

## Pengembangan UMKM Kelor Sebagai Produk Unggulan di Desa Wisata Belanja

### *Development of MSMEs Moringa as a Leading Product in Shopping Tourism Villages*

**Riza Nur Lailiyah Azizah<sup>1</sup>, Ririt Iriani Sri Setiawati<sup>2</sup>, Putra Perdana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

\*e-mail: [19011010048@student.upnjatim.ac.id](mailto:19011010048@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [ririt.iriiani.ep@upnjatim.ac.id](mailto:ririt.iriiani.ep@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

---

#### **Article History:**

Received: 22 September 2022

Revised: 2 Oktober 2022

Accepted: 18 November 2022

**Keywords:** *Moringa Village, UMKM, KKN.*

**Abstract:** *The Thematic Real Work Lecture is a community service program for UPN “Veterans” East Java which was attended by students of the class of 2019. This KKNT was held from March 23 to June 30 which was held in Banjar Sugihan Village, Tandes District, Surabaya City. Banjar Sugihan Village has tourism potential that needs to be developed, by promoting MSMEs. MSME is an abbreviation of Micro, Small and Medium Enterprises. MSME is a type of business carried out by the lower middle class community. In Banjarsugihan Village, most of the residents run MSMEs. The Banjar Sugihan Village is also known as the Moringa Village. There is a product business from the Moringa plant that is run by the Banjar Sugihan village community. Moringa plant is a plant that is very beneficial for the health of the body. Moreover, if it is processed into attractive products, of course it is not only rich in health benefits, but also can increase the selling value. The business of processed moringa products run by the people of the Banjar Sugihan village still uses traditional marketing methods, not yet using the right digital marketing strategy. Of course this is an obstacle in the development of local SMEs. In improving a business there needs to be an effort that must be made. The methods used in implementing the program are observation methods, participatory approaches, and community involvement for data collection. Through the KKN program, it is hoped that the development of MSMEs in the Banjar Sugihan Village can be realized and the community can understand how to market processed Moringa products to the maximum, so that the economy of the Banjar Sugihan Village community can increase.*

### Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Tematik merupakan program pengabdian kepada masyarakat UPN “Veteran” Jawa Timur yang diikuti oleh mahasiswa angkatan 2019. KKNT ini dilaksanakan mulai tanggal 23 Maret sampai 30 Juni yang dilaksanakan di Kelurahan Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Kelurahan banjar sugihan memiliki potensi wisata yang perlu dikembangkan, dengan memajukan UMKM. UMKM merupakan singkatan dari Usaha mikro, kecil dan menengah. Umkm merupakan jenis usaha yang dilakukan oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah. Di Kelurahan Banjarsugihan sebagian besar warganya menjalankan umkm. Kelurahan banjar sugihan juga dikenal sebagai kampung kelor. Terdapat usaha produk dari tanaman kelor yang dijalankan oleh masyarakat kelurahan banjar sugihan. Tanaman kelor merupakan tanaman yang sangat tinggi manfaatnya bagi kesehatan tubuh. Apalagi jika diolah menjadi produk yang menarik tentu tidak hanya kaya manfaat bagi kesehatan, namun juga dapat meningkatkan nilai jual. Usaha produk olahan kelor yang dijalankan oleh masyarakat kelurahan banjar sugihan masih menggunakan cara pemasaran tradisional, belum menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat. Tentu hal ini menjadi sebuah hambatan dalam perkembangan umkm setempat. Dalam meningkatkan sebuah usaha perlu adanya sebuah upaya yang harus dilakukan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program adalah metode observasi, pendekatan partisipatif, dan keterlibatan masyarakat untuk pengumpulan data. Melalui program KKN diharapkan pengembangan UMKM di kelurahan banjar sugihan dapat terwujud dan masyarakat bisa memahami bagaimana cara memasarkan produk olahan kelor dengan maksimal, Sehingga perekonomian masyarakat kelurahan banjar sugihan dapat meningkat.

**Kata Kunci:** Kampung Kelor, UMKM, KKN.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito, 2003). Sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia UMKM berkontribusi besar terhadap PDB nasional yaitu 61,97% dari total PDB pada tahun 2021. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dan mampu mengintegrasikan investasi sebesar 60,4%. Pada sector ini dapat dinilai bahwa UMKM mampu membangkitkan perekonomian dan dapat memutar roda perekonomian Indonesia.

Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. 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. 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, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Di era industry 4.0 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah banyak digandrungi oleh masyarakat. Baik dari perkotaan, perdesaan, hingga daerah terpencil. Karena UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM mampu meningkatkan kualitas dan kreativitas pelaku bisnis

sehingga dapat membuka kesempatan kerja baru dan dapat meningkatkan pendapatan. UMKM juga memiliki fleksibilitas yang sangat tinggi banyak jenis usaha yang dapat dijalankan mulai dari Kuliner, fashion, dan lain-lain.

Di Kelurahan Banjar Sugihan yang merupakan bagian dari Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Terdapat banyak UMKM yang berkembang, salah satunya adalah UMKM Kelor. Terdapat produk olahan yang di produksi oleh masyarakat Kelurahan Banjar Sugihan yaitu masker kelor dan teh kelor. Namun produksi dari produk tersebut sempat terkendala, mulai dari pengolahan hingga pemasaran. Hal tersebut mengakibatkan produk olahan kelor sulit berkembang kaena kurangnya perhatian dari masyarakat. Dalam proses pengolahan UMKM Kelor kekurangan SDM, dan pada saat pemasaran UMKM Kelor masih menggunakan strategi pemasaran digital, yang seharusnya di Era ini pemasaran wajib menggunakan teknologi digital untuk menghindari ketertinggalan.

Melihat dari permasalahan yang terdapat di Kelurahan Banjar Sugihan, perlu adanya strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut guna mengembangkan UMKM Kelor sebagai produk unggulan Kelurahan Banjar Sugihan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengambil Judul “Pengembangan UMKM Kelor Sebagai Produk Unggulan Di Desa Wisata Belanja”.

## **METODE**

Kegiatan pengembangan UMKM melalui program kerja Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) ini dilaksanakan di Kelurahan Banjarsugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan umkm masker kelor dan teh kelor sebagai produk unggulan dari Kelurahan Banjar Sugihan, adapun beberapa metode yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi, pendampingan pendaftaran nomor induk berusaha pelatihan produksi produk olahan kelor, branding potesi melalui digital marketing, dan pendampingan pemasaran digital.

### **1. Observasi**

Metode observasi merupakan metode yang dilakukan untuk menggali informasi mengenai perkembangan UMKM yang terdapat di Kelurahan Banjar Sugihan. Metode ini merupakan langkah awal yang dapat dilakukan sehingga dapat diketahui masalah yang dialami oleh UMKM dan sehingga setelahnya dapat di perbaiki dan dapat dikembangkan melalui beberapa strategi yang tepat.

### **2. Pendampingan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha**

Metode pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk umkm Kelurahan Banjar Sugihan didukung penuh oleh Perangkat Kelurahan dan seluruh warga Kelurahan Banjar Sugihan. Metode ini digunakan untuk mempermudah para pelaku UMKM dalam mendapatkan izin usaha dan izin komersial atau operasional. Sehingga para UMKM Kelurahan Banjar Sugihan lebih mudah berkembang dan perekonomian masyarakat meningkat.

### **3. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)**

Pembentukan POKDARWIS guna penggerak pariwisata desa wisata belanja Kelurahan Banjar Sugihan. Yang nantinya kelompok ini akan mengembangkan produk unggulan mulai dari pengolahan hingga pemasaran.

### **4. Pelatihan Produksi Olahan Kelor**

Pelatihan ini merupakan salah satu cara untuk mengembangkan produk kelor sebagai produk unggulan UMKM Kelurahan Banjar Sugihan. Pelatihan ini diikuti oleh POKDARWIS. Dan pelatihan ini merupakan sarana untuk mengasah keterampilan dan inovasi POKDARWIS.

#### 5. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital

Sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital merupakan metode pelatihan kepada masyarakat pelaku UMKM Kelurahan Banjar Sugihan. Dalam pelatihan ini dilakukan pembuatan akun pemasaran digital yaitu media sosial dan e-commers, di antaranya adalah instagram, shopee, tokopedia, dan gomart. Akun tersebut akan dijalankan oleh pokdarwis dan digunakan untuk pengembangan UMKM Kelurahan Banjar Sugihan.

#### 6. Pendampingan Pemasaran Digital

Pada metode ini dilakukan guna memaksimalkan pemasaran produk UMKM sesuai sasaran. Dalam pendampingan ini POKDARWIS melakukan pemasaran melalui e-commers dan melakukan design instagram.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### 1. Observasi UMKM Kelurahan Banjar Sugihan

Kegiatan observasi ini dilaksanakan di Kelurahan Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Kegiatan ini merupakan langkah awal untuk menggali informasi mengenai UMKM yang bergerak di Kelurahan Banjar Sugihan. Guna dilakukannya kegiatan ini adalah agar UMKM yang sudah berjalan bisa dikembangkan. Dan mudah dalam melakukan strategi pengembangan yang tepat.

