



PEMBERDAYAAN UMKM DI INDONESIA MELALUI GERAKAN LITERASI: ANALISIS *RANTAI TAK PUTUS* KARYA DEE LESTARI

Umi Hani'ah

Universitas Teknologi Yogyakarta

Alfina Syahara Putri

Universitas Teknologi Yogyakarta

Eva Dwi Kurniawan

Universitas Teknologi Yogyakarta

Alamat: Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman, D.I. Yogyakarta 55285

Korespondensi penulis: eva.dwi.kurniawan@staff.uty.ac.id

Abstract. *This study aims to assess the level of empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Waru and Tapin districts by the Dharma Bakti Astra Foundation (YDBA). The research method used is descriptive qualitative by means of literacy and analysis of a related buku entitled Rantai Tak Putus. The main topic of discussion is about the 5R guidelines (Concise, Neat, Clean, Careful and Diligent) developed for the empowerment of MSME actors. The result of the discussion is that the empowerment program by Yayasan Dharma Bakti Astra is carried out by looking at the aspects of resources, production, and marketing. This has proven to be effective in controlling the activities of MSMEs provided by the Dharma Bakti Astra Foundation.*

Keywords: *UMKM, Economy, Marketing, Production*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Kabupaten Waru dan Tapin oleh Yayasan Dharma Bakti Astra (YDBA). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan cara literasi dan analisis buku terkait yang berjudul *Rantai Tak Putus*. Topik pembahasan yang utama adalah mengenai pedoman 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin) yang dikembangkan untuk pemberdayaan pelaku UMKM. Hasil pembahasan adalah program pemberdayaan oleh Yayasan Dharma Bakti Astra dilakukan dengan melihat aspek sumber daya, produksi, dan pemasaran. Hal tersebut terbukti efektif dalam mengontrol kegiatan UMKM yang diberikan oleh Yayasan Dharma Bakti Astra.

Kata kunci: UMKM, Ekonomi, Produksi, Pemasaran

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Gonibala, 2019:58). Sesuai Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut :

Received Oktober 30, 2023; Revised November 2, 2023; Desember 1, 2023

*Eva Dwi Kurniawan, eva.dwi.kurniawan@staff.uty.ac.id

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. 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 sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (Zia, 2020:2)

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu pondasi dalam perekonomian yang bergerak dalam berbagai sektor seperti manufaktur dan perdagangan. Dengan seiring berjalannya waktu, pergerakan UMKM di Indonesia membuat beberapa orang menaruh perhatian pada setiap aktifitas yang dilakukan oleh pendiri sektor ini. Hal tersebut yang menjadi alasan UMKM merupakan pondasi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak dapat dilepaskan hubungannya dengan perekonomian. Ekonomi sendiri merupakan suatu studi yang digunakan oleh suatu individu untuk memaksimalkan penggunaan sumber yang terbatas dalam memproduksi berbagai barang dan/atau jasa agar dapat didistribusikan (Wijaya, 2009:5) Pembangunan ekonomi untuk UMKM merupakan tempat berkumpulnya pedagang-pedagang UMKM agar dapat menghasilkan hasil industri, kreatif dengan ide-ide dan inovasi potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan produk barang dan jasa.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada umumnya juga menghadapi masalah terkait produktivitas, konsistensi kualitas, pergerakan bahan dan barang. Kemampuan manajerial dan aspek permodalan menjadi masalah utama yang berdampak terhadap terbatasnya akses dana yang bisa diperoleh dari lembaga keuangan (Setiawan, 2021:264). Masalah-masalah dasar yang sering dihadapi UMKM yaitu pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar market pasar; kedua, adanya keterbatasan modal yang digunakan; ketiga, adanya kendala terkait sumber daya alam; keempat, keterbatasan sistem informasi pemasaran. Masalah-masalah di atas dapat mengurangi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan berdampak pada kemampuan untuk meraih usaha yang sukses. Dalam hal ini, pemberdayaan sangat dibutuhkan karena dapat mengembangkan UMKM di Indonesia. (Kuncoro, 2009:333)

