

Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

Volume 2, 2025



PENULIS

Sri Hapsari Wijayanti | Enrico Tjoa | Feronica
Putri Purbasari | Maria Amanda

Purnomolugi Ursila Nilamsari | Rodemeus Ristyantoro
Ruth Saneraro Womsiwor | Astuti Kusumawicitra Laturiuw
Formike Enggelin Christin Pouw

Yosefina Tematan Ningrum Ruing | Yohana Ignasia Afirani
Manti | Titis Puspitarini | Kezia Annastasy
Sara Gobai | Devi Angrahini Anni Lembana

ISSN 3047-3004



9

773047

300006

Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

Volume 2, 2025

PENULIS

Sri Hapsari Wijayanti | Enrico Tjoa | Feronica
Putri Purbasari | Maria Amanda
Purnomolugi Ursila Nilamsari | Rodemeus Ristyantoro
Ruth Saneraro Womsiwor | Astuti Kusumawicitra Laturiuw
Formike Enggelin Christin Pouw
Yosefina Tematan Ningrum Ruing | Yohana Ignasia Afirani
Manti | Titis Puspitarini | Kezia Annastasy
Sara Gobai | Devi Angrahini Anni Lembana



PENERBIT UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
ATMA JAYA

DEWAN REDAKSI

BUNGA RAMPAI
PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR
Volume 2, 2025

Penanggung Jawab

Herman Yosep Sutarno (Ex Officio Kepala PPM)

Ketua

Sri Hapsari Wijayanti

Reviewer

Astuti Kusumawicitra Laturiuw
Devi Angrahini Anni Lembana
Feronica
Purnomolugi Ursila Nilamsari
Putri Purbasari
Rodemeus Ristyantoro
Sri Hapsari Wijayanti
Titis Puspitarini

Kesekretariatan

A. M. Dwi Yunti
Rosabela Christina
Laban Eka Jaya

KATA SAMBUTAN

Salam Pemberdayaan,

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Batch 2 Unika Atma Jaya Jakarta memilih tema Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur Menuju Pasar Kompetitif. Pelaksanaan KKN Tematik di Borobudur ini merupakan implementasi dari kebijakan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia tentang Merdeka Belajar-Kampus Merdeka. Program ini merupakan amanah Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pembelajaran dan mutu lulusannya. Program ini merupakan program kegiatan akademik yang mengarahkan pada tema tertentu sesuai kondisi masyarakat sebagai mitra kegiatan, diselaraskan dengan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

Pelaksanaan KKN di Borobudur pada Semester Ganjil 2024/2025 merupakan pilihan yang diikuti 8 mahasiswa dari 4 program studi. Hasil dari pelaksanaan program dengan refleksi mereka dituliskan ke dalam BUNGA RAMPAI KKN TEMATIK 2024 sebagai Kumpulan Catatan Pengalaman Mahasiswa KKN Tematik di Borobudur Batch 2. Hadir dan terbitnya buku ini merupakan hasil dari kerja keras seluruh mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik 2024 dan para Dosen Pembimbing Lapangan. Dukungan dari berbagai pihak baik dari Unika Atma Jaya maupun dari Desa Wisata Borobudur juga berpengaruh signifikan dan perlu diapresiasi.

Buku ini sebagai bukti otentik pelaksanaan kegiatan KKN Tematik MBKM mahasiswa Unika Atma Jaya Jakarta tahun 2024 di Borobudur, sebagai tambahan portofolio karya jurnalistik para mahasiswa pelaku KKN dan juga diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan tentang keberagaman kegiatan-kegiatan implementasi dari program pengabdian kepada masyarakat

(PkM) yang menjadi salah satu unsur Tridarma Perguruan Tinggi, yakni darma ke-3, pengabdian kepada masyarakat.

Sebagai unit penanggung jawab kegiatan, Pusat Pemberdayaan Masyarakat (PPM) menyampaikan terima kasih mendalam atas kolaborasi dalam program ini secara internal kepada berbagai program studi atau unit kerja yang terkait di Unika Atma Jaya serta kepada institusi eksternal yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung. Tidak lupa juga mohon maaf atas segala kekurangannya.

Semoga segala upaya dan kerja keras yang telah dilakukan dapat membawa manfaat bagi masyarakat, khususnya UMKM, sebagai sasaran program serta bermanfaat bagi kemajuan dunia pendidikan. Selamat membaca,

Salam,

Herman Yosep Sutarno

Kepala PPM Unika Atma Jaya

KATA PENGANTAR

Pada Semester Ganjil 2024/2025 Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya (Unika Atma Jaya) menyelenggarakan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) sebagai mata kuliah MBKM di Desa Borobudur, Jawa Tengah. Tema yang diusung adalah “Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur Menuju Pasar Kompetitif”. Tema tersebut sangat relevan dengan kondisi UMKM di Desa Borobudur saat ini dengan segala permasalahan yang kompleks.

Sebagai penunjang perekonomian masyarakat Desa Borobudur, keberadaan UMKM pada akhir tahun 2024 terpusat di sebuah kawasan seluas 10,7 hektar, yaitu di Kampung Seni Borobudur (KSB), Kujon, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. KSB didesain sebagai sentral berbagai kegiatan seni, budaya, sosial, dan ekonomi. Khususnya ekonomi, banyak UMKM yang semula tersebar di berbagai lokasi seputar Candi Borobudur, dipindahkan ke KSB. Saat ini terdapat lebih dari 2.000 UMKM sektor kuliner, fesyen, dan griya yang menempati kios-kios di sana.

Kedatangan mahasiswa KKNT 2024 Unika Atma Jaya bertepatan dengan pembenahan dan penguatan UMKM dan Koperasi Medang Kamulan di KSB. Karena itulah, 8 mahasiswa, yang terdiri atas 3 mahasiswa dari FEB, 2 mahasiswa dari FIABIKOM, dan 3 mahasiswa dari FH, setelah selama satu bulan diberi pembekalan, pada Oktober 2024 mereka datang ke Desa Borobudur untuk melakukan identifikasi masalah prioritas UMKM yang berpotensi untuk diselesaikan. Masalah-masalah yang ditemukan kemudian dibicarakan bersama DPL (dosen pembimbing lapangan) dan fasilitator lapangan.

Pembelajaran langsung di lapangan selama dua bulan (November hingga Desember 2024) merupakan pengalaman berharga bagi mahasiswa peserta KKNT 2024. Mereka mengalami irama kehidupan dan cara berpikir masyarakat desa yang tentunya berbeda dengan masyarakat perkotaan.

Selain itu, yang paling penting, ilmu pengetahuan dan keterampilan teknis yang mereka dapatkan dari perkuliahan dan pembekalan dapat diterapkan kepada UMKM.

Ada beberapa program yang dilaksanakan mahasiswa peserta KKNT 2024 sesuai dengan bidang keilmuan. Pertama, mahasiswa FEB membuka wawasan dan pemahaman pentingnya merek dan kalayakan produk. Selain itu, mereka juga memberikan keterampilan pengelolaan keuangan secara digital. Kedua, mahasiswa FIABIKOM memberikan pelatihan pelayanan prima, seperti keramahan, kecepatan, kepekaan, kepada wisatawan asing dan domestik sebagai faktor penting yang harus dikedepankan oleh desa wisata seperti Desa Borobudur. Pelatihan bahasa Inggris praktis tidak kalah penting dilatihkan ketika UMKM saat menawarkan produk kepada wisatawan asing yang berkunjung ke KSB. Ketiga, mahasiswa FH membantu pihak manajemen KSB dalam menyusun dan merevisi perjanjian kerja sama dengan berbagai pihak eksternal. Di samping itu, diadakan penyuluhan dan pendampingan dalam pembuatan NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal agar UMKM mendapatkan legalitas atas produk mereka.

Semua program yang direncanakan berjalan dengan lancar karena dukungan dan bantuan banyak pihak. Hasilnya pun sudah tersaji dalam bunga rampai ini. Untuk itu, Tim mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak di bawah ini.

1. Pimpinan Unika Atma Jaya atas dukungan dana, pengarahan, dan kepercayaan yang diberikan.
2. Ketua LPPM dan Kepala Pusat Pengabdian kepada Masyarakat LPPM atas bimbingan dan arahan demi terlaksananya KKNT 2024 ini
3. Pusat Pemberdayaan Masyarakat (PPM)-LPPM Unika Atma Jaya atas koordinasi, fasilitasi, dan bantuan teknis yang diberikan.
4. Para pengajar dan DPL dari PPM-LPPM, FEB, FIABIKOM, FH, dan FP atas waktu dan tenaga yang ekstra dalam membekali materi dan mendampingi mahasiswa peserta KKNT 2024.
5. Manajemen Kampung Seni Borobudur atas kerja sama, arahan, dan bimbingannya kepada mahasiswa peserta KKNT 2024.

6. Koordinator Pokdarwis, Bapak Tri Bayu Mukti, merangkap pendamping lokal atas waktu yang dialokasikan di tengah kesibukannya yang luar biasa.
7. Mahasiswa peserta KKNT 2024 atas partisipasi aktif dan kerja sama yang solid.

Bunga rampai KKNT 2024 bukanlah akhir dari program peningkatan potensi UMKM menuju pasar kompetitif di Desa Borobudur. Masih terbentang luas bagi pihak mana pun untuk menindaklanjuti, dan menguatkan keberadaan UMKM dalam menjalani usahanya.

Sri Hapsari Wijayanti
Ketua Pelaksana

DAFTAR ISI

Kata Sambutan	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
 Pembuatan Izin Usaha bagi UMKM di Kampung Seni Borobudur	 1
Enrico Tjoa, Feronica, Putri Purbasari	
 Pelatihan TikTok Shop bagi UMKM <i>Fashion</i> Kampung Seni Borobudur untuk Memperluas Pasar	 19
Maria Amanda, Sri Hapsari Wijayanti, Purnomolugi Ursila Nilamsari, Rodemeus Ristyantoro	
 Program Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata bagi Pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur	 33
Ruth Saneraro Womsiwor, Astuti Kusumawicitra Laturiuw	
 Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur menuju Pasar Kompetitif melalui Izin Usaha.....	 45
Formike Enggelin Christin Pouw, Feronica, Putri Purbasari	
 Meningkatkan Perekonomian Lokal melalui Penggunaan Merek sebagai Identitas Produk UMKM Mawar Berduri	 61
Yosefina Tematan Ningrum Ruing, Sri Hapsari Wijayanti, Rodemeus Ristyantoro, Purnomolugi Ursila Nilamsari	

Pelatihan Pelayanan Prima pada UMKM Kampung Seni Borobudur	79
Yohana Ignasia Afrani Manti, Titis Puspitarini	
Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur menuju Pasar Kompetitif melalui Perjanjian yang Kooperatif.....	89
Kezia Annastasy, Putri Purbasari, Feronica	
Pencatatan Keuangan dan Stok Barang Menggunakan Aplikasi Teman Bisnis sebagai Solusi Efisiensi bagi UMKM dan Koperasi <i>Fashion</i> Medang Kamulan.....	109
Sara Gobai, Rodemeus Ristyantoro, Purnomolugi Ursila Nilamsari, Sri Hapsari Wijayanti, Devi Angrahini Anni Lembana	

PEMBUATAN IZIN USAHA BAGI UMKM DI KAMPUNG SENI BOROBUDUR

Enrico Tjoa

Feronica

Putri Purbasari

ABSTRAK

KKN Tematik di Kampung Seni Borobudur adalah kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan kaum pedagang atau pelaku UMKM yang memegang peranan penting dalam perekonomian lokal karena dapat meningkatkan jumlah tenaga kerja dan pendapatan masyarakat sekitar Borobudur. Namun, sayangnya dalam praktiknya banyak permasalahan yang dialami UMKM di sana dan salah satunya adalah mereka belum memiliki legalitas usaha, seperti yang terjadi pada UMKM yang kami dampingi, yaitu Cendana Food and Drink milik Ibu Siti Halimah dan Ibu Umi yang bergerak di bidang kuliner. Mereka belum memiliki legalitas usaha karena belum mengetahui dan memahami pentingnya memiliki legalitas usaha, seperti NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal karena mereka memiliki pemahaman bahwa mengurus izin dan legalitas usaha adalah hal yang rumit dan membutuhkan waktu yang lama. Tujuan KKN Tematik ini adalah agar UMKM Cendana Food and Drink dan UMKM lainnya di Kampung Seni Borobudur dapat memahami pentingnya memiliki izin usaha dan mengetahui cara pembuatan perizinan usaha serta memiliki legalitas usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN Tematik ini adalah dengan penyuluhan tentang tata cara pembuatan NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal serta pendampingan pembuatan NIB secara langsung. Hasil kegiatan KKN Tematik ini adalah terbitnya NIB (Nomor Induk Berusaha) bagi UMKM Cendana Food and Drink dan beberapa UMKM lainnya. Pada akhir kegiatan terdapat program yang belum terselesaikan karena keterbatasan waktu yaitu pembuatan NPWP dan

Sertifikat Halal, namun dengan telah memiliki NIB maka para UMKM dapat lebih mudah untuk mengurus izin usaha lainnya yang belum terselesaikan secara mandiri ke depannya karena mereka telah memiliki legalitas usaha.

Kata Kunci: Izin Usaha, Kampung Seni Borobudur, UMKM, KKN, NIB, NPWP, Sertifikat Halal

1. Latar Belakang

Kegiatan KKN Tematik di Kampung Seni Borobudur, Magelang, Jawa Tengah merupakan langkah awal untuk membawa perkembangan bagi UMKM lokal karena di sana terdapat banyak sekali UMKM yang mengalami kesulitan untuk berkembang karena kurangnya edukasi dan pendampingan terhadap mereka dan salah satunya adalah UMKM Cendana Food and Drink yang dimiliki oleh Ibu Siti Halimah dan Ibu Umi, yaitu salah satu UMKM kuliner di Kampung Seni Borobudur yang memproduksi dan menjual makanan tradisional berupa kue basah wingko babat dan bandos.

Dalam proses wawancara dan diskusi dengan Ibu Siti dan Ibu Umi, mereka menyampaikan beberapa permasalahan yang menimpa usaha mereka, yaitu mereka mengalami sepi pelanggan sejak usaha mereka berdiri pada tanggal 17 September 2024 saat Kampung Seni Borobudur dibuka sehingga hal ini berdampak pada proses produksi produk mereka. Mereka terpaksa menghentikan produksi kue basah untuk sementara agar tidak mubazir karena wingko babat dan bandos adalah jenis kue basah yang tidak tahan lama (bertahan tiga hari sejak dibuat).

Menurut mereka sepiunya pelanggan disebabkan tata letak kios kuliner yang kurang tepat di bagian paling belakang Kampung Seni Borobudur sehingga jarang orang berkunjung. Selama masa observasi, kami juga melihat bahwa selain tata letak yang salah, penyebab sepiunya pelanggan di kios kuliner adalah karena tampilan kios kuliner yang kurang menarik, tempatnya agak remang dan bahkan tidak terdapat spanduk di kios-kios tersebut. Selain masalah sepi pelanggan, mereka juga mengaku belum memiliki perizinan berusaha, seperti



NIB, NPWP, serta sertifikat halal dan mereka juga belum memiliki merk dagang serta desain produk sehingga hal ini menyebabkan mereka belum berani untuk memasarkan produk mereka secara *online*, padahal dengan berjualan *online* besar kemungkinan mereka akan memperoleh peningkatan jumlah pelanggan. Setelah berdiskusi dengan Ibu Siti dan Ibu Umi mengenai masalah – masalah UMKM mereka, mereka memutuskan untuk mengurus masalah perizinan berusaha lebih dahulu sehingga akhirnya terlihat jelas program kerja yang dapat kami lakukan, yaitu membantu pembuatan perizinan berusaha.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terdapat beberapa solusi yang diajukan untuk mengatasi permasalahan UMKM Cendana Food and Drink, yaitu

1. mendampingi pihak UMKM dalam membuat izin usaha secara *online*;
2. mengadakan kerja sama dengan institusi yang terkait dengan izin usaha yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Kantor Pelayanan Pajak Magelang agar setelah kegiatan KKN selesai, para UMKM dapat mengurus izin usaha mereka secara mandiri melalui kedua institusi tersebut;
3. mengadakan penyuluhan tentang perizinan berusaha bagi para UMKM agar mereka memahami pentingnya memiliki perizinan berusaha.





Gambar 1. Observasi kios Cendana Food and Drink



Gambar 2. Observasi kios-kios kuliner



Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Siti Halimah

2. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, tujuan dari kegiatan pendampingan pembuatan perizinan berusaha ini adalah

- a. untuk membantu pelaku UMKM dalam memperoleh legalitas atas usaha mereka;
- b. untuk memberi pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya memiliki izin usaha;
- c. untuk membantu pelaku usaha dalam memahami tata cara pengurusan izin usaha;

3. Metode Pelaksanaan

Dalam melaksanakan program KKN ini, kami menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi dan wawancara langsung dengan pihak

UMKM Cendana Food and Drink yang merupakan jenis usaha berskala mikro dengan modal usaha dan pendapatan yang relatif rendah. Berikut ini tahap pelaksanaan KKN Tematik.

a. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini kami melakukan perencanaan berupa observasi dan diskusi di lapangan dengan pihak UMKM Cendana Food and Drink untuk mengetahui permasalahan apa saja yang mereka miliki dan di sini UMKM berperan sebagai narasumber yang memberikan informasi mengenai masalah usaha mereka sehingga dapat ditentukan program kerja apa yang perlu dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan UMKM ini. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi, diketahui bahwa mereka belum memiliki NIB, NPWP, dan sertifikat halal sehingga mereka belum memiliki perlindungan hukum atas usaha mereka.

b. Tahap Persiapan

Pada tahap ini kami akan mengumpulkan data-data dari pihak pengelola UMKM Cendana Food and Drink yang diperlukan untuk proses pendaftaran perizinan berusaha, seperti KTP dan Akta Keluarga, untuk pembuatan NIB, serta informasi mengenai produk yang dijual, yaitu terkait bahan-bahan pembuatan wingko babat dan bandos dan juga langkah-langkah pembuatannya untuk penerbitan sertifikat halal.

c. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini kami melaksanakan pembuatan izin usaha dengan menjalin kerja sama dengan DPMPTSP dan Kantor Pajak Magelang untuk membantu pembuatan perizinan berusaha ke depannya setelah KKN selesai. Lalu kami juga ikut membantu pembuatan NIB secara *online* melalui aplikasi *oss.go.id*, serta membantu dalam pembuatan sertifikat halal melalui penyediaan dokumen-dokumen persyaratannya.

d. Tahap Monitoring

Pada tahap ini kami melakukan pemantauan kembali terhadap program kerja yang telah dilaksanakan, yaitu memantau perkembangan UMKM yang telah didampingi dan bagaimana mereka menjangkau pelanggan yang lebih luas.

e. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini kami melakukan evaluasi terhadap hasil program kerja yang telah dilaksanakan terkait keberhasilan pembuatan perizinan berusaha bagi UMKM yang ditargetkan.



4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Semua kegiatan dilakukan di Kampung Seni Borobudur yang terletak di Dusun Kujon, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Kegiatan observasi dan pengumpulan data dilaksanakan selama dua minggu pada tanggal 8-18 Oktober 2024 di Gedung P (Blok Kuliner), lalu kegiatan penyuluhan perizinan berusaha dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 21 November 2024 dari pukul 09.00 – 12.00 WIB di Gedung F2 (ruang pengelola) lantai 1, lalu kegiatan pendampingan pembuatan NIB dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 3 Desember 2024 dari pukul 10.00-14.00 WIB di Gedung F2 (ruang pengelola) lantai 1.



Gambar 4. Gedung P (Blok Kuliner)



Gambar 5. Penyuluhan (kiri) dan pendampingan (kanan) di Gedung F2

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Dalam kegiatan KKN Tematik ini terdapat dua program yang telah dilaksanakan yaitu

- a. Edukasi dan Penyuluhan tentang Perizinan Berusaha
- b. Pendampingan pembuatan NIB

Edukasi dan Penyuluhan Perizinan Berusaha

Kegiatan edukasi dan penyuluhan tentang perizinan berusaha yang diadakan oleh kami dari Fakultas Hukum diikuti oleh para pelaku UMKM kuliner dengan jumlah peserta sebanyak 31 peserta. Mereka diundang untuk mengikuti pelatihan meningkatkan kesadaran para pelaku usaha UMKM terkait pentingnya memiliki izin atau legalitas usaha. Dalam penyuluhan ini, kami juga telah mengundang seorang narasumber dari DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Magelang yaitu institusi yang menyelenggarakan pelayanan administrasi di bidang perizinan untuk membantu kami dalam menyampaikan materi mengenai tata cara pembuatan NIB dan Sertifikat Halal kepada para UMKM.

Terkait materi NIB, narasumber dari DPMPTSP Magelang memberikan penjelasan mengenai manfaat memiliki NIB, langkah-langkah pembuatan NIB, serta syarat-syarat yang diperlukan untuk membuat NIB. Lalu terkait materi sertifikat halal, narasumber menjelaskan bahwa untuk mendapatkan sertifikat halal maka perlu memiliki NIB terlebih dahulu. Hal inilah yang menyebabkan program pembuatan sertifikat halal belum bisa dilaksanakan mengingat waktu pelaksanaan KKN yang terbatas dan mayoritas pelaku UMKM juga belum memiliki NIB sehingga yang menjadi prioritas dalam pembuatan perizinan berusaha adalah NIB terlebih dahulu. Walaupun pembuatan sertifikat halal belum dapat dilaksanakan, kami sudah mengupayakan untuk membantu UMKM dengan mempersiapkan dokumen-dokumen persyaratan yang diperlukan untuk membuat sertifikat halal sekaligus membagikannya kepada para UMKM yang menjadi peserta penyuluhan ini agar mereka tidak kesulitan dalam mengurus sertifikat halal karena kami telah menyiapkan persyaratan pendaftarannya untuk mereka dan mereka tinggal mengisi dokumen-dokumen tersebut sehingga ke depannya mereka dapat mengurus



sertifikat halal secara mandiri setelah memiliki NIB. Dokumen-dokumen tersebut terdiri dari dua jenis, yaitu formulir permohonan sertifikat halal dan dokumen sistem jaminan produk halal (SJPH). Sistem jaminan produk halal adalah dokumen yang berisi data mengenai informasi produk dan informasi perusahaan, fasilitas perusahaan, lokasi perusahaan, tenaga kerja, serta bahan-bahan dan langkah-langkah produksi yang digunakan oleh pelaku usaha yang harus diisi oleh setiap pelaku UMKM sesuai dengan keadaan usahanya.