Dalam program kerja ini, observasi dilakukan dengan cara metode partisipatif langsung dengan perangkat Kelurahan Banjar Sugihan yaitu Kepala Sie Kesejahteraan.

#### 2. Pendampingan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha

Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk UMKM Kelurahan Banjar Sugihan didukung penuh oleh Perangkat Kelurahan dan seluruh warga Kelurahan Banjar Sugihan. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mempermudah para pelaku UMKM dalam mendapatkan izin usaha dan izin komersial atau operasional. Dengan bekal ilmu yang diterima selama di kampus, pada kegiatan ini diterapkan secara langsung kepada masyarakat Kelurahan Banjar Sugihan. Pendaftaran NIB melalui website OSS.go.id. Sehingga para UMKM Kelurahan Banjar Sugihan lebih mudah berkembang dan perekonomian masyarakat meningkat.

#### 3. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Pembentukan POKDARWIS sebagai penggerak pariwisata desa wisata belanja Kelurahan Banjar Sugihan. Yang nantinya kelompok ini akan mengembangkan produk unggulan mulai dari pengolahan hingga pemasaran. Keanggotaan pokdarwis terdiri dari Pembina, Penasehat, BPH (Ketua, wakil ketua, sekretaris, dan bendahara), Seksi Keamanan dan Ketertiban, Seksi Kebersihan dan Keindahan, Seksi Daya Tarik dan Kenangan, Seksi Hubungan Masyarakat dan Pengembangan Sumber Daya, Seksi Pengembangan Usaha, dan Anggota.

#### 4. Pelatihan Produksi Olahan Kelor

Pelatihan produksi olahan kelor dalam kegiatan ini produk utama yang diolah adalah makanan dan minuman dengan bahan dasar kelor. Ini merupakan salah satu cara untuk mengembangkan produk kelor sebagai produk unggulan UMKM Kelurahan Banjar Sugihan. Pelatihan ini diikuti oleh POKDARWIS. Dan pelatihan ini merupakan sarana untuk mengasah keterampilan dan inovasi POKDARWIS.



Gambar 1. Pelatihan Produksi Olahan Kelor

#### 5. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital

Kegiatan ini dilaksanakan untuk pelatihan pemasaran dari tradisional ke pemasaran digital. Dalam pelatihan ini dilakukan pembuatan akun pemasaran digital yaitu media sosial dan e-commers, di antaranya adalah instagram, shopee, tokopedia, dan gomart. Akun tersebut akan dijalankan oleh pokdarwis dan digunakan untuk pengembangan UMKM Kelurahan Banjar Sugihan.



Gambar 2. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital

#### 6. Pendampingan Pemasaran Digital

Pada pengabdian ini dilakukan untuk meningkatkan skill pemasaran digital POKDARWIS. Dalam kegiatan ini dilakukan pemasaran produk di shopee, tokopedia, dan instagram. POKDARWIS mendapatkan bekal cara-cara penggunaan e-commers yang efektif, sehingga nantinya produk-produk UMKM Kelurahan Banjar Sugihan penjualannya dapat meningkat dan dapat menunjang perekonomian masyarakat.

### **KESIMPULAN**

UMKM mempunyai peran yang sangat signifikan bagi kemajuan perekonomian Indonesia. Maka usaha mikro kecil menengah ini harus dikembangkan terus menerus. Banyak masyarakat yang menjalankan UMKM namun kurang mengetahui cara mengembangkan dan meningkatkan pejualan produk dengan tepat. Melalui langkah awal pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha untuk UMKM, pembentukan POKDARWIS, pelatihan produksi olahan kelor, sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital, dan pendampingan pemasaran digital, yang telah dijalankan melalui program kerja pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan UMKM Kelor Kelurahan Banjar Sugihan dapat berkembang dan terus meningkat,. Sehingga dengan seiring berkembangnya waktu Kelor dapat menjadi produk unggulan UMKM Kelurahan Banjar Sugihan, dan dapat menopang perekonomian masyarakat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Soleha, Rulianti, & Maria. (2022). Sosialisasi Pemberdayaan UMKM "UMKM Bangkit Bersinergi". Jurnal Pengabdian Masyarakat, 01-07.
- [2] Urwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-17.  
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- [3] Nicholson, L. (2020). Creative Digital Marketing Strategies for The Retail Sector That Really Work. Retrieved February 25, 2020, from <https://www.hitsearchlimited.com/news/creative-digital-marketing-strategies-for-the-retail-sector-that-really-work>