

STRATEGI PENINGKATAN WIRAUSAHA UNTUK MENINGKATKAN DAYA JUAL USAHA DI UPPKA LUMINTU I BINTARAN

Tri Warsihapsari¹, Herina Yuwati²

^{a,b}Program Studi Tata Rias Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta

Email: warsihapsari@gmail.com¹, herinayuwati@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini tentang strategi peningkatan wirausaha untuk daya jual usaha di UPPKA Lumintu Bintaran. Hal ini sangat penting dilakukan karena jika diperhatikan UPPKA Lumintu 1 Bintaran itu lebih maju dibandingkan dengan UPPKA yang lainnya. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif agar dapat mengungkapkan data secara lengkap. Sumber data menggunakan narasumber dari UPPKA dan anggotanya. Hasil penelitian diperoleh bahwa strategi peningkatan daya jual melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan pemerintah seperti pelatihan desain kemasan, pelatihan branding

Kata Kunci: wirausaha, daya jual, UPPKA Lumintu I

ABSTRACT

This research is about strategies to enhance entrepreneurship for business selling power at UPPKA Lumintu Bintaran. This is very important to conduct because if observed, UPPKA Lumintu 1 Bintaran is more advanced compared to other UPPKA. The research was conducted using qualitative descriptive methods to express the data comprehensively. The data sources included informants from UPPKA and its members. The results of the study indicate that the strategy to improve selling power is through training provided by the government, such as packaging design training and branding training.

Keywords: entrepreneurship, selling power, UPPKA Lumintu I

PENDAHULUAN

Undang-undang No. 52 Tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga pada pasal 56 ayat (1), Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) memiliki tugas pengendalian penduduk dan menyelenggarakan keluarga berencana. Tugas lain dari BKKBN adalah: 1). membimbing, mengkoordinir serta mengawasi segala aspirasi yang ada di dalam masyarakat di bidang keluarga berencana; 2) mengusahakan segala terbentuknya suatu lembaga yang dapat menghimpun segala kegiatan keluarga berencana serta terdiri atas unsur pemerintah dan masyarakat (Indriani, R. P, 2001).

Binaan dari BKKBN diantaranya UPPKA yaitu Usaha Peningkatan

Pendapatan Keluarga Akseptor. UPPKA ini merupakan program pemberdayaan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh kelompok keluarga. UPPKA ini merupakan unit binaan BKKBN di tingkat desa hingga dusun untuk kegiatan pemberdayaan ekonomi keluarga. UPPKA melakukan usaha penambahan/ peningkatan pendapatan keluarga yang anggotanya terdiri dari akseptor KB maupun anggota masyarakat yang lain yang membutuhkan. UPPKA dahulu bernama UPPKS yang saat ini menjadi UPPKA. Usaha peningkatan pendapatan keluarga akseptor ini beranggotakan akseptor atau ibu-ibu peserta KB yang menggunakan alat kontrasepsi. Melalui pembekalan dan sosialisasi peningkatan skill kelompok UPPKA kedepannya

diharapkan bisa berupaya untuk meningkatkan atau menambah penghasilan kepala keluarga.

Sejak reformasi BKKBN tidak diperkenankan untuk memberikan bantuan/ modal bagi kelompok UPPKS/UPPKA. Hal ini dikarenakan sudah ada badan khusus yang menanganinya seperti usaha menengah kecil yang ada di kabupaten/kota bisa melalui BUMN atau perusahaan swasta.

Di antara UPPKA yang berjalan sampai saat sekarang antara lain UPPKA Lumintu I Bintaran, mempunyai beberapa jenis usaha yang dikelola oleh anggotanya antara lain: 1) rias pengantin; 2) salon; 3) apar; 4) makanan gorengan; 5) warung sembako; 6) warung makan; 7) pesanan makanan murahan; 8) batik dan daster; 9) aksesoris dan hantaran; 10) sibori; dan 11) pijat dan jamu.

Dengan mempertimbangkan potensi maka penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi peningkatan wirausaha untuk meningkatkan daya jual usaha di UPPKA Lumintu I Bintaran.

Menurut (Hutagalung et al, 2019). dalam penelitiannya yang berjudul generasi muslim milenial dan wirausaha, mengatakan bahwa generasi milenial merupakan salah satu pemegang aspek ekonomi yang diharapkan dalam masyarakat, yaitu mereka memiliki etika usaha untuk menjaga hubungan dengan mitra yang lainnya sehingga terjalin hubungan yang baik. Dalam sebuah penelitian menyatakan bahwa usaha mikro kecil dan menengah merupakan sebuah kekuatan perekonomian yang kokoh, hal tersebut dapat dibuktikan tetap eksisnya UMKM saat Indonesia di landa krisis moneter akibat imbas krisis ekonomi global (Rahmadi et al, 2018).

