



Empowerment of Karti Aji woven bamboo MSMEs in Toglengan, Sendangarum, Minggir, Sleman

Adhianty Nurjanah✉, Nano Prawoto

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

✉ adhianty@umy.ac.id

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.7287>

Abstract

Karti Aji Toglengan is an MSME engaged in woven bamboo craftsmen who were economically affected during the Covid-19 pandemic. The purpose of this service is to empower through digital marketing training in order to find a wider market and proper financial management training. Based on observations, in order to support Karti Aji's MSME production, the team carried out digital marketing training, financial administration management training, and provided tool grants. The results of the community service program are an increase in the empowerment of Karti Aji's MSME partners, namely an increase of 85% in knowledge aspect related to digital marketing and 80% in MSME financial management aspect. This program is expected to support the business sustainability of Karti Aji's MSMEs, especially during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Economic empowerment; MSMEs; Digital marketing*

Pemberdayaan UMKM anyaman bambu Karti Aji di Dusun Toglengan, Sendangarum, Minggir, Sleman

Abstrak

Karti Aji Toglengan adalah UMKM yang bergerak di bidang pengrajin anyaman bambu yang terdampak secara ekonomi pada masa pandemi Covid-19. Tujuan pengabdian ini untuk melakukan pemberdayaan melalui pelatihan pemasaran secara digital agar dapat menemukan pasar yang lebih luas dan pengelolaan keuangan yang tepat. Berdasarkan hasil observasi program untuk menyelesaikan permasalahan, dilaksanakan pelatihan *digital marketing*, pelatihan pengelolaan administrasi keuangan, dan memberikan hibah barang dan alat untuk mendukung produksi UMKM Karti Aji. Hasil program pengabdian masyarakat terdapat peningkatan keberdayaan mitra UMKM Karti Aji, yaitu peningkatan 85% pada aspek pengetahuan terkait *digital marketing* dan 80% pada aspek pengelolaan keuangan UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung keberlangsungan usaha UMKM Karti Aji, terutama di saat pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Pemberdayaan ekonomi; UMKM; Pemasaran digital

1. Pendahuluan

Hadirnya era globalisasi sangat dirasakan dari teknologi khususnya sistem informasi yang melahirkan digitalisasi. Digitalisasi dapat dimaknai sebagai bentuk proses dari penyimpanan seluruh sifat format baik dari teks, suara, gambar, atau multimedia dalam sebuah string elektronik dari nol dan satu bit. Dengan adanya digitalisasi memungkinkan menyimpan dan menyebarkan informasi dari berbagai media digital hingga dapat dilihat oleh seluruh dunia dengan hanya memakan waktu yang sangat

singkat melalui jaringan internet (Arifin et al., 2020). Terlebih pada masa pandemi Covid-19, salah satu sektor yang mengalami dampak tertinggi yakni penurunan penjualan yang drastis yakni Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), keterbatasan ruang penjualan tatap muka perlu digantikan dengan pemasaran secara digital. Dengan dukungan digitalisasi maka akan memudahkan pelaku usaha memasarkan produknya dan konsumen semakin mudah untuk mengenali dan berbelanja meski tidak dalam ruang yang sama atau berbelanja secara virtual.

Deputi Restrukturisasi Usaha Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemkop UKM), Eddy Satriya, menyampaikan bahwa sebanyak 2.322 koperasi dan 185.184 pelaku usaha UMKM terdampak pandemi Covid-19. Apabila hal tersebut tidak ditangani secara serius, lambat laun akan menimbulkan berbagai masalah sosial bahkan dapat berdampak pada resesi ekonomi. Saat ini, pemerintah Indonesia menerapkan beberapa kebijakan untuk mendorong bangkitnya UMKM di Indonesia. Secara umum di bagi menjadi tiga seperti yang diungkapkan oleh Menteri Koperasi dan UMKM, Teten Masduki, yaitu restrukturisasi dan penurunan bunga pinjaman untuk UMKM, menyiapkan bantuan sosial kepada pelaku UMKM yang tergolong miskin dan rentan miskin, serta kebijakan untuk mewajibkan BUMN belanja produk UMKM dengan total dana yang disediakan sebesar Rp 735 triliun (Ciptakarya Pekerjaan Umum, 2020).

