

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PENINGKATAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN

Asep Deddy Supriatna^{*1}, Shofwan Dzaki Naufal², Muhammad Bintang³, Asri Indah Pertiwi⁴, Siska Nuraeni⁵, Shalma Amelia⁶, Lina Herlina⁷, Mohamad Jefry Arianto⁸, Rizky Mutaqien⁹, Anas Nasrulloh¹⁰, Ayu Nur Isti Ajijah¹¹, Tegar Hanafi Jembar¹², Iqbal Abdussalam¹³, Difa Eka Aliansyah¹⁴, Reynaldi Fahreza¹⁵, M. Galuh Fajar Rohimat¹⁶, Sandy Rustandy¹⁷, Hadi Alamsyah¹⁸, Ayu Lestari¹⁹, Galant Ababil Haqti Diningrat²