

Pemberdayaan Umkm Ibu Pkk Menuju Perintisan Desa di Wilayah Desa Jembrak Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang

Dyah Palupiningtyas¹, Guntur Suryaning Hadi², Ray Octafian³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Semarang

Email: upik.palupi3@gmail.com, Guntursurya@gmail.com, octafianray@gmail.com

Korespondensi penulis: upik.palupi3@gmail.com

Abstract.

This activity aims to provide solutions for partners in dealing with Small and Medium Enterprise (UMKM) problems in tourist villages. Jembrak Village is a village in the Pabelan sub-district, Semarang, Central Java. The characteristics of this village are advanced and the beautiful environment is still there. Jembrak Village is about management and marketing. The management itself is how to manage Small and Medium Enterprises (UMKM) themselves in terms of the lack of community interest, ignorance of finance, management systems, and marketing. The remarketing is online marketing, where most of the owners of Small and Medium Enterprise (UMKM) find it difficult to use applications and online marketplaces, methods of proper promotion, and to administrative issues related to the use of social media to market their products. For this reason, the PKK Community Service team carried out activities including: 1) Observing Small and Medium Enterprise (UMKM) targets, 2) Conducting outreach about the Product Management and Marketing, 3) Provide a direct training on Product Management and Marketing, 4) Monitor and evaluate UMKM Pioneers in Jembrak Tourism Village. The implementation of this community service activity has gone well. Thanks to the cooperation between the committee and the support of various parties. However, there were a number of things that were noted after the activity took place, namely, the training participants needed ongoing assistance after this activity, because there were still many training participants who were unable to manage UMKM.

Keywords: Management and Marketing, Small and Medium Enterprise (UMKM)

Abstrak.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi mitra dalam menghadapi permasalahan UMKM di desa wisata. Desa Jembrak adalah sebuah desa di kecamatan Pabelan, Semarang, Jawa Tengah. Ciri khas desa ini maju dan lingkungan asri masih tetap terjaga. Desa Jembrak adalah pada pengelolaan dan pemasarannya. Pengelolaan yang dimaksud yaitu cara mengelola UMKM itu sendiri, baik dari segi kurangnya minat masyarakat, ketidak tahuan tentang keuangan, sistem pengelolaan, dan pemasaran. Pemasaran yang dimaksud ialah pemasaran secara online, dimana kebanyakan pemilik UMKM merasa kesulitan dalam penggunaan aplikasi dan marketplace online, metode-metode promosi yang tepat, hingga masalah administratif terkait dengan pemanfaatan

media sosial guna memasarkan produknya. Untuk itu, tim Pengabdian pada Masyarakat Ibu PKK melakukan kegiatan antara lain: 1) Observasi UMKM sasaran, 2) Mengadakan sosialisasi tentang Pengelolaan dan Pemasaran Produk, 3) Memberikan pelatihan secara langsung tentang Pengelolaan dan Pemasaran Produk, 4) Melakukan pemantauan dan evaluasi pada Perintisan UMKM di Desa Wisata Jembrak. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini secara umum sudah berjalan dengan baik berkat kerjasama antar panitia serta dukungan berbagai pihak. Namun ada beberapa hal yang menjadi catatan setelah kegiatan tersebut berlangsung, yaitu, para peserta pelatihan membutuhkan pendampingan secara berkelanjutan setelah kegiatan ini, sebab masih banyak peserta pelatihan yang kurang bisa dalam mengelola UMKM.

