

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sekilas Mengenai UKM Goes Digital Telkom Indonesia

Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan diseluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk cloud-based and server-based managed services, layanan e-Payment dan IT enabler, e-Commerce dan layanan portal lainnya. (Telkom.co.id: Profile).

Sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, Telkom Group terus mengupayakan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis legacy sampai New Wave Business. Dengan Visi *"Be The King of Digital in The Region"* dan misi *"Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization"*. Guna meningkatkan business value, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service). Telkom Group memiliki empat anak perusahaan, yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi. (Telkom.co.id: Profile).

Guna mewujudkan visi dan misinya pada tahun 2015 silam Telkom Indonesia meluncurkan program digital yang diberinama, UKM Goes Digital. Menurut yang tercatat dalam bukun Digital Championshift:2016, Awaludin, selaku Direktur Enterprise&Business Service PT Telekomunikasi Indonesia dalam bukunya *Digital Championshift* mengatakan, bahwa pemberlakuan Masyarakat Ekonmi ASEAN pada akhir 2015 akan banyak mempengaruhi kondisi masyarakat Indonesia, khususnya pelaku UKM. Pasar akan semakin terbuka, dan menurutnya pemanfaatan ICT akan membantu dan memepererat penetrasi UKM Indonesia ke pasar ASEAN.

Program kampung UKM digital mengincar pedesaan dengan harapan masyarakat pelaku UKM dapat meningkatkan penjualan dan prokduktifitasnya serta bisa membuatnya semakin maju dan modern. Adapun definisi Kampung UKM Digital yang diusung oleh Telkom memanfaatkan

Teknologi, Informasi dan komunikasi (TIK) secara komprehensif dan terintegrasi guna mendukung proses bisnis yang berjalan dalam satu kampung atau area tertentu, sehingga para pelaku UKM yang ada akan semakin mandiri, maju, dan modern. Pengertian dari UKM digital yang mandiri, maju, dan modern diambil dari hasil penelitian berjudul Evaluasi Program UKM Digital, Sanjaya, 2017 menjelaskan:

- Maju dalam artian UMKM Indonesia dapat berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi baik di lingkup Nasional maupun International.
- Mandiri dalam artian setiap pelaku UMKM dapat menjalankan kegiatan usahanya dominan atas kemampuannya sendiri, dan semakin mampu menopang perekonomian bangsa untuk menjadi tuan di negeri sendiri.
- Modern dalam artian UMKM mampu mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan teknologi untuk maju dan mandiri. Mampu memanfaatkan meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnisnya baik dalam hal waktu, biaya dan modal.

Adapun parameter implementasi bagi kampung UKM Digital, Telkom menetapkan setidaknya telah memiliki dua hal utama yaitu:

1. Tersedianya infrastruktur jaringan broadband
2. Adanya wadah komunitas UKM seperti koperasi atau lembaga sejenis.

Untuk Sistem pengelolaan Kampung UKM Digital, Secara internal dikelola tim yang berisikan unit mulai dari struktur direktorat sampai unit pelaksana di territorial yang disebut sebagai Komite Penilai Program (KPP). Adapun salah satu Fungsi Komite Penilaian Program (KPP) adalah untuk melakukan penilaian lapangan secara langsung, melihat apakah kampung yang mengajukan proposal untuk dijadikan UKM Goes Digital memenuhi persyaratan Telkom.

“Nah, kalau anda punya usulan, misal di suatu daerah dianggap banyak pelaku UKM, kalau memenuhi dua syarat prinsip itu, saya tak segan turunkan TIM Penilaian untuk validasi”. Jelas Awaludin dalam berita Inditelkom, 2016.

Adapun Awaludin menjelaskan dua komponen yang dapat dipertimbangkan untuk menyulap sebuah lokasi menjadi kampung UKM Digital oleh Telkom, yaitu:

1. Adanya *core ecosystem* yang menunjukkan keterhubungan antara supplier, produsen, dan saluran distribusi
2. Adanya *business ecosystem* yang menunjukkan adanya keterhubungan supplier, produsen, wholeseller, retailer, konsumen akhir, dukungan pemerintah, dan lembaga keuangan.