Menurut (Deva dkk, 2022), penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, serta kemudahan dan percepatan proses peningkatan

perekonomian. Diharapkan pelatihan branding dapat membantu masyarakat memasarkan produk dengan lebih baik dan memanfaatkan teknologi untuk pengembangan produk. Penerimaan pesanan dan pemasaran dapat dilakukan melalui teknologi, seperti media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya kekuatan brand suatu merk produk (*brand equity*) UMKM dan bagaimana mengenalkan produk tersebut agar dikenal semua lapisan masyarakat. Pelaku UMKM belum memiliki wadah untuk mereka bisa menjadi wirausahawan yang legal dan berkembang lebih baik melalui keanggotaan UMKM di wilayahnya. Dari uraian tersebut dapat dikatakan bahwa untuk mendukung daya jual suatu produk harus menggunakan perencanaan marketing, usaha dengan pengenalan produk dan sebagainya.

Dalam meningkatkan daya jual produk, harus memperbaiki atau menginovasi isi kemasan atau produk yang akan kita jual. Selain kemasan, juga harus memperhatikan penamaan dan desain kemasan dalam pemasarannya. Desain kemasan sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen saat ini sangat berhati-hati dalam melihat resep inovasi, bentuk kemasan, dan kemudahan akses produk atau pemasarannya. Uraian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya oleh Putri, Permatasari, & Suwarni (2023) yang berjudul “Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk UMKM Kelurahan Labuhan Dalam Bandar Lampung”.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan harus mampu menghadapi tantangan global dalam upaya peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Uraian tersebut menurut peneliti memiliki keterkaitan

dengan penelitian sebelumnya (Badawi, A., & Nugroho, L., 2022) yang menyatakan bahwa diperlukan desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan nilai jual UMKM, terutama agar dapat bersaing dengan produk asing yang membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia. UMKM merupakan sektor ekonomi dengan penyerapan tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto & Wijayanti, 2013). Sektor ini terbukti menciptakan lapangan kerja. UMKM adalah bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan berpotensi besar meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wati et al., 2024).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 61,97 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau bernilai Rp8.573,89 triliun. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi.

Peran serta wanita dalam berbagai sektor sangat tinggi sesuai dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki wanita seperti tekun, teliti, ulet, sabar, jujur, tangguh, rasa tanggung jawab tinggi, dan disiplin. Pemerintah perlu memberikan pelatihan kepada UMKM yang dikelola perempuan dengan bantuan kredit lunak dan membekali dengan pelatihan kewirausahaan maupun manajemen sehingga UMKM yang dikelola perempuan dapat berkembang dengan baik (Indiwo, 2016).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM meliputi ketersediaan bahan baku, usia produksi perusahaan, jumlah karyawan, dan sasaran produk. Jumlah karyawan sangat berpengaruh dalam memenuhi permintaan pasar. Di UPPKA Lumintu 1 Bintaran, usaha disesuaikan dengan kebutuhan

masyarakat. Menurut (Hartono, 2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta”, strategi kemajuan perkembangan UMKM meliputi penyediaan bahan baku, produksi, pemasaran, dan permodalan.

UPPKA Lumintu I Bintaran berupaya membantu anggota memasarkan produk melalui langkah-langkah berikut: a) menolak anggota memiliki izin usaha untuk produk dan jasa; b) mengupayakan sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) bagi anggota penjual makanan; c) mengadakan pelatihan memasak untuk anggota penjual makanan guna memperkaya resep dan variasi produk; d) mengundang narasumber, termasuk dari AKS-AKK Yogyakarta, untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan anggota berikut pameran UMKM lokal dan nasional (misalnya, Hari Jadi Kota Yogyakarta, Greget UMKM, PRJ); dan e) mengadakan pelatihan pembuatan sibori bagi masyarakat umum, sekolah, dan instansi.