KAJIAN TEORITIS

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah setiap individu yang memiliki potensi untuk mengatur jalannya suatu kegiatan dalam suatu organisasi. Sumber daya manusia berperan penting dalam pergerakan suatu kegiatan ekonomi. Sumber daya yang berkualitas dapat dicerminkan dari bagaimana individu tersebut merancang, mengelola, hingga mengevaluasi suatu kegiatan. Hal tersebut berarti individu tersebut harus dapat membuat rancangan atau gambaran suatu kegiatan secara rinci, lalu mengelola rancangan tersebut agar dapat berjalan dengan semestinya hingga pada tahap akhir mengevaluasi kekurangan yang dihadapi selama kegiatan berlangsung sehingga sumber daya yang berkualitas tersebut dapat menjadi pondasi kokoh dalam pengelolaan kegiatan ekonomi.

Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk membuat barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi/siap pakai. Pelaksana kegiatan produksi sering disebut dengan produsen. Produksi pada umumnya memiliki tujuan untuk menciptakan atau menambah nilai kebermanfaatan dari barang atau jasa. Kegiatan produksi harus dapat melihat faktor-faktor manfaat dan juga masalah yang mungkin terjadi dalam kegiatan produksi ini. Kegiatan perlu melihat segala faktor-faktor tersebut dan menentukan apakah kegiatan produksi ini berlangsung dalam jangka pendek, panjang atau berkelanjutan. Dengan demikian, produsen dapat memaksimalkan kegiatan produksi dengan memperkecil kemungkinan masalah terjadi dan meningkatkan manfaat produksi sehingga hasil produksi dapat berkualitas dan dapat meningkatkan nilai ekonomi suatu kegiatan.

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan untuk memperkenalkan atau memasarkan barang atau jasa kepada orang lain atau organisasi lain. Orang yang melakukan kegiatan pemasaran sering disebut dengan kata pemasar. Pemasaran merupakan kegiatan pemenuhan barang/jasa dan mempromosikan barang. Pemenuhan barang dilakukan oleh pemasar dengan memastikan barang yang dipasarkan siap untuk dipasarkan. Sedangkan, mempromosikan barang kepada khalayak umum biasa dilakukan melalui berbagai cara seperti, iklan di televisi, iklan billboard, media sosial dan lain sebagainya. Selain itu, pemasar juga perlu mencari strategi dalam pemasaran seperti melihat konsumen yang tepat dalam produk/jasa yang dipasarkan, melihat keunggulan barang/jasa yang kita pasarkan dibandingkan dengan tempat lain, pemilihan media promosi dalam pemasaran, dan lain sebagainya. Dengan kegiatan pemasaran yang baik maka peminat pada barang atau jasa akan meningkatkan pendapatan dan membuat nilai ekonomi suatu kegiatan meningkat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sutopo (2006:40) penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang mengarah pada informasi yang kaya akan makna (Abdulfatah, 2018:16). Penelitian kualitatif deskriptif ini bersubjek pada UMKM yang ada di Indonesia.

Objek penelitian ini diambil dari buku *Rantai Tak Putus* karya Dee Lestari. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan mengenai cara pemberdayaan UMKM yang dibahas dalam buku *Rantai Tak Putus* yang berada di daerah Kabupaten Tapin dan Waru dengan membahas UMKM berkaitan dengan manufaktur dan pertanian. Penelitian ini melibatkan Yayasan Dharma Bakti Astra (YDBA) dengan Cabang Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) untuk meningkatkan kualitas UMKM dengan memberikan penyuluhan tentang pembukuan, 5R, dan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam buku yang berjudul *Rantai Tak Putus* menceritakan mengenai cara pemberdayaan yang dilakukan untuk pengembangan UMKM yang terdapat di Indonesia. Pengembangan yang diceritakan dalam buku tersebut dilakukan oleh suatu organisasi yang bernama Yayasan Dharma Bakti Astra (YDBA) oleh PT Astra Internasional Tbk yang didirikan oleh William Soeryadjaya pada tahun 1980. William Soerydjaya memiliki visi yang dituangkan kedalam manifestornya, yakni menjadikan Astra sebagai *pride of the nation*. Yayasan Dharma Bakti Astra (YDBA) juga berprinsip “berikan kail, bukan ikan (berikan ilmu, bukan uang)”.