Selain KPP Telkom juga membentuk Divisi Bissinees Service (DBS) sebagai unit fungsional di dalam Telkom. Fungsi utama DBS dalam hal mensukseskan program UKM Goes Digital adalah melakukan Koordinasi dan menyusun kebijakan operasional untuk menjadi pedoman Witel dalam melakukan aktivitas yang dianggap perlu guna mendukung pembangunan kampung UKM Digital. Adapun Telkom Witel dalam hal ini berperan sebagai :

- Mediator yang menyambungkan kebijakan DBS dengan implementasi di lapangan melalui volunteer sebagai pelaksana di lapangan untuk melakukan kegiatan² yang menunjang kebutuhan kampung UMKM.
- Mempertemukan stakeholder local untuk secara bersama-sama membangun kampung UKM digital
- Media control dan evaluasi pelaksanaan kampung UKM digital.

Setelah KPP melakukan survey lapangan dan mengamati langsung tempat yang akan dijadikan UKM Goes Digital, dan disetujui oleh DBS selaku pemilik kebijakan maka akan disalurkan hasil kebijakan ke Witel Setempat maka witel akan mulai menyalurkan dan menjalankan tugas dilapangan dengan membuat kerjasama dengan Volenteer.

Volenteer sendiri merupakan mitra penggerak UMKM di lingkunganya yang menjadi *contact point* bagi komunitas UMKM di Kampung UKM Digital dengan stakeholder lainnya. Volenteer memainkan peran sebagai perpanjangan tangan dari Telkom di kampung UKM Digital. Sebelum resmi dinyatakan sebagai kampung UKM digital, pihak Telkom witel telah memilih voleunteer wira penggerak IT yang akan bertanggung jawab di desayang akan menjadi tempat UKM Goes Digital. Pentingnya *agen of change* harus dimiliki agar program ini dapat berjalan dengan lancar ketika semua infrastruktur terpasang, maka dalam pemilihan dijelaskan pula dalam penelitian Evaluasi program UKM digital, Sanjaya, 2017, dilakukan dengan cara:

1. Ditunjuk oleh komunitas setempat

2. Hired melalui web
3. Hired melalui komutas/witel setempat

Secara umum requiremenet yang dibutuhkan sebagai volunteer adalah sebagai berikut:

1. Memiliki pasion terhadap UMKM
2. Merupakan orang dari wilayah setempat/witel setempat
3. Memiliki pengetahuan mengenai internet
4. Dapat menjadi pemimpin di lingkungan kampung digital
5. Bersedia melaporkan kegiatan/ aktivitas yang terjadi di kampung digital

Apabila Berbicara mengenai konsep dari kampung UKM digital, pihak Telkom menggunakan konsep Penta-Helix atau dikenal dengan konsep akademisi, Business, Community, Government, dan Media (ABCGM). Stakeholder ABCGM ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya secara aktif melalui peran dan fungsinya. Fungsi dari stakeholder ABCGM diambil kembali dari hasil penelitian berjudul Evaluasi Program UKM Digital, Sanjaya, 2017, adalah:

- *Akademisi as conceptor*, peran akademisi melalui risetnya diharapkan dapat memberikan manfaat langsung dalam terapannya dimasyarakat dan bagi pengembang ilmu pengetahuan itu sendiri sekaligus ruang kampung UKM Digital menjadi wadah/lab kewirausahaan dimana perguruan tinggi tidak hanya mencetak tenaga kerja terdidik namun memberikan kontribusi langsung dalam pengembangan teknologi nasional agar berdaya saing.
- *Business as enabler*, business dalam kontek ini diwakili Telkom sebagai penyedia teknologi ICT yang mengadakan modernisasi UMKM Indonesia melalui penyediaan solusi dan layanan sesuai dengan kebutuhan UMKM.
- *Community as accelerator*, komunitas merupakan pelaku atau subjek utama dalam konteks kampung UKM Digital menjadi sangat penting dalam perannya sebagai wadah berinteraksi dan berkomunikasi, sebagai penggerak sekaligus sebagai penjaga keseimbangan dan keberlangsungan kultur asli budaya local dalam menjalankan aktifitas bisnis di daerahnya. Perannya diharapkan mampu sebagai endorser maupun motovator

pelaku usaha di daerahnya sehingga transformasi kearah UMKM yang maju, mandiri dan modern dapat tercapai lbh cepat.