Hal-hal tersebut di atas dilaksanakan agar UPPKA I Lumintu Bintaran dapat beroperasi secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif untuk mengetahui yang ada di lapangan terutama yang dilakukan oleh subyek penelitian terutama kelompok UPPKA Lumintu I Bintaran dalam pengembangannya.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui langkah dan kegiatan apa yang telah dilakukan untuk pengembangan usaha UPPKA dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta produk yang dihasilkan. Menggunakan metode kualitatif karena permasalahan yang peneliti angkat sangat kompleks sehingga peneliti mampu memahami situasi secara lebih dalam.

Lokasi penelitian berada di daerah Bintaran, Kelurahan Wirogunan,

kecamatan Mergangsan, lokasi ini dipilih karena: a) UPPKA Lumintu I merupakan UMKM yang dibidang maju dari pada UMKM yang lain di kecamatan yang sama; b) UPPKA Lumintu I menyimpan potensi yang besar baik produk jualannya maupun kemampuan anggotanya; c) UPPKA Lumintu I pernah menjadi juara tingkat kecamatan; d) UPPKA Lumintu I sering dijadikan contoh sehingga sering dikunjungi oleh instansi untuk study banding; e) Subyek penelitian merupakan seseorang akan dijadikan informan dan dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti.

Pada penelitian akan beberapa orang yang menjadi informan antara lain: a) RW setempat selaku pelindung dari UPPKA; b) Ketua UPPKA; c) anggota UPPKA; dan d) masyarakat sekitar. Obyek penelitian dalam hal ini adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan atau meningkatkan daya jual usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode wawancara digunakan untuk mengetahui kedalaman

dari kegiatan yang ada pada UPPKA Lumintu 1 Bintaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data non-angka dengan penekanan pada pengukuran hasil tujuan disertai analisis statistik. Sebelum pelatihan, kemajuan UPPKA Lumintu 1 Bintaran tidak signifikan. Namun, setelah observasi dan pelatihan rutin, daya jual usaha UPPKA Lumintu 1 meningkat. Pelatihan yang telah dilaksanakan di UPPKA Lumintu 1 Bintaran memberikan banyak manfaat, seperti peningkatan keterampilan dan pengembangan kuliner. UPPKA Lumintu 1 Bintaran merupakan binaan pemerintah yang sangat diperhatikan dalam meningkatkan dan mengembangkan sumber daya manusianya. Pertemuan rutin bulanan antar anggota menjadi sarana bertukar pikiran untuk meningkatkan usaha.

Penelitian ini menggunakan wawancara untuk memperoleh data dari Ketua UPPKA Lumintu 1 Bintaran. Berikut disajikan hasil wawancara dengan Ketua UPPKA Lumintu 1 Bintaran:

Tabel 1
Hasil Wawancara Dengan Ketua UPPKA Lumintu 1 Bintaran Tentang Peningkatan Daya Jual Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa tujuan dari terbentuknya UPPKA Lumintu 1 Bintaran bagi masyarakat sekitar?	Mengentaskan ekonomi keluarga untuk menambah pendapatan perekonomian keluarga
2.	Adakah peran serta dari pemerintahan setempat dalam mengembangkan usaha yang terdapat dalam UPPKA Lumintu 1 Bintaran?	Ada, membantu menyiapkan surat ijin, pemasaran produk agar mandiri. Contoh: BKKBN yang memiliki UPPKA, Disperindag Kota/ Provinsi membantu dalam pemasaran dan basar, Bappeda membantu dalam penyediaan alat-alat, pengembangan dan bantuan CSR, Kantor Menhumkam membantu dalam HaKI, Merk, NIB agar memiliki legalitas.
3.	Apakah dengan adanya UPPKA Lumintu 1 Bintaran ini dapat membantu aspek ekonomi pada lingkungan Bintaran?	Bisa membantu aspek ekonomi di lingkungan Bintaran, contoh: Sibori bisa dipesan oleh pemerintah, nasi teri di UPD(Unit pemasaran Desa)
4.	Ketrampilan apa saja yang sudah didapatkan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan ekonomi?	Ketrampilan yang sudah di dapat, yaitu sibori, batik tulis, batik cap, bross, tempat tissue, hantaran, sabun, kursus wingko, bakpia, roti bakery, masakin galantin ayam, keu kering dan nasi box.
5.	Dari beberapa pelatihan yang di dapat, pelatihan apa yang sangat disenangi dan dijadikan sebagai penguat ekonomi keluarga di lingkungan UPPKA Lumintu 1 Bintaran saat ini?	Yang disenangi sebagai penguat ekonomi keluarga yaitu sibori, pembuatan kue pastel, kue kering, dan wajik.
6.	Dari pemilik UPPKA yang memiliki usaha home industri berapa hasil yang didapatkan setiap	Kurang lebih kisaran Rp. 750.000,00

