

STRENGTHENING MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN KERTONEGORO VILLAGE, JENGGAWAH DISTRICT, JEMBER DISTRICT

Djoko Soejono¹, Dimas Bastara Zahrosa², Suwali Suwali³, Rachmat Udhi Prabowo⁴, Sasmita Sari⁵
^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

⁵Program Studi Agribisnis, Fapertasainstek Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
Email:suwalitandyaraharja@gmail.com

Abstrak: Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kertonegoro, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember, menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan legalitas dan akses pembiayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik UMKM di desa tersebut, mengidentifikasi potensi dan tantangannya, serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya legalitas usaha. Metode yang digunakan meliputi Focus Group Discussion (FGD), ceramah, dan pendampingan. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum memiliki legalitas resmi, seperti Produk Industri Rumah Tangga (PIRT), yang menghambat akses pasar dan pembiayaan. Selain itu, para pelaku usaha belum sepenuhnya menyadari pentingnya brand dan kemasan dalam meningkatkan daya saing produk. Pembentukan paguyuban usaha disarankan sebagai langkah kolaboratif untuk memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM. Dukungan pemerintah desa sangat penting dalam mengintegrasikan pengembangan UMKM ke dalam perencanaan pembangunan desa. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya legalitas usaha, peningkatan branding, dan kemitraan strategis untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas Usaha, Desa Kertonegoro, Branding, Paguyuban Usaha, Pengembangan Ekonomi

Abstrack: *The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kertonegoro Village, Jenggawah District, Jember Regency, faces various challenges, including limited legality and access to financing. This study aims to describe the characteristics of MSMEs in the village, identify their potentials and challenges, and raise awareness about the importance of business legality. The methods used include Focus Group Discussions (FGD), lectures, and mentoring. The results show that most MSMEs lack official legality, such as Home Industry Product (PIRT) certification, hindering market access and financing. Additionally, business actors are not fully aware of the importance of branding and packaging in enhancing product competitiveness. The formation of business associations is suggested as a collaborative step to strengthen the capacity and competitiveness of MSMEs. Village government support is crucial in integrating MSME development into village development planning. The conclusion of this study emphasizes the need for business legality, improved branding, and strategic partnerships to foster sustainable MSME growth.*

Key Words: *MSMEs, Business Legality, Kertonegoro Village, Branding, Business Associations, Economic Development*

PENDAHULUAN

Pengembangan pembangunan ekonomi yang berbasis partisipasi masyarakat luas sebagai pelaku usaha merupakan komitmen pemerintah dalam pembangunan ekonomi saat ini (Heliantina, 2017). Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang

pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Basic pembangunan ekonomi kerakyatan (Alyas dan M. Rakib. 2017)

Secara lebih spesifik keterbatasan UMKM dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan bagi pengembangan usahanya, diakibatkan oleh berbagai hal seperti: (1) tidak dimilikinya aspek legalitas usaha yang memadai sesuai dengan tuntutan lembaga penyedia pembiayaan terutama lembaga perbankan; (2) hambatan untuk mengakses kredit karena kurangnya informasi dan edukasi yang memadai; (3) belum berfungsinya lembaga mediasi yang mampu menjembatani optimalisasi potensi UMKM dengan lembaga keuangan; (4) sebaran UMKM yang tidak terjangkau lembaga keuangan; (5) peraturan pemerintah yang belum memihak kepada UMKM; (6) belum adanya karakteristik profil UMKM yang sesuai dengan profil usaha yang dipilih pihak lembaga keuangan; (7) masih terbatasnya program-program pendampingan bagi UMKM dalam memberi penguatan manajemen usahanya; dan (8) terbatasnya program-program yang mampu memberi penguatan SDM UMKM dalam mengubah mindset (pola pikir) pengelolaan usahanya, sehingga mampu mengoptimalkan potensi, kreativitas dan inovasi usahanya untuk menjadi UMKM yang unggul dan mandiri dengan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan (Nanik Risnawati. 2018)