Gambar 6. Narasumber dari DPMPTSP Magelang

[illegible]

Gambar 7. Dokumen-dokumen persyaratan sertifikat halal

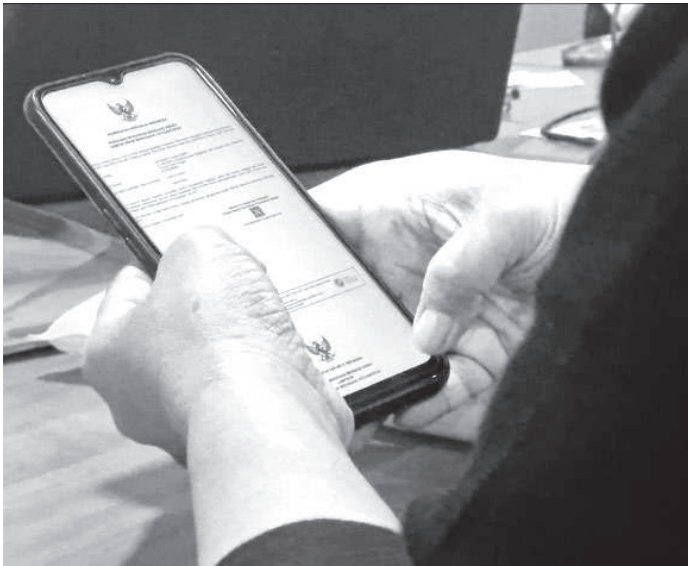
Pendampingan Pembuatan NIB

Kegiatan pendampingan pembuatan NIB diikuti oleh 5 pelaku UMKM dari 31 UMKM kuliner yang pernah mengikuti kegiatan penyuluhan sebelumnya. Dalam pembuatan NIB ini, kami menjadi pendamping bagi peserta kegiatan ini dengan membantu membuat NIB (Nomor Induk Berusaha) bagi mereka secara *online* melalui aplikasi OSS.go.id (*Online Single Submission*) yang merupakan aplikasi yang melayani kepengurusan perizinan usaha.

Dalam pembuatan NIB ini, langkah pertama yang dilakukan adalah membuat akun untuk pelaku UMKM di OSS dengan memasukkan *email* atau nomor WA dan membuat kata sandi untuk OSS, lalu setelah akun berhasil dibuat maka langkah kedua adalah mengisi identitas pribadi seperti nama, alamat, tanggal lahir, dan NIK KTP, lalu langkah ketiga adalah mengisi data perusahaan, seperti nama usaha, jenis usaha, alamat usaha, luas tempat usaha, serta modal dan pendapatan usaha. Setelah ketiga langkah ini selesai,

maka NIB akan langsung terbit dan dapat dikatakan proses pembuatan NIB ini cukup mudah serta tidak memakan waktu lama.

Dengan memiliki NIB, usaha para pelaku UMKM akan memiliki legalitas usaha yang akan memudahkan mereka untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif, seperti mengurus izin-izin usaha lainnya, seperti sertifikat halal dan NPWP yang diperlukan untuk menjalankan usaha karena tanpa NIB, usaha mereka tidak akan memiliki legalitas dan berisiko dapat diberhentikan oleh otoritas terkait .



Gambar 8. Pendaftaran NIB salah satu peserta

Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

NOMOR INDUK BERUSAHA: 1610240091372

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Petaku Usaha : SITI HALIMAH
2. Alamat : GENDINGAN, Desa/Kelurahan Borobudur, Kec. Borobudur, Kab. Magelang, Provinsi Jawa Tengah : 505521 5759559
3. Nomor Telepon Seluler : +
4. Email : +
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) : Lihat Lampiran
6. Status Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Petaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan penjaminan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri petaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibebaskan di Jakarta, tanggal: 16 Oktober 2024

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Ditetak tanggal: 16 Oktober 2024

1. Dokumen ini dibebaskan dalam OSS berdasarkan data dari Petaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Petaku Usaha.
2. Dokumen ini dapat digunakan sebagai dokumen in-atau-out dalam pelaksanaan kegiatan usahanya.
3. Dokumen ini tidak dibebaskan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh RS-P-80504.
4. Data terlampir Petaku Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

LAMPIRAN

NOMOR INDUK BERUSAHA: 1610240091372

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLU	Judul KBLU	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	10732	Industri Kue Basah	Industri kue Basah di jalan medang kamulan no 4, Desa/Kelurahan Borobudur, Kec. Borobudur, Kab. Magelang, Provinsi Jawa Tengah (Kode Pos: 50553)	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLU yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Petaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Petaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

Gambar 9. NIB salah satu peserta



6. Simpulan dan Saran

Permasalahan mengenai perizinan berusaha yang dialami UMKM Cendana Food and drink dan beberapa UMKM kuliner lainnya belum dapat diselesaikan seluruhnya. Dengan kata lain, pembuatan perizinan berusaha baru berhasil sampai pada pembuatan NIB melalui aplikasi OSS bagi beberapa UMKM saja dan belum mencakup izin usaha lainnya, seperti sertifikat halal dan NPWP karena kendala waktu pelaksanaan KKN yang singkat. Namun, dengan telah memiliki NIB, para UMKM akan memperoleh kemudahan dalam mengurus perizinan lainnya ke depannya karena mereka telah memiliki legalitas atas usaha mereka.

Saran kami terkait program yang belum terselesaikan adalah pihak manajemen Kampung Seni Borobudur dapat melanjutkan program yang belum terselesaikan terkait pembuatan sertifikat halal dan NPWP dengan mengundang pihak DPMPSTP dan Kantor Pelayanan Pajak Magelang agar mengirimkan beberapa ahli dalam pembuatan izin usaha untuk turun langsung dalam membantu pembuatan sertifikat halal dan NPWP bagi UMKM lainnya di Kampung Seni Borobudur yang belum memiliki izin usaha.

7. Daftar Acuan

- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya legalitas usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(1), 77-83.
- Gultom, A. W. (2021). Peningkatan Pemahaman Pengurusan Legalitas Usaha Bagi UMKM Di masa pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1769-1779.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231- 241.
- Ramlan, Nahrowi. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Perlindungan bagi Konsumen Muslim. *Jurnal Ahkam XIV*(1), 150.



- Salamah, N. and Ahda, M. (2021). Pentingnya Edukasi dalam Penyusunan Sistem Jaminan Halal (SJH) Produk UMKM. *Jurnal Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat*, 97.
- Syafitri, M. N., Salsabila R. & Latifah. F. N., (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10(1), 16.
- Sofyan, H. K. N., (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- Syafrida. (2016). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum* 7(2), 166.
- Widayanto, M. T., Pujiastuti, A., Yatiningrum, A., & Dhany, U. R. (2020). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha dan Penjualan Online untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 240-246.
- Widya, E., Prananingtyas, P., & Ispriyarso, B. (2019). Pelaksanaan Penerbitan Nomor Induk Berusaha melalui Sistem Online Single Submission (Studi Pendirian Perseroan Terbatas di Kota Semarang). *Notarius*, 12(1), 231-252.



Dokumentasi Kegiatan

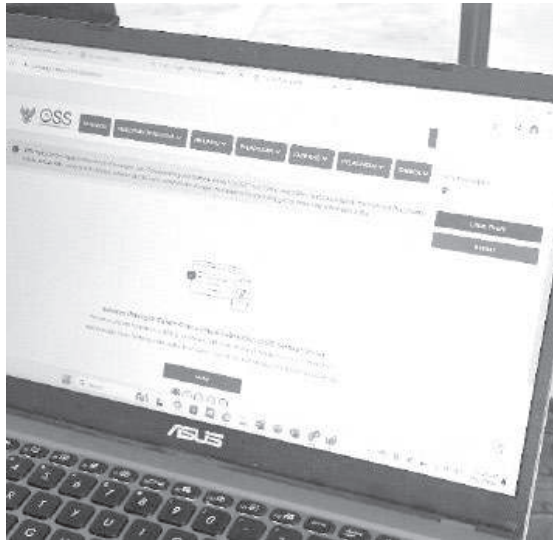


Observasi kios-kios UMKM kuliner



Pembagian dokumen persyaratan sertifikat halal pada UMKM

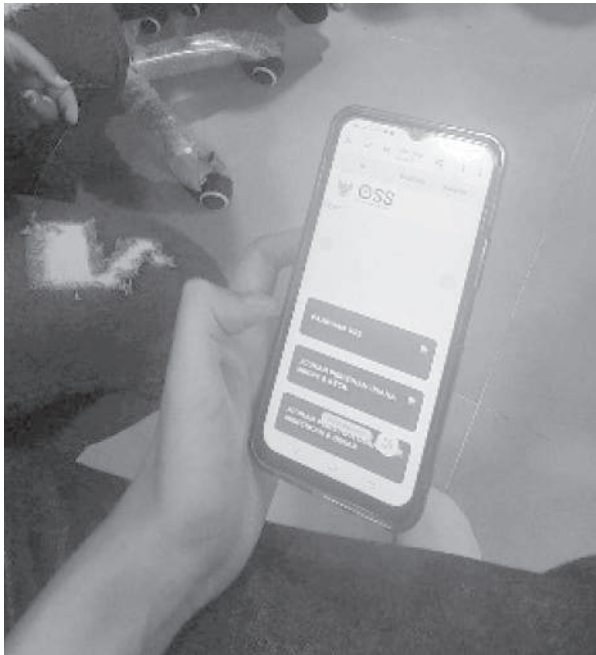
Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Pembuatan NIB untuk Ibu Siti Halimah



Penyuluhan perizinan berusaha bagi para UMKM



Pendampingan pembuatan NIB melalui aplikasi OSS



Kunjungan di DPMPTSP Magelang

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Pengajuan surat undangan narasumber ke DPMPTSP



Acara penutupan KKN Tematik

PELATIHAN TIKTOK SHOP BAGI UMKM *FASHION* KAMPUNG SENI BOROBUDUR UNTUK MEMPERLUAS PASAR

Maria Amanda
Sri Hapsari Wijayanti
Purnomolugi Ursila Nilamsari
Rodemeus Ristyantoro

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia, khususnya di Kampung Seni Borobudur, Desa Borobudur, Jawa Tengah, menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Produk *fashion* yang dihasilkan oleh UMKM ini, meskipun berkualitas, masih terbatas pada pasar lokal dan belum dapat bersaing secara digital. Solusi yang diberikan adalah memberikan pelatihan pemasaran digital melalui *platform* TikTok Shop untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam membuat konten kreatif dan mengelola akun TikTok Shop. Pelatihan ini diadakan selama masa turun lapangan di lokasi KKN, yaitu November hingga Desember 2024, dengan melibatkan 23 peserta. Materi yang diberikan mencakup pembuatan konten, pengelolaan akun, dan penggunaan fitur TikTok Shop secara efektif. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam mengelola akun Tiktok Shop dan membuat konten kreatif. Pengikut akun TikTok meningkat menjadi 260, dan jumlah interaksi juga mengalami lonjakan signifikan mencapai 1.194

suka. Meskipun ada peningkatan aktivitas pemasaran, hasil penjualan daring belum terlihat signifikan, yang mungkin disebabkan oleh tahap implementasi yang masih awal.

Kata kunci: UMKM, Kampung Seni Borobudur, pemasaran digital, TikTok Shop

1. Latar Belakang

UMKM di Indonesia merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan menggiatkan aktivitas perekonomian masyarakat lokal (Siregar et al., 2024). Keberadaan UMKM juga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak UMKM di Indonesia menghadapi tantangan dalam pengelolaan usaha mereka. Beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi kelemahan mendapatkan peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, kelemahan permodalan, kelemahan organisasi dan manajemen SDM, keterbatasan jaringan usaha kerja sama antarpengusaha kecil, iklim usaha kurang kondusif, pembinaan kurang terpadu, serta masih rendahnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat (Darfaz et al., 2023). Hartono dan Hartomo (2016) menekankan masalah krusial UMKM adalah rendahnya permodalan, kesulitan bahan baku, dan rendahnya kualitas SDM. Mendukung Darfaz dan Hartono, Risman et al. (2024) menyebutkan masalah klasik UMKM, yaitu akses pasar dan permodalan, dapat diupayakan dengan meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM melalui digitalisasi. Oleh karena itu, UMKM membutuhkan pembinaan dan pemberdayaan akan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi, serta mendorong inovasi dalam pemasaran. Hambatan yang dimiliki banyak UMKM menyebabkan UMKM kalah bersaing, terutama di era digital seperti sekarang.

Di Desa Borobudur, khususnya Kampung Seni Borobudur, terdapat banyak UMKM yang bergerak di sektor kreatif (Gambar 1). Wilayah ini dikenal sebagai sentra seni dan budaya yang memanfaatkan kedekatannya dengan kawasan wisata Candi Borobudur. Banyak pelaku usaha di Kampung Seni



memproduksi berbagai barang kreatif, termasuk sektor *fashion*. Produk *fashion* yang dihasilkan antara lain pakaian berbasis seni lokal, seperti batik dengan motif khas borobudur, dan aksesoris yang mencerminkan identitas budaya lokal. Produk-produk ini memiliki potensi besar untuk menarik pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.



Gambar 1. Pemasaran Konvensional UMKM

UMKM bidang *fashion* di Kampung Seni menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku usaha di sektor ini belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Mereka masih bergantung pada cara pemasaran tradisional, seperti menjual produk langsung kepada wisatawan atau melalui toko kecil di kawasan wisata. Hal ini membuat pemasaran mereka terbatas pada pengunjung lokal dan hanya berlangsung saat musim wisata. Selain itu, banyak pelaku UMKM di sana belum memahami bagaimana membuat produk mereka menarik perhatian pasar melalui media sosial. Akibatnya, produk *fashion* mereka yang berkualitas sering kali kalah bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang sudah lebih dahulu memanfaatkan *platform* digital.

Tantangan lainnya ialah keterbatasan sumber daya manusia yang memahami strategi pemasaran modern. Beberapa pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur sudah mencoba memasarkan produknya melalui media sosial, tetapi konten yang mereka buat kurang menarik, dan akun yang dikelola tidak mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam menghadapi masalah

ini, diperlukan upaya edukasi untuk membantu UMKM memahami cara memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk memasarkan produknya secara efektif.

Sebelum menggunakan TikTok Shop, aktivitas penjualan dilakukan secara konvensional (*offline*). Dengan metode tersebut, rata-rata pendapatan bulanan UMKM *fashion* berkisar Rp1.000.000,00 hingga Rp2.000.000,00. Penjualan ini cukup stabil dan menjadi sumber pemasukan utama. Namun, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan, TikTok Shop dapat dimanfaatkan. *Platform* ini menawarkan potensi besar. Penggunaannya semakin populer di kalangan konsumen.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah memberikan pelatihan pemasaran digital melalui TikTok Shop. TikTok Shop merupakan salah satu *platform* penjualan yang banyak dipilih UMKM karena lebih efektif dan lebih efisien (Supriyanto, 2023). TikTok Shop telah terbukti menjadi *platform* yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk, terutama untuk produk-produk yang memiliki daya tarik visual seperti *fashion*. TikTok Shop tidak hanya menjadi tempat promosi, tetapi juga memungkinkan transaksi langsung melalui *platform*-nya. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menggunakan TikTok Shop dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara signifikan dalam waktu singkat. Selain itu, TikTok Shop memberikan ruang untuk interaksi langsung antara penjual dan pembeli melalui fitur *live shopping* yang sangat efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Program KKN Tematik 2024 dirancang untuk membantu UMKM di Kampung Seni Borobudur, Desa Borobudur, Jawa Tengah, meningkatkan kemampuan digital melalui pemanfaatan TikTok Shop sebagai sarana pemasaran yang modern dan efisien. Pelatihan yang diberikan meliputi cara membuat konten kreatif, mengelola akun TikTok Shop, dan memaksimalkan fitur-fiturnya untuk meningkatkan penjualan. Dengan langkah ini, diharapkan UMKM di bidang *fashion* di Kampung Seni dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.



2. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan kondisi yang dialami para UMKM *fashion* di Kampung Seni Borobudur, kegiatan ini bertujuan sebagai berikut.

1. Meningkatkan kapasitas UMKM di Kampung Seni Borobudur. Di sini pengabdian akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM *fashion* supaya memahami strategi pemasaran digital yang efektif.
2. Memanfaatkan *platform digital*. Pengabdian membekali UMKM dengan kemampuan memanfaatkan TikTok Shop sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk secara daring.
3. Meningkatkan penjualan. Pengabdian membantu UMKM meningkatkan volume penjualan produk mereka melalui pemasaran digital yang terarah dan inovatif.
4. Memperluas pasar. Pengabdian memperluas jangkauan pasar UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital baik di dalam maupun luar daerah.
5. Meningkatkan daya saing. Pengabdian mendorong UMKM agar mampu bersaing di pasar digital dengan menciptakan konten kreatif yang menarik dan relevan untuk calon konsumen.
6. Mengembangkan kreativitas. Pengabdian meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan konten visual dan video yang menarik di TikTok untuk membangun citra produk dan merek.
7. Mempertahankan sustainabilitas bisnis. Pengabdian mendukung keberlanjutan bisnis UMKM dengan memberikan wawasan tentang tren pemasaran digital yang terus berkembang.
8. Melakukan pemberdayaan ekonomi lokal. Pengabdian membantu meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dan komunitas lokal melalui optimalisasi pemasaran digital.

3. Metode Pelaksanaan

UMKM *fashion* di Kampung Seni Desa Borobudur memiliki karakteristik unik, yakni berbasis pada kerajinan lokal dengan fokus utama produk *handmade*. Produk-produk yang dihasilkan mencakup pakaian berbahan tradisional, seperti batik khas borobudur, aksesoris bernuansa seni, dan kain tenun dengan sentuhan budaya lokal.



Ada tiga tahapan kegiatan yang ditempuh.

- **Persiapan** Pada tahapan ini, pengabdian (a) melakukan analisis kebutuhan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk memahami tantangan dan kebutuhan terkait pemasaran digital; (b) menyusun *pre-test* dan *post-test* guna mengukur efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta.
- **Pelaksanaan** Pada tahapan ini, pengabdian menjalankan kegiatan melalui edukasi dan pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan.
 - A. **Edukasi dan Pelatihan**
Peserta diberikan materi mengenai pengenalan TikTok Shop, cara membuat konten kreatif yang menarik, serta pengelolaan akun TikTok Shop secara efektif.
 - B. **Praktik Langsung**
Peserta dilatih secara langsung untuk membuat dan mengunggah konten di TikTok Shop dengan bimbingan pengabdian. Pelatihan ini mencakup pembuatan video, pengeditan sederhana, dan pengelolaan konten.
 - C. **Pendampingan**
Pengabdian memberikan sesi konsultasi individu kepada peserta untuk membantu mereka mengatasi kendala teknis dan strategi pemasaran spesifik.
- **Evaluasi** Pada tahap ini pengabdian menggali masukan atas kegiatan yang telah dilaksanakan.
Peserta kegiatan ini sebanyak 23 pelaku UMKM (20 perempuan dan 3 laki-laki) yang bergerak di bidang *fashion*. Usia peserta berkisar 26 hingga 50 tahun, dengan mayoritas peserta berada di usia produktif. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman praktis sekaligus pengalaman langsung bagi peserta dalam memanfaatkan TikTok Shop sebagai sarana pemasaran digital yang inovatif.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan selama dua bulan, November hingga Desember 2024, di lokasi utama Kampung Seni Borobudur. Pelatihan akan dilakukan di Kampung Seni, melibatkan sesi praktik langsung di lokasi usaha UMKM



yang menjadi bagian dari program. Waktu dan tempat disesuaikan dengan tahapan kegiatan.

1. Pembukaan dan pengenalan program
 - Tempat: Kampung Seni Borobudur
 - Waktu: 04 November 2024, pukul 09.30–11.05 wib
2. Sesi pelatihan (paparan teori)
 - Tempat: Kampung Seni Borobudur (Ruang Pelatihan)
 - Waktu: Setiap Senin dan Kamis selama program, pukul 09.00–14.00 wib
3. Sesi praktik
 - Tempat: Lokasi usaha UMKM di sekitar Desa Borobudur.
 - Waktu: Setiap Selasa dan Jumat, pukul 09.00–15.30 wib
4. Evaluasi akhir dan penutupan
 - Tempat: Kampung Seni Borobudur
 - Waktu: 04 Desember 2024, pukul 09.00–13.00 wib

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Selama proses menggunakan TikTok Shop, terdapat beberapa kemajuan yang dapat dicatat, terutama dalam aspek pengetahuan pemasaran dan keterampilan membuat konten.

1. Peningkatan pengetahuan
 - Peserta memahami cara kerja algoritma TikTok untuk meningkatkan visibilitas produk.
 - Peserta mengetahui strategi pemasaran digital yang lebih efektif, seperti memanfaatkan tren, waktu posting, dan jenis konten yang menarik audiens.
2. Peningkatan keterampilan membuat konten
 - Telah diunggah lebih dari dua puluh konten promosi selama beberapa waktu terakhir.
 - Konten dibuat secara konsisten untuk menarik perhatian calon konsumen.
 - Membuat video yang relevan, menarik, dan sesuai dengan target pasar.



Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Pelatihan ini diukur menggunakan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui perkembangan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Berikut hasil *pre-test* dan *post-test* pada 5 November 2024. Skor *pre-test* menunjukkan bahwa peserta awalnya masih memiliki pemahaman terbatas mengenai TikTok Shop dan pembuatan konten. Hasil *post-test* menunjukkan adanya peningkatan kemampuan rata-rata sebesar 7 poin (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-Test* Pelatihan

No	Responden	Jenis Kelamin	Pre-Test	Post-Test
1	ST	Perempuan	50	60
2	BK	Perempuan	50	60
3	N	Perempuan	50	50
4	BL	Perempuan	60	50
5	AN	Perempuan	40	50
6	T	Perempuan	60	80
7	DJ	Perempuan	60	70
8	SKL	Perempuan	70	70
9	M	Perempuan	60	70
10	SD	Perempuan	50	60
11	Z	Perempuan	60	60
12	DS	Laki-Laki	40	60
13	D	Laki-Laki	40	40
14	TR	Laki-Laki	20	50
15	KL	Perempuan	80	80
16	MM	Perempuan	50	90
17	RSH	Perempuan	60	80
18	K	Perempuan	50	70
19	LD	Perempuan	40	40
20	EN	Perempuan	70	40
21	I	Perempuan	80	60
22	TN	Perempuan	70	50
23	DS	Perempuan	50	80
Rata-rata			55	62



Peningkatan Kemampuan Peserta

Berdasarkan hasil kegiatan, diperoleh beberapa poin penting kemampuan peserta sebagai hasil dari pelatihan

- Kemampuan mengelola akun TikTok Shop
 - Sebanyak 80% peserta berhasil membuat akun TikTok Shop yang aktif dan siap digunakan untuk promosi produk.
- Kemampuan membuat konten kreatif (Gambar 2)
 - Sebanyak 70% peserta berhasil membuat konten video kreatif yang menarik minat audiens.
 - Peserta sudah rutin mengunggah konten video sebanyak lebih dari dua puluh unggahan selama kegiatan berlangsung.



Gambar 2. Konten Kreatif Video “Setelan *Layer Outer* Wanita”

Peningkatan Pengikut dan Interaksi Akun TikTok Shop

Akun Tiktok @Mawarberdurifashion mengalami peningkatan signifikan (Gambar 3):

- Jumlah pengikut menjadi 260 pengikut.
- Jumlah interaksi (suka) meningkat menjadi 1.194 suka.
- Konten dengan tayangan tertinggi mencapai lebih dari 5.084 penonton.

Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan minat audiens terhadap produk yang ditampilkan di TikTok Shop.



Gambar 3. Akun Mawar Berduri

Hasil Penjualan TikTok Shop

Meskipun sudah ada peningkatan dalam pengetahuan dan aktivitas pemasaran, hasil penjualan melalui TikTok Shop masih belum terlihat signifikan. Hingga Desember 2024, belum ada transaksi penjualan dari konsumen melalui TikTok Shop. Pendapatan dari penjualan daring juga belum dapat dihitung karena transaksi belum terealisasi. Sebaliknya, penjualan luring masih menjadi sumber utama pemasukan, dengan pendapatan bulanan stabil Rp1.000.000,00–Rp2.000.000,00. Bukti tersebut menunjukkan bahwa metode konvensional masih lebih efektif saat ini.