Salah satu UMKM yang terdampak Covid-19 di Indonesia adalah UMKM Anyaman Bambu Karti Aji Toglengan yang berlokasi di Toglengan, Sendangarum, Minggir, Sleman, Yogyakarta. Anyaman bambu merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki nilai seni dan budaya yang sangat tinggi serta digemari banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Sentra industri kecil UMKM Karti Aji dan industri kecil mebel bambu ini menggunakan bahan baku berupa bambu petung, bambu wulung, bambu apus dan bambu jenis yang lain. UMKM Karti Aji membuat sebuah kerajinan yang dibuat dengan bahan baku dari bambu yang dijadikan sesuatu produk yang mempunyai nilai fungsi dan estetika. Produk yang dihasilkan industri kecil UMKM Karti Aji ini antara lain tempat tisu, tempat buah, vas bunga, pincuk, aneka keranjang, tempat sendok, tempat pensil, tempat make up, tempat nasi, UMKM motif, tempat roti, piring lidi, piring bambu, lampu gantung, pot, nampan, krul, tempat koran, tempat gurami, dan lain-lain. sedangkan dari industri mebel bambunya menghasilkan kursi, tempat tidur, slatsel, gazebo. Adapun contoh hasil UMKM Karti Aji dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk dan keranjang anyaman UMKM Kerta Aji

Meskipun sudah lama memproduksi, namun manajemen usaha UMKM Karti Aji Toglengan masih dijalankan dengan sangat sederhana, pencatatan dan pembukuan

masih manual, dan metode pemasaran yang dijalankan masih bersifat tradisional, belum menggunakan media promosi berbasis digital atau modern. Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan mitra UMKM Karti Aji, masalah utama yang dihadapi oleh masyarakat di Dusun Toglengan terkait dengan belum mengetahui pengelolaan administrasi keuangan dan masih belum menerapkan *digital marketing*. Oleh karena itu, melalui pelatihan *digital marketing* dengan mengombinasikan berbagai media sosial dapat menjadi salah satu alternatif *platform digital marketing* yang praktis dan mudah untuk UMKM Karti Aji yaitu dengan adanya internet dan *Information and Communication Technologies* (ICT) proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Selain itu, manfaat dan keuntungan menggunakan *digital marketing* adalah untuk media promosi dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional (Jansen & Resnick, 2006).

Kegiatan KKN-PPM ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pengelolaan administrasi keuangan serta dapat mengembangkan pemasaran UMKM Karti Aji melalui komunikasi pemasaran digital dan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dengan inovasi produk dengan karya anyaman yang lebih variatif dan menarik. Adapun luaran yang diharapkan yaitu adanya media pemasaran berbasis digital melalui media sosial Instagram dan *marketplace* Shopee serta adanya inovasi dari kerajinan yang lebih variatif.

2. Metode

Pemberdayaan masyarakat dibutuhkan untuk memberikan dorongan peningkatan kualitas hidup masyarakat (Korten, 2002). Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2022. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan perancangan dan pembuatan sistem yang akan diimplementasikan, yaitu berupa *digital marketing*. Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan operasional yang berupa pelatihan pembuatan konten media sosial, uji coba sistem, dan pembuatan materi administrasi pengelolaan keuangan UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan permasalahan di UMKM Karti Aji, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebagai berikut.

3.1. Pelatihan administrasi keuangan

Pengelolaan keuangan menjadi salah satu indikator keberhasilan UMKM, hal ini karena pengelolaan keuangan menjadi penting untuk kemajuan sebuah usaha dan penting untuk menggunakan praktik akuntansi sederhana (Dewi & Aminah, 2018). Permasalahan terhambatnya UMKM salah satunya dikarenakan belum dapat mengelola administrasi keuangan (Farida et al., 2020). Pelaksanaan program pelatihan administrasi keuangan dengan praktik akuntansi sederhana untuk UMKM Karti Aji dilakukan dengan tujuan agar membantu mitra UMKM Karti Aji mengetahui pengeluaran dan pemasukan yang ada di dalam kelompok usaha tersebut sehingga kedepannya dapat mengatur keuangan dengan baik. Termasuk juga proses pencatatan administrasi, menentukan laba dari setiap produk, hingga cara menghitung harga jual produk.