Desa Kertonegoro merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Jenggawah dengan luas sekitar 176.166 Km² yang mayoritas masyarakatnya berasal dari suku Jawa dan Suku Madura. Sumber mata pencaharian utama masyarakat adalah sebagai buruh perusahaan/gudang tembakau yang mampu menyerap cukup banyak tenaga kerja dan kegiatan dunia usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berupa: industri gerabah, produk olahan makanan/camilan maupun minuman (jamu tradisional) serta industri lainnya. Dari berbagai kendala teknis dan non teknis yang dihadapi para pelaku usaha di Desa Kertonegoro, maka berdasarkan Focus Group Discussion (FGD) adalah sebagian besar belum memiliki legalitas usaha semacam Produk Industri Rumah Tangga (PiRT), sehingga kesulitan mengembangkan pasar yang lebih luas, utamanya pasar-pasar modern, selain itu kesulitan mengakses sumber-sumber pembiayaan.

Oleh karena itu, dibutuhkan sosialisasi dan pendampingan pentingnya legalitas usaha secara formal (PIRT) bagi industri kecil di lingkungan Desa Kertonegoro Kecamatan

Jenggawah Kabupaten Jember. Guna mengefektifkan kegiatan sosialisasi dan pendampingan, maka dibutuhkan kelompok in formal dalam bentuk wadah paguyuban pelaku usaha kecil. Pentingnya legalitas usaha secara formal atau ijin edar suatu produk, menurut Julianty (2019), bahwa Izin usaha adalah sebuah bentuk dokumen resmi dari instansi yang memang memiliki wewenang yang menyatakan sah seseorang atau sebuah badan untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu.

Tujuan kegiatan: (1) memperoleh gambaran terkait karakteristik UMKM di Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah yang meliputi jenis usaha, memulai usaha, keputusan memilih jenis usaha, keunggulan produk, penggunaan alat dan bahan, ketenagakerjaan, permodalan dan pemasaran produk; (2) memperoleh informasi langsung dari pelaku UMKM terkait potensi dan tantangan pengembangan usaha; dan (3) menambah wawasan pengetahuan pelaku, sekaligus kepemilikan legalitas formal UMKM dan inisiasi pembentukan paguyuban usaha.

METODE

Sebelum kegiatan dilaksanakan, maka dilakukan langkah-langkah persiapan sebagai berikut: (1) menyusun proposal teknis (TOR) yang meliputi latar belakang, perumusan masalah, metode pelaksanaan, rancangan evaluasi, dan jadwal pelaksanaan; (2) melakukan koordinasi dengan pihak Pemerintah Kecamatan Jenggawah dan Pemerintah Desa Kertonegoro Kabupaten Jember; (3) mempersiapkan kebutuhan administrasi dan fasilitas pendukung lainnya; dan (4) mempersiapkan materi sebagai bahan materi dan diskusi diskusi. Khalayak sasaran meliputi: (1) aparatur Desa dan Kepala Dusun Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah; (2) pelaku usaha yang menghasilkan aneka produk makanan/minuman yang berkedudukan di berbagai dusun Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah; dan (3) pelaku usaha yang menghasilkan aneka produk non makanan/minuman atau kerajinan tangan yang berkedudukan di berbagai dusun Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah. Metode dan mekanisme yang digunakan: (1) Metode Focus Group Discussion (FGD); (2) Metode Ceramah dan Diskusi; dan (3) Metode pendampingan dan kunjungan. Waktu dan tempat kegiatan, ditetapkan selama 3 (tiga) hari di Balai Desa Kertonegoro dan tempat usaha. Sarana dan peralatan yang dibutuhkan: (1) LCD dan layar Projector; dan (2) Notebook. Kendala dan upaya: tidak semua pelaku usaha

memiliki alat komunikasi (HP) sehingga kesulitan berkomunikasi dan berkordinasi, solusinya Mencari lokasi usaha berdasarkan alamat yang terdata dan memperoleh informasi dari perangkat desa. Penilaian kegiatan pendampingan usaha di Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah meliputi: (1) Peningkatan wawasan pelaku usaha terkait kepemilikan legalitas usaha (PIRT); (2) Termotivasinya pelaku usaha untuk memperbaiki kemasan dan label produk yang dihasilkan; dan (3) Termotivasinya pelaku usaha untuk bekerja bersama dalam wadah pagayuban usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Karakteristik Usaha Kecil di Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah

Berdasarkan hasil identifikasi karakteristik usaha kecil, diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 1 Data Beberapa Usaha Kecil di Desa Kertonegoro

No	Nama Pemilik	Jenis Produk	Mulai Usaha	Alamat
1	Siti Rohmatul Hidayah	Cilok dan Tahu Walik	2017	Gumuk Jati 003/013
2	Kuni Saidah Farha	Tempe	2001	Dusun Krajan Tengah 01/04
3	Budiono	Alat panggang dari Garabah	2017	Jl. Cempaka Kerto Tengah 04/10
4	Samsul Hadi	Mie Lidi	2010	Dusun Krajan Tengah
5	Tis Nurhayati	Aneka Kripik	2012	Kerto Tengah 02/04
6	Sudarto	Keripik tempe dan kuliner	2015	Dusun Krajan Tengah 02
7	Nanik Nurhasanah	Cilok dan Bakso	2005	Jl. Ambulu Krajan Tengah 04/04
8	M. Kamilin	Pot bunga	2005	Kerto Utara 05/08
9	Yon Subakti	Cilok	2007	Kerto Utara 01/08
10	Sulastri	Gerabah/celengan pot	2015	Kerto selatan
11	Kail Yamul Fitria	Jamur tiram	2011	Kerto tengah 01/4
12	Khusnul Khotimah/Nurhadi	Kerupuk Udang	2017	Kertonegoro 5/7
13	Lilik Hasanah	Kerpik kedele	2015	Krajan selatan 5/6
14	Hariyanto	Cilok bakar	2014	Krajan utara 05/01
15	Khusnul Hotimah	Jajan gorengan	2013	Kerto selatan 01/05
16	Misjanah	Jamu	2011	Kerto selatan
17	Tumitah	Rempeyek dan jamu	2018	Kertonegoro Tengah

Berdasarkan Tabel 1. bahwa usaha kecil di Desa Kertonegoro beragam, baik produk aneka makanan/camilan maupun non makanan yang tersebar diberbagai dusun. Dari data menunjukkan bahwa pengalaman usaha ada yang sudah lebih dari 10 tahun dan juga ada yang masih sekitar 2 tahun.

2. Potensi dan Tantangan bagi pelaku Usaha Kecil di Desa Kertonegoro Kecamatan Jenggawah

Berdasarkan hasil kunjungan dan pendampingan, bahwa terdapat potensi dan tantangan yang dihadapi peluang usaha kecil, sebagai berikut:

Tabel 2. Potensi dan Tantangan Usaha Kecil di Desa Kertonegoro

No	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Potensi	Tantangan
1	Siti Rohmatul Hidayah	Cilok dan Tahu Walik	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan sangat sederhana • Proses produksi dilakukan setiap hari • Pemasaran di lingkungan sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku utama seringkali kurang bagus atau tidak sesuai harapan • Harga bahan baku cenderung naik turun • Belum memiliki ijin usaha
2	Kuni Saidah Farha	Tempe	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku murni kedele • Tanpa menggunakan bahan pengawet • Proses produksi dilakukan setiap hari • Pemasaran di toko dan lingkungan sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan cuaca menghambat proses • Bahan baku kurang bersih • Kemasan kurang menarik • Belum memiliki ijin usaha
3	Budiono	Alat panggang dari Garabah	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku mudah diperoleh • Memiliki keahlian khusus • Bahan alami, sehingga aman untuk Kesehatan • Proses produksi dilakukan setiap hari • Pemasaran wilayah Jember, Lumajang dan Bondowoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan cuaca. Karena proses membutuhkan sinar matahari penuh • Kegagalan produksi mencapai 10 persen dari setiap proses produksi • Bersaing dengan alat panggang non garabah • Resiko pengiriman antar kota • Belum memiliki ijin usaha