Fakta bahwa belum ada penjualan di Tiktok Shop dipengaruhi beberapa faktor berikut. *Pertama*, kegiatan masih tahap awal implementasi. TikTok Shop masih baru digunakan, sehingga belum memiliki cukup banyak pelanggan tetap atau audiens yang loyal. *Kedua*, masih membutuhkan konsistensi. Dibutuhkan lebih banyak waktu untuk meningkatkan visibilitas akun, misalnya dengan



konsisten membuat konten-konten yang relevan, kreatif, dan menarik minat konsumen. *Ketiga*, perlu komitmen untuk ekspektasi jangka panjang. TikTok Shop memiliki potensi besar karena mampu menjangkau lebih banyak konsumen dibandingkan metode luring. Dengan strategi yang tepat, *platform* ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mendorong pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan penjualan konvensional.

Tantangan dalam Meningkatkan Penjualan

Meskipun sudah ada peningkatan dalam pembuatan akun dan konten, penjualan melalui TikTok Shop masih belum maksimal. Hal itu disebabkan TikTok Shop masih tergolong baru bagi sebagian peserta. Selain itu, butuh waktu lebih lama untuk membangun kepercayaan konsumen dan menarik pembeli secara konsisten. Akan tetapi, penjualan secara luring di lokasi Kampung Seni Borobudur sudah menghasilkan pendapatan antara 1 juta hingga 2 juta per bulan (percakapan dengan salah satu UMKM *fashion*), yang dapat menjadi indikator positif.

Evaluasi Kegiatan

Pelatihan penggunaan TikTok Shop bermanfaat bagi pelaku UMKM Mawar Berduri. Dengan sudah dimiliki akun TikTok Shop, pelaku UMKM merasa tertantang untuk membuat konten yang menarik dengan mengunggah foto-foto dan video *fashion* yang dijual. Keterampilan menggunakan TikTok Shop akan ditekuni pada masa yang akan datang agar lama-kelamaan terjadi pembelian atau sekadar mendapatkan banyak pengikut dan melakukan interaksi dengan konsumen atau calon konsumen.

6. Simpulan dan Saran

Kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan TikTok Shop bagi UMKM *fashion* Mawar Berduri berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membuat akun TikTok, membuat konten kreatif untuk produk-produk *fashion* yang dijualnya, dan meningkatkan interaksi dan koneksi dengan pengikut di akun TikTok. Seiring dengan batas waktu kegiatan,



penjualan melalui TikTok Shop belum berdampak optimal, justru penjualan secara luring memperlihatkan peningkatan.

Saran yang dapat diberikan sebagai berikut. *Pertama*, pelaku UMKM Mawar Berduri terus-menerus menekuni pemasaran digital melengkapi pemasaran konvensional. Penjualan dan pemasaran melalui *live-streaming* dapat menjadi pilihan untuk berinteraksi langsung dengan calon konsumen. *Kedua*, pelaku UMKM Mawar Berduri perlu diberikan pelatihan analisis data agar peserta dapat melihat performa konten melalui fitur *tiktok analytics* dan menilai apa yang disukai audiens. *Ketiga*, pelaku UMKM Mawar Berduri juga perlu menyusun strategi yang lebih terarah, fokus pada target pasar yang jelas, dan belajar strategi promosi seperti TikTok Ads. *Keempat*, pelaku UMKM Mawar Berduri perlu melakukan kolaborasi dengan komunitas, *influencer*, atau komunitas digital untuk memperluas pemasaran.

7. Daftar Acuan

- Darfaz, M. I., Kurniansyah, D., & Febriantini, K. (2023). Tantangan UMKM Indonesia dalam menghadapi pasar bebas Asean. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(2), 1734-1741.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(1), 15-30.
- Risman, A., & Saputra, B. L. E. (2024). Peningkatan kinerja dan keberlanjutan bisnis UMKM melalui keuangan digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(8), 3499–3506. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i8.1499>
- Siregar, H.M., Rohima, R., Fahani, T.A., Zaenab, Z., & Hayati, F. (2024). Analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) laundry dalam menghadapi persaingan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 919-924. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1.800>
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1–16. Retrieved from <https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/43>
- Tiktok For Business. (2024). *User guide to Tiktokshop*. Tiktok Inc.



Dokumentasi Kegiatan



Penjualan luring *fashion* di Kampung Seni



Suasana pelatihan pemasaran digital

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Bersama peserta yang mendapatkan *doorprize*



Bimbingan pembuatan akun *Tiktok Shop*

PROGRAM PELATIHAN BAHASA INGGRIS PARIWISATA BAGI PELAKU UMKM DI KAMPUNG SENI BOROBUDUR

Ruth Saneraro Womsiwor
Astuti Kusumawicitra Laturiuw

ABSTRAK

Program Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata bagi Pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris bagi pelaku UMKM yang ada di kawasan wisata Borobudur. UMKM di Kampung Seni memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, namun keterbatasan kemampuan bahasa Inggris menjadi hambatan dalam memasarkan produk kepada wisatawan asing. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan bahasa Inggris yang relevan dengan kebutuhan pariwisata, seperti menyapa pelanggan, menjelaskan produk, dan melakukan negosiasi sederhana. Metode yang digunakan mencakup pembelajaran interaktif, *role play*, serta penggunaan teknologi seperti aplikasi penerjemah untuk mempermudah proses belajar. Pelatihan ini menghasilkan peningkatan signifikan dalam kemampuan berkomunikasi peserta, dengan beberapa di antaranya mampu menjelaskan produk dan melakukan transaksi dengan wisatawan asing. Selain itu, pelatihan juga meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam mendukung pengembangan usaha mereka. Diharapkan, program ini dapat menjadi model bagi daerah wisata lainnya di Indonesia, serta mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih inklusif dan berdaya saing global.

Kata Kunci: bahasa inggris, UMKM, pariwisata

1. Latar Belakang

UMKM di Kampung Seni Borobudur memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal sekaligus sektor pariwisata. Produk-produk khas, seperti gandos, wingko babat, hingga berbagai kerajinan tangan yang memanfaatkan kearifan lokal menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Sayangnya, keterbatasan kemampuan bahasa Inggris masih menjadi salah satu hambatan besar dalam pengembangan UMKM ini. Hambatan tersebut tidak hanya menyulitkan pelaku UMKM dalam memasarkan produk, tetapi juga mengurangi potensi transaksi dan interaksi yang bermanfaat dengan wisatawan asing.

Borobudur sebagai destinasi wisata kelas dunia menarik ribuan wisatawan dari berbagai belahan dunia setiap tahunnya. Namun, banyak pelaku UMKM di kawasan ini yang belum memiliki kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris untuk memperkenalkan produk mereka secara efektif. Akibatnya, wisatawan asing sering merasa kesulitan memahami keunikan produk yang ditawarkan, bahkan enggan bertransaksi karena minimnya kepercayaan dan kenyamanan. Situasi ini, jika dibiarkan, akan membatasi pertumbuhan UMKM lokal serta mengurangi daya saing mereka di pasar global. Dampak jangka panjangnya dapat menghambat pengembangan potensi kawasan Borobudur sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu memberikan manfaat besar bagi masyarakat setempat.

Melihat urgensi ini, kegiatan KKNT di Kampung Seni Borobudur berfokus pada pemberdayaan pelaku UMKM melalui pelatihan bahasa Inggris berbasis pariwisata. Program pelatihan ini didesain untuk memberikan keterampilan praktis yang mudah diterapkan dalam aktivitas sehari-hari, seperti menyapa pelanggan, menjelaskan keunggulan produk, hingga negosiasi sederhana. Metode pembelajaran interaktif seperti *role play*, simulasi, serta penggunaan alat bantu teknologi, seperti aplikasi penerjemah menjadi bagian integral dari pelatihan.

Dengan keterampilan bahasa Inggris yang lebih baik, para pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme mereka dalam melayani pelanggan internasional. Kemampuan ini tidak hanya memperluas jaringan



pasar, tetapi juga mendukung peningkatan citra kawasan Borobudur sebagai destinasi wisata yang ramah dan berdaya saing tinggi. Selain itu, kegiatan pelatihan ini memperkuat kolaborasi antara dunia akademik dan masyarakat, memberikan dampak yang berkelanjutan bagi kedua pihak.

Pelatihan ini adalah langkah awal yang strategis untuk menciptakan UMKM yang lebih adaptif dan kompetitif. Dengan kemampuan komunikasi lintas budaya, UMKM di Kampung Seni Borobudur tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal tetapi juga motor penggerak bagi keberlanjutan pariwisata di kawasan ini. Dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, akademisi, dan komunitas lokal, sangat diperlukan agar program-program serupa dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih luas. Keberhasilan program ini juga diharapkan mampu menjadi model bagi kawasan wisata lainnya di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa, mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih inklusif dan berdaya saing global.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan komunikasi pelaku UMKM dalam bahasa Inggris yang relevan dengan kebutuhan pariwisata. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan keterampilan baru untuk menjangkau wisatawan asing, meningkatkan jumlah transaksi, dan memperkuat citra produk lokal di pasar global. Penulis juga memperkenalkan aplikasi *online* yang bisa digunakan seperti Google terjemahan dan Duolingo agar mempermudah pelaku UMKM untuk belajar baik *speaking* maupun *listening* serta memperbanyak kosakata yang mereka ketahui.

3. Metode Pelaksanaan

UMKM yang menjadi mitra kegiatan ini terdiri atas usaha mikro di bidang makanan, kerajinan, dan juga *fashion*. Mayoritas pelaku UMKM memiliki keterbatasan komunikasi dengan wisatawan asing. Oleh karena itu,



pendekatan yang digunakan melibatkan pelatihan intensif dengan kurikulum yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan peserta.

Metode pelaksanaan adalah sebagai berikut.

1. Identifikasi Awal. Observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengetahui kebutuhan spesifik terkait bahasa Inggris. Pertanyaan yang diberikan saat wawancara meliputi
 - Siapa nama Ibu?
 - Berapa umur Ibu?
 - Tergabung dalam kelompok paguyuban UMKM apa?
 - Di dalam kelompok paguyuban tersebut terdapat berapa orang?
 - Apa pendidikan terakhir Ibu?
 - Apakah sebelumnya pernah belajar bahasa Inggris? Jika pernah kapan dan di mana?
 - Menurut Ibu, pada level apa kemampuan bahasa Inggris Ibu? Dasar, menengah, atau fasih?
 - Seberapa sering berkomunikasi dengan wisatawan asing?
 - Apakah ada kendala dalam berbahasa asing? Jika ya, kendala seperti apa?
 - Jika dilakukan pelatihan bahasa Inggris, apakah Ibu bersedia untuk mengikuti?
2. Pelatihan Interaktif. Dilaksanakan dalam dua sesi, mencakup beberapa topik materi yaitu *Greeting* (Salam), *Introduction* (Perkenalan), *Number* (Angka), *Apologizing*, *Thanking*, dan *Saying Farewell* (Meminta maaf, berterima kasih, dan mengucapkan selamat tinggal), *Time* (Waktu), *Color* (Warna), *Bargaining* (Tawar-menawar), *Interaction with tourist* (interaksi dengan turis), *Introduction Food and Drinks* (Memperkenalkan makanan dan minuman), *Direction* (petunjuk arah), *Tips and Trick to Learn English* (Tips dan Trik belajar Bahasa Inggris) dan simulasi percakapan menggunakan *role play*. Materi dirancang untuk mudah dipahami dan diterapkan dalam situasi nyata.

Selain itu, ada beberapa *games* yang dimainkan agar penulis dapat melihat sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi yang dipaparkan seperti *sing an indtroduction*, yaitu peserta bernyanyi sambil mengoper pulpen ke orang di sebelahnya. Ketika pulpen tersebut berhenti orang tersebut memperkenalkan dirinya. Adapun *games count and clap* dimulai



dari narasumber menunjuk angka dan peserta menepuk tangan serta berhitung sesuai dengan angka yang ditunjukkan. Selain kedua *games* ini, ada beberapa yang lainnya yang sengaja penulis buat agar proses pelatihan seru dan menarik.

3. **Monitoring dan Evaluasi.** Dilakukan melalui observasi langsung dan diskusi kelompok untuk mengukur efektivitas pelatihan. Penilaian ini membantu dalam menyusun rekomendasi untuk pelatihan lanjutan. Mitra UMKM berperan aktif dalam pelatihan, terutama dengan menyediakan konteks nyata dari pengalaman mereka sehari-hari, sehingga materi pelatihan lebih relevan, seperti bagaimana merespon ketika mereka ditanya mengenai arah ke toilet, candi, dan sebagainya. Begitu pun ketika mereka ditanya mengenai produk makanan/kerajinan yang dijual. Mereka juga menyampaikan pengalaman dan tantangan yang dihadapi, sehingga solusi yang diberikan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan selama dua bulan pada November hingga Desember 2024 di Kampung Seni Borobudur, Kabupaten Magelang. Kegiatan pelatihan dibagi atas dua sesi. Sesi pertama Senin, 25 November 2024 dan sesi kedua Selasa, 26 November 2024. Tempat pelaksanaan di ruangan di Blok F yang merupakan kantor tim manajemen Kampung Seni Borobudur sebagai lokasi utama pelatihan serta lokasi UMKM mitra untuk simulasi praktis.

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Kegiatan pelatihan bahasa Inggris menghasilkan peningkatan signifikan dalam kemampuan komunikasi pelaku UMKM. Peserta mampu memahami dan menggunakan kosa kata dasar yang relevan, seperti menyapa wisatawan, menjelaskan produk, dan menjawab pertanyaan sederhana. Simulasi interaksi menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Sebagai contoh, salah satu peserta yang diwawancara kini mampu mempresentasikan produknya dengan lebih percaya diri kepada seorang wisatawan asing yang datang berkunjung.



Beberapa pelaku UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan bahasa isyarat kini mampu menjelaskan produk mereka secara verbal dalam bahasa Inggris. Salah satu peserta bahkan berhasil melakukan transaksi langsung dengan wisatawan asing selama pendampingan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan bahasa, tetapi juga memberikan kepercayaan diri kepada pelaku UMKM.

Selain itu, pelatihan ini juga memberikan dampak tidak langsung berupa peningkatan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam mendukung pengembangan usaha mereka. Diskusi kelompok yang diadakan selama pelatihan juga membuka peluang kolaborasi antar UMKM untuk saling mendukung dan berbagi pengalaman.

6. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pelatihan bahasa Inggris yang dilakukan berhasil meningkatkan keterampilan komunikasi pelaku UMKM meskipun masih diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat kemampuan yang telah diperoleh. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang berbasis kebutuhan praktis mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM. Peningkatan kemampuan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada penguatan citra produk lokal di mata wisatawan asing.

Sebagai rekomendasi, perlu adanya pelatihan lanjutan dengan fokus pada situasi komunikasi yang lebih kompleks serta pemanfaatan teknologi seperti aplikasi penerjemah untuk mendukung interaksi sehari-hari. Pendampingan intensif juga perlu diperluas agar manfaat pelatihan dapat dirasakan secara maksimal oleh seluruh pelaku UMKM.

Melihat antusiasme para pelaku UMKM di Kampung Seni selama pelatihan, waktu pelatihan sebaiknya diperpanjang menjadi lebih dari dua sesi. Hal ini bertujuan agar materi yang disampaikan lebih beragam dan mendalam. Pada hari terakhir pelatihan, masih ada beberapa topik yang ingin mereka tanyakan, yang menunjukkan bahwa mereka sangat tertarik dan membutuhkan lebih banyak pemahaman. Oleh karena itu, agar pada program pelatihan berikutnya, sesi-sesi pelatihan dapat diperbanyak untuk



menjawab seluruh kebutuhan dan pertanyaan yang muncul dari para pelaku UMKM di sana.

7. Daftar Acuan

- Al-saadi, N. (2015). Importance of English language in the development of tourism. *Academic Journal of Accounting and Economics Researches*, 4(1), 33–45.
- Erazo, M. A. C., Ramírez, S. I. M., Encalada, M. A. R., Holguin, J. V., & Zou, J. H. (2019). English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(2), 156.
- Trisnadewi, K., & Lestari, E. (2018). Pengaruh language games terhadap kemampuan berbicara bahasa Inggris. *Kulturistik Jurnal Bahasa dan Budaya*, 2, 68.

Dokumentasi Kegiatan



Wawancara dengan pelaku UMKM kuliner Ibu Winarsih dan Ibu Murni

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Wawancara dengan Ibu Umi sebagai pelaku UMKM oleh-oleh



Pemberian materi pelatihan sesi pertama



Bermain *games* di sela-sela pemaparan materi untuk melihat tingkat pemahaman peserta



Dokumentasi akhir pelatihan sesi pertama

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Pemberian materi pelatihan sesi kedua



Role play oleh peserta pelatihan agar dapat mengembangkan *skill* komunikasi dan meningkatkan kepercayaan diri





Bermain *games* dengan peserta agar dapat melihat sejauh mana pemahaman materi



Dokumentasi akhir pelatihan sesi kedua

MENINGKATKAN POTENSI UMKM DESA BOROBUDUR MENUJU PASAR KOMPETITIF MELALUI IZIN USAHA

Formike Enggelin Christin Pouw
Feronica
Putri Purbasari

ABSTRAK

KKN Tematik Desa Wisata Borobudur 2024 bertujuan untuk meningkatkan potensi UMKM Desa Borobudur menuju pasar kompetitif melalui izin usaha. Dengan memberikan edukasi ataupun penyuluhan kepada pihak-pihak UMKM yang berada di Kampung Seni Borobudur menjadikan UMKM lebih bersemangat dalam meningkatkan potensi penjualan mereka menjadi lebih baik. Adapun proses penyuluhan ini dilakukan secara bertahap atas bantuan dan kerja sama dengan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Magelang dan DPMPPTSP Kabupaten Magelang sehingga informasi dan edukasi yang disampaikan dapat dipercaya dan dilaksanakan oleh UMKM Kampung Seni Borobudur. Pembuatan izin halal, NIB, dan NPWP difokuskan pada UMKM kuliner yang berada di Kampung Seni Borobudur. Melalui penyuluhan yang dilaksanakan, didapatkan banyak UMKM yang berniat untuk membuat NIB, NPWP, serta izin halal.

Kata Kunci: Izin Usaha, UMKM, NPWP, NIB

1. Latar Belakang

UMKM kuliner yang berada di Kampung Seni Borobudur (KSB) terdiri atas beberapa blok penjualan dan beberapa kelompok yang dipimpin oleh

satu ketua yang telah ditetapkan bersama. Banyak pelaku UMKM di KSB belum mengetahui dan memahami pentingnya pembuatan NIB, NPWP, serta izin halal dalam pelaksanaan suatu usaha. Hal ini menarik kami sebagai peserta KKN untuk memberikan penyuluhan ataupun edukasi kepada UMKM kuliner agar mereka dapat mempertimbangkan untuk membuat NIB, NPWP, dan izin halal. Nomor Izin Berusaha (NIB) ialah salah satu nomor atau dokumen penting yang wajib dimiliki oleh pelaku usaha. NIB memiliki dasar hukum yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. NIB dapat diurus atau dibuat secara *online* melalui *Online Single Submission* (OSS). NIB terdiri atas 13 digit angka yang di dalamnya terdapat pengaman dan tanda tangan elektronik.

NPWP merupakan Nomor Pokok Wajib Pajak yang diatur dalam Pasal 1 ayat (6) UU No. 16 Tahun 2009, NPWP diartikan sebagai identitas atau tanda pengenal bagi Wajib Pajak yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan. Sesuai dengan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE- 60/PJ/2013, yakni setiap pelaku usaha ataupun Wajib Pajak hanya akan diberikan satu NPWP. Setiap orang yang memiliki NPWP merupakan orang yang telah dinyatakan sebagai Wajib Pajak atau telah didefinisikan sebagai seseorang yang telah memiliki penghasilan melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Aturan tersebut berlaku untuk setiap orang yang belum atau yang sudah berkeluarga, terkecuali untuk wanita kawin yang tidak melakukan perjanjian pisah harta dan pisah penghasilan dengan suaminya.

Izin halal ataupun pembuatan sertifikat halal dilakukan secara bertahap dan pelaku usaha perlu untuk memiliki NIB atau NPWP terlebih dahulu. Pasal 1 Angka 10 Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disebutkan “Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI”.





Gambar 1. Foto sebelum penyuluhan.

Dalam proses merealisasikan penyuluhan serta pembuatan NIB, NPWP, dan izin halal terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan bagi para pelaku UMKM yang kami temui. Hal yang menjadi pertimbangan bagi para pelaku UMKM ialah proses pembuatan yang begitu sulit bagi mereka karena mereka harus mengurus dan mempersiapkan beberapa dokumen yang kami minta. Adapun dalam pembuatan NPWP terdapat beberapa UMKM yang khawatir jika mereka telah memiliki NPWP maka mereka wajib membayar pajak kepada negara. Tidak hanya kekhawatiran mengenai pembayaran wajib pajak, kami juga menemukan permasalahan dalam pembuatan NPWP karena sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kampung Seni Borobudur ialah ibu-ibu yang menjadi tulang punggung keluarga yang secara hukum akan sulit dalam proses pembuatan NPWP.

2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan penyuluhan yang kami lakukan bertujuan untuk memberikan edukasi bagi para pelaku UMKM mengenai “Tata Cara Pembuatan NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal bagi pelaku UMKM Kampung Seni Borobudur” sehingga kami juga dapat menjawab semua pertanyaan mereka dalam hal proses pembuatan NIB, NPWP, serta izin halal. Dengan adanya penyuluhan kami berharap agar terdapat beberapa UMKM yang dapat melanjutkan ke proses pembuatan NIB, NPWP, serta izin halal. Dalam hal edukasi ataupun

penyuluhan yang kami laksanakan, kami bertujuan untuk membangun kerja sama dengan pihak KPP Pratama Kota Magelang serta DPMPTSP Kabupaten Magelang sehingga dalam proses pembuatan NIB, NPWP, dan izin halal bagi para pelaku UMKM dapat terlaksana dengan mudah dan membuka peluang kerja sama antara Kampung Seni Borobudur dengan kedua belah pihak yang dimaksud.

3. Metode Pelaksanaan

Pada blok kuliner terdapat begitu banyak makanan, minuman, serta oleh-oleh yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM Kampung Seni Borobudur kepada para pengunjung di Kampung Seni Borobudur. UMKM yang ada di blok kuliner terdiri atas beberapa kelompok kerja sehingga penghasilan yang didapatkan akan dibagi rata oleh ketua kelompok kepada anggota kelompok. Akan tetapi, terdapat juga UMKM yang berdiri secara mandiri tidak di dalam kelompok.

Hal pertama yang kami lakukan dalam proses melaksanakan penyuluhan kepada para pelaku UMKM ialah kami mempersiapkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam proses pembuatan NIB, NPWP dan izin halal agar para UMKM hanya perlu mempersiapkan yang telah kami berikan secara terperinci dan terstruktur sehingga mereka tidak merasa kesusahan dalam mempersiapkan dokumen-dokumen yang kami minta. Setelah proses pembagian dokumen- dokumen persyaratan yang dimaksud, kami kemudian mencoba memberikan peromohonan narasumber kepada pihak KPP Pratama Kota Magelang dan DPMPTSP Kabupaten Magelang sehingga kami dapat menghadirkan pihak tepercaya dalam penyuluhan kepada UMKM. Setelah penyuluhan kami menghubungi kembali pihak KPP Pratama Kota Magelang dan DPMPTSP Kabupaten Magelang untuk membantu tim dalam proses pembuatan NIB, NPWP, dan izin halal yang dimaksudkan dalam penyuluhan.