Pelatihan administrasi keuangan di sampaikan oleh Dosen Vokasi UMY Linda Kusumastuti Wardana, S.Pd., M.Sc ([Gambar 2](#)).



[Gambar 2](#). Pelatihan dan pengelolaan administrasi keuangan

Adapun materi yang disampaikan oleh narasumber diantaranya memberikan pemahaman kesalahan selama ini dalam mengatur keuangan usaha, memberikan pemahaman pembukuan secara mandiri, memberikan arahan untuk memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha, memberikan pemahaman perhitungan laba, jasa, estimasi waktu, modal, dan penggolongan biaya, hingga menentukan harga pokok produksi dan harga jual untuk mendapatkan keuntungan yang sesuai. Pentingnya pelatihan manajemen administrasi keuangan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran untuk mencatat setiap transaksi keuangan agar menjadi lebih rapi dan dapat menyesuaikan kaidah standar akuntansi keuangan ([Millaty et al., 2019](#)). Program ini dikemas dalam bentuk pelatihan materi administrasi keuangan dan diskusi terbuka antara masyarakat pemilik UMKM dan narasumber. Kegiatan pelatihan diadakan pada pekan kedua, Selasa, 1 Februari 2022 di Serambi Masjid Blantikan.

[3.2. Pelatihan *digital marketing*](#)

Salah satu permasalahan lambannya perkembangan UMKM yakni disebabkan keterlambatan dalam melakukan pemasaran dengan pendekatan digital ([Susanto et al., 2020](#)). UMKM Anyaman Bambu Karti Aji Toglengan berlokasi di Dusun Toglengan, Desa Sendangarum, Minggir, Sleman, Yogyakarta merupakan UMKM pada industri kreatif yang memiliki nilai seni dan budaya yang sangat tinggi serta digemari banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Namun sayangnya belum menerapkan pemasaran secara digital. Oleh karena itu, melalui Pengabdian ini dilaksanakan pelatihan terkait *digital marketing* ([Gambar 3](#)). Melalui *digital marketing*, apapun jenis produk dapat dipasarkan secara luas dan memungkinkan promosi tanpa batas karena terdukung dengan adanya internet ([Nurjanah et al., 2022](#)).

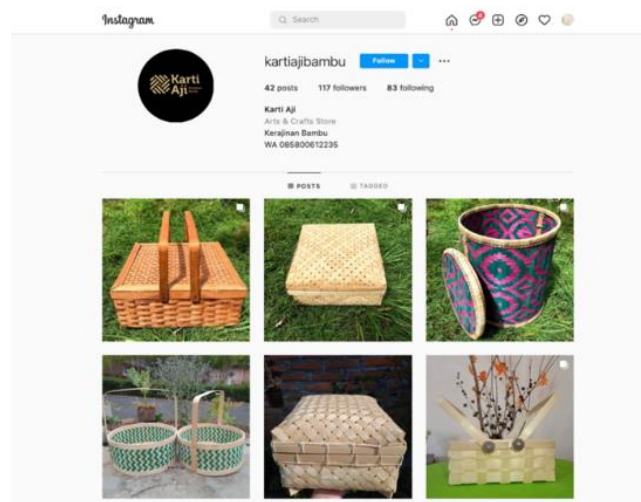
Program ini diadakan untuk memberikan informasi tentang penjualan menggunakan media digital sebagai pasar yang menjadi alternatif penjualan *online*. Seperti kita ketahui, pada era 4.0 teknologi semakin maju, sudah saatnya UMKM turut memanfaatkan media digital sebagai wadah *marketing* ([Mashuri, 2019](#)). Kondisi pandemi yang belum selesai, seharusnya tidak menjadi penyumbat ladang pendapatan UMKM dengan menggunakan sistem pemasaran yang kreatif berbasis digital ([Hadi & Zakiah, 2021](#)). Sehingga pelatihan *digital marketing* ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu mitra usaha agar dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan sosial media ([Fatmarani, 2019](#)). Program yang akan dilaksanakan yaitu mendampingi mitra menggunakan sosial media sebagai sarana promosi dan pemasaran khususnya

kelompok usaha mitra usaha. Kemudian mendampingi kelompok usaha untuk menciptakan *marketplace* agar membuat usaha kelompok usaha tersebut dapat dijangkau oleh masyarakat yang lebih luas.