Kata kunci: Pengelolaan dan Pemasaran, UMKM

LATAR BELAKANG

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan dalam rangka perintisan UMKM di desa wisata, serta memperbaiki membantu kondisi UMKM yang kurang baik terlebih karena pernah terdampak COVID-19. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Jembrang, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang. Masalah – masalah yang teridentifikasi diantaranya adalah kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan, strategi pemecahan masalah dalam berwirausaha, kurangnya pemahaman tentang pentingnya pembukuan keuangan, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran secara daring, dan kurangnya pemahaman tentang keuntungan bekerjasama dalam menjalankan sebuah usaha. Untuk memecahkan masalah – masalah tersebut, tim Ibu-ibu PKK mengadakan sebuah pelatihan dan sosialisasi. Metode yang digunakan adalah 1) observasi permasalahan, 2) sosialisasi program kepada pemerintah desa, 3) Program pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat. Dengan diadakannya acara tersebut para pelaku usaha mendapatkan bekal yang lebih baik untuk menjalankan usaha mereka. Bekal – bekal yang mereka dapat diantaranya adalah 1) pengetahuan tentang cara mengelola dan mengembangkan demi merintis bisnis (UMKM) dan cara mengatasi masalah yang ada, 2) pengetahuan tentang bagaimana membuat pembukuan keuangan dalam menjalankan usaha mereka, 3) Pengetahuan tentang manfaat dan keutamaan memasarkan produk secara online dan offline.

Media yang digunakan dalam pemasaran online yaitu media sosial. Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner,

2012). Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user *generated content* (Stockdale, Ahmed, & Scheepers, 2012). Terlebih saat dilanda pandemi tahun lalu, UMKM Desa Jembrak sempat mengalami kesulitan dalam pengelolaan dan pemasaran produknya, dikarenakan dibatasinya interaksi, tidak dibolehkannya berkerumun, dan sistem pemasarannya yang belum sepenuhnya terjangkau oleh marketplace yang rata-rata diakses secara online. Sebagian kecil pemilik usaha UMKM mengaku bahwa produksinya hanya akan dilakukan bila ada pesanan masuk atau tidak memproduksi dalam jumlah besar. Karena permasalahan itulah Tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIEPARI Semarang oleh Ibu PKK membuat tujuan utama yaitu untuk membantu merintis pengusaha UMKM di Desa Wisata Jembrak dalam hal mengelola dan memasarkan produk secara online, dimana ini diharapkan dapat menjadi bantuan besar kepada masyarakat desa wisata agar dapat memasarkan produknya baik pada desa wisata sendiri maupun ke wilayah yang lebih luas dan dapat mengikuti perkembangan teknologi pemasaran yang ada.

METODE

Metode Pelaksanaan

Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu metode yang meliputi :

1. Metode pemberdayaan partisipatif

Meliputi penyuluhan, pelatihan, pendampingan, konsultasi/advokasi dan bantuan material yang melibatkan peran serta mitra secara aktif. Mitra dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan agar sesuai dengan kebutuhannya dan mampu mandiri setelah kegiatan berakhir

2. Setelah kegiatan berakhir Mengenalkan *internet* sebagai media baru dalam berkomunikasi dan memasarkan

3. Kegiatan monitoring

Dimaksudkan agar seluruh kegiatan yang sudah dijadwalkan dan disepakati bersama dapat berlangsung sesuai dengan harapan dan sesuai keadaan faktual di lapangan. Perangkat monevun dipersiapkan sesuai tujuan program dan didesain mudah dilakukan dengan kaidah *plan-do-check-action*

4. Metode pendampingan dan fasilitasi

Dilakukan dalam rangka mengontrol keberlanjutan usaha, terutama mekanisasi alat-alat produksi, pembenahan manajemen usaha, proposal bisnis, akses terhadap modal dan pasar dalam upaya meningkatkan omzet dan pendapatan.

5. Meningkatkan efektivitas media pemasaran digital dengan mengevaluasi kegiatan pengelolaan dan pemasaran pelaku UMKM di desa wisata.

Khayalak Sasaran

Target utama dalam kegiatan pengabdian ini yakni para pelaku usaha yang dalam hal ini adalah masyarakat dan pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Wisata Jembrak serta masyarakat secara luas pada umumnya.

Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Persiapan

Adapun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada tahap persiapan yaitu:

1. Penelusuran tempat/lokasi, dengan survey secara langsung ke target sasaran dalam kegiatan pengabdian ini.
2. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perijinan tempat atau lokasi pengabdian masyarakat.
3. Pembuatan modul atau bahan yang akan disampaikan ke target atau khalayak sasaran.
4. Penentuan waktu dan media yang akan dilakukan pada pelaksanaan kegiatan ini.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan setelah semua perijinan dan persiapan peralatan sudah selesai dilakukan. Persiapan yang dilakukan melibatkan para pelaku usaha UMKM serta mulai dari perijinan, pembuatan modul, hingga menyiapkan segala sesuatunya dalam kegiatan pengabdian ini. Alur dalam kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi beberapa sub, yakni:

1. Kegiatan survey terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk dapat memudah peserta pengabdian untuk melakukan kegiatan.
2. Pelaksanaan kegiatan perintisan dilakukan secara langsung terhadap para pelaku UMKM di desa wisata
3. Mengevaluasi hasil kegiatan.

Pembuatan Laporan Kegiatan

Untuk tahap pembuatan laporan adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan Laporan Awal
Pembuatan laporan awal disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama melakukan kegiatan pengabdian.
2. Revisi Laporan
Revisi laporan dilakukan apabila terjadi kesalahan pada pembuatan laporan awal.
3. Pembuatan Laporan Akhir
Pembuatan laporan akhir dilakukan setelah melakukan revisi laporan agar dalam penyusunan laporan akhir diperoleh hasil yang lebih baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan terkait Perintisan UMKM dan Pengelolaan UMKM di desa Wisata bagi masyarakat di desa Jembrak ini dilaksanakan selama 3 hari yakni dari tanggal 15 s/d 17 November 2021. Pada kegiatan ini, peserta mengikuti kegiatan dari pukul 09.00 – 12.00 WB yang berisi pemberian materi terkait Perintisan Pengelolaan dan Pemasaran UMKM yang disampaikan oleh team dalam kegiatan pengabdian ini.

Berikut rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan:

1. Pembukaan dan Perkenalan
2. Pemberian materi melalui Perintisan UMKM di desa wisata ini, dengan memberikan materi mengelola dan memasarkan bagi para pelaku UMKM
3. Mengenalkan internet sebagai media dalam berkomunikasi dan pemasaran
4. Memberi materi tentang pengelolaan dan pemasaran UMKM, seperti pembukuan keuangan, pemasaran melalui media sosial facebook, instagram, dan marketplace terbaik
5. Mengajarkan bagaimana mengelola dari awal bahan baku, manajemen keuangan, serta pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut.

Selanjutnya akan dilakukan tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas perintisan UMKM dalam pengelolaan media promosi dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini secara umum sudah berjalan dengan baik berkat kerjasama antar panitia serta dukungan berbagai pihak. Namun ada beberapa hal yang menjadi catatan setelah kegiatan tersebut berlangsung, yaitu, para peserta pelatihan membutuhkan pendampingan secara berkelanjutan setelah kegiatan ini, sebab masih banyak peserta pelatihan yang kurang bisa dalam merancang pembukuan keuangan dan memasarkan produk baik secara offline maupun online. Diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang permodalan, pengembangan usaha, pembukuan keuangan, dan pemasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Cresswell, John. W, 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hardiani, W. A. A., Putri, J. A., Octafian, R., Satoto, Y. R., & Krisnatalia, H. (2021). Penguatan Desa Wisata Sikasur Di Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 53. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v4i1.13182>
- Kriyantono, Rakhmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Kencana
- Rangkuti, Freddy. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus IMC*.2009. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sulaksana, 2007. *Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Quantum.
- Saputra, Wahidin, 2011, *Public Relations Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, Depok: Gramata Publishing.
- Tjiptono, Fandy, 2009. *Strategi Pemasaran: Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wiley, Yoeti. A. Oka, 1996. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Perca.