Ketika ingin mengundang KPP Pratama Magelang dan DPMPTSP Kabupaten Magelang kami berkoordinasi dengan pihak Koperasi Medang Kamulan (Kampung Seni Borobudur) agar kami dapat melampirkan surat permohonan narasumber kepada kedua belah pihak melalui koperasi



Medang Kamulan. Dalam proses memberikan surat permohonan, kami juga menghadapi masalah dalam penentuan waktu penyuluhan sehingga surat permohonan narasumber yang kami berikan harus diubah beberapa kali agar kedua belah pihak dapat hadir pada hari penyuluhan yang sama. Namun rencana yang kami usahakan tidak tercapai karena terdapat bentrokan waktu antara pihak KPP Pratama Magelang dan DPMPTSP Kabupaten Magelang sehingga yang dapat kami hadirkan pada hari penyuluhan ialah dari pihak DPMPTSP yang membahas NIB. Tujuan awal kami ialah agar pihak KPP Pratama dapat hadir dan menjadi narasumber dalam hal pembuatan NPWP tidak dapat terlaksanakan pada hari penyuluhan sehingga edukasi mengenai NPWP diberikan oleh kami peserta KKN dengan bantuan Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Putri Purbasari.

Dalam proses penyuluhan, kami memberikan *pre-test* dan *post-test* dari materi yang disampaikan oleh narasumber kami, Drs. Supriyadi (Perwakilan Narasumber dari DPMPTSP Kabupaten Magelang). Selain itu, pada akhir penyuluhan terdapat dua ibu pelaku UMKM yang langsung kami bantu dalam pembuatan NIB sebagai contoh kepada pelaku UMKM lainnya.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan penyuluhan ataupun edukasi mengenai tata cara pembuatan NIB, NPWP, dan sertifikat halal dilaksanakan pada 21 November 2024 (1 hari) di Museum dan Kampung Seni Borobudur dan dihadiri oleh 30 UMKM kuliner, narasumber, peserta KKN, dan salah satu Dosen Pembimbing Lapangan Fakultas Hukum. Penyuluhan dilakukan selama 4 (empat) jam mulai dari pukul 09.00 WIB sampai dengan 12.00 WIB. Ruangan yang digunakan ialah ruang kantor Tim Manajemen Kampung Seni Borobudur di Blok F tepat di sebelah kanan pendopo di Kampung Seni Borobudur. Penyuluhan dilaksanakan di ruangan F2. Kami menggunakan *speaker* dan proyektor yang disediakan oleh Tim Manajemen dalam proses edukasi ataupun penyuluhan yang diberikan oleh para peserta KKN Tematik.



5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Penyuluhan yang dilakukan memenuhi target yang direncanakan yaitu dihadiri oleh 30 pelaku UMKM dari blok kuliner. Penyuluhan pada tanggal 21 November 2024 dimulai dengan pembahasan mengenai NIB oleh narasumber sehingga hasil yang didapatkan ialah para pelaku UMKM dapat dengan mudah mengerti proses, tahap, serta pentingnya NIB bagi seorang pelaku usaha.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah bukti registrasi/pendaftaran Pelaku Usaha untuk melakukan kegiatan usaha dan sebagai identitas bagi Pelaku Usaha dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. NIB merupakan dokumen legalitas yang harus dimiliki oleh perusahaan dengan kegiatan usaha baik berisiko rendah, menengah, maupun tinggi. Setiap pelaku usaha dapat melakukan pendaftaran NIB melalui OSS (*Online Single Submission*). OSS ditujukan untuk semua pelaku usaha yang akan mengajukan izin usaha di Indonesia, baik dalam bentuk perseorangan maupun badan usaha, UMK atau non-UMK. Setelah memiliki NIB, NIB dapat digunakan sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan hak akses kepabeanan ketika pelaku usaha melakukan aktivitas ekspor atau impor.

Pelaku usaha dapat melakukan pendaftaran melalui *online* sehingga tidak perlu mengunjungi kantor pemerintahan setempat. Dikutip dari <https://ppid.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/pendaftaran-nib/> berikut ini persyaratan membuat NIB secara *online*:

1. NIK (Nomor Induk Kependudukan) sesuai dengan e-KTP milik Pelaku Usaha
2. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
3. Alamat *email* badan usaha yang aktif
4. Nomor telepon badan usaha yang aktif



Setelah persyaratan terpenuhi, tahapan selanjutnya adalah melakukan pendaftaran hak akses UMK di OSS, berikut tahapannya:

1. Kunjungi laman <https://oss.go.id/>
2. Pilih “Daftar” pada pojok kanan atas
3. Klik “Pilih” pada bagian UMK (jika usaha yang dijalankan memiliki modal usaha paling banyak Rp5 miliar) atau non-UMK (jika usaha yang dijalankan memiliki modal usaha lebih dari Rp5 miliar)
4. Pada kolom Jenis Pelaku Usaha pilih jenis usaha yang sesuai dengan status usaha. Ada dua pilihan jenis usaha, yaitu Orang Perseorangan atau Badan Usaha
5. Masukkan nomor telepon aktif pada kolom Nomor Telepon Seluler
6. Masukkan alamat *email* aktif pada kolom Alamat *Email*
7. Pastikan nomor telepon dan alamat *email* sudah benar, kemudian klik “Kirim Kode Verifikasi Melalui Email”
8. Masukkan enam digit kode verifikasi yang sudah dikirimkan melalui *email* (kode verifikasi hanya berlaku dalam waktu dua menit)
9. Masukkan Nama Lengkap Pelaku Usaha sesuai dengan e-KTP
10. Masukkan *password* yang akan digunakan (*password* terdiri dari delapan karakter dengan kombinasi huruf kapital, huruf kecil, angka dan karakter spesial)
11. Klik “Konfirmasi”
12. Masukkan NIK, Jenis Kelamin, Tanggal Lahir dan Alamat Lengkap, pastikan sudah benar lalu klik “Daftar”
13. Sistem akan mengirimkan *username* dan *password* untuk *login* ke alamat *email* yang telah didaftarkan
14. Hak akses dapat digunakan ketika masuk ke sistem OSS

Pembuatan NIB Secara Online

Setelah memiliki hak akses, tahapan selanjutnya adalah membuat NIB secara *online*, berikut tahapannya:

1. Kunjungi lama <https://oss.go.id/>
2. Pilih “Masuk” pada pojok kanan atas
3. Masukkan *username* dan *password*
4. Masukkan kode captcha yang tertera, lalu klik “Masuk”



5. Pada menu di bagian atas klik menu “Perizinan Berusaha” lalu klik “Permohonan Baru”
6. Masukkan Data Pelaku Usaha secara lengkap
7. Masukkan Data Bidang Usaha secara lengkap
8. Masukkan Data Detail Bidang Usaha secara lengkap
9. Masukkan Data Produk atau Jasa Bidang Usaha secara lengkap
10. Periksa Daftar Usaha atau Jasa
11. Periksa Data Usaha
12. Periksa Daftar Kegiatan Usaha
13. Lengkapi Dokumen Persetujuan Lingkungan (KBLI atau bidang tertentu)
14. Pahami ketentuan lalu centang Pernyataan Mandiri
15. Periksa Draf Perizinan Berusaha
16. Perizinan NIB terbit

NPWP merupakan nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai identitas atau tanda pengenal diri dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Sesuai dengan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak nomor SE-60/PJ/2013, setiap wajib pajak hanya diberikan satu NPWP. NPWP tersebut terdiri dari 15 digit, dengan rincian 9 digit pertama merupakan kode wajib pajak kemudian tiga digit berikutnya merupakan kode administrasi kantor wajib pajak terdaftar dan 3 digit selanjutnya merupakan kode status wajib pajak (pusat atau cabang).

Dikutip dari <https://www.pajak.go.id/id/artikel/memudahkan-hidup-dengan-npwp>, berikut berbagai fungsi dan manfaat memiliki NPWP.

1. Kemudahan dalam administrasi perpajakan
Orang yang memiliki NPWP akan mendapatkan kemudahan dalam administrasi perpajakan terutama dalam pengajuan produk hukum di bidang perpajakan seperti pengajuan pengurangan pembayaran pajak, permohonan restitusi dan sebagainya. Selain itu manfaat yang paling terasa atas kepemilikan NPWP adalah pemotongan pajak yang lebih rendah. Karena bagi mereka yang tidak memiliki NPWP pemotongan pajak atas penghasilan yang diberikan oleh pemberi kerjanya akan dikenakan tarif 20% lebih tinggi daripada tarif yang diterapkan terhadap wajib pajak yang dapat menunjukkan Nomor Pokok Wajib Pajak.



2. Sebagai persyaratan administrasi

Dengan memiliki NPWP, wajib pajak akan mendapatkan kemudahan dalam mengurus administrasi di berbagai instansi. Saat ini beberapa instansi mengharuskan untuk melampirkan NPWP sebagai salah satu syarat utama atau sebagai dokumen pendukung untuk mengurus administrasi di instansi tersebut. Contoh beberapa dokumen yang mengharuskan untuk melampirkan NPWP dalam persyaratannya adalah permohonan pengajuan kredit ke bank, pembuatan NIB, pembuatan rekening koran, pembuatan paspor, pembelian produk investasi, dan bahkan sebagai syarat untuk melamar pekerjaan di beberapa instansi atau perusahaan.

Dikutip dari <https://support.online-pajak.com/en/hc/syarat-membuat-npwp> syarat membuat NPWP bagi wajib pajak orang pribadi yang menjalankan usaha atau pekerjaan bebas adalah sebagai berikut.

1. Fotokopi KTP bagi WNI.
2. Fotokopi paspor dan KITAS/KITAP bagi WNA.
3. Surat pernyataan bermaterai yang menerangkan kegiatan usaha dan lokasi kegiatan usaha yang Anda lakukan.
4. Keterangan tertulis dan elektronik dari penyedia jasa aplikasi *online* yang menerangkan bahwa Anda merupakan mitra usaha penyedia jasa aplikasi *online*.

Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Berdasarkan ketentuan Pasal 135 Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, produk yang wajib memiliki sertifikat halal antara lain

1. Makanan;
2. Minuman;
3. Obat;
4. Kosmetik;
5. Produk kimiawi;
6. Produk biologi;
7. Produk rekayasa genetik;
8. Barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan.



Dikutip dari <https://legalitas.org/tulisan/sertifikat-halal-pengertian-dan-alur-sertifikasi-halal>, pembuatan sertifikat halal memiliki fungsi lain yang bisa menguntungkan para pelaku usaha dan konsumen. Fungsi kepemilikan sertifikat halal antara lain sebagai berikut.

1. memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk;
2. lebih unggul dari kompetitor yang belum memiliki sertifikat halal;
3. bukti legal suatu produk atau jasa sudah sesuai dengan syariat Islam, mulai dari bahan baku sampai dengan proses pembuatannya;
4. memudahkan konsumen Muslim dalam membuat keputusan untuk memilih produk yang sesuai dengan ajaran agama dengan memilih makanan halal atau *akhlakul karimah*;
5. standar pembuatan produk dan jasa sesuai syariat Islam;
6. membantu perusahaan atau pedagang memasarkan produknya secara global, khususnya pasar Muslim;
7. membantu pemerintah dan organisasi keagamaan dalam mengawasi serta menjamin produk dan jasa yang dipasarkan telah memenuhi aturan yang berlaku;
8. salah satu syarat untuk bisa mendapatkan label halal pada kemasan dan *banner*.

Pemerintah mewajibkan pelaku usaha yang memiliki produk dengan kategori wajib bersertifikat halal untuk segera mengajukan sertifikat halal. Selain sebagai bentuk jaminan kualitas dan kehalalan bagi konsumen, sertifikasi halal juga menjadi nilai tambah produk secara ekonomi.

Dikutip dari <https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>, berikut ini dokumen persyaratan sertifikat halal.






DOKUMEN PERSYARATAN SERTIFIKASI HALAL REGULER

No	Jenis Dokumen	Uraian	Keterangan
1	Surat permohonan	Diunggah di SIHalal	Format dapat diunduh di bpjph.halal.go.id/detail/informasi-1
2	Formulir pendaftaran	Diunggah di SIHalal (Wajib bagi Jasa Penjualan)	Format dapat diunduh di bpjph.halal.go.id/detail/informasi-1
3	Aspek legal: NIB	Diisi di SIHalal	NIB Berbasis Risiko
4	Dokumen Penyelia Halal : • SK Penetapan Penyelia Halal • Salinan KTP • Daftar riwayat hidup	Diunggah di SIHalal dalam 1 file	• Penyelia Halal beragama Islam • Penyelia Halal Usaha menengah, besar, dan luar negeri harus memiliki sertifikat pelatihan dan sertifikat kompetensi penyelia halal
5	Daftar nama produk	Diisi di SIHalal	Dokumen tersedia pada Sheet no. 2 pada Dokumen formulir
6	Proses pengolahan produk	Diunggah di SIHalal	Flowchart
7	Manual SJPH	Diunggah di SIHalal	Format dapat diunduh di bpjph.halal.go.id/detail/informasi-1
8	Izin edar atau SLHS (jika ada)	Diunggah di SIHalal	Tidak wajib

Dalam pengisian *post-test* para pelaku UMKM dapat dengan cepat dan tepat mengisi tes. Melalui penyuluhan kami dapat membantu enam pelaku usaha untuk melanjutkan ke proses pembuatan NIB. Kemudian untuk pembuatan NPWP sendiri kami mencoba mengundang tim bantuan dari KPP Pratama Magelang tetapi, waktu yang kami berikan kepada pihak KPP bantrol dengan jadwal yang telah mereka miliki. Mereka kemudian menawarkan



tanggal kesediaan, tetapi pada tanggal yang mereka tawarkan kegiatan KKN yang kami jalankan telah selesai sehingga dalam proses pembuatan NPWP sendiri kami belum bisa membantu para pelaku UMKM.

Ketika penyuluhan kami berhasil menjawab pertanyaan para pelaku UMKM mengenai wajib bayar pajak dalam pembuatan NPWP. Hal ini karena wajib pajak memiliki batas minimum pembayaran wajib pajak, jumlah minimum penghasilan per tahun yang wajib pajak ialah 500 juta. Ketika para pelaku UMKM tidak memenuhi batas minimum tersebut, maka mereka bebas pajak yang dimaksud. Ketika kami menjelaskan mengenai hal tersebut, kami mendapat respon yang baik dari para pelaku UMKM yang hadir dalam penyuluhan yang dimaksud. Pada hari pendampingan pembuatan NIB kami membantu sekitar enam pelaku UMKM yang berniat untuk memiliki Nomor Izin Berusaha sehingga usaha mereka baik yang di Kampung Seni Borobudur maupun usaha mereka di luar Kampung Seni Borobudur dapat terdaftar.

Tahap pembuatan izin usaha juga dipaparkan dalam penyuluhan yang dilaksanakan. Selain menjelaskan pentingnya sertifikasi halal, kami juga memberikan contoh hasil kami ke UMKM Bir Pletok bersama dosen dari Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta yang telah memiliki sertifikasi halal. Setelah memberikan contoh dari hasil kunjungan tersebut kami mendapat respon yang sangat antusias dari para pelaku UMKM dalam hal pembuatan sertifikasi halal. Akan tetapi, dalam proses pembuatan sertifikasi halal, ketika kami mendatangi Kemenag untuk wawancara mengenai sertifikasi halal, kami belum bisa membuat sertifikasi halal bagi para pelaku UMKM karena kuota untuk tahun 2024 dalam pembuatan sertifikasi halal telah habis sehingga kami hanya dapat memberikan materi dan edukasi mengenai pentingnya izin halal bagi pelaku usaha dalam menghasilkan produk.

5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan, tujuan program telah terpenuhi, yaitu memberikan edukasi bagi para pelaku UMKM mengenai “Tata Cara Pembuatan NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal bagi Pelaku UMKM Kampung Seni Borobudur”. Sebanyak enam pelaku usaha telah memiliki NIB. Kerja



sama dengan KPP Pratama Kota Magelang serta DPMPTSP Kabupaten Magelang juga sudah terlaksana sehingga setelah dilakukan kegiatan, pelaku UMKM dapat melakukan pembuatan NIB, NPWP, dan Sertifikat Halal secara mandiri.

Saran untuk tindak lanjut berikutnya, sebaiknya ada pemantauan terhadap UMKM yang telah mendapatkan edukasi untuk memastikan izin usaha telah didapatkan. Selain itu, kegiatan KKN berikutnya dapat fokus ke pengembangan pemasaran.

6. Daftar Acuan

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (diakses 31 Januari 2025) <https://bpiph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>

Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Asahan. (diakses 20 Desember 2024). Sosialisasi dan pendampingan pembuatan NIB, p-irt dan sertifikasi halal oleh tenaga pendamping UMK. <https://diskopdagin.asahankab.go.id/detailpost/sosialisasi-dan-pendampingan-pembuatan-nib-p-irt-dan-sertifikasi-halal-oleh-tenaga-pendamping-umk#:~:text=Dasar%20hukum%20NIB%20tertuang%20dalam,melalui%20website%20OSS%20Republik%20Indonesia.>

Direktorat Jenderal Pajak. (Diakses 31 Januari 2025). <https://www.pajak.go.id/id/artikel/memudahkan-hidup-dengan-npwp>

Legalitas.org. (Diakses 31 Januari 2025). <https://legalitas.org/tulisan/sertifikat-halal-pengertian-dan-alur-sertifikasi-halal>

OnlinePajak. (Diakses 20 Desember 2024). Dasar hukum NPWP yang wajib pajak perlu Ketahui. Online Pajak. <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/dasar-hukum-npwp>

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. (Diakses 31 Januari 2025). <https://ppid.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/pendaftaran-nib/>

Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak nomor SE- 60/PJ/2013



Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang
Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Dokumentasi Kegiatan



Penyerahan souvenir dan paparan narasumber



Suasana penyuluhan



Foto bersama seluruh peserta

MENINGKATKAN PEREKONOMIAN LOKAL MELALUI PENGUNAAN MEREK SEBAGAI IDENTITAS PRODUK UMKM MAWAR BERDURI

Yosefina Tematan Ningrum Ruing
Sri Hapsari Wijayanti
Rodemeus Ristyantoro
Purnomolugi Ursila Nilamsari

ABSTRAK

Kampung Seni Borobudur merupakan destinasi pendukung pariwisata di kawasan Candi Borobudur yang mengintegrasikan seni, budaya, dan ekonomi kreatif. Salah satu komunitas di Kampung Seni Borobudur adalah Mawar Berduri, UMKM yang fokus pada produksi batik tradisional dan inovatif, khususnya batik *ecoprint*. Namun, komunitas ini menghadapi tantangan dalam menciptakan identitas produk melalui merek dan label. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kesadaran pelaku UMKM Mawar Berduri terhadap pentingnya merek sebagai identitas produk serta memberikan edukasi terkait kelayakan produk, kualitas, dan elemen *branding*. Metode pelaksanaan meliputi observasi yang dilakukan pada tanggal 7-13 Oktober 2024 di kios-kios UMKM. Observasi dilakukan melalui wawancara singkat dengan narasumber pelaku UMKM. Selanjutnya, tahapan edukasi melibatkan tiga puluh pelaku UMKM fesyen pada 1 dan 2 November 2024 dengan topik yang berbeda, yaitu Edukasi Kelayakan Produk dan Edukasi Kesadaran Merek. Lokasi kegiatan edukasi bertempat di Blok H Lantai 3 Kampung Seni Borobudur. Tahapan berikutnya adalah monitoring yang dilaksanakan pada 15 dan 22 November 2024. Monitoring pertama bertempat di Blok H Kampung Seni Borobudur, sedangkan monitoring kedua dilakukan di kios

UMKM membuat batik. Tahapan yang terakhir ialah evaluasi yang dilakukan pada 29 November 2024 di kios UMKM membuat batik Kampung Seni Borobudur. Hasil kegiatan ini adalah tercipta merek “EcoBat”, desain label dengan elemen visual yang merepresentasikan motif batik khas Borobudur, serta *tagline* “Nyaman, Berkualitas, Terpercaya.” Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan implementasi konsep merek, yang memperkuat identitas produk dan meningkatkan daya saing UMKM. Dengan adanya merek dan label ini, UMKM Mawar Berduri berpotensi menarik minat pasar yang lebih luas dan memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat di Kampung Seni Borobudur.

Kata Kunci: Batik *ecoprint*, kesadaran merek, kelayakan produk, Kampung Seni Borobudur, UMKM Mawar Berduri.

1. Latar Belakang

Identitas setiap destinasi wisata dapat dikomunikasikan lewat nama (*branding*) (Dinnie, 2010; Kotler, 2015). Kampung Seni Borobudur merupakan salah satu destinasi pendukung pariwisata di kawasan Candi Borobudur, sebuah situs warisan dunia yang telah menjadi ikon pariwisata Indonesia (Gambar 1). Terletak tidak jauh dari Candi Borobudur, Kampung Seni Borobudur menawarkan pengalaman budaya yang unik kepada wisatawan. Selain menyuguhkan suasana perdesaan yang asri, Kampung Seni Borobudur juga menjadi pusat kegiatan seni dan budaya yang melibatkan masyarakat lokal.





Gambar 1. *Amphitheater* Kampung Seni Borobudur

Di Kampung Seni Borobudur, terdapat berbagai komunitas yang aktif dalam pelestarian seni tradisional dan pemberdayaan masyarakat (Gambar 2). Di sana terdapat lebih dari 2.000 UMKM di bidang griya, fesyen, dan kuliner. Peran pemerintah terhadap UMKM, termasuk di Kampung Seni Borobudur, tampak dalam membina UMKM, memfasilitasi tempat penjualan, membantu dalam pembinaan dan promosi (Fakhrurozi, 2023). Salah satu komunitas yang menonjol adalah UMKM Mawar Berduri, yang anggotanya kurang lebih sepuluh orang, seluruhnya wanita, yang berfokus pada pelestarian budaya membatik dan pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif tercermin dalam setiap destinasi wisata, terlebih untuk memperkenalkan budaya lokal demi memajukan perekonomian masyarakat. Ekonomi kreatif merupakan konsep untuk mewujudkan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan berbasis kreativitas, ide, gagasan, bakat, talenta, dan kreativitas (Habib, 2021). Komunitas ini menawarkan paket edukasi membatik menggunakan alat tradisional, seperti canting dan lilin malam, memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar dan merasakan pengalaman membatik secara langsung.



Gambar 2. Kios UMKM Kampung Seni Borobudur

Tidak hanya berpegang pada teknik tradisional, Mawar Berduri juga berinovasi dengan mengembangkan produk batik *ecoprint*. *Ecoprint* adalah “proses pencetakan ramah lingkungan karena menggunakan bahan pewarna alami” (Nurliana, 2021). Batik *ecoprint* adalah batik yang teknik pembuatannya menggunakan pewarna alami dari tanin atau zat warna pepohonan, yaitu daun, bunga, akar, batang, yang diletakkan di atas sehelai kain (Brillyantina et al., 2024). Teknik *ecoprint* menciptakan motif pada kain, menjadikannya produk yang ramah lingkungan sekaligus memiliki nilai estetika yang tinggi. Batik *ecoprint* hasil produksi komunitas ini dijual kepada wisatawan secara langsung. Langkah ini tidak hanya memperkenalkan batik *ecoprint* sebagai bagian dari inovasi budaya, tetapi juga memberikan dampak positif pada perekonomian masyarakat setempat dengan membuka peluang usaha dan lapangan kerja baru.