Gambar 3. Pelatihan digital marketing

Setelah dilakukannya pelatihan *digital marketing*, pengabdian dilanjutkan dengan pendampingan pengelolaan media sosial dan *e-commerce*. UMKM Karti Aji sudah memiliki akun Instagram yakni @kartiajibambu namun belum dikelola dengan maksimal. Adapun setelah dilakukan pelatihan, UMKM Kartiaji memperbaiki pengelolaan media sosial Instagram seperti Gambar 4 .



Gambar 4. Profil akun Instagram @Kartiajibambu

Bentuk pendampingan yang dilakukan pertama kali adalah pengenalan fitur-fitur utama di *e-commerce* Shopee dan praktik yang selanjutnya dilakukan pembuatan akun sosial media khusus bisnis untuk para mitra UMKM. Pengabdian ini juga melakukan foto produk dengan fotografer profesional yang akan digunakan sebagai konten di Instagram dan juga *e-commerce* mitra UMKM.

3.3. Hibah alat produksi UMKM Kartiaji

Guna mendukung keberlanjutan program pada UMKM Karti Aji Toglengan, maka tim pengabdian memberikan hibah alat berupa gunting, gergaji, bahan bambu, dan alat pengemasan (Gambar 5). Pemberian alat produksi ini ditujukan untuk dapat memberikan dukungan atas produktivitas UMKM Karti Aji agar tetap berjalan dan memproduksi produk yang semakin banyak dan inovatif.

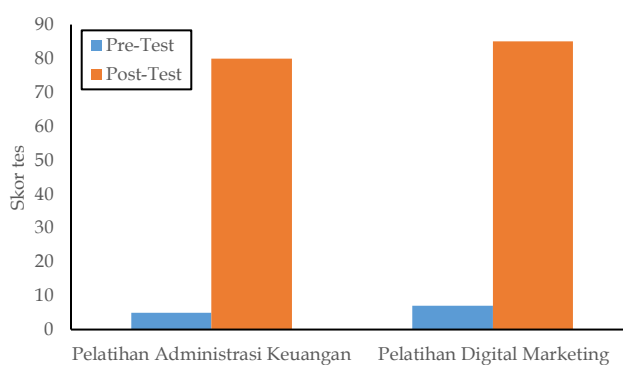


Gambar 5. Dokumentasi penyerahan hibah alat produksi

3.4. Evaluasi kegiatan

Pada saat pelatihan, tim pengabdian KKN-PPM membuat *pre-test* dan *post-test* terkait pelatihan pengelolaan keuangan dan *digital marketing*. Hal tersebut berguna untuk mengukur dan melihat kemampuan peserta pelatihan sehingga setelah adanya pelatihan ini wawasan serta keahlian peserta dapat bertambah dan meningkat sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dari pelatihan ini.

Hasil *pre-test* menunjukkan UMKM Karti Aji sangat minim pengetahuan tentang *digital marketing* dan belum *aware* untuk adaptasi pada perubahan, sehingga presentasi *pre-test* hanya pada tingkatan 7%. Kemudian setelah dilakukannya pelatihan *digital marketing* dan penjabaran pemanfaatannya, hasil *post-test* menunjukkan keberhasilan pengabdian yang signifikan yakni pada angka 85%. Kemudian presentasi 80% terkait pengelolaan keuangan UMKM. Adapun hasil pengukuran *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Perbandingan pengetahuan UMKM

Berdasarkan Gambar 6, dapat diketahui bahwa program pemberdayaan UMKM Karti Aji telah berjalan sangat baik melalui beberapa kegiatan, yakni pelatihan pengelolaan administrasi keuangan dan *digital marketing*. Kegiatan tersebut telah berjalan efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan memberdayakan UMKM Karti Aji atas keterbatasan pengetahuan dan ekonomi di masa pandemi Covid-19.