- *Government as regulator*, pemerintah daerah diharapkan menjadi katalisator pertumbuhan perekonomian kerakyatan dengan memberikan ruang pertumbuhan perekonomian kerakyatan dengan memberikan ruang pertumbuhan dan ruang usaha yang lebih luas bagi semua pelaku UMKM diwilayah melalui implementasi/penerapan kebijakan2 pembangunan infrastruktur dan pengawalan untuk mendorong terwujudnya UMKM Indonesia yang maju, mandiri dan modern untuk kesejahteraan masyarakat diwilayahnya.
- *Media as expander*, media diharapkan mampu mendorong semakin luasnya gerakan2 pemberdayaan UMKM Indonesia yang dalam hal ini kampung UKM Digital dan memicu munculnya harapan baru dari pelaku2 UMKM maupun komunitas UMKM untuk menjadi UMKM Indonesia yang lebih maju melalui perannya dalam melakukan amplifikasi informasi, publikasi dan sosialisasi program kampung UKM Digital.

Selain pendekatan Penta-Haliex diatas, pendekatan *integrated supply chain* yakni merupakan sebuah *service end to end* yang diberikan kepada UMKM di Kampung UKM digital melalui sharing business kepada para pelaku UKM. Sharing akan diberikan secara *basic knowledge and advance knowledge*. Untuk *basic* maka akan diajarkan dasar atau pengenalan awal terhadap ICT sedangkan untuk *advance* akan lebih difokuskan pada daya saing di dunia bisnis global melalui media online. Dikatakan dari pihak Telkom, melalui kegiatan sharing business ini ada agar ada titik temu antara kebutuhan pelaku UKM dan solusi digital yang disediakan. Selain itu Telkom memberikan Broadband Learning Center (BLC) sebagai sarana belajar UMKM di Kampung UKM Digital dan juga program kemitraan dengan Telkom. BLC adalah sebagai wadah pembelajaran UKM yang sudah terinstal didalamnya Pustaka Digital milik Telkom (PaDi), penyediaan aplikasi dan konten pendukung produktivitas UKM. Sarana marketplace dan toko online bagi UKM Prioritas bagi UKM dalam menerima bantuan CSR Telkom.

2. Gambaran Umum Dusun Jowahan, Wanurejo, Magelang

Desa Wanurejo adalah sebuah desa yang terletak di kabupaten Magelang Kecamatan Borobudur. Desa Wanurejo menjadi pintu gerbang saat memasuki objek wisata candi Borobudur. Desa wisata Wanurejo terdiri dari 9 dusun yaitu:

Dusun Brojolan

Dusun Tinggal Wetan

Dusun Bejen

Dusun Ngentak

Dusun Tinggal Kulon

Dusun Barepan

Dusun Gedongan

Dusun Suropadan

Dusun Jowahan

Dusun Jowahan adalah tempat yang menjadi pusat UKM Goes Digital. Untuk mencapai dusun Jowahan, sekitar 200 KM dari pintu utama candi Borobudur akan menemui pertigaan pertama, yang disebelah kirinya ada sebuah mushola, belok kanan dan terus mengikuti jalan yang hanya cukup dilalui satu mobil. Sepanjang jalan akan mulai menemui papan yang bertuliskan Kampung UKM Digital Telkom Indonesia. saat memasuki dusun ini tidak semua Jaringan Internet dapat dinikmati. Jangan berharap akan menemukan sinyal 4G, karena sinyal 4G hanya bisa dinikmati saat berada disekitar candi Borobudur atau keluar dari lokasi dusun memasuki jalan utama.

Gambar 2.1 Plang tanda masuk UKM Digital Mandala Wisata



Sumber: Dokumentasi penelitian 5 Januari, 2018

A. Nuryanto pemilik UKM Lidiah Art & Volunteer UKM Goes Digital

Usaha Kecil Menengah (UKM) Lidiah Art milik pak Nuryanto menjadi salah satu UKM yang tergabung dalam UKM Mandala Wisata Borubudur. Usaha yang dirintis pak Nur dan istrinya ini bergerak dalam kerajinan dan pariwisata. UKM ini sendiri berdiri sejak tahun 1999.