Meskipun telah memberikan kontribusi signifikan, komunitas Mawar Berduri masih menghadapi kendala dalam menciptakan merek dan label yang menjadi ciri khas mereka. Menurut Kotler, Keller, Philip, dan Lane (2012), merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari beberapa elemen tersebut yang digunakan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dan membedakannya dari produk atau jasa lain. Label adalah merek



sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual yang membedakan dengan pesaing (Kotler & Armstrong, 2010). Adapun menurut Stanton *et al.* (2017), label adalah alat komunikasi yang menyampaikan informasi tentang produk.

Ketiadaan merek dan label menyebabkan produk penjual sulit untuk dikenali secara luas, terutama di pasar yang semakin kompetitif, padahal keberadaan merek dan label yang khas dapat memperkuat identitas produk, menarik minat lebih banyak wisatawan, dan meningkatkan daya saing baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan mengatasi tantangan ini, UMKM Mawar Berduri memiliki potensi besar untuk tidak hanya mendukung pelestarian budaya membatik, tetapi juga memperkokoh posisi Kampung Seni Borobudur sebagai destinasi wisata berbasis budaya yang mampu memajukan kesejahteraan masyarakat lokal secara berkelanjutan.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan penyelenggaraan kegiatan adalah untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur, khususnya komunitas batik Mawar Berduri, mengenai pentingnya penggunaan merek sebagai identitas produk. Melalui kegiatan yang dilakukan oleh pengabdian, diharapkan para pelaku UMKM memahami bagaimana merek dapat memperkuat daya saing produk mereka, menarik minat konsumen, dan mendukung pengembangan usaha sehingga UMKM Mawar Berduri dapat menciptakan merek yang mencerminkan keunikan serta kualitas produk mereka, dan secara tidak langsung dapat mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat setempat.

3. Metode Pelaksanaan

Karakteristik UMKM Batik Mawar Berduri ialah memiliki keterampilan tinggi dalam membatik, inovasi pada produk *ecoprint*, dan fokus pada pemberdayaan masyarakat lokal.

Untuk mencapai tujuan meningkatkan kesadaran merek pada UMKM Mawar Berduri, kegiatan dilakukan melalui langkah-langkah berikut.

- (1) **Persiapan.** Pengabdian melakukan observasi langsung ke lokasi UMKM untuk memahami kondisi nyata dan aktivitas sehari-hari para pelaku



UMKM Mawar Berduri. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi UMKM. Selanjutnya pengabdian melakukan wawancara singkat kepada beberapa pelaku UMKM *fashion* pada 9-10 Oktober 2024 untuk memahami kebutuhan spesifik mereka yang berkaitan dengan kebutuhan merek. Dalam masa persiapan, pengabdian juga menyusun kuesioner yang berkaitan dengan data diri para pelaku UMKM yang akan menjadi peserta di kegiatan edukasi kelayakan produk dan kesadaran merek. Adapun penyusunan soal *pre test* dan *post test* disusun untuk mengukur tingkat pengetahuan para peserta sebelum dan sesudah edukasi kelayakan produk serta kesadaran merek dilaksanakan.

- (2) **Pelaksanaan Kegiatan Edukasi Kelayakan Produk dan Kesadaran Merek.** Pengabdian membagikan lembar kuesioner, *pre test*, dan daftar hadir kepada para peserta untuk diisi. Selanjutnya pengabdian membawakan materi mengenai standar produk yang layak untuk dipasarkan, seperti konsistensi kualitas, kemasan, dan daya tarik visual beserta contoh-contohnya. Materi kesadaran merek mencakup komponen-komponen merek, keunggulan merek, dan sebagainya. Setelah materi selesai dibawakan, pengabdian membuka sesi tanya jawab dan diskusi bersama peserta agar meningkatkan pemahaman mengenai topik yang dibahas, membangun komunikasi yang baik antara pengabdian dan peserta. Setelah itu, pengabdian membagikan lembar *post test* agar dapat mengukur pengetahuan peserta terkait materi yang telah diberikan oleh pengabdian. Peserta kegiatan berjumlah tiga puluh orang, rata-rata usia peserta adalah 26-45 tahun.
- (3) **Monitoring.** Pada tahap ini, pengabdian mengunjungi para peserta di lokasi dagangnya masing-masing untuk mendampingi dan mengulik perkembangan terkait kelayakan produk dan kesadaran merek yang akan mulai diterapkan pada UMKM.
- (4) **Evaluasi Pelaksanaan.** Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan dan monitoring membantu pelaku UMKM mengatasi permasalahan mereka, khususnya dalam aspek kualitas produk dan merek. Evaluasi dilakukan dalam bentuk diskusi agar pengabdian dapat lebih mudah memberikan kesempatan kepada peserta untuk saling berbagi pemahaman dan pengalaman yang telah diperoleh dari edukasi hingga monitoring.



UMKM Mawar Berduri berperan sangat aktif sebagai peserta utama dalam memberikan informasi terkait kebutuhan mereka, selain ikut serta dalam kegiatan pelatihan, serta menerapkan hasil pelatihan untuk mengembangkan merek produk mereka. Kerja sama ini bertujuan menciptakan dampak yang nyata bagi keberlanjutan usaha mereka.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Mahasiswa KKN (pengabd) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Atma Jaya melaksanakan serangkaian kegiatan edukasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM *fashion* dan batik di Kampung Seni Borobudur Blok H. Kegiatan dimulai dengan masa persiapan yang dilakukan pada 7-13 Oktober 2024 di beberapa bagian UMKM, lalu dilanjutkan dengan edukasi kelayakan produk pada Jumat, 1 November 2024, dan dilanjutkan dengan Edukasi Kesadaran Merek pada Sabtu, 2 November 2024. Monitoring pertama dilakukan pada Jumat, 15 November 2024 di Blok H Kampung Seni Borobudur, sedangkan monitoring kedua pada Jumat, 22 November 2024. Terakhir, evaluasi dilakukan pada 29 November 2024 di lokasi UMKM Membatik Kampung Seni Borobudur. Semua kegiatan ini dilakukan pada jam yang sama, yaitu 09.00-10.30 wib.

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Masa Persiapan

Pada saat observasi, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang pentingnya merek sebagai identitas produk (Gambar 3). Oleh karena itu, kebutuhan utama UMKM yang teridentifikasi adalah edukasi mengenai kelayakan produk dan kesadaran merek. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pengalaman dalam membangun merek sehingga mereka tertarik untuk mempelajari lebih lanjut mengenai kelayakan produk dan kesadaran merek (Gambar 4).





Gambar 3. Observasi Pelaku UMKM



Gambar 4. Wawancara Pelaku UMKM

Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, UMKM Mawar Berduri mendapatkan edukasi tentang kelayakan produk (Gambar 5) dan kesadaran merek (Gambar 6). Pelatihan ini membantu mereka memahami pentingnya menjaga kualitas produk, seperti konsistensi motif, pewarnaan, dan teknik produksi, untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, edukasi kesadaran merek memberikan wawasan kepada UMKM Mawar Berduri tentang elemen-elemen pembentuk merek, seperti nama *brand*, label, dan *tagline*, yang dapat menjadi identitas khas produk mereka. Hasil *pre-test* ke *post-test* pun menunjukkan perubahan yang cukup signifikan terkait pengetahuan mereka tentang topik materi edukasi.



Gambar 5. Edukasi Kelayakan Produk



Gambar 6. Edukasi Kesadaran Merek

Pada pertemuan pertama, rata-rata nilai *pre-test* yang diperoleh sebesar 65 meningkat menjadi 85 setelah pelaksanaan *post-test*, dengan rata-rata *N-Gain* sebesar 0,6 atau 60%, yang menunjukkan peningkatan dalam kategori sedang hingga tinggi (Tabel 1). Hal ini menunjukkan efektivitas metode pembelajaran yang digunakan.

Tabel 1. Hasil Tes Pengetahuan Peserta pada Edukasi Kelayakan Produk

No	Peserta	Jenis Kelamin	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>	Selisih Skor	<i>Skor N-Gain</i>	<i>Skor N-Gain x 100</i>
1	TK	P	60	80	20	0.5	50
2	SW	P	70	90	20	0.67	67
3	SS	P	60	80	20	0.5	50
4	NT	P	70	90	20	0.67	67
5	ER	P	60	80	20	0.5	50
6	ED	P	70	90	20	0.67	67
7	DV	P	60	80	20	0.5	50
8	PR	P	70	90	20	0.67	67
9	SI	P	60	80	20	0.5	50
10	RT	P	70	90	20	0.67	67
11	WN	P	60	80	20	0.5	50
12	SF	P	70	90	20	0.67	67
13	SY	P	60	80	20	0.5	50
14	TZ	P	70	90	20	0.67	67
15	FD	P	60	80	20	0.5	50
16	MK	P	70	90	20	0.67	67
17	TN	P	60	80	20	0.5	50
18	WH	P	70	90	20	0.67	67
19	YT	P	60	80	20	0.5	50
20	NA	P	70	90	20	0.67	67
21	ES	P	60	80	20	0.5	50
22	TU	P	70	90	20	0.67	67
23	UH	P	60	80	20	0.5	50
24	IF	P	70	90	20	0.67	67
25	NS	P	60	80	20	0.5	50
26	AH	P	70	90	20	0.67	67
27	VW	P	60	80	20	0.5	50
28	RR	P	70	90	20	0.67	67
29	SL	L	60	80	20	0.5	50
30	IM	L	70	90	20	0.67	67
Rata-Rata:			65,0	85,0	20,0	0,6	60



Pada pertemuan kedua, rata-rata *N-Gain* adalah 0,65 (65%), artinya ada peningkatan dari *pre-test* ke *post-test* yang termasuk dalam kategori sedang, karena nilai *N-Gain* berada pada rentang $0,30 \leq N-Gain < 0,70$ (Tabel 2).

Berikut hasil *pre test* dan *post test* menggunakan rumus *N-Gain*:

Intepretasi *N-Gain*:

Tinggi: $N-Gain \geq 0,7$

Sedang: $0,3 \leq N-Gain < 0,7$

Rendah: $N-Gain < 0,3$

Dengan *N-Gain score*, dapat dilihat seberapa efektif suatu metode atau intervensi pembelajaran diterapkan dalam meningkatkan pemahaman peserta.

Jika rata-rata *N-Gain* adalah 0,65 (65%), hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dari *pre-test* ke *post-test* yang termasuk dalam kategori sedang, karena nilai *N-Gain* berada pada rentang $0,30 \leq N-Gain < 0,70$.

Tabel 2. Hasil Tes Pengetahuan Peserta pada Edukasi Kesadaran Merek

No.	Peserta	Jenis Kelamin	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>	Selisih Skor Ideal- <i>Pre-Test</i>	Skor <i>N-Gain</i>	Skor <i>N-Gain</i> x 100
1	TK	P	50	80	50	0.60	60
2	SW	P	60	90	40	0.75	75
3	SS	P	40	80	60	0.67	67
4	NT	P	70	90	30	0.67	67
5	ER	P	60	100	40	1.00	100
6	ED	P	50	70	50	0.40	40
7	DV	P	70	80	30	0.33	33
8	PR	P	60	90	40	0.75	75
9	SI	P	40	70	60	0.50	50
10	RT	P	50	80	50	0.60	60
11	WN	P	60	100	40	1.00	100
12	SF	P	40	80	60	0.67	67
13	SY	P	70	90	30	0.67	67
14	TZ	P	50	70	50	0.40	40
15	FD	P	60	90	40	0.75	75
16	MK	P	70	80	30	0.33	33
17	TN	P	50	80	50	0.60	60
18	WH	P	60	90	40	0.75	75
19	YT	P	40	70	60	0.50	50
20	NA	P	60	100	40	1.00	100
21	ES	P	50	80	50	0.60	60

No.	Peserta	Jenis Kelamin	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>	Selisih Skor Ideal- <i>Pre-Test</i>	Skor <i>N-Gain</i>	Skor <i>N-Gain</i> x 100
22	TU	P	40	70	60	0.50	50
23	UH	P	70	90	30	0.67	67
24	IF	P	60	90	40	0.75	75
25	NS	P	50	80	50	0.60	60
26	AH	P	60	90	40	0.75	75
27	VW	P	40	70	60	0.50	50
28	RR	P	50	80	50	0.60	60
29	SL	L	60	100	40	1.00	100
30	IM	L	40	80	60	0.67	67
Rata-Rata:			58,7	84,3	41,3	0,65	65

Monitoring

Selama tahap monitoring/pendampingan, pengabdian bekerja secara intensif dengan anggota komunitas untuk menerapkan konsep yang telah dipelajari. Salah satu hasil nyata adalah terciptanya nama *brand* untuk produk Mawar Berduri, yaitu “EcoBat” (Gambar 7) yang berarti *ecoprint* batik. *Brand* ini dirancang dengan mempertimbangkan nilai-nilai lokal, keunikan produk, dan visi komunitas. Selain itu, pengabdian juga mendesain label produk sesuai dengan permintaan salah satu anggota komunitas yang mewakili UMKM Mawar Berduri. Desain label ini memadukan elemen visual yang merepresentasikan motif batik khas Borobudur dan nilai budaya Borobudur. Elemen visual sendiri menurut Rand (2014) adalah unsur-unsur yang membentuk bahasa desain, seperti garis, bentuk, warna, dan tipografi.

Mawar Berduri juga berhasil menciptakan *tagline* untuk produk mereka, yaitu “Nyaman, Berkualitas, Terpercaya.” Menurut Stanton (1984), *tagline* adalah pesan singkat yang mengomunikasikan keunggulan merek. *Tagline* Mawar Berduri tentu mencerminkan produk mereka, seperti penggunaan bahan premium, teknik pewarnaan yang andal, dan motif khas yang menjadi daya tarik utama. Komunitas ini memastikan bahwa setiap kain yang diproduksi telah melewati proses penguncian warna yang baik sehingga produk mereka tidak hanya indah, tetapi juga tahan lama.



Evaluasi Pelaksanaan

Evaluasi pelaksanaan bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan monitoring dalam meningkatkan kualitas produk UMKM (Gambar 8). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan pengetahuan mengenai kualitas produk dan kesadaran merek. Pelaku UMKM juga puas dengan hasil dari pelatihan dan monitoring. Maka, hasil program ini tidak hanya memperkuat identitas Mawar Berduri sebagai UMKM yang inovatif, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Dengan pencapaian ini, Mawar Berduri siap bersaing di pasar yang lebih luas sekaligus mendukung perkembangan ekonomi masyarakat di Kampung Seni Borobudur.



Gambar 8. Evaluasi Pelaksanaan

6. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Kegiatan pelatihan dan pendampingan oleh mahasiswa KKN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya telah memberikan dampak positif bagi UMKM Mawar Berduri. Hasilnya mencakup penciptaan merek “EcoBat”, desain label produk, dan *tagline* “Nyaman, Berkualitas, Terpercaya”, yang memperkuat identitas dan daya saing produk mereka. Mawar Berduri kini lebih sadar akan pentingnya menjaga kualitas produk



dengan menggunakan bahan premium dan teknik penguncian warna yang baik, sehingga meningkatkan nilai tambah produk dan menarik minat wisatawan, serta mendukung perekonomian Kampung Seni Borobudur.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar merek “EcoBat” didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk mendapatkan perlindungan hukum dan mencegah plagiasi karena menurut Undang-Undang No.28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta (Akbar et al., 2014). Tujuan DJKI adalah untuk melindungi dan mengelola kekayaan intelektual di Indonesia. Selain itu, perlu dilakukan desain kemasan yang unik dan mencerminkan ciri khas Borobudur guna meningkatkan daya tarik produk sebagai oleh-oleh khas wisata. Pelatihan lanjutan tentang strategi branding dan pemasaran kreatif juga direkomendasikan untuk memaksimalkan potensi merek dan produk baik di pasar nasional maupun internasional. Implementasi rekomendasi ini diharapkan menjadikan Mawar Berduri sebagai UMKM unggulan yang memperkuat identitas budaya Borobudur dan memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar.

7. Daftar Acuan

- Akbar, F. A., Bachtiar, M., & Hasanah, U. (2014). *Perlindungan Hukum terhadap Hak Cipta menurut Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta di Indonesia* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Brillyantina, S., Dhandy, R., Slamet, A. H. H., Wulandari, S. A., Mutmainah, D. N., & Hujbi, J. K. (2024). Ecopreneurship berbasis Produk ramah lingkungan melalui batik ecoprint di Desa Sepande. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 172-177.
- Dinnie, K. (2010). *City branding: Theory and cases*. Springer.
- Fakhrurozi, M. (2023). Peranan pemerintah dan strategi pemasaran terhadap penjualan UMKM ecoprint Yasmin Wiwid Lampung. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1676-1686.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82-110.



- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi. 13. Erlangga
- Kotler, Keller, Philip, & Lane, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall, Inc. Internasional Inc.
- Nurliana, S., Wiryono, W., Haryanto, H., & Syarifuddin, S. (2021). Pelatihan ecoprint teknik pounding bagi guru-guru PAUD Haqiqi di kota Bengkulu. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 19(2), 262-271.
- Rand, P. (2014). *Thoughts on design*. Chronicle Books.
- Stanton, W., Etzel, J., & Walker, J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.



Dokumentasi Kegiatan



Tahap observasi



Edukasi kelayakan



Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Edukasi kesadaran merek



Penyerahan label ke UMKM Batik



Foto bersama peserta

PELATIHAN PELAYANAN PRIMA PADA UMKM KAMPUNG SENI BOROBUDUR

Yohana Ignasia Afrani Manti
Titis Puspitarini

ABSTRAK

Kampung Seni Borobudur merupakan salah satu destinasi wisata budaya di sekitar kawasan Candi Borobudur yang memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, keterbatasan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan menjadi tantangan utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di kawasan ini. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelaku UMKM terkait pelayanan prima dan mengimplementasikan pelatihan yang relevan untuk meningkatkan kompetensi mereka. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif, yang melibatkan pengenalan konsep pelayanan prima, simulasi interaksi dengan pelanggan, dan evaluasi kinerja peserta. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman tentang pentingnya pelayanan prima, seperti keramahan, kecepatan, dan profesionalisme dalam melayani pelanggan. Selain itu, mereka juga mulai menerapkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menghadapi berbagai tipe pelanggan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dampak pelatihan ini terlihat dari meningkatnya kepuasan pelanggan dan potensi pengembangan bisnis UMKM di Kampung Seni Borobudur. Disimpulkan bahwa pelatihan pelayanan prima berperan signifikan dalam mendukung keberlanjutan UMKM di sektor pariwisata. Dengan adanya pelatihan berkelanjutan dan dukungan dari berbagai pihak,

Kampung Seni Borobudur dapat menjadi contoh adanya pelaku UMKM yang memberikan pelayanan prima unggul.

Kata Kunci: UMKM, pelayanan prima, komunikasi, pelanggan

1. Latar Belakang

Kampung Seni Borobudur, yang terletak di kawasan sekitar Candi Borobudur, merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Sebagai kawasan yang mengandalkan sektor pariwisata, keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. UMKM di Kampung Seni Borobudur menawarkan berbagai produk lokal, seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan seni pertunjukan, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pelayanan prima merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan usaha, terutama dalam sektor pariwisata yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur belum memahami dan mengimplementasikan konsep pelayanan prima secara optimal. Masalah ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pengetahuan tentang pentingnya pelayanan prima, keterbatasan keterampilan komunikasi, dan rendahnya kemampuan dalam menghadapi kebutuhan pelanggan yang beragam. Kondisi ini sering kali menyebabkan pengalaman wisatawan menjadi kurang memuaskan, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada citra Kampung Seni Borobudur sebagai destinasi wisata.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat di sektor pariwisata menuntut pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu bersaing dengan destinasi wisata lain. Wisatawan, terutama dari mancanegara, memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang ramah, cepat, dan profesional. Ketidakmampuan memenuhi ekspektasi tersebut dapat menyebabkan



wisatawan enggan kembali atau memberikan ulasan negatif, yang berdampak pada menurunnya jumlah kunjungan.

Kurangnya pelayanan prima juga berdampak pada potensi ekonomi masyarakat setempat. Pelayanan yang tidak memadai dapat menghambat peluang peningkatan pendapatan pelaku UMKM, sehingga usaha mereka sulit berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan pelayanan prima untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memberikan layanan yang berkualitas. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur mampu meningkatkan kompetensi mereka dalam melayani pelanggan, menciptakan pengalaman wisata yang positif, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Sebagai langkah awal, kami mencoba mengetahui kebutuhan para anggota UMKM terkait pelatihan pelayanan prima. Ibu Murni secara pribadi mengutarakan bahwa ia membutuhkan pelatihan pelayanan prima untuk berkomunikasi dengan baik. Kemudian, melalui bincang-bincang dengan para pelaku UMKM dan pengamatan di lapangan, permasalahan utama yang dihadapi oleh para anggota UMKM adalah kurangnya kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif dan pelayanan yang kurang profesional.

Selain itu, kami memberikan sedikit latihan soal di awal untuk mengukur kemampuan ibu-ibu dalam kelompok tersebut. Berkaitan dengan proses pembelajaran, materi akan diberikan dalam bentuk materi presentasi. Karena semua peserta kisaran umur 40-60 tahun, segala hal berbasis digital tidak akan dimasukkan ke dalam pembelajaran. Para peserta diharapkan dapat berkontribusi dalam pembelajaran bersama, serta dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di kemudian hari. Kami juga menggali informasi untuk menentukan topik dan fitur bahasa. Pentingnya pelayanan prima tidak hanya sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing, tetapi juga sebagai langkah untuk menjaga keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Dengan upaya yang terkoordinasi antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya, Kampung Seni Borobudur memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan yang mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakatnya.



2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan pelatihan pelayanan prima pada UMKM Kampung Seni Borobudur diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM, baik secara individu maupun berkelompok. Tujuan utama dari kegiatan pelatihan UMKM di Kampung Seni Borobudur adalah sebagai berikut.

- a. Para pelaku UMKM dapat dengan terampil untuk memberikan layanan yang ramah, profesional, dan memuaskan.
- b. Dapat membantu pelaku UMKM mengenali harapan pelanggan agar dapat memberikan pengalaman yang berkesan.
- c. Setelah pelatihan ini, kemampuan UMKM dalam bersaing di pasar dengan layanan yang unggul makin kuat.
- d. Pelatihan ini memperkuat reputasi Kampung Seni Borobudur sebagai destinasi wisata budaya berkualitas.
- e. Pelatihan ini mendorong loyalitas pelanggan dan kunjungan ulang sehingga meningkatkan keuntungan bagi UMKM.
- f. Pelaku UMKM dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitar Borobudur.

3. Metode Pelaksanaan

Kampung Seni Borobudur (KSB) yang memiliki kurang lebih 2.400 UMKM di dalamnya yang kemudian memiliki karakteristik berkelompok. Berkelompok yang dimaksud adalah masing-masing jenis UMKM di kelompokan terlebih dahulu, misalnya, UMKM *fashion* bersama kelompoknya, UMKM kerajinan bersama kelompoknya, dan UMKM makanan bersama kelompoknya. KSB kelompok tersebut disebut paguyuban.