4. Kesimpulan

Pemanfaatan media digital untuk melakukan komunikasi pemasaran digital sangat penting untuk mempertahankan usaha di era persaingan global. Di samping itu,

kepentingan pengelolaan keuangan UMKM yang baik turut perlu diperhatikan. Mengenai dua isu yang menjadi permasalahan utama pengabdian ini, maka program pengabdian di Desa Toglengan, Sendangarum, Minggir, Sleman telah terlaksana dengan baik dan memiliki program pelatihan administrasi keuangan dan pelatihan *digital marketing*. Pada program administrasi keuangan UMKM dilakukan dengan mengedukasi UMKM Karti Aji agar memahami cara mencatat administrasi UMKM, menentukan laba dari setiap produk UMKM, hingga cara menghitung harga jual produk. Kemudian pada program *digital marketing* dilakukan pembuatan akun sosial media Instagram kemudian memberikan pelatihan terkait *digital marketing* untuk mitra serta peluang memasarkan produk melalui *marketplace*.

Hasil program pengabdian masyarakat ini menghasilkan peningkatan keberdayaan mitra UMKM Karti Aji yaitu adanya peningkatan 85% pengetahuan UMKM Karti Aji terkait *digital marketing*, 80% terkait pengelolaan keuangan UMKM. Melalui kegiatan pelatihan digital marketing, pelatihan pengelolaan keuangan, dan hibah alat produksi ini dapat mendukung *sustainability* usaha, pengetahuan, maupun keterampilan UMKM Karti Aji terutama di saat pandemi Covid-19. Adapun kedepannya diharapkan mitra UMKM Karti Aji dapat meneruskan *digital marketing* dan mengembangkan usaha signifikan serta dapat mengelola keuangan UMKM dengan baik. Pelaksanaan FGD bersama dalam upaya mengetahui perkembangan *digital marketing* masih terus dibutuhkan untuk mendiskusikan pemasaran yang efektif di era digital sehingga dapat meningkatkan perekonomian UMKM Karti Aji meski dalam pandemi Covid-19.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) UMY yang telah memberikan support dana pengabdian hingga selesai. Ucapan terima kasih pula pada Pimpinan Kelurahan Sendangarum, Sleman, Padukuhan Toglengan, dan UMKM Karti Aji yang telah berpartisipasi penuh pada pelaksanaan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Arifin, Z., Wahono, B. B., Prihatmoko, D., & Riyoko, S. (2020). Inovasi Peningkatan Hasil Tangkapan Ikan Produk Unggulan Daerah oleh Nelayan Purse Seine Menggunakan Teknologi GPS. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 54–62. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v3i1.4779>
- Ciptakarya Pekerjaan Umum. (2020). *Pengembangan Infrastruktur Sosial dan Ekonomi Wilayah*. Ciptakarya.pu.go.id. <http://ciptakarya.pu.go.id/bangkim/simpp/portal/pages/about/latar-belakang>
- Dewi, R. M., & Aminah, A. (2018). Pelatihan Manajemen dan Administrasi Keuangan Sekolah di TK 'Aisyiyah Tangerang Selatan. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 171–179.
- Farida, Apriliana, V., Putri, G. M. B., Fitriani, Y., Ayu, A. F., & Lutfi, A. (2020). Digital Marketing dan Pembukuan Sederhana bagi UMKM Kripik Tahu di Sudimoro, Kelurahan Sidomulyo, Kecamatan Candimulyo, Kabupaten Magelang. *Community Empowerment*, 05(03), 152–156.
- Fatmarani, S. (2019). *Digital Marketing 101: Memilih Media Sosial yang Tepat Untuk Bisnis*

- Kita. UKM Indonesia. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/digital-marketing-101-memilih-media-sosial-yang-tepat-untuk-bisnis-kita/>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive: Jurnal LPPM Politeknik Pos Indonesia*, 16(1), 32-43. <https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>
- Jansen, B. J., & Resnick, M. (2006). An Examination of Searcher's Perceptions of Nonsponsored and Sponsored Links During E-Commerce Web Searching. *Journal of The American Society For Information Science and Technology*, 57(14), 1949-1961.
- Korten, D. C. (2002). *Menuju Abad Ke-21; Tindakan Sukarela dan Agenda Global*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Mashuri. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *Jurnal IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215-224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>
- Millaty, M., Salehawati, N., Avi, M. F., Syarifudin, I., & Supriyatna, U. (2019). Pelatihan Manajemen Administrasi Keuangan. *Jurnal Vokasi*, 3(2), 72-77.
- Nurjanah, A., N, M. S., & Apriliani, R. (2022). *Literasi Media Sosial & Digital Marketing*. Pustaka Ilmu.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Evelopment*, 6(1), 42-47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License