Pada tahun 2008 pak Nur mengajukan diri menjadi *Volunteer* untuk kegiatan Kampung BNI. Tujuan bergabung dengan kegiatan kampung BNI guna memudahkan masyarakat pengrajin yang masih *low* ekonomi meminjam ke Bank dengan nama pinjaman lunak. Pak Nur menceritakan, dulu para pedagang yang mengambil dagangan dengannya banyak yang terjerat hutang dengan rentenir, apabila meminjam dengan rentenir Rp. 1000.000,- akan dikasih 800.000,- sedangkan untuk pengembalian akan ditambah dengan Bunga sehingga menjadi 1.200.000,-. Hal ini tentu sangat menjerat pedagang-pedagang kecil, tapi saat itu belum ada yang punya persyaratan untuk bisa meminjam ke Bank. guna membantu para pedagang itu akhirnya pak Nur mengajukan diri menajadi *volunteer* untuk program Kampung bank BNI. Salah satu persyaratannya harus ada koperasi, maka ditahun yang sama (2008) Koperasi didirikan berlokasi disebelah rumah pribadi pak Nur.

Usaha milik pak Nur ini beragam, ada tentang barang pernak-pernik seperti handigraf, aksasoris wisuda, army, cendramata untuk wisuda angkatan hingga cendramata khas Magelang. Akan tetapi, dalam kesehariannya pak Nuryanto juga bergerak dalam hal pariwisata, menyediakan

paket wisata seperti tour jeep, arum jeram, melihat pembuatan batik, melihat sunrise, andong tour dan lain sebagainya. Untuk seorang pengusaha atau seorang seniman, prinsip yang pak Nur pegang adalah mencari ide kreatif berfikir apa yang tidak terfikir oleh orang lain, apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang kita punya sebagai Sumber Daya yang bisa kita kelola dan kita manfaatkan. Setelah ada ide kreatif baru bisa membangun kerjasama dengan pihak lain, karena ada sesuatu yang bisa ditawarkan. (Nuraynto, wawancara 5 Januari 2018)

Gambar 2.2 Papan yang ada di depan UKM Lidiyah Art



Sumber: Dokumentasi penelitian 5 Januari, 2018

Setelah semakin berkembang permintaan semakin banyak, permintaan konsumen juga semakin beragam, disini kita dituntut untuk selalu menacari jalan keluarnya. Contohnya konsumen meminta untuk disediakan mobil atau travel agar bisa mengunjungi usaha saya yang di Jogja. Konsumen mengatakan setelah keliling Magelang mereka ingin ke Jogja dan minta disediakan Mobil, disanalah awalnya kami bekerjasama dengan pihak Travel Magelang-Jogja. Konsumen ada yang ingin mengadakan pelatihan dan menginap beberapa malam, mereka meminta disediakan Homestay dan juga makan tiga kali dalam sehari, akhirnya dicarikanlah warga yang bisa untuk memasak dan menyajikannya setelah itu ada paket makan. Persaingan semakin meningkat setiap tahunya karena minat masyarakat terhadap tempat wisata semakin tinggi, akhirnya semua bisa kita manfaatkan, seperti menyediakan paket andong dan sepeda

ontel, dengan bekerjasama bersama pemilik ontel dan andong, nanti hasil ada pembagian sesuai kesepakatan.

Keinginan untuk maju bersama perkembangan teknologi dan kecepatan dunia maya, pak Nur selaku seniman berfikir bagaimana cara agar dapat memasukkan jaringan internet (indihome) sampai ke rumahnya yang nanti akan memudahkan komunikasi dan pemasaran usaha miliknya dengan konsumen. Pada awalnya, sebelum ada program UKM Goes Digital, pak Nuryanto pernah memajukan proposal ke Telkom Magelang, akan tetapi saat itu persyaratan dari Telkom harus ada sekitar 75 rumah yang sudah pasti akan memasang Indihome di desa tempat rumah pak Nur barulah Telkom akan memasang tower untuk jaringan indihome. Pak Nur mengetuk pintu rumah masyarakat sekitar, namun tidak ada yang berminat. Seiring berganti tahun, pada 2015 Telkom ada program UKM Goes Digital, pak Nur karena memiliki UKM dan juga Koprasi yang dia bangun sendiri, mengajukan proposal kembali kali ini ke Jakarta. Gayung bersambut, pihak Telkom meloloskan proposal hingga akhirnya jaringan Internet (Indihome) bisa sampai ke rumah sekaligus tempat UKM pak Nur. (Nuryanto, wawancara, 5 Januari 2018)