4	Samsul Hadi	Mie Lidi	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan sangat sederhana• Proses produksi dilakukan setiap hari• Produk memiliki keunikan dan sangat digemari berbagai kalangan konsumen• Kualitas rasa menjadi hal penting• Pemasaran dengan menggunakan tenaga sales	<ul style="list-style-type: none">• Perubahan cuaca akan mengganggu proses produksi• Kenaikan bahan baku• Persaingan dengan produk sejenis Kemasan kurang menarik• Belum memiliki ijin usaha
5	Tis Nurhayati	Aneka Kripik	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan sederhana• Proses produksi dilakukan setiap hari• Produk rasa sesuai dengan selera konsumen• Pengemasan (plastik) sesuai standart sehingga produk tidak mudah rusak• Pemasaran dilakukan secara langsung dan menjalin Kerjasama dengan pihak lain• Berbagai aneka produk dihasilkan• Sudah memiliki PIRT	<ul style="list-style-type: none">• Perubahan harga bahan baku mempengaruhi produksi• Bersaing memperoleh bahan baku, utamanya bahan usus ayam• Kadang tidak tersedia stock produk karena kehabisan bahan baku• Label kurang menarik
6	Sudarto	Keripik tempe dan kuliner	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan sederhana• Proses produksi dilakukan setiap hari• Produk dinilai renyah dibandingkan produk sejenis• Sudah dilakukan pengemasan dengan baik• Pemasaran di lingkungan sendiri dan antar kota	<ul style="list-style-type: none">• Resiko kegagalan produksi akibat cuaca dan campuran bahan• Peralatan masih sederhana, sehingga kurang mampu tingkatkan produksi• Belum memiliki PIRT

7	Nanik Nurhasanah	Cilok dan Bakso	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan tidak rumit • Proses produksi dilakukan setiap hari • Produk memiliki rasa yang unik • Mempunyai alat pendingin sehingga produk menjadi awet • Pemasaran di sekitar dusun 	<ul style="list-style-type: none"> • Resiko dalam proses produksi, utamanya takaran tidak sesuai • Persaingan dengan produk sejenis • Belum ada kreatifitas dari bentuk maupun kemasan produk • Belum ada ijin usaha
8	M. Kamilin	Pot bunga	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan mudah • Proses dilakukan setiap hari • Menghasilkan aneka bentuk sesuai pesanan • Produk berkualitas • Pemasaran di sekitar desa dan antar kota 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat proses produksi sempit sehingga kurang optimal • Resiko pengiriman • Belum memiliki ijin usaha
9	Yon Subakti	Cilok	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan tidak sulit dan tidak butuh keterampilan khusus • Proses produksi dilakukan setiap hari • Selera sangat disukai konsumen • Aneka bentuk olahan yang dihasilkan • Pemasaran sekitar desa dan terjadwal (minimal 3 titik waktu) • Memiliki rombongan yang unik 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan modal usaha • Faktor cuaca menjadi tantangan memasarkan produk • Bersaing dengan produk bakso • Belum memiliki ijin usaha
10	Sulastri	Gerabah/celengan pot	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan sederhana • Proses produksi dilakukan setiap hari • Pemasaran sekitar desa 	<ul style="list-style-type: none"> • Modal terbatas • Belum memiliki ijin usaha
11	Kail Yamul Fitria	Jamur tiram	<ul style="list-style-type: none"> • Proses tidak rumit • Banyak peminat 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan cuaca