Dalam buku tersebut, YDBA menyiapkan beberapa komponen yang diperlukan dalam pengembangan programnya.

“... Pertama, para carrier, dalam hal ini fasilitator dan Pemberdaya Muda , mereka yang menjadi ujung tombak perpanjangan visi YDBA. Kedua, konten, roadmap, yang kemudian diwariskan kepada UMKM. Ketiga, para pendukung, yakni mereka yang ,menjemput hasil kerja keras UMKM sekaligus menjadi bagian integrasi dari ujian kenaikan kelas UMKM. Dengan demikian mata rantai itu mengutuh menjadi lingkaran.”

(Lestari, 2020:194)

Dengan komponen yang telah disebutkan tersebut, seorang William Soeryadjaya pemilik Sumber Daya Astra sebagai suatu perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif. Unsur utama dalam komponen yang telah dibuat oleh YDBA yaitu carrier dari seorang fasilitator atau pemberdaya muda dapat menjadikan sumber keberhasilan visi dari Lembaga YDBA, Komponen kedua yaitu adanya tambahan pengetahuan mengenai pembuatan konten untuk keberhasilan perusahaan sedangkan proses penyusunan roadmap yaitu dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih alternatif strategis yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Fajar, dkk. 2022:183). Untuk pedoman ketiga yaitu para pedagang UMKM yang berhasil menginterpretasi kan UMKM menjadi UMKM sebuah keluarga.

Pemaparkan mengenai cara pengembangan UMKM yang dilakukan oleh YDBA dari proses pengembangan sumber daya yang dapat dikembangkan, produksi, dan pemasaran.

Sumber Daya

Sumber daya manusia maupun sumber daya alam merupakan komponen yang penting dalam suatu produksi. Dalam buku *Rantai tak Putus* menjelaskan bagaimana YDBA mengembangkan sumber daya manusia yang cocok untuk dijadikan pilot setiap sektor UMKM.

“LPB Waru sangat bermanfaat keuangan saya jadi lebih rapi. Saya jadi lebih mengerti standar baku dalam bekerja, bermitra dan berorganisasi.”

(Lestari, 2020:28)

“ Dulu saya autodidak saja menjalankan bengkel, tapi setelah mendapat ilmu HRD dari LPB,saya jadi tahu bagaimana melakukan screening penerimaan pegawai,bagaimana cara mewawancarai mereka, pertanyaan-pertanyaan apa yang sebaiknya saya ajukan.”

(Lestari, 2020:47)

Kutipan diatas sesuai dengan buku Rantai Tak Putus bahwa Lembaga Yayasan Dharma Bakti Astra (YDBA) yang memiliki cabang yang disebut Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) yang menyelenggarakan berbagai pelatihan dan pendampingan UMKM di daerah kabupaten Waru dan Tapin dengan usaha manufaktur dan pertanian. Dengan begitu Lembaga yang memberikan berbagai ilmu terhadap para industri dan para pedagang usaha kecil dapat meningkatkan kualitas sumber daya UMKM di Indonesia.

Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) berhasil membuat perubahan yang cukup signifikan terhadap UMKM salah satunya yaitu masalah penyusunan laporan yang menjadikan lebih efektif, rapi, dan sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK) yang berlaku. LPB juga memberi bimbingan pelatihan menggunakan word dan excel untuk penyusunan laporan keuangan. LPB tidak hanya merubah keuangan saja, tapi LPB juga memberi bimbingan untuk pelatihan HRD yang sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk

menggali potensi karyawan yang akan bekerja agar perusahaan juga bisa berkembang dengan optimal sesuai yang diharapkan. Pentingnya sumber daya dibutuhkan pada saat mengelola sebuah perusahaan manufaktur atau pertanian untuk keberhasilan usaha.

Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk membuat barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi atau siap pakai. Dalam buku *Rantai tak Putus* YDBA memberikan arahan dalam budaya 5R yaitu Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Rajin.

“Terus, saya coba gali lagi. Akhirnya, saya dapat ide untuk kasih mereka layanan laundry.”

(Lestari, 2020:51)

“Dulu bengkel ini lantai tanah dan dek bambu. Sekarang, sudah saya jadikan beton, tadinya, pelat seperti ini berserakan begitu saja dilantai. Bertumpuk tumpuk dimana mana tanpa wadah. Kerapian nggak pernah jadi perhatian utama kami. Setelah ikut pelatihan 5R mindset saya berubah.”

(Lestari, 2020:63)

“Mengubah Mindset dari yang ‘sejini sudah cukup’ sampai akhirnya mau terbuka untuk perubahan, adalah selalu yang paling sulit dijalankan yaitu 5R.”

(Lestari, 2020:107)

“Gara gara 5R, biasanya bengkel jadi tambah ramai karena orang orang tertarik lihat bengkel yang rapi.”

(Lestari, 2020:108)

Kutipan diatas sesuai dengan buku *Rantai Tak Putus* bahwa Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) yang bergerak bersama YDBA memiliki Budaya yang selalu di terapkan oleh pelaku UMKM yaitu 5R. Kata tersebut berasal dari Bahasa Jepang 5S yang artinya Seiri (Ringkas), Seiton (Rapi), Seiso (Resik), Seiketsu (Rawat), Shitsuke (Rajin).

Budaya 5R diterapkan oleh Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB). Perubahan dalam menarapkan budaya 5R di lingkungan kerja atau diperusahaan memiliki dampak yang cukup baik pada. Pada pemberian fasilitas *laundry* yang diberikan perusahaan manufaktur milik Harjito menjadikan tempat kerja yang lebih nyaman dan bersih. Perusahaan menjadi lebih sopan untuk dikunjungi oleh tamu dengan pakaian karyawan yang bersih dan wangi dan perusahaan terlihat lebih professional untuk menjalankan bisnis. Adanya 5R juga berdampak pada pemilik perusahaan untuk merubah pemikiran menjadi lebih mengutamakan kerapian. Selain itu, 5R memberikan peningkatan produktivitas perusahaan menjadi lebih berkembang dengan kebersihan yang diterapkan.

Pemasaran

Pemasaran merupakan Menurut (Kotler & Keller. 2009) bahwa pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Firman, Ahmad. 2022:1551). Tujuan dari strategi pemasaran yaitu agar perusahaan mendapatkan laba atau keuntungan yang besar.

“Harjito memegang prinsip bahwa penguasaan pasar adalah yang utama. Jika pasar sudah dipegang dengan baik, yang lainnya bisa menyusul.”

(Lestari, 2020:44)

“BOP termasuk bengkel yang cukup rajin berpromosi mereka punya akun media social di Instagram dan juga aktif di facebook.”

(Lestari, 2020:87)

“Dari mentor yang disediakan YDBA, Junaedi belajar tentang branding. Junaedi menjadi paham betapa pentingnya pengemasan, desain dan produksi.”

(Lestari, 2020:127)

“Akhirnya kami dapat kunjungan dari Dinas Pertanian Daerah, kami diajak ikut pameran.”

(Lestari, 2020:128)

“Untuk pemasaran, kami terbantu oleh BSK.”

(Lestari, 2020:144)

“Petani juga otomatis lebih suka menjual bersama lewat BSK, karena harga di BSK mendekati harga riil di pasar.”