- bulannya?
7. Apakah terdapat pelaporan dan evaluasi dari produk serta penghasilan yang didapatkan setiap bulannya?
 8. Bagaimana cara meningkatkan daya jual produk yang ada dalam wadah UPPKA Lumintu 1 Bintaran?
 9. Pemasaran yang sudah dilakukan oleh anggota UPPKA Lumintu 1 Bintaran apa saja!
 10. Apa saja kegiatan bulanan yang dilakukan secara rutin oleh anggota UPPKA Lumintu 1 Brintaran?
- Ada pelaporan + evaluasi, evaluasi packaging, koreksi (masak pakai topi), SOP dalam pelaksanaan + pengemasan, pembahasan packaging, inovasi rasa.
Meningkatkan daya jual, seminar, pelatihan, posting produk di sosmed pribadi wa story
- Pemasaran yang sudah dilakukan, fashion kuliner, jumputan ombre, setiap ada pesenan masak
Kegiatan rutin bulanan, koperasi simpan pinjam, pelatihan-pelatihan, pembuatan HaKI, NIB

Tabel 1 diatas hasil wawancara menunjukkan berbagai manfaat UPPKA Lumintu 1 Bintaran dalam memajukan perekonomian keluarga, Pelatihan dari pemerintah sangat membantu dalam mengembangkan strategi penjualan. Sinergi positif antara masyarakat dan pemerintah berkontribusi pada peningkatan ekonomi keluarga. Pelaporan dan evaluasi berkala menjadi indikator keberhasilan strategi peningkatan daya jual usaha. Evaluasi membantu strategi pengembangan peningkatan daya jual usaha, sehingga kekurangan dalam pengelolaan usaha dapat diperbaiki secara berkala. Perhatian pemerintah sangat membantu meningkatkan rasa percaya diri masyarakat untuk memiliki produk dari hasil pelatihan yang telah dilakukan.

SIMPULAN

Berdasarkan data wawancara, UPPKA Lumintu 1 Bintaran menunjukkan kemajuan pesat. Anggota UPPKA Lumintu 1 Bintaran sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga. Strategi peningkatan daya jual usaha yang dilakukan secara berkala sangat membantu anggota UPPKA dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya agar dikenal lebih luas oleh masyarakat.

SARAN

Peran serta pemerintah diharapkan terus mendampingi anggota UPPKA Lumintu 1 Bintaran hingga memiliki NIB dan produk sukses di pasaran..

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan pendanaan yang substansial oleh hibah dana penelitian tahun 2025 AKS-AKK Yogyakarta. Kami sangat berterima kasih atas dukungan finansial yang diberikan sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik, terima kasih kepada seluruh responden dari UPPKA Lumintu 1 Bintaran yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, & Hendri Sucipto. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual: Branding Equity Training to Build Brand Image for MSME Actors in Ciawi Village in Increasing Selling Power. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>
- Badawi, A., & Nugroho, L. (2022). Keberlangsungan Usaha Melalui Peningkatan Kualitas SDM Untuk Menciptakan Prilaku Inovatif Dalam Pengembangan Produk Pada UMKM Kelurahan Meruya Utara. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 140–144. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v1i2.348>

- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1), 15-30.
- Hutagalung, M. A. K., Fitri, R., & Ritonga, S. R. W. (2019). Generasi Muslim Milenial dan Wirausaha. *SINDIMAS*, 1(1), 300-304. doi.org/10.30700/sm.v1i1.590
- Indiwo, H. E. (2016). Peran perempuan dalam meningkatkan kinerja UMKM. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 40-58. <https://doi.org/10.26877/ep.v1i1.1806>
- Indriani, R. P. (2021). *Implementasi Promosi Progam Bangga Kencana Dalam Upaya Peningkatan Pengetahuan Dan Kepedulian Masyarakat Di BKKBN Provinsi Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan dalam Banda Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*. vol, 4(1), 119-123. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2658>
- Rahmadi, R., Soolany, C., & Pratama, A. R. (2018). Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM Gula Merah di Kabupaten Cilacap. *JTI-UNUGHA (Jurnal Teknologi Industri-UNUGHA)*, 2(2), 1-6.
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta*, 16(1), 1-32.
- Deby Laras Wati, Vicka Septianingsih, Wildan Khoeruddin, & Zidan Quraish Al-Qorni. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265–282. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>.