12	Khusnul Khotimah/Nurhadi	Kerupuk Udang	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan tidak sulit dan tidak butuh keterampilan khusus• Proses produksi dilakukan setiap hari• Sudah memiliki pelanggan tetap (toko di pasar)• Merk produk dikenal banyak masyarakat	<ul style="list-style-type: none">• Faktor cuaca• Persaingan• Keterbatasan modal usaha• Covid 19 menyebabkan pemasaran terganggu• Belum memiliki ijin usaha
13	Lilik Hasanah	Kerpik kedele	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan tidak butuh keterampilan khusus• Proses produksi dilakukan setiap hari• Sudah memiliki pelanggan tetap	<ul style="list-style-type: none">• Keterbatasan modal usaha• Faktor cuaca• Persaingan dengan produk sejenis• Pengemasan kurang menarik• Belum memiliki ijin usaha
14	Hariyanto	Cilok bakar	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan sederhana• Proses produksi dilakukan setiap hari• Dukungan peralatan yang memadai• Rasa unik dan sesuai selera konsumen berbagai usia• Sudah memiliki pelanggan tetap• Sudah memiliki tempat khusus menjual produk	<ul style="list-style-type: none">• Faktor cuaca• Keterbatasan modal usaha• Persaingan dengan produk sejenis• Belum memiliki ijin usaha
15	Khusnul Hotimah	Jajan gorengan	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan mudah• Proses produksi dilakukan setiap hari• Banyak digemari konsumen sekitar	<ul style="list-style-type: none">• Peralatan sederhana• Kurang kreatif mengembangkan produk• Produk gampang rusak
16	Misjanah	Jamu	<ul style="list-style-type: none">• Proses pembuatan sederhana dan bisa dilakukan Bersama kegiatan lainnya• Proses produksi dilakukan setiap hari	<ul style="list-style-type: none">• Peralatan sederhana• Kurang modal usaha• Produk gampang rusak

17	Tumitah	Rempeyek dan jamu	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak digemari konsumen sekitar • Proses pembuatan sederhana • Proses produksi dilakukan setiap hari • Produk sudah diterima konsumen, utamanya rasa • Sudah ada pengemasan 	<ul style="list-style-type: none"> • Terbatasnya modal usaha • Resiko rusak dalam proses pengiriman • Belum ada merk produk • Belum memiliki PIRT
----	---------	-------------------	--	---

3. Wawasan Pengetahuan Pelaku Terhadap Legalitas Usaha, Pengemasan Produk Dan Paguyuban Usaha

Pelaku usaha kecil di Desa Kertonegoro belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas untuk pengembangan usaha, umumnya beranggapan bahwa produk yang disukai atau digemari konsumen dinilai cukup untuk menopang pendapatannya. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan pendampingan, para pelaku mulai menyadari bahwa jika masih bertahan dengan kondisi saat ini, maka akan sulit bersaing dan mengembangkan usahanya.

Beberapa manfaat pentingnya izin usaha bagi usaha kecil, antara lain (1) Usahanya akan mendapatkan jaminan perlindungan hukum. Dengan memiliki izin usaha, dapat menjalankan operasional bisnis secara aman dan nyaman. Tidak perlu khawatir terhadap ancaman-ancaman lain yang kerap menimpa usaha yang tidak memiliki perizinan. Seperti penertiban maupun pembongkaran; (2) Memudahkan dalam mengembangkan usaha. Selain itu, memiliki izin usaha juga akan memudahkan dalam mengembangkan usaha Anda saat ini. Misalnya, ingin bekerja sama dengan pengusaha yang lain; (3) Membantu memudahkan pemasaran usaha, jika usaha yang dijalankan adalah produk olahan (4) peluang terhadap akses pembiayaan yang lebih mudah. Jika sudah memiliki surat izin usaha, akan mendapatkan kemudahan dalam melakukan peminjaman dana pada pihak bank; dan (5) Memperoleh pendampingan usaha dari pemerintah. Seringkali pemerintah mengadakan beberapa program pendampingan bagi para pelaku yang sudah memiliki legalitas formal.