(Lestari, 2020:151)

Kutipan diatas sesuai dengan buku Rantai Tak Putus bahwa Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) yang bergerak bersama YDBA. Perusahaan dalam memasarkan produk yang dimiliki harus memiliki *market* atau target pasar yang dituju. Dalam strategi pemasaran perusahaan harus memahami perilaku yang dimiliki konsumen untuk memahami kebutuhan yang diperlukan para konsumen atau pembeli dengan mencari faktor yang dapat mempengaruhi konsumen membeli atau tidak membeli produk yang diproduksi. Produksi juga diperlukan dalam pemasaran pada produksi dengan varian inovatif yang membuat para pembeli akan penasaran dengan produk yang ditawarkan.

Salah satu strategi untuk pemasaran yaitu dengan promosi. Promosi dapat mendapat informasi yang cukup jelas pada penjelasan yang sudah dipaparkan. Promosi terdapat dua cara yaitu promosi secara langsung atau secara tidak langsung. Promosi langsung bisa dilakukan dengan membagi brosur di supermarket, pasar, atau di tempat orang banyak melakukan aktivitas atau bisa dilakukan dengan mengikuti pameran agar masyarakat dapat mengetahui produk yang diperjualbelikan secara langsung. Promosi secara tidak langsung bisa menggunakan media sosial facebook, Instagram, tiktok atau *market place* seperti shopee dan tokopedia.

Pemasaran dalam BSK yang juga berperan penting bagi masyarakat di Kabupaten Tapin. BSK memiliki arti Berkas Saraba Kawa yang memiliki arti serbabisa. BSK membantu para petani mengajarkan cara berbudi daya atau mengelola tanaman dengan benar dan BSK juga menata keuangan agar terhindar dari utang bank. Harga juga berpengaruh terhadap pemasaran karena harus disesuaikan dengan kondisi yang dijual.

KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM merupakan penggerak atau roda utama dalam suatu perekonomian negara. Untuk dapat menjadi penggerak utama memerlukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas UMKM tersebut. Yayasan Dharma Bakti (YDBA) inilah yang menjadi penggerak pemberdayaan UMKM yang ada di Kabupaten Tapin dan Waru. Pemberdayaan yang dilakukan YDBA berfokus pada peningkatan sumber daya, produksi dan pemasaran dengan menggunakan pedoman 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin). Penerapan pedoman 5R di lingkungan kerja atau diperusahaan sangat penting dan berdampak signifikan bagi perusahaan. Perusahaan menjadi lebih aman, nyaman, dan sehat. Tidak hanya bagi Perusahaan, para karyawan juga mendapat keuntungan yaitu dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Pedoman 5R juga dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulfatah, M. R., Widodo, S. T., & Rohmadi, M. (2018). Pendidikan Karakter Dalam Buku Mahamimpi Anak Negeri Karya Suyatna Pamungkas Tinjauan Psikologi Sastra. *Jurnal Gramatika*, 1, 12-23. DOI: 10.22202/jg.2018.v4il.2412
- Fajar, Wijono, Jatmik, Ashadi, Rusdiawan (2022) Pengembangan Roadmap penelitian kepelatihan olahraga unyuk menyiapkan pelatihan fisik berbasis IPTEK *Jurnal Patriot*. DOI: 10.24036/patriot.v%vi%i.847
- Firman, Ahmad (2022) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah *Jurnal Ekonomi & Syariah Vol 5 NO 2*. DOI : 10.36778/jesya.v5i2.773
- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Kuncoro, Mudrajad. (2009) *Ekonomika Indonesia Dinamika lingkungan bisnis ditengah krisis global* :UPP STIM YKPN Yogyakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi.
- Lestari, Dewi. (2020).. *Rantai tak Putus*. Ilmu Mumpuni Merawat UMKM Indonesia Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Setiawan, Iwan (2021) Pembiayaan UMKM, kinerja bank Syariah dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah, Volume 6 Nomor 2*. DOI : 10.36908/isbank
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Wijaya, Faried. (2009). Konsep dasar dan ekonomikamikro (edisi 1). *Pengantar Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Zia, Halida (2020) Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia, *Rio LAW Jurnal*, 1. DOI: 10.36355/rjlj.v1il.328