Langkah kami diawali dengan proses wawancara yang detail dan sistematis. Tujuan wawancara ini untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan keterampilan berbahasa dalam melayani nasabah UMKM. Kami menggunakan alat penilaian yang komprehensif untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang kekuatan dan kelemahan masing-masing peserta.

Selain itu, dalam wawancara tersebut dapat didengar langsung dari para peserta mengenai pengalaman dan tantangan mereka dalam menjalankan sebuah usaha.



Setelah tahap wawancara selesai, tahap pengarahan dan pelatihan dimulai. Di sini, kami mengembangkan kurikulum pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik peserta, yang mencakup berbagai aspek penting, seperti teknik komunikasi yang efektif, etika bisnis, penanganan keluhan pelanggan, dan strategi pemasaran praktis. Pelatihan disampaikan dengan menggunakan berbagai metode, termasuk sesi interaktif, studi kasus, dan simulasi situasi layanan pelanggan, sehingga peserta dapat secara aktif belajar dan langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Terakhir adalah tahap mentoring. Pada tahap ini peserta diajarkan langsung tentang lingkungan kerja. Dukungan ini dimaksudkan untuk mengamati dan mengevaluasi penerapan keterampilan yang dipelajari selama pelatihan.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Keseluruhan waktu yang dihabiskan selama KKN Tematik, adalah dua bulan lamanya. Untuk kegiatan pelatihan pelayanan prima dilakukan pada dua hari berbeda dengan jarak waktu satu minggu dari pertemuan pertama menuju pertemuan ke-2. Untuk spesifikasi tanggal kegiatan, yaitu tanggal 11 November dan 18 November 2024. Lokasi kegiatan di Blok H, tepatnya berada di lantai 2 yang merupakan bagian bangunan dari Kampung Seni Borobudur. Pelatihan dilakukan di area terbuka. Waktu pelatihan kurang lebih 1 jam 30 menit sampai dengan 2 jam.

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Dari hasil kegiatan pelatihan yang dilaksanakan ada beberapa perubahan dan peningkatan dari sisi komunikasi dan interaksi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Kampung Seni Borobudur. Pelatihan pelayanan prima yang dilaksanakan untuk pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur telah menghasilkan berbagai dampak positif yang cukup signifikan. Pelatihan ini diikuti oleh dua puluh pelaku UMKM yang bergerak di berbagai sektor, seperti kerajinan tangan, kuliner, dan busana. Tujuan utama pelatihan ini adalah meningkatkan kualitas layanan, daya saing, dan kepuasan pelanggan guna mendukung citra Kampung Seni Borobudur sebagai destinasi wisata budaya.



Peningkatan Keterampilan Layanan

Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya pelayanan prima dalam menghadapi pelanggan. Mereka dilatih untuk bersikap ramah, komunikatif, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Selain itu, pelaku UMKM juga belajar cara menangani keluhan pelanggan secara profesional sehingga menciptakan pengalaman positif.



Gambar 1. Penyelsaian analisis situasi

Penguasaan Teknik Berkomunikasi dan Berinteraksi dengan Pelanggan

Peserta diajarkan berbagai teknik yang berorientasi pada pelanggan, seperti membangun hubungan personal, memahami keinginan pelanggan, dan memberikan solusi yang kreatif. Hasilnya, banyak UMKM mulai menerapkan pendekatan yang lebih proaktif dalam melayani pelanggan, yang berkontribusi pada meningkatnya kepuasan wisatawan.

Mendukung Citra Kampung Seni Borobudur

Hasil pelatihan ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku UMKM, tetapi juga berdampak pada Kampung Seni Borobudur secara keseluruhan. Dengan pelayanan yang lebih baik, wisatawan merasa puas dan memberikan ulasan positif. Hal ini memperkuat citra Kampung Seni Borobudur sebagai destinasi wisata budaya yang menarik dan berkualitas.



6. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pelatihan pelayanan prima bagi pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur sangat penting untuk meningkatkan profesionalisme dalam memberikan pelayanan, kualitas pengalaman pengunjung dan daya saing pelayanan sesama pelaku UMKM. Pelaku UMKM perlu dibekali dengan keterampilan komunikasi yang baik, kesadaran akan pentingnya interaksi, serta kemampuan dalam berkomunikasi yang baik sebagai alat bantu promosi. Selama KKN Tematik, kami menyadari pentingnya kolaborasi antara masyarakat dan pendamping dalam proses pelatihan ini. Pengalaman ini mengajarkan saya untuk lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan memahami tantangan apa yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memperbaiki pelayanan. Dengan peningkatan pelayanan, diharapkan Kampung Seni Borobudur dapat lebih dikenal dan berkembang secara berkelanjutan kedepannya.

7. Daftar Acuan

Yuliana, A., Yulianti, O., Wijaya, E., Sudarsono, A., & Putri, L. G. (2024). Penyuluhan peningkatan kualitas pelayanan prima pada Toko Baju Tulip Bengkulu. *Jurnal Dehasen untuk Negeri*, 3(2), 177-182. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/dehasenuntuknegeri/article/view/6272>



Dokumentsi Kegiatan



Serah terima mahasiswa/i KKNT 2024



Mahasiswa/i KKNT belajar membuat *dream catcher*



Proses pembuatan wingko



D'Cikalan Cafe



Mahasiswa/i berkunjung ke D' Cikalan



Serah terima mahasiswa/i KKNT 2024 kepada Kepala Desa

MENINGKATKAN POTENSI UMKM DESA BOROBUDUR MENUJU PASAR KOMPETITIF MELALUI PERJANJIAN YANG KOOPERATIF

Kezia Annastasy
Putri Purbasari
Feronica

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Jawa Tengah, khususnya di Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Koperasi Medang Kamulan (KMK) merupakan salah satu lembaga yang berperan dalam pengelolaan UMKM di Kampung Seni Borobudur (KSB), yang memiliki lebih dari 1900 unit usaha. KMK tidak hanya mengelola UMKM di bidang konsumen, tetapi juga berperan dalam pengelolaan berbagai sektor lainnya seperti parkir, pemeliharaan gedung, keamanan, dan kerja sama bisnis dengan berbagai pihak, termasuk bank dan perusahaan besar. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu manajemen KSB dalam menyusun dan merevisi perjanjian kerja sama dengan berbagai pihak melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Proses pelaksanaan program dimulai dengan pembuatan proposal, presentasi produk atau program, pembuatan surat penawaran, pembuatan Memorandum of Understanding (MoU), dilanjutkan dengan Perjanjian Kerja Sama (PKS), hingga penerapan bisnis yang telah disepakati. Program KKN ini menunjukkan keberhasilan dalam menyusun dan menandatangani PKS dengan PT Taman Wisata Candi dan PT Bokor Buana Nusantara, yang dilaksanakan pada November 2024. Kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan bagi kelancaran operasional KSB dan mendukung perkembangan

UMKM yang ada. Saran untuk kegiatan pada masa depan, agar proses KKN dapat berlangsung lebih efektif dan menyelesaikan seluruh perjanjian kerja sama dengan pihak lain secara tuntas, tidak hanya pada tahap pelaksanaan.

Kata kunci: UMKM, Koperasi Medang Kamulan, Perjanjian Kerja Sama, Kampung Seni Borobudur, Kuliah Kerja Nyata.

1. Latar Belakang

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja¹. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha dengan kriteria tertentu yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Penggolongan UMKM ini meliputi tiga kategori: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro merupakan usaha dengan kekayaan bersih nominal maksimal, Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta). Usaha kecil merupakan usaha yang kekayaan bersih dengan nominal antara Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta) sampai Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta). Usaha menengah merupakan usaha yang nominal kekayaan bersihnya antara Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar).

Desa Borobudur, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM yang berbasis produk lokal, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, serta jasa pariwisata². Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Borobudur adalah keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas, daya saing yang rendah, serta kurangnya pemahaman mengenai perjanjian bisnis yang adil dan berkelanjutan. Dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, UMKM Desa Borobudur perlu beradaptasi dengan pola

1 Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, *Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2023*, hlm. 10.

2 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Pengembangan Ekowisata dan Ekonomi Kreatif di Destinasi Wisata Prioritas (2022)*, hlm. 120.



bisnis yang lebih profesional dan strategis. Salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing adalah penerapan perjanjian yang kooperatif dalam transaksi bisnis, baik dengan pemasok, pembeli, maupun mitra usaha lainnya. Perjanjian yang kooperatif mengacu pada kesepakatan yang saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat, dengan menekankan aspek transparansi, keberlanjutan, dan kesejahteraan bersama. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian nasional.

Di Jawa Tengah, Kabupaten Magelang, Kecamatan Borobudur, Desa Borobudur, tepatnya di Dusun Kujon terdapat koperasi bernama Koperasi Medang Kamulan yang bergerak di bidang konsumen, khususnya UMKM. Koperasi Medang Kamulan mengelola berbagai unit usaha yang berada di Kampung Seni Borobudur (KSB). KSB terdiri atas 1.900 UMKM, lalu para pelaku usaha tersebut membuat komoditas usaha, berjumlah 7 komoditas. Para UMKM tersebut di kelola oleh Koperasi Medang Kamulaan (KMK). Lalu selain mengelola Kampung Seni Borobudur, KMK juga mengelola parkir, pemeliharaan gedung atau toilet, *security*, dan kerjasama dari produk-produk yang dijual oleh UMKM di bidang kuliner. Oleh karena itu MKM membentuk manajemen untuk mengatur perjanjian bisnis kerja sama.

Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM di Desa Borobudur yang belum memahami pentingnya perjanjian bisnis yang mengikat secara hukum. Ketidaktahuan ini sering kali berakibat pada permasalahan kontrak yang merugikan UMKM, seperti pembayaran tertunda, perbedaan persepsi dalam kerja sama, hingga perselisihan yang sulit diselesaikan³. Oleh karena itu, diperlukan upaya nyata untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam menyusun dan memahami perjanjian bisnis yang kooperatif agar dapat memperkuat posisi tawar mereka di pasar yang lebih kompetitif. Sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut perjanjian bisnis yang dilakukan oleh Manajemen KSB bekerja sama dengan berbagai pihak seperti perbankan (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Jateng) perusahaan di bidang *food and*

3 Suharto, R. (2020), *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kerja Sama dan Legalitas Bisnis*, hlm. 78.



beverage (PT Otsuka Indonesia, PT Indofood, PT Sinar Sosro), perparkiran (PT Bokor).

Program KKN yang ditugaskan oleh manajemen KSB ialah membantu tim legal membuat Memorandum of Understanding (MOU), membuat Perjanjian Kerja Sama (PKS), merevisi MoU dan PKS terhadap pihak-pihak yang bekerja sama dengan KSB. program ini, dapat membantu Management Kampung Seni Borobudur mempermudah proses MoU dan PKS. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Borobudur dapat mengelola bisnis mereka secara lebih profesional, memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai aspek hukum dalam berbisnis, serta mampu bersaing secara lebih kompetitif di pasar nasional dan internasional.

2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan “Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur Menuju Pasar Kompetitif melalui Perjanjian yang Kooperatif”⁴ bertujuan:

- a. Meningkatkan Pemahaman Hukum bagi UMKM
 - Memberikan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya perjanjian bisnis yang jelas, adil, dan mengikat secara hukum untuk menghindari konflik dan ketidakpastian dalam kerja sama bisnis.
- b. Membantu Penyusunan dan Revisi Dokumen Perjanjian
 - Membantu manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB) dan UMKM dalam penyusunan Memorandum of Understanding (MoU) dan Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan pihak ketiga, seperti perbankan, perusahaan F&B, dan sektor perparkiran.
 - Melakukan revisi terhadap MoU dan PKS yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM dan memenuhi aspek hukum yang lebih kuat.
- c. Meningkatkan Profesionalisme UMKM dalam Berbisnis
 - Mendorong UMKM untuk mengelola bisnis secara lebih profesional dengan menerapkan sistem kerja sama yang transparan, berbasis perjanjian yang kooperatif, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

4 Salim, H. (2021), *Hukum Kontrak dalam Bisnis*, hlm. 50-52.



- Meningkatkan daya saing UMKM di tingkat lokal, nasional, dan internasional dengan membangun ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan terstruktur.
- d. Mempermudah Proses Kerja Sama dengan Mitra Bisnis
 - Membantu Manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB) dalam menyusun perjanjian bisnis yang lebih efektif dengan pihak eksternal, seperti perbankan (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Jateng), perusahaan F&B (PT Otsuka Indonesia, PT Indofood, PT Sinar Sosro), serta perusahaan di sektor perparkiran (PT Bokor).
 - Memastikan bahwa perjanjian kerja sama yang dibuat memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi UMKM dan mitra bisnis.

3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan metode yang terstruktur dan berbasis kolaborasi antara tim KKN, Manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB), serta pelaku UMKM. Berikut adalah tahapan metode pelaksanaan yang akan dilakukan.

- a. Analisis Kebutuhan dan Permasalahan UMKM
 - Melakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam kerja sama bisnis.
 - Mengkaji dokumen perjanjian yang sudah ada guna memahami kelemahan dan potensi perbaikan yang dapat dilakukan.
- b. Sosialisasi dan Pelatihan
 - Mengadakan seminar atau *workshop* mengenai pentingnya perjanjian bisnis yang kooperatif, aspek hukum dalam kerja sama bisnis, serta mekanisme penyusunan MoU dan PKS.
 - Memberikan pelatihan bagi UMKM dalam menyusun dan memahami isi perjanjian kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak.
- c. Penyusunan dan Revisi Dokumen Perjanjian
 - Membantu tim legal KSB dalam menyusun MoU dan PKS dengan mitra bisnis.



- Merevisi perjanjian yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM serta memperhatikan aspek hukum yang lebih kuat.
- d. Pendampingan dan Evaluasi
 - Melakukan simulasi penyusunan dan negosiasi perjanjian agar UMKM dapat memahami praktik terbaik dalam menyusun kontrak bisnis.
 - Memberikan pendampingan bagi UMKM dalam implementasi perjanjian bisnis dengan mitra usaha.
 - Melakukan evaluasi terhadap efektivitas perjanjian yang telah dibuat serta dampaknya terhadap perkembangan UMKM.
- e. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi
 - Menyusun laporan hasil kegiatan yang mencakup analisis perjanjian bisnis UMKM, dampak kegiatan terhadap UMKM di Kampung Seni Borobudur, serta rekomendasi untuk pengembangan kerja sama bisnis yang lebih baik pada masa depan.

Dengan metode pelaksanaan yang komprehensif, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM Desa Borobudur, memperkuat posisi tawar mereka dalam kerja sama bisnis, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan “Meningkatkan Potensi UMKM Desa Borobudur Menuju Pasar Kompetitif Melalui Perjanjian yang Kooperatif” dilaksanakan selama dua bulan, dimulai dari 6 Oktober 2024 hingga 6 Desember 2024.

Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan ini akan dilaksanakan di beberapa lokasi yang strategis guna menyesuaikan dengan kebutuhan koordinasi antara manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB), pelaku UMKM, dan pihak-pihak ketiga yang terlibat dalam kerja sama bisnis.

- a. Lokasi Utama:
 - Kampung Seni Borobudur (KSB), Magelang



Sebagai pusat kegiatan utama, KSB menjadi lokasi utama pelaksanaan kegiatan ini. Di tempat ini akan dilakukan berbagai aktivitas, seperti analisis kebutuhan UMKM, sosialisasi, pelatihan penyusunan perjanjian bisnis, revisi dokumen kerja sama, serta pendampingan UMKM dalam implementasi perjanjian bisnis.

- b. Lokasi Tambahan: Restoran atau Kafe di Magelang, Yogyakarta, dan Jakarta
- Mengingat program kerja yang dilakukan melibatkan koordinasi dengan mitra bisnis dan pihak ketiga, beberapa pertemuan, diskusi, dan negosiasi perjanjian bisnis dilakukan di tempat-tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh berbagai pihak terkait.
 - Magelang: Untuk koordinasi dengan pelaku UMKM lokal, tim legal KSB, dan pihak perbankan.
 - Yogyakarta: Sebagai titik pertemuan dengan mitra usaha yang memiliki basis operasional di wilayah DIY dan sekitarnya.
 - Jakarta: Untuk mengakomodasi diskusi dengan perusahaan mitra berskala nasional, seperti perusahaan di sektor perbankan (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Jateng), industri Food & Beverage (PT Otsuka Indonesia, PT Indofood, PT Sinar Sosro), serta perusahaan perpajakan (PT Bokor).

Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk memastikan kelancaran proses kerja sama antara manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB), pelaku UMKM, dan mitra bisnis, sehingga program dapat berjalan secara efektif dan berdampak langsung terhadap peningkatan daya saing UMKM di Desa Borobudur.

5. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan selama dua bulan, yaitu pada 6 Oktober – 6 Desember 2024, di Kampung Seni Borobudur, Magelang, telah diperoleh berbagai pencapaian yang signifikan dalam mendukung pelaku UMKM untuk memasuki pasar yang lebih kompetitif melalui perjanjian bisnis yang kooperatif.

Kegiatan ini difokuskan pada penyusunan, revisi, dan finalisasi Perjanjian Kerja Sama (PKS) antara Koperasi Medang Kamulan (KMK) dan beberapa



mitra bisnis strategis yang dapat membantu pengelolaan Kampung Seni Borobudur (KSB) dan mendukung keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tergabung dalam ekosistem bisnis di kawasan tersebut. Dalam prosesnya, dilakukan serangkaian diskusi, pertemuan, serta negosiasi antara Koperasi Medang Kamulan dengan pihak mitra bisnis, baik di Kampung Seni Borobudur maupun di lokasi lain, seperti Bandung dan Jakarta. Hasil utama dari kegiatan ini adalah berhasilnya penandatanganan dua perjanjian kerja sama penting yang mendukung pengelolaan kawasan wisata serta bisnis UMKM, yaitu dengan PT Taman Wisata Candi dan PT Bokor Buana Nusantara.

a. Keberhasilan dalam Penyusunan dan Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS)

Salah satu fokus utama kegiatan ini adalah membantu manajemen Kampung Seni Borobudur (KSB) dan Koperasi Medang Kamulan dalam menyusun, merevisi, serta menandatangani Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan berbagai pihak yang menjadi mitra bisnis mereka. Dalam hal ini, terdapat dua perjanjian kerja sama penting yang berhasil difinalisasi, yaitu dengan PT Taman Wisata Candi dan PT Bokor Buana Nusantara.

1) Perjanjian Kerja Sama dengan PT Taman Wisata Candi

Pada 13 November 2024, Koperasi Medang Kamulan secara resmi menandatangani Perjanjian Kerja Sama dengan PT Taman Wisata Candi. Proses penyusunan PKS ini tidak terjadi dalam waktu singkat, tetapi melalui dua kali revisi sebelum mencapai kesepakatan final.

Proses revisi dilakukan berdasarkan berbagai pertimbangan hukum dan kepentingan bisnis agar kedua belah pihak dapat memperoleh manfaat yang seimbang. Sebelum dilakukan penandatanganan, draf PKS ini diperiksa oleh Pengawas dan Anggota Pengawas Koperasi Medang Kamulan, yaitu

- Bapak Puji Yanto sebagai Ketua Pengawas
- Bapak Akhmad Sholih Uddin sebagai Anggota Pengawas
- Pengacara Koperasi Medang Kamulan

Pemeriksaan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa perjanjian yang disusun telah memenuhi aspek hukum dan memberikan perlindungan yang cukup bagi Koperasi Medang Kamulan serta



UMKM yang terlibat di dalamnya. Setelah draf akhir dinyatakan final, penandatanganan dilakukan oleh Ketua Koperasi Medang Kamulan, Bapak Jimi Belinda, sebagai bentuk perjanjian kerja sama yang sah dan mengikat.



Gambar 1. Pertemuan tentang Perjanjian Kerja Sama pengelolaan parkir di Kampung Seni Borobudur bersama PT Taman Wisata Candi (TWC)

Kesepakatan ini menjadi tonggak penting bagi pengelolaan UMKM di Kampung Seni Borobudur, karena memungkinkan adanya kolaborasi strategis antara KSB dan PT Taman Wisata Candi dalam mendukung sektor pariwisata serta pengelolaan produk UMKM yang lebih sistematis dan profesional.

Dampak dan manfaat dari kerja sama ini adalah sebagai berikut.

- a) Peningkatan Pengelolaan Kawasan Wisata. Perjanjian ini memastikan bahwa pengelolaan fasilitas di sekitar kawasan wisata Candi Borobudur lebih profesional, terutama dalam hal manajemen parkir, kebersihan, dan pelayanan pengunjung. Hal ini mendukung pengelolaan yang lebih terstruktur bagi UMKM yang beroperasi di dalam area wisata.
- b) Dukungan untuk UMKM Kampung Seni Borobudur. Melalui kerja sama ini, pelaku UMKM yang tergabung dalam Kampung Seni Borobudur memiliki akses lebih baik ke fasilitas pendukung

dan pengelolaan kawasan yang lebih teratur. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, sehingga berdampak positif pada penjualan produk-produk UMKM.

- c) Keamanan dan kepastian hukum bagi koperasi dan UMKM. Adanya PKS ini memberikan kepastian hukum terhadap hak dan kewajiban Koperasi Medang Kamulan dalam mengelola berbagai aspek yang berkaitan dengan kawasan wisata, termasuk pemeliharaan fasilitas dan hubungan kerja sama dengan mitra lainnya.
- 2) Perjanjian Kerja Sama dengan PT Bokor Buana Nusantara
Pada 29 November 2024, Koperasi Medang Kamulan kembali berhasil menandatangani Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan PT Bokor Buana Nusantara, perusahaan yang bergerak di bidang perparkiran. PKS ini membutuhkan pendekatan yang lebih intensif dan kompleks dibandingkan perjanjian dengan PT Taman Wisata Candi. Hal ini karena banyak aspek teknis yang perlu dibahas lebih lanjut antara kedua belah pihak, terutama dalam hal
 - pengelolaan perparkiran di kawasan Kampung Seni Borobudur
 - sistem bagi hasil antara KMK dan PT. Bokor Buana Nusantara
 - keberlanjutan kerja sama dalam jangka panjang





Gambar 2. Kerja sama antara Koperasi Medang Kamulan PT Bokor Buana Nusantara, bersama dengan Direktur Utama PT Bokor Buana Nusantara

Proses negosiasi dan revisi.

- Perjanjian ini membutuhkan pendekatan intensif karena adanya berbagai aspek teknis yang perlu disepakati di antara kedua belah pihak.
- Diskusi dilakukan secara mendalam mengenai pengelolaan parkir, sistem pembayaran, dan aspek hukum kerja sama.
- Untuk mencapai kesepakatan yang lebih matang, dilakukan pertemuan lanjutan antara Koperasi Medang Kamulan dan PT Bokor Buana Nusantara di Bandung guna membahas aspek strategis dari kerja sama ini.
- Setelah mendapatkan pemahaman dari PKS sebelumnya dengan PT Taman Wisata Candi, tim legal KMK dapat menyesuaikan isi perjanjian dengan lebih cepat, sehingga PKS dengan PT Bokor Buana Nusantara hanya memerlukan satu kali revisi sebelum mencapai tahap final.
- Setelah dilakukan pengecekan ulang oleh pengawas koperasi, perjanjian ini ditandatangani oleh perwakilan kedua belah pihak.