Banyak usaha kecil di Desa Kertonegoro yang bingung dengan istilah brand. Seringkali pelaku usaha berpikir bahwa hanya perusahaan besar saja peduli pada pentingnya sebuah brand. Oleh karena itu, melalui kegiatan sosialisasi perlu penyadaran bagi pelaku usaha, bahwa pelaku

usaha kecil harus mampu membenahi brand terhadap produknya. Artinya, dengan pentingnya branding dan kemasan untuk produk usaha kecil maka brand pelaku usaha akan lebih dikenal masyarakat yang lebih luas atau tidak hanya dikalangan tetangga atau desa.

Beberapa hal yang ditekankan saat sosialisasi di Balai Desa terkait branding dan kemasan produk yang dihasilkan pelaku usaha, khususnya produk makanan/camilan, yaitu: (1) Branding dan kemasan membuat brand lebih kuat dan tentunya menciptakan interaksi bagi konsumen. Brand merupakan kunci utama untuk pembelian karena orang lebih loyal kepada brand. Brand yang kuat saat ini haruslah unik agar lebih diingat orang. Brand yang kuat tak perlu berusaha lebih dikarenakan mereka sudah memenangkan kompetisi terhadap target pasar; (2) Branding dan kemasan pada produk usaha kecil lebih menarik perhatian pelanggan. Bayangkan produk yang dikemas dengan menarik di sebuah toko maka tentunya akan lebih menarik perhatian pelanggan; (3) Branding pada sebuah produk akan menunjukkan profesionalitas dan kualitas produk anda. Branding pada produk bisa menggunakan print dan tentunya mengedepankan desain sebagai senjata utama. Banyak perusahaan yang mengadakan penelitian mengenai skema warna, desain dan tipe dari kemasan produk yang paling menarik untuk customer. Tak dipungkiri lagi desain yang menarik pada kemasan produk memang membuat customer memilih brand atau produk yang pelaku usaha hasilkan; (4) Branding serta pengemasan membantu memfasilitasi keputusan sebuah pembelian. Branding serta pengemasan yang menarik membuat customer potensial tertarik untuk membeli produk. Pengemasan pada produk juga memuat informasi mengenai produk. Informasi ini biasanya juga turut memfasilitasi keputusan pembelian pada customer; dan (5) Branding dan Kemasan Memainkan Peranan Penting dalam memberikan informasi terhadap sebuah produk. Intinya branding dan kemasan berperan amat besar terhadap promosi sebuah produk. Bagaimana jadinya sebuah produk jika tak dikemas dengan baik serta tak dilakukan strategi apapun untuk mempromosikannya. Hal ini tentunya amat berpengaruh besar pada kesuksesan produk yang dihasilkan. Promosi yang baik melalui strategi branding dan kemasan akan mengarahkan produk anda pada kesuksesan secara penjualan.

Strategi branding dan kemasan membuat sebuah produk berbeda dengan produk lainnya. Strategi branding sendiri meliputi banyak hal seperti misalnya membuat desain website yang bagus, desain brosur atau flyer, branding pada interior ruang usaha atau branding

pada desain kartu nama. Desain branding dan kemasan yang bagus, menarik dan *eye catching* akan membuat produk atau brand berbeda di tengah kompetisi produk lainnya. Kemasan serta branding yang menarik akan membuat pelanggan mampu mengidentifikasi brand anda ditengah kompetisi dengan produk lainnya.