Gambar 2.3 Pak Nuryanto saat diwawancarai di pendopo miliknya



Sumber: Doumentasi penelitian 5 Januari, 2018

Seperti yang telah dijelaskan, UKM in bergabung pada Juli 2015. Dibuka langsung oleh Muhammad Awaludin selaku *Chief Marketing Officer* (CMO) Telkom Indonseia. Adapun untuk pelatihan, Telkom memberikan dua kali pelatihan yaitu mengenai penjualan online. Setelah bergabung dengan masuknya intenet, awalnya tidak ada yang memasang jaringan (indihome) yang pasang hanyalah rumah pak Nur yangmana menjadi tempat pengoprasian usahanya dan

Koprasi yang dia bangun disebelah rumahnya. Saat ini seiring berjalanwaktu penduduk sekitar mulai pasang indihome.

Ndalem Nitihardjan

Candi Borobudur merupakan salah satu tempat wisata yang cukup terkenal dan di akui dunia. Letaknya yang berada di kota Magelang membuat daerah di sekitarnya tumbuh menjadi daerah wisata sebagai penunjang kebutuhan wisatawan, seperti contohnya sektor penginapan yang kini mulai banyak bermunculan di daerah sekitar Candi Borobudur. Salah satu penginapan yang cukup menarik dan terdekat dengan obyek wisata Candi Borobudur adalah Guest House Ndalem Nitihardjan. Ndalem Nitihardjan adalah salah satu penginapan dengan konsep Guest House yang letaknya dekat dengan Candi Borobudur. Ndalem Nitihardjan sebuah penginapan yang mempunyai konsep memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi tamu saat menginap. Dengan konsep penginapan yang bernuansa Jawa yang menyatu dengan alam dan lingkungan sekitarnya sehingga memberikan nuansa asri sekaligus tenang bagi tamu-tamu saat menginap.

Guest House Ndalem Nitihardjan terletak di Dusun Djowahan, Desa Wanurejo, Borobudur, Magelang. Terletak di Desa Wisata Homestay di mana banyak terdapat home stay-home stay di daerah tersebut. Dengan jarak cukup dekat dengan Tempat Wisata seperti Candi Borobudur dan Punthuk Setumbu. Akses jalan menuju lokasi Ndalem Nitihardjan yang mudah di jangkau karena sudah terdaftar di Google Maps (search : Ndalem Nitihardjan).

Fasilitas HomeStay

Untuk Type Limasan (dengan Rate Rp 1.800.000,-)

Fasilitas yang di dapat :

Maksimal kapasitas 8 orang

1 kamar single bed ukuran king size bed dan 3 kamar double bed ukuran single size bed

AC di setiap ruangan

Hot shower

Sharing bathroom (3 ruangan)

Wifi

Free sepeda untuk keliling daerah Borobudur

Include breakfast

Untuk Type Bungallow (dengan Rate Rp 800.000,-)

Fasilitas yang di dapat :

Maksimal 2 orang

1 tempat tidur ukuran king size bed

AC di kamar

Hot shower

Free sepeda untuk keliling daerah Borobudur

Include breakfast

Guest House Ndalem Nitihardjan berdiri mulai tahun 2016 dengan dua pilihan type kamar yaitu Limasan dan Bungallow. Untuk pemasaran saat ini Ndalem Nitihardjan sudah bergabung di 3 situs booking online terbesar yaitu Air BnB, Trip Advisor, dan Traveloka. Untuk system penjualan, Ndalem Nitihardjan hanya menjual per bangunan bukan per kamar.(Heady, wawancara, 20 February 2018)

3. Gambaran Umum kampung Purwosari IV, Tambak Rejo, Gayamsari, Semarang

Kelurahan Tambak Rejo merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Gayamsari. Di kelurahan Tambak Rejo ini terdapat kampung Tematik yang ditunjuk oleh pemerintah Semarang, kampung tersebut diberi nama Kampung Sentra Bandeng. Kampung Senta Bandeng tepatnya berada di Jalan Purwosari IV, Tambak Rejo. Di Kampung Sentra Bandeng ini pulalah terdapat UKM yang bergabung menjadi UKM Goes Digital.