Dampak dan manfaat dari kerja sama.

- a) Peningkatan Sistem Pengelolaan Parkir. Dengan adanya kerja sama ini, sistem parkir di kawasan wisata menjadi lebih teratur

dan efisien, yang dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan serta mengurangi kemacetan di sekitar area Candi Borobudur.

- b) Meningkatkan Pendapatan dan Efisiensi Koperasi. Sebagai bagian dari kerja sama ini, Koperasi Medang Kamulan memperoleh porsi pendapatan dari pengelolaan parkir, yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan UMKM di Kampung Seni Borobudur. Dengan manajemen yang lebih profesional, diharapkan pengelolaan parkir dapat berjalan lebih efisien dan transparan, sehingga mengurangi potensi konflik terkait pembagian hasil usaha.
- c) Mempermudah Kolaborasi dengan Pihak Ketiga. Keberhasilan perjanjian ini menunjukkan bahwa Koperasi Medang Kamulan mampu bernegosiasi dan membangun kerja sama dengan perusahaan berskala nasional, yang dapat menjadi model untuk kerja sama pada masa depan dengan mitra bisnis lainnya.

b. Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Perjanjian Bisnis

Selain penyusunan dan finalisasi PKS, kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur dalam hal pemahaman terhadap perjanjian bisnis dan aspek hukum dalam kerja sama usaha.

Melalui sesi diskusi dan pelatihan yang dilakukan dalam program ini, para pelaku UMKM memperoleh pemahaman tentang.

- pentingnya memiliki perjanjian bisnis yang sah dan mengikat untuk menghindari potensi konflik di masa depan;
- aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam penyusunan kontrak kerja sama, seperti klausul hak dan kewajiban masing-masing pihak, mekanisme penyelesaian sengketa, serta jangka waktu perjanjian;
- strategi dalam melakukan negosiasi perjanjian bisnis yang menguntungkan dan bagaimana meningkatkan posisi tawar mereka dalam kerja sama dengan pihak eksternal.

Dari hasil diskusi dengan pelaku UMKM, ditemukan bahwa sebelum adanya program ini, banyak pelaku usaha yang belum memahami isi dan konsekuensi dari kontrak bisnis yang mereka tanda tangani. Dengan adanya pelatihan dan diskusi yang dilakukan, UMKM kini lebih siap



dalam menjalankan bisnis mereka secara profesional dengan memahami aspek hukum yang lebih kuat.

c. Tantangan yang Dihadapi dan Solusi yang Diterapkan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi.

1. Kurangnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya perjanjian bisnis
 - o Solusi: Melakukan pendekatan edukatif melalui diskusi dan pelatihan agar UMKM memahami urgensi perjanjian bisnis yang jelas.
2. Proses negosiasi yang panjang dengan pihak mitra
 - o Solusi: Mengadakan beberapa sesi pertemuan dan revisi dokumen agar kedua belah pihak dapat mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan.
3. Perbedaan persepsi dalam penyusunan PKS
 - o Solusi: Melibatkan tim legal dari Koperasi Medang Kamulan dan pengawas koperasi dalam proses revisi untuk memastikan perjanjian menguntungkan semua pihak.

Selama dua bulan pelaksanaan kegiatan ini, telah terjadi perkembangan signifikan dalam pengelolaan kerja sama bisnis antara Koperasi Medang Kamulan dan mitra eksternal. Selain keberhasilan dalam penyusunan dan finalisasi PKS, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran hukum dan keterampilan negosiasi para pelaku UMKM di Kampung Seni Borobudur. Melalui perjanjian yang kooperatif dengan PT Taman Wisata Candi dan PT Bokor Buana Nusantara, ekosistem bisnis UMKM di Kampung Seni Borobudur menjadi lebih profesional dan memiliki daya saing lebih tinggi. Dengan meningkatnya kapasitas UMKM dalam memahami aspek hukum dan negosiasi bisnis, mereka kini lebih siap untuk memasuki pasar yang lebih kompetitif, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.



6. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan selama dua bulan, yaitu pada 6 Oktober – 6 Desember 2024, di Kampung Seni Borobudur, Magelang, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan dampak yang signifikan bagi penguatan posisi tawar UMKM melalui penyusunan dan revisi perjanjian kerja sama yang lebih profesional dan kooperatif. Berikut beberapa poin utama yang dapat disimpulkan dari kegiatan ini.

- 1) Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Memahami Perjanjian Bisnis
 - a) Kegiatan sosialisasi dan pelatihan telah berhasil meningkatkan kesadaran hukum pelaku UMKM mengenai pentingnya memiliki perjanjian bisnis yang sah dan mengikat.
 - b) Pelaku UMKM kini lebih memahami aspek hak dan kewajiban dalam kontrak bisnis, mekanisme penyelesaian sengketa, serta bagaimana menyusun dan menegosiasikan perjanjian yang menguntungkan.
- 2) Keberhasilan dalam Penyusunan dan Finalisasi Perjanjian Kerja Sama (PKS)
 - a) Program ini berhasil memfasilitasi penyusunan dan revisi perjanjian kerja sama antara Koperasi Medang Kamulan (KMK) dengan mitra bisnis strategis seperti.
 - PT Taman Wisata Candi (PKS ditandatangani pada 13 November 2024) yang bertujuan meningkatkan pengelolaan kawasan wisata dan mendukung UMKM di Kampung Seni Borobudur.
 - PT Bokor Buana Nusantara (PKS ditandatangani pada 29 November 2024) yang memperbaiki sistem pengelolaan parkir dan meningkatkan pendapatan bagi Koperasi Medang Kamulan.
 - b) Proses negosiasi dan revisi yang dilakukan telah mencerminkan pentingnya transparansi, keseimbangan hak dan kewajiban, serta keberlanjutan dalam kerja sama bisnis.
- 3) Tantangan dan Solusi dalam Implementasi Perjanjian Bisnis
 - a) Kurangnya kesadaran UMKM terhadap perjanjian bisnis yang legal dan mengikat telah diatasi melalui edukasi dan pendampingan dari tim legal KSB.



- b) Proses negosiasi yang kompleks dengan mitra bisnis diselesaikan melalui diskusi intensif dan pertemuan strategis untuk mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan.
 - c) Perbedaan persepsi dalam penyusunan PKS berhasil diminimalisir dengan keterlibatan pengawas koperasi serta tim legal yang memastikan kejelasan klausul kontrak.
- 4) Dampak Positif terhadap Pengelolaan Kampung Seni Borobudur
- a) Dengan adanya PKS ini, sistem kerja sama antara KSB, UMKM, dan mitra bisnis menjadi lebih terstruktur, profesional, dan berorientasi pada keberlanjutan.
 - b) Peningkatan manajemen parkir dan fasilitas wisata yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata Borobudur, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan omzet UMKM yang berada dalam ekosistem KSB.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membangun ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi bagi UMKM di Desa Borobudur, dengan memperkuat aspek legal dalam kerja sama bisnis mereka.

Agar hasil dari kegiatan ini dapat berlanjut dan memberikan dampak yang lebih luas, berikut beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dipertimbangkan:

- 1) Peningkatan kesadaran dan edukasi hukum bagi UMKM
 - Diperlukan program pelatihan berkala mengenai perjanjian bisnis, negosiasi, dan aspek hukum dalam kontrak bagi UMKM di Kampung Seni Borobudur.
 - Koperasi Medang Kamulan dapat mengadakan klinik konsultasi hukum yang dapat diakses oleh UMKM untuk mendapatkan pendampingan dalam penyusunan perjanjian bisnis.
- 2) Penerapan Standardisasi Dokumen Perjanjian untuk UMKM
 - Diperlukan penyusunan *template* Perjanjian Kerja Sama standar yang dapat digunakan oleh UMKM dalam bertransaksi dengan mitra bisnis, sehingga mereka memiliki dokumen yang lebih kuat secara hukum.



- Perlu dibuat panduan sederhana mengenai cara menyusun perjanjian bisnis yang jelas, termasuk poin-poin krusial yang harus ada dalam setiap kontrak.
- 3) Penguatan kerja sama dengan mitra bisnis
- Setelah berhasil menjalin PKS dengan PT Taman Wisata Candi dan PT Bokor Buana Nusantara, Koperasi Medang Kamulan sebaiknya melanjutkan upaya kerja sama dengan mitra bisnis lainnya, seperti perusahaan di sektor perbankan, distribusi produk UMKM, dan *digital marketing* untuk memperluas akses pasar UMKM.
 - Diperlukan evaluasi rutin terhadap perjanjian yang telah dibuat untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban masing-masing pihak terpenuhi dengan baik.
- 4) Digitalisasi sistem kerja sama UMKM
- Dalam rangka mempermudah transparansi dan pengelolaan perjanjian bisnis, Koperasi Medang Kamulan dapat mempertimbangkan penggunaan sistem digital dalam pengelolaan kontrak dan Perjanjian Kerja Sama.
 - Penggunaan *platform* digital atau aplikasi berbasis *cloud* dapat membantu UMKM untuk memantau dan mengelola perjanjian bisnis mereka dengan lebih mudah dan efisien.
- 5) Evaluasi dan pengembangan program
- Perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap dampak dari Perjanjian Kerja Sama yang telah dibuat, baik dari segi keuntungan yang diperoleh UMKM maupun kepatuhan terhadap kontrak yang disepakati.
 - Kegiatan ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan membuka program mentoring bagi UMKM yang ingin meningkatkan pemahaman mereka dalam aspek hukum bisnis dan strategi kerja sama.

Dengan adanya rekomendasi ini, diharapkan penguatan kerja sama bisnis berbasis perjanjian kooperatif dapat terus berjalan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM di Kampung Seni Borobudur, sehingga mereka lebih siap menghadapi pasar yang kompetitif secara profesional dan berkelanjutan.

7. Daftar Acuan

- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kementerian Hukum dan HAM.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun 2023*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan Pengembangan Ekowisata dan Ekonomi Kreatif di Destinasi Wisata Prioritas*. Kemenparekraf.
- Salim, H. (2021). *Hukum kontrak dalam bisnis*. PT RajaGrafindo Persada.
- Suharto, R. (2020). *Strategi Pengembangan UMKM berbasis kerja sama dan legalitas bisnis*. CV Pustaka Jaya.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Peran, tantangan, dan kebijakan pengembangan*. LP3ES.



Dokumentasi Kegiatan



Pertemuan tentang Perjanjian Kerja Sama pengelolaan parkir Di Kampung Seni Borobudur Bersama dengan PT Taman Wisata Candi (TWC)



Pertemuan yang membahas Perjanjian Kerja Sama antara Koperasi Medang Kamulan) dengan PT Bokor Buana Nusantara, bersama dengan Direktur Utama PT. Bokor Buana Nusantara





Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama
antara Koperasi Medang Kamulan dan PT
Taman Wisata Candi (TWC)



Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama antara
Koperasi Medang Kamulan dan PT Bokor
Buana Nusantara

PENCATATAN KEUANGAN DAN STOK BARANG MENGUNAKAN APLIKASI TEMAN BISNIS SEBAGAI SOLUSI EFISIENSI BAGI UMKM DAN KOPERASI *FASHION* MEDANG KAMULAN

Sara Gobai
Rodemeus Ristyantoro
Purnomolugi Ursila Nilam Sari
Sri Hapsari Wijayanti
Devi Angrahini Anni Lembana

ABSTRAK

Kampung Seni Borobudur merupakan destinasi wisata budaya yang berperan dalam mempromosikan seni lokal dan memberdayakan ekonomi masyarakat setempat. Salah satu UMKM di wilayah tersebut adalah Koperasi *Fashion* Medang Kamulan, yang menghadapi permasalahan terkait pencatatan keuangan dan pengelolaan stok barang yang masih dilakukan secara manual. Kesalahan dalam pencatatan ini menimbulkan ketidakakuratan laporan dan memperlambat proses bisnis, sehingga diperlukan modernisasi sistem manajemen koperasi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendigitalisasi pencatatan keuangan dan pengelolaan stok barang di koperasi melalui pelatihan penggunaan aplikasi Teman Bisnis. Dengan digitalisasi ini, diharapkan koperasi dapat mengurangi kesalahan dalam pencatatan, mempercepat penyusunan laporan keuangan, serta meningkatkan efisiensi operasional. Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan dua sesi pelatihan, dua sesi pendampingan, dan satu sesi evaluasi. Pelatihan pertama adalah pengenalan tentang Teman Bisnis; pelatihan kedua berfokus pada praktik

penggunaan aplikasi. Pendampingan dilakukan untuk memastikan koperasi dapat menerapkan teknologi ini dalam kegiatan sehari-hari secara konsisten. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Teman Bisnis. Meskipun tantangan terkait biaya berlangganan aplikasi muncul, kegiatan ini berhasil memperkenalkan digitalisasi pencatatan keuangan sebagai solusi efisien. Pada masa depan, diperlukan pendekatan yang lebih fleksibel dengan alternatif teknologi yang lebih terjangkau bagi UMKM dengan skala lebih kecil.

Kata kunci: Kampung Seni Borobudur, Koperasi Fashion Medang Kamulan, digitalisasi laporan keuangan, digitalisasi pengelolaan stok barang, UMKM

1. Latar Belakang

Kampung Seni Borobudur berperan sebagai salah satu destinasi pendukung pariwisata di kawasan Candi Borobudur yang mengintegrasikan budaya, seni, dan komunitas lokal dalam satu ruang kreatif. Kampung Seni Borobudur menjadi tempat bagi para wisatawan untuk merasakan pengalaman seni dan budaya tradisional, seperti seni rupa, ukir batik, dan pertunjukan tarian tradisional (Gambar 1)



Gambar 1. Kampung Seni Borobudur

Kampung Seni Borobudur pun memiliki peran penting lainnya, yaitu pelestarian budaya lokal, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan diversifikasi wisata Borobudur. Kampung Seni Borobudur dapat mendukung keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Kampung Seni Borobudur dibangun dengan tujuan untuk mempromosikan seni dan budaya lokal, sekaligus menjadi pusat kegiatan ekonomi yang memberdayakan masyarakat sekitar. Dengan menjadi destinasi wisata budaya dan seni, Kampung Seni Borobudur bertujuan untuk memberikan peluang kerja dan menciptakan lapangan usaha bagi masyarakat setempat, terutama para pengrajin, seniman, dan pedagang lokal. Melalui berbagai kegiatan seni, pameran, dan kerajinan tangan yang dihasilkan oleh masyarakat, Kampung Seni Borobudur berperan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Di Kampung Seni Borobudur, terdapat tiga koperasi yang berperan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satunya adalah Koperasi Fashion Medang Kamulan (Gambar 2) yang bergerak di bidang *fashion*. Koperasi ini menjadi penghubung antara produsen dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjual produk-produk *fashion*, seperti daster, kemeja, baju tidur, dan pakaian batik. Koperasi ini menyediakan barang dagangan yang dibeli oleh UMKM *fashion* (Gambar 3) untuk dijual kembali kepada wisatawan atau masyarakat setempat.



Gambar 2.
Berada di Koperasi Medang Kamulan



Gambar 3. UMKM *Fashion*

Pembangunan ekonomi merupakan fokus utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Tejasari, 2008). Dalam konteks ini, peran UMKM sangatlah penting dan strategis (Aliyah, 2022; Hidayat & Latifah, 2022; Sofyan, 2017; Vinatra, 2023). UMKM menjadi ujung tombak dalam pembangunan ekonomi karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dan mendistribusikan hasil pembangunan, serta kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Saleh & Ndubisi, 2006).

UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik yang terus meningkat dan berkembang. UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM adalah suatu kategori usaha yang sangat banyak jumlahnya serta dapat menyokong percepatan laju pertumbuhan ekonomi suatu negara khususnya di Indonesia. UMKM ini termasuk dalam sektor nyata yang memiliki ketahanan tinggi terhadap dampak krisis ekonomi (Yohana, 2024).

UMKM *fashion* di Kampung Seni Borobudur merupakan warga asli Borobudur yang menjalankan usaha dengan menjual berbagai produk *fashion*, seperti daster, kemeja, baju tidur, dan pakaian batik. Barang dagangan yang mereka jual sebagian besar diperoleh dari Koperasi *Fashion* Borobudur, yang menyediakan berbagai kebutuhan *fashion* bagi para pelaku UMKM di kampung tersebut. Dengan adanya koperasi, para pengusaha kecil ini dapat dengan mudah mendapatkan stok barang yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Keberadaan UMKM *fashion* ini tidak hanya memberikan penghasilan bagi masyarakat lokal, tetapi juga memperkuat ekonomi komunitas melalui usaha yang saling mendukung. Mereka berperan penting dalam memperkenalkan produk *fashion* khas Borobudur kepada para wisatawan, sekaligus menjaga kesinambungan tradisi dan budaya lokal. Dengan dukungan koperasi, UMKM ini terus berkembang dan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.

UMKM menghadapi tantangan baru di era digital. Digitalisasi semakin menjadi faktor kunci untuk menjaga kelangsungan bisnis dan memastikan daya saing di pasar yang terus berkembang. Salah satu dampak



terbesar digitalisasi adalah peranannya dalam pelaporan keuangan, dengan menggunakan alat digital, hal itu dapat meningkatkan akurasi, transparansi, dan akses ke pendanaan.

Menurut Sadeli (2008), tujuan laporan keuangan ialah 1) menyajikan informasi yang dapat diandalkan tentang kekayaan dan kewajiban; 2) menyajikan informasi yang dapat diandalkan tentang perubahan kekayaan bersih perusahaan sebagai hasil dari kegiatan usaha; 3) menyajikan informasi yang dapat diandalkan tentang perubahan kekayaan bersih yang bukan kegiatan usaha; 4) menyajikan informasi yang dapat membantu para pemakai dalam menaksir kemampuan perusahaan memperoleh laba; 5) menyajikan informasi lain yang relevan dengan keperluan para pemakaiannya. Salah satu upaya melibatkan teknologi dalam kegiatan usaha dapat diwujudkan dengan mengadopsi sistem digitalisasi bagi pengelolaan laporan keuangan.

Digitalisasi dalam pembuatan laporan keuangan merupakan upaya meningkatkan efisiensi, transparansi dan akuntabilitas, sehingga bukan hanya hasil yang pasti dan meminimalisasi kesalahan pencatatan, melainkan juga dapat mengakses sumber pendanaan yang lebih luas. Laporan keuangan ialah bentuk transparansi kondisi keuangan suatu perusahaan, maka dapat juga dilihat sebagai gambaran kinerja keuangan suatu perusahaan. Karena itu, laporan keuangan berperan sebagai acuan untuk memperbaiki dan menentukan tujuan yang akan dicapai suatu perusahaan pada masa depan (Pardede *et al.*, 2022).

Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM *fashion*, khususnya Koperasi *Fashion* Medang Kamulan di Kampung Seni Borobudur terkait pengelolaan pencatatan laporan keuangan dan stok barang yang masih manual. Sistem pencatatan yang masih manual kerap kali menyebabkan kesalahan dalam pemasukan-pengeluaran dana dan keluar-masuk barang. Hal ini dapat berdampak pada efisiensi operasional dan kelancaran bisnis mereka, sehingga diperlukan solusi yang dapat membantu meningkatkan akurasi dan keteraturan dalam pencatatan.

Digitalisasi dalam Pelaporan Keuangan Digitalisasi merujuk pada transisi dari proses manual ke sistem berbasis teknologi. Dalam konteks pelaporan keuangan, digitalisasi melibatkan otomatisasi proses akuntansi melalui

perangkat lunak dan sistem terintegrasi. Menurut Vial (2021), digitalisasi tidak hanya terkait dengan teknologi itu sendiri, tetapi juga bagaimana pengguna, termasuk UMKM, beradaptasi dengan perubahan teknologi tersebut. Hal tersebut meningkatkan efisiensi operasional dan meminimalkan kesalahan manusia, terutama dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Digitalisasi laporan keuangan berarti transisi proses pembuatan laporan keuangan dari manual ke sistem atau otomatisasi.

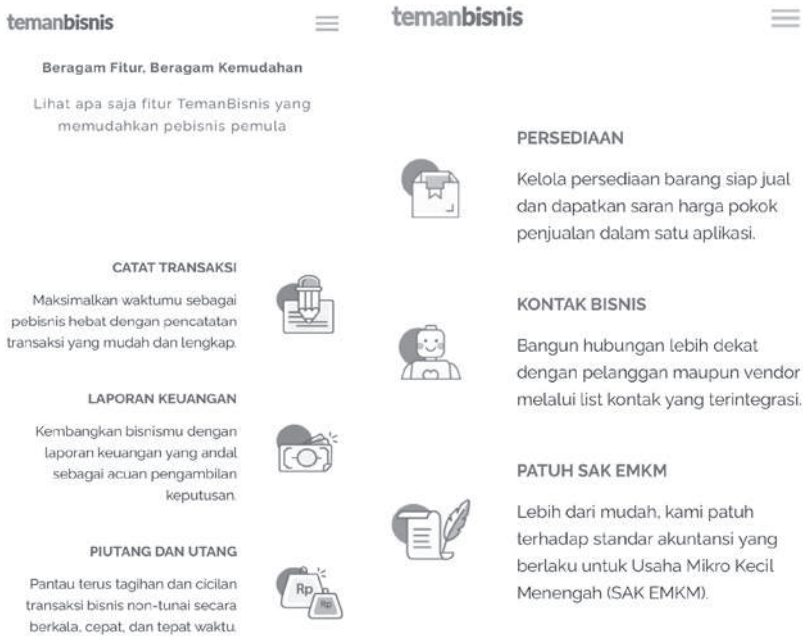
Pentingnya pembukuan transaksi dengan digital dapat membantu mengatur semua catatan transaksi dengan rapi, data dapat terorganisasi, dan menghasilkan catatan keuangan yang akurat. Sementara itu, dengan pembukuan keuangan yang dilakukan secara manual banyak kelemahan yang terjadi, di antaranya adalah ketidaktepatan, kurang teratur, dan kurang sistematis. Selain itu, catatan pembukuan yang dilakukan secara manual tidak ada kontrol keuangan. Tidak adanya kontrol ini mengakibatkan manajemen pengelolaan pembukuan keuangan tidak konsisten (Azizah *et al.*, 2021).

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, kami menawarkan aplikasi Teman Bisnis (Gambar 4)



Gambar 4. Aplikasi Teman Bisnis

Teman Bisnis adalah sebuah aplikasi berbayar yang dapat membantu pengelolaan keuangan dan stok barang secara lebih teratur dan efisien. Aplikasi ini dirancang khusus untuk UMKM dan koperasi, dengan fitur-fitur yang mendukung pencatatan transaksi (Gambar 5).



Gambar 5. Fitur-fitur Teman Bisnis

Terdapat tiga kelebihan yang selalu diutamakan Teman Bisnis untuk mendukung UMKM. Yang pertama adalah kemudahan penggunaan. Teman Bisnis menggunakan tampilan yang simpel dan mudah tanpa menghilangkan prinsip-prinsip akuntansi yang ada. Itu sebabnya semua pebisnis bisa memakai aplikasi ini dengan mudah walaupun tanpa latar belakang akuntansi/keuangan sama sekali.

Yang kedua adalah kecepatan akses. Teman Bisnis dapat diakses melalui *smartphone* yang cenderung lebih fleksibel dan gesit jika dibandingkan dengan komputer/laptop sehingga memudahkan pengusaha. Selain itu, Teman Bisnis selalu menjaga *size* aplikasi agar selalu efisien dan ringan digunakan di mayoritas *smartphone* yang digunakan.