Para pelaku usaha di Desa Kertonegoro, masih beranggapan bahwa budaya kerjabersama dalam wadah kelompok tidak begitu penting bagi kelangsungan usaha. Namun, melalui kegiatan sosialisasi ditekankan pula bahwa pada kenyataannya, usaha yang ditekuni sangat membutuhkan lembaga/kelompok yang sehat. Lembaga yang dirancang dalam kegiatan ini adalah paguyuban usaha yang intinya bertujuan menjalin kerjasama antar beberapa individu/pelaku usaha dalam guna mencapai tujuan tertentu. Paguyuban merupakan susunan dan aturan dari berbagai bagian dari orang dan usaha sehingga merupakan satu kesatuan yang teratur. Dalam kegiatan usaha, manfaat paguyuban akan membuat usaha yang dijalankan semakin terarah dan rapi, serta mudah dalam menemukan dan mengatur strategi agar usaha berkembang dengan cepat dan mampu bersaing.

KESIMPULAN

1. Usaha kecil di Desa Kertonegoro beragam, baik produk aneka makanan/camilan maupun non makanan yang tersebar diberbagai dusun. Dari data menunjukkan bahwa pengalaman usaha ada yang sudah lebih dari 10 tahun dan juga ada yang masih sekitar 2 tahun.
2. Usaha kecil di Desa Kertonegoro memiliki potensi maupun tantangan, baik aspek teknis maupun teknis
3. Pelaku usaha kecil memperoleh tambahan pengetahuan dan wawasan terkait pentingnya legalitas usaha, pengemasan produk dan pembentukan kelompok/paguyuban usaha yang difasilitasi pemerintah desa
4. Strategi mengembangkan usaha kecil di Desa Kertonegoro adalah membentuk dan memperkuat kapasitas kelompok/paguyuban usaha agar menjadi mandiri dan mampu memperluas akses. hasil kesepakatan, maka terbentuk 2 paguyuban usaha, yaitu: (1) Paguyuban “Paciker” dengan Ketua Yon Narsubagti dengan anggota pelaku usaha cilok dan kerajinan tangan; dan (2) Paguyuban Asri diketuai Ibu Tumita dengan anggota pelaku usaha makanan ringan/camilan dan minuman.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang berkontribusi pada keberhasilan kegiatan pengabdian ini, antara lain (1) Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember; (2) Bapak Kepala Desa Kertonegoro, dan Pengelola Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM); (3) Segenap pihak yang telah memberikan masukan, saran dan bantuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas dan M. Rakib. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan. Makasar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Ujung Pandang Universitas Negeri Makassar
- Doyle Paul Johnson. 1994. Teori Sosiologi Klasik Dan Modern. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Direktorat Bantuan Sosial. 2007. Pedoman Pendamping Pada Rumah Perlindungan dan trauma center, Jakarta: Departemen Sosial
- Heliantina. 2017. Siaran Pers - Ekonomi Digital Mempercepat Pembangunan Ekonomi. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Julianty (2019), Pemberian Izin Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Palembang: Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
- Kurniawan dan Fauziah. 2014. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan. Sidoarjo: Program Studi Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Kadin. 2018. Penghambat UMKM Naik Kelas. Jakarta: Kadin
- Mifta Thoha. 2012. Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Marliyah. Dkk. 2013). Model Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan Masyarakat Agribisnis Di Kawasan Bandungan. (Edisi Khusus Dies Natalis) Vol : XX, No : 3, Agustus 2013. Semarang: Majalah Ilmiah Pawiyatan
- Nicholas Abercrombie. 2010. Kamus Sosiologi. Yogyakarta: Pustaka Belajar

- Nanik Risnawati. 2018. Profil Umk, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya. Jakarta: Institut Manajemen Koperasi Indonesia
- Sumodiningrat. 1997. Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: PT. Bina Rena Pariwara.
- Subejo dan Supriyanto. 2004. Kuliah Intensif Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan. Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Syahrial Syarbaini Rusdianta. 2009. Dasar-dasar Sosiologi. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Soejono. D. 2014. Strategi Pemberdayaan Wanita Dalam Aktivitas Agribisnis Sektor Perkebunan Sebagai Upaya Perbaikan Human And Social Capital. Jember: Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- UPT BLUD Gerung. 2020. Pentingnya Memiliki Izin P-IRT Bagi Usaha Kecil Menengah