Untuk menggapai Kampung Sentra Bandeng ini hanya memerlukan waktu 10 menit berkendara motor dari Stasiun Tawang Semarang. Gerbang masuk yang berada tepat di jalan lintas pantura membuat kampung ini tidak sulit untuk digapai. Saat memasuki gerbang suasana kehidupan pesisir sangat terasa, mulai dari bau hasil laut yang menyengat hidung hingga kegiatan ibu-ibu yang duduk di depan rumah sambil membersihkan hasil tangkapan untuk dijual ke pasar. (observasi, 7 Maret 2018)

Gambar 2.4 Gerbang masuk kampung Sentra Bandeng



Sumber: Dokumentasi penelitian 7 Maret 2018

Gambar 2.5 Jalan Menuju kampung Sentra Bandeng



Sumber: Dokumentasi penelitian 7 Maret 2018

Bandeng Darmono UD. Mina Makmur

Bandeng Darmono adalah bandeng milik ibu Hartini Sudarmono yang sudah dikelola lebih dari 30 tahun. Bandeng Darmono bergerak sejak tahun 1980, namun mulai banyak dikenal pada tahun 1997-an. Usaha bandeng yang awalnya dibentuk atas kesadaran ibu Hartini Darmono untuk dapat membantu keuangan keluarga. Melihat kehidupan ibu-ibu kampung yang hanya mengandalkan hasil laut, dari Perkumpulan ibu-ibu nelayan akhirnya dibentuklah Koprasi untuk membentuk usaha bersama yaitu usaha bandeng. Koprasi di ketuai oleh ibu Hartini Darmono awalnya memiliki 70 orang anggota aktif, namun seiring berjalan waktu para anggota memulai usaha sendiri-sendiri. Akan tetapi ibu Darmono tetap menjalankan Usaha bandeng yang awalnya milik Koprasi menjadi usaha milik pribadi. (Sudarmono, wawancara, 12 Maret 2018)

Bandeng Darmono memiliki Visi yang berbunyi: Produk olahan bandeng menjadi ikon oleh-oleh kota Semarang yang terkenal dan mengangkat perekonomian masyarakat nelayan, khususnya bagi ibu-ibu selayan agar dapat membantu suaminya. Dan Misi Bandeng Darmono memiliki dua point, yaitu:

1. Ibu rumah tangga dapat menjadi wirausaha mandiri dan hasil olahan ikan nelayan, dan dapat menyekolahkan anak-anaknya serta memenuhi semua kebutuhan rumah tangga berkat memperdayakan pengelolaan ikan bandeng
2. Menjadi keluarga sejahtera dengan kemandiriannya.

Saat ini Bandeng Darmono UD Mina Makmur telah banyak menggapai prestasinya. Atas kegigihan ibu Sudarmono pada tahun 2011 Bandeng Darmono berhasil mendapat sertifikat SNI untuk produk Bandeng, dan mendapat sertifikat untuk keseluruhan produk pada tahun 2014, yangmana menjadi produk Bandeng Pertama se-Indonesia yang mendapat sertifikat SNI. Selain itu Bandeng Darmono juga telah banyak mengikuti pameran di beberapa daerah Indonesia seperti Jakarta dan Yogyakarta.

Daftar Harga Bandeng Darmono UD Mina Makmur

Bandeng Presto Goreng	Rp. 80.000/Kg
Bandeng Presto Basah	Rp. 75.000/Kg
Otak-otak Goreng	Rp. 80.000/Kg
Otak-otak Basah	Rp. 75.000/Kg

Adapun beberapa produk lain yang dijual berupa tahu bakso, ayam kremes, nugget bandeng dan singkong keju. Saat ini Bandeng Darmono memiliki 13 orang karyawan, dan Bandeng Darmono dapat mencapai angka penjualan 600kg/hari. Selain telah memiliki sertifikat SNI Bandeng Darmono juga telah memiliki sertifikat Halal dari (MUI) Majelis Ulama Indonesia. (Sudarmono, wawancara, 12 Maret 2018)