Yang ketiga adalah informatif. Teman Bisnis yakin bahwa dengan aplikasi yang memang difokuskan untuk pencatatan keuangan UMKM, maka hasilnya akan tepat sasaran, artinya dapat menghadirkan informasi yang dijadikan

pengambilan keputusan. Itu sebabnya Teman Bisnis memulai aplikasinya dengan fitur laporan arus kas dan laporan laba rugi, karena memang kedua laporan tersebut yang sangat dibutuhkan oleh UMKM. Laporan arus kas digunakan pengusaha untuk mengontrol pemasukan dan pengeluaran kas, sedangkan laporan laba rugi digunakan sebagai pertimbangan untuk pembayaran pajak.

Dengan menggunakan aplikasi Teman Bisnis, UMKM *fashion* dan Koperasi *Fashion* di Kampung Seni Borobudur dapat lebih mudah dalam memantau kondisi keuangan dan stok barang mereka secara *real-time*. Selain itu, aplikasi ini dapat membantu mereka menyusun laporan keuangan dengan lebih akurat, sehingga meminimalkan kesalahan yang sering terjadi saat pencatatan manual.

Kami yakin bahwa penggunaan aplikasi Teman Bisnis akan memberikan dampak positif bagi pengelolaan bisnis di Kampung Seni Borobudur. Selain meningkatkan efisiensi operasional, aplikasi ini juga dapat mendukung perkembangan ekonomi lokal dengan membantu para pelaku usaha menjadi lebih profesional dalam mengelola keuangan dan stok barang mereka.

2. Tujuan Kegiatan

Dari permasalahan di atas kami akan melakukan kegiatan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi terkait digitalisasi pencatatan laporan keuangan serta manajemen stok barang. Dengan menerapkan aplikasi keuangan yang tepat seperti Teman Bisnis, diharapkan penyusunan laporan keuangan menjadi lebih cepat, terstruktur, dan terorganisasi dengan baik dan dapat membantu meminimalisasi kesalahan yang sering terjadi dalam sistem pencatatan manual, yang kerap kali menjadi masalah dalam pengelolaan keuangan dan stok barang dengan begitu akan bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan dengan memanfaatkan aplikasi digital Teman Bisnis, sehingga mempermudah dalam pembuatan laporan keuangan (Mulyani, 2023).

Selain itu, melalui kegiatan ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola stok barang dengan lebih akurat dan efisien.



Dengan bantuan teknologi Teman Bisnis, proses pengelolaan stok akan menjadi lebih mudah dipantau dan dikontrol, sehingga potensi kerugian akibat kesalahan pencatatan dapat ditekan. Pendampingan dan evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan juga bertujuan untuk memastikan penerapan sistem yang sudah dipelajari berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang maksimal.

3. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan empat langkah utama.

- 1) Observasi
Kami melakukan observasi terlebih dahulu selama dua minggu pada Koperasi *fashion* Medang Kamulan
- 2) Pelatihan
Setelah kami melakukan observasi, ditemukan beberapa kendala dalam mencatat laporan keuangan sehingga kami melakukan dua kali pelatihan
 - Pelatihan 1
Pelatihan ini berfokus pada penjelasan mengenai manfaat aplikasi yang akan digunakan untuk mencatat laporan keuangan dan keluar masuk stok barang secara digital, yaitu aplikasi Teman Bisnis.
 - Pelatihan 2
Pada pelatihan kedua, peserta mempraktikkan penggunaan aplikasi Teman Bisnis secara langsung, sehingga peserta dapat memahami fungsinya secara mendalam.
- 3) Pendampingan
Setelah pelatihan, peserta Koperasi Medang Kamulan diberikan dua kali pendampingan untuk membantu mereka menerapkan sistem yang baru dalam kegiatan sehari-hari.
- 4) Evaluasi
Setiap sesi pelatihan akan diikuti dengan evaluasi untuk menilai tingkat pemahaman peserta dan menyesuaikan metode pelatihan jika diperlukan. Selain itu, pendampingan juga akan dievaluasi secara berkala untuk memastikan implementasi berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Monitoring akan dilakukan melalui observasi langsung dan diskusi bersama pengurus koperasi untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi selama penerapan sistem baru.



Peran mitra (UMKM Koperasi Medang Kamulan) dalam kegiatan ini adalah berpartisipasi aktif dalam pelatihan sistem digital. Mereka juga diharapkan memberikan masukan terkait kendala yang mereka temui, sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan operasional koperasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan koperasi dapat mengadopsi sistem yang lebih modern dan efisien untuk mendukung kelancaran bisnis mereka, yaitu aplikasi Teman Bisnis.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Berikut adalah waktu dan tempat pelaksanaan keempat tahap pelaksanaan.

1. Observasi diadakan di Kampung Seni Borobudur pada Koperasi *Fashion* Medang Kamulan pada 7 Oktober 2024-23 Oktober 2024.
2. Pelatihan pertama dilakukan di Kampung Seni Borobudur pada 7 November 2024. Pelatihan kedua dilakukan di Kampung Seni Borobudur pada 8 November 2024.
3. Pendampingan dilakukan sebanyak dua kali, yaitu pada 15 November 2024 dan 22 November 2024.
4. Evaluasi dilakukan di Kampung Seni Borobudur secara berkala pada setiap kali pendampingan. Evaluasi diadakan pada 29 November 2024.

5. Hasil Kegiatan Dan Diskusi

Hasil kegiatan pelatihan kami di Kampung Seni Borobudur pada UMKM *fashion* dan khususnya Koperasi Fashion Medang Kamulan, Kampung Seni Borobudur, menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan teknologi digital untuk pencatatan keuangan dan pengelolaan stok barang. Dari dua kali pelatihan yang diadakan, para peserta yang awalnya tidak mengetahui apa itu aplikasi Teman Bisnis kini telah memahami manfaat dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Mereka memahami pentingnya digitalisasi dalam pencatatan laporan keuangan dan bagaimana hal ini dapat membantu mengurangi kesalahan pencatatan yang sebelumnya sering terjadi.



Pada pelatihan pertama, yang dilaksanakan dan diikuti oleh bapak ibu dari koperasi *fashion* dan UMKM lainnya sebagai peserta pada 7 November 2024, diberikan penjelasan tentang aplikasi Teman Bisnis. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan berbagai fitur yang ada, termasuk fitur pencatatan pendapatan, pengeluaran, stok barang, serta pembuatan laporan keuangan secara otomatis. Peserta yang sebelumnya tidak familiar dengan teknologi ini tampak antusias mempelajari cara kerja aplikasi yang sederhana, tetapi efektif. Dengan penjelasan yang mendetail, peserta mulai memahami bagaimana aplikasi ini dapat memudahkan pekerjaan mereka sehari-hari.

Berikut adalah perhitungan *pre-test* dan *post-test* menggunakan *N-Gain score*, yakni metode yang digunakan untuk mengukur peningkatan atau efektivitas pembelajaran dari hasil *pre-test* (tes sebelum pembelajaran) dan *post-test* (tes setelah pembelajaran). *N-Gain score* mengukur seberapa besar peningkatan pemahaman peserta didik terhadap materi yang diajarkan.

Rumus untuk menghitung *N-Gain score* adalah

$$N-Gain = \frac{Post\ test\ score - Pre\ test\ score}{Maximum\ score - Pre\ test\ score}$$

Nilai *N-Gain* diklasifikasikan ke dalam tiga kategori:

- Tinggi: $N-Gain \geq 0,7$
- Sedang: $0,3 \leq N-Gain < 0,7$
- Rendah: $N-Gain < 0,3$

Dengan *N-Gain score*, dapat dilihat seberapa efektif suatu metode atau intervensi pembelajaran dalam meningkatkan pemahaman peserta.

Tabel 1. Hasil Tes Pengetahuan Peserta

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur

No.	Peserta	Jenis Kelamin	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Post-test – Pre-test</i>	Selisih Skor Ideal - <i>Pre-test</i>	Skor <i>N-Gain</i>	Skor <i>N-Gain x 100</i>
1	TZ	P	50	80	30	30	1	100
2	NI	P	60	70	10	20	0,5	50
3	DM	P	60	80	20	20	1	100
4	AF	P	60	80	20	20	1	100
5	SN	P	70	70	0	10	0	0
6	SH	P	70	80	10	10	1	100
7	VW	P	70	70	0	10	0	0
8	PR	P	50	80	30	30	1	100
9	PU	P	70	80	10	10	1	100
10	DA	P	70	70	0	10	0	0
11	SJ	P	70	70	0	10	0	0
12	SA	P	70	70	0	10	0	0
13	NW	P	70	70	0	10	0	0
14	AM	P	30	60	30	50	0,6	60
15	EN	P	50	80	30	30	1	100
16	AS	P	60	80	20	20	1	100
17	HW	P	70	80	10	10	1	100
18	ED	P	70	70	0	10	0	0
19	RR	P	60	80	20	20	1	100
20	YN	L	70	80	10	10	1	100
21	AS	L	70	80	10	10	1	100
22	SI	L	70	80	10	10	1	100
23	RR	P	70	80	10	10	1	100
24	RN	P	60	80	20	20	1	100
25	FI	P	60	70	10	20	0,5	50
Rata-rata			63,2	75,6	12,4	16,8	0,664	66,4

Keterangan :

Score ideal =80



Score ideal adalah *maximum score* yang digunakan sebagai pembilang di bawah, yakni angka tertinggi yang bisa didapatkan dari tes. Jika nilai rata-rata *N-Gain score* adalah 66,4, angka ini biasanya harus dinyatakan dalam bentuk desimal dalam kisaran 0 hingga 1 untuk lebih jelas.

Untuk interpretasi umum:

- Jika 66,4 dianggap sebagai persentase (66,4%), dalam bentuk desimal, nilainya sekitar 0,664
- Berdasarkan klasifikasi *N-Gain score*, nilai 0,664 masuk ke dalam kategori sedang ($0,3 \leq N\text{-Gain} < 0,7$).

Hasil ini berarti bahwa peningkatan pemahaman atau hasil pembelajaran berada pada tingkat sedang. Dengan kata lain, program atau metode yang digunakan berhasil meningkatkan hasil pembelajaran secara cukup efektif,

Pelatihan kedua, yang dilaksanakan pada 8 November 2024, memberikan kesempatan bagi peserta untuk mempraktikkan secara langsung penggunaan aplikasi Teman Bisnis. Peserta diminta untuk memasukkan data transaksi dan stok barang ke dalam aplikasi, sehingga dapat merasakan sendiri bagaimana proses pencatatan digital dilakukan. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menggunakan aplikasi dengan baik setelah mendapatkan bimbingan meskipun ada beberapa yang masih memerlukan pendampingan lebih lanjut. Berikut adalah hasil *pre-test* dan *post-test* (Tabel 2).

Tabel 2. Praktik Aplikasi Teman Bisnis

No.	Peserta	Jenis Kelamin	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Post-test – Pre-test</i>	Selisih Skor Ideal - <i>Pre-test</i>	Skor <i>N-Gain</i>	Skor <i>N-Gain</i> x 100
1	TZ	P	30	40	10	20	0,5	50
2	NI	P	30	40	10	20	0,5	50
3	DM	P	10	40	30	40	0,75	75
4	AF	P	30	50	20	20	1	100
5	SN	P	20	50	30	30	1	100
6	SH	P	20	50	30	30	1	100
7	VW	P	10	50	40	40	1	100
8	PR	P	20	40	20	30	0,66666667	66,66666667

9	PU	P	30	50	20	20	1	100
10	DA	P	30	50	20	20	1	100
11	SJ	P	30	40	10	20	0,5	50
12	SA	P	30	40	10	20	0,5	50
13	YN	L	20	50	30	30	1	100
14	AS	L	10	40	30	40	0,75	75
15	SI	L	10	30	20	40	0,5	50
16	FI	P	20	50	30	30	1	100
Rata-rata			21,875	44,375	22,5	28,125	0,7916667	79,1666667

Jika rata-rata nilai *N-Gain* adalah 79,16, perlu diperiksa nilai ini dalam konteks skala yang tepat. Dalam rumus *N-Gain*, nilai maksimum untuk *N-Gain* adalah 1 (atau 100 jika diubah menjadi persentase).

Jika *N-Gain* menggunakan persentase, nilai 79,16% berarti bahwa peningkatan dari *pre-test* ke *post-test* termasuk dalam kategori tinggi karena nilai *N-Gain* $\geq 0,7$ (atau 70%). Jadi, jika rata-rata *N-Gain score* adalah 79,16, berarti metode atau intervensi pembelajaran yang digunakan sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta.

Selanjutnya, pendampingan dilakukan sebanyak dua kali pada 15 dan 22 November 2024 untuk memastikan bahwa para UMKM dapat menerapkan aplikasi ini secara konsisten dalam kegiatan usaha mereka. Pendampingan ini sangat membantu dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh peserta saat mengoperasikan aplikasi. Pada tahap ini, beberapa UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal input data yang benar, tetapi dengan bimbingan yang intensif, mereka mulai menunjukkan kemajuan dalam penggunaannya.

Evaluasi dilakukan pada 29 November 2024 untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah pelatihan. Dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang diisi oleh para peserta, terlihat peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka tentang digitalisasi laporan keuangan. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang tidak mengenal aplikasi Teman Bisnis atau manfaat digitalisasi keuangan. Setelah pelatihan dan pendampingan, hampir semua peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang cara membuat laporan keuangan secara digital.



Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman UMKM tentang pencatatan keuangan digital. Dengan penerapan aplikasi Teman Bisnis, UMKM di Kampung Seni Borobudur kini memiliki alat yang lebih efisien untuk mengelola usaha mereka dan mengurangi kesalahan pencatatan manual yang sebelumnya sering terjadi.

6. Simpulan dan Saran

Dari hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi Teman Bisnis berhasil meningkatkan pemahaman UMKM dan koperasi *fashion* Kampung Seni Borobudur tentang pentingnya digitalisasi pencatatan keuangan. UMKM dan koperasi yang sebelumnya tidak familiar dengan aplikasi tersebut, kini memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam mengelola laporan keuangan dan stok barang mereka. Namun, aplikasi Teman Bisnis yang berbayar menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi UMKM di kawasan ini, yang volume pengunjung dan transaksi mereka belum cukup besar untuk mendukung penggunaan aplikasi berbayar.

Meskipun aplikasi ini cocok digunakan untuk usaha dengan skala yang lebih besar, seperti koperasi, tantangan biaya bagi UMKM tetap menjadi perhatian. Aplikasi ini lebih relevan jika diterapkan pada koperasi, mengingat peran koperasi sebagai penghubung utama dalam pengelolaan stok barang dan transaksi dagang di Kampung Seni Borobudur. Dengan digitalisasi ini, koperasi dapat lebih akurat dalam mengelola stok barang dan menghindari kesalahan yang sering terjadi dalam sistem manual. tetapi untuk kondisi saat ini koperasi masih memilih mencatat laporan keuangan secara manual karena Koperasi Medang Kamulan juga baru berdiri dan menurut mereka masih dapat ditangani secara manual sehingga mereka akan melakukan pencatatan laporan keuangan secara digital ketika tidak mampu lagi ditangani secara manual.

Untuk kegiatan selanjutnya, perlu dipertimbangkan solusi lain yang lebih terjangkau atau bahkan gratis agar UMKM yang skalanya lebih kecil



tetap dapat memanfaatkan teknologi digital tanpa harus terbebani biaya berlangganan aplikasi. Alternatif lain berupa pelatihan tentang pengelolaan keuangan digital yang tidak memerlukan aplikasi berbayar, atau mencari aplikasi serupa yang lebih cocok untuk skala bisnis yang lebih kecil.

Rekomendasi ke depan adalah melakukan pendekatan lebih lanjut terhadap kebutuhan spesifik koperasi dan UMKM. Pendampingan lebih intensif dapat dilakukan agar setiap pihak dapat menggunakan teknologi sesuai skala dan kapasitasnya. Penyesuaian aplikasi yang digunakan dengan kondisi ekonomi UMKM juga penting agar teknologi dapat diterapkan dengan efektif dan efisien.

7. Daftar Acuan

- Aliyah. (2022). Peran strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208-217.
- Azizah, et al. (2021). Pengaruh pencatatan akuntansi manual dengan pencatatan digital di era globalisasi dalam suatu usaha snack rehan demangan bangkalan, 9(4).
- Hidayat, & Latifah. (2022). UMKM dan peranannya dalam pembangunan ekonomi, 3(6).
- Mulyani, S. (2023). Sosialisasi pencatatan laporan keuangan berbasis digital melalui aplikasi Teman Bisnis pada UMKM di Desa Kutaampel. *Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 206–210.
- Pardede, J. F., et al. (2022). Digitalisasi dalam pembuatan laporan keuangan: upaya meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas. *Digitalisasi Laporan Keuangan bagi UMKM*, 8(2).
- Sadeli, M. (2008). *Tujuan laporan keuangan dan penggunaannya*. Akuntansi Nusantara.
- Sofyan. (2017). UMKM sebagai pilar pembangunan ekonomi. *Duconomics Sci-meet*, 2.
- Teman Bisnis. (n.d.). Teman bisnis: solusi pencatatan keuangan UMKM. Teman Bisnis. <https://temanbisnisapp.com/inspirasi/teman-bisnis-solusi-pencatatan-keuangan-umkm/>



- Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: a Review and a research agenda. In A. Hinterhuber, T. Vescovi, & F. Checchinato (Eds.), *Managing Digital Transformation*, 13-66. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003008637-4>
- Yohana, C. P. (2024). Manajemen peran usaha mikro kecil menengah dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia *Sosialisasi Aplikasi Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM pada Talenta Cafe.*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau.



Dokumentasi Kegiatan



Menjadi MC pada pembukaan pelatihan



Berdiskusi di Koperasi Medang Kamulan



Bersama peserta pemenang kuis



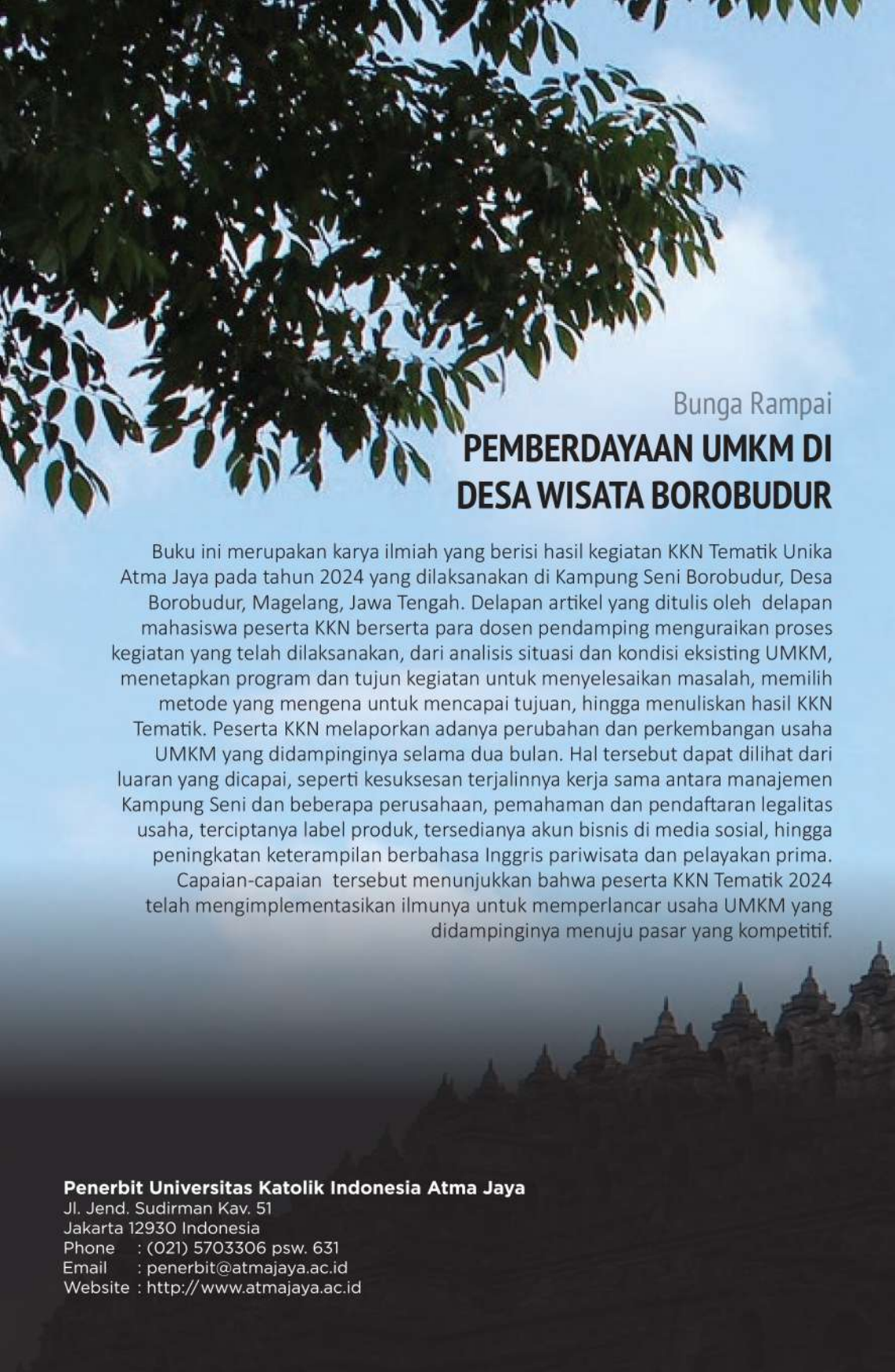
Berfoto bersama peserta



Berfoto bersama peserta teraktif



Foto Bersama peserta pelatihan



Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

Buku ini merupakan karya ilmiah yang berisi hasil kegiatan KKN Tematik Unika Atma Jaya pada tahun 2024 yang dilaksanakan di Kampung Seni Borobudur, Desa Borobudur, Magelang, Jawa Tengah. Delapan artikel yang ditulis oleh delapan mahasiswa peserta KKN berserta para dosen pendamping menguraikan proses kegiatan yang telah dilaksanakan, dari analisis situasi dan kondisi eksisting UMKM, menetapkan program dan tujuan kegiatan untuk menyelesaikan masalah, memilih metode yang mengena untuk mencapai tujuan, hingga menuliskan hasil KKN Tematik. Peserta KKN melaporkan adanya perubahan dan perkembangan usaha UMKM yang didampinginya selama dua bulan. Hal tersebut dapat dilihat dari luaran yang dicapai, seperti kesuksesan terjalannya kerja sama antara manajemen Kampung Seni dan beberapa perusahaan, pemahaman dan pendaftaran legalitas usaha, terciptanya label produk, tersedianya akun bisnis di media sosial, hingga peningkatan keterampilan berbahasa Inggris pariwisata dan pelayanan prima. Capaian-capaian tersebut menunjukkan bahwa peserta KKN Tematik 2024 telah mengimplementasikan ilmunya untuk memperlancar usaha UMKM yang didampinginya menuju pasar yang kompetitif.

Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Jl. Jend. Sudirman Kav. 51

Jakarta 12930 Indonesia

Phone : (021) 5703306 psw. 631

Email : penerbit@atmajaya.ac.id

Website : <http://www.atmajaya.ac.id>