendampingan pembuatan platform digital website pemasaran dan platform keuangan beserta pelatihan maupun workshop penggunaan kedua platform tersebut dengan harapan dapat meningkatkan profitabilitas UMKM di desa Ngingas tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Sidoarjo (2021). Kecamatan Waru Dalam Angka 2021. BPS Kabupaten Sidoarjo. CV Insert Coin Sidoarjo. <https://sidarjokab.bps.go.id/publication/download.html>
- Delano, B, Tumbuan, W.J.F.A, dan Mandagie, Y (2022) . Analisis Tows Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Di Cafe Time420s Kecamatan Langowan Utara. Jurnal EMBA Vol.10 No.1 Januari 2022, Hal. 101 – 112. ISSN 2303-1174
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. (2022) Indikator Ekonomi Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022, <https://dataku.sidarjokab.go.id/UpDown/pdfFile/202225.pdf>
- Hardaningrum, F. Zanufasari, P dan Restuti D.A (2020). Pembentukan Produk Unggulan Sebagai Pemberdayaan Kelompok Nelayan “Kub Sari Laut”, Desa Banjar Kemuning Kecamatan Sedati, Sidoarjo. Journal of Innovation and Applied Technology. Volume No 6. Malang.

<https://jiat.ub.ac.id/index.php/jiat/article/view/268>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian  
Republik Indonesia Siaran Pers.  
HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021 UMKM Menjadi Pilar Penting dalam  
Perekonomian Indonesia, Jakarta, 5 Mei 2021 <https://ekon.go.id/publikasi>

Waluyati. M (2020) Penerapan Fokus Group Discussion (FGD) Untuk Meningkatkan Kemampuan Memanfaatkan Lingkungan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal EDUTECH Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 8 No. (1) pp. 80-91  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JEU/article/view/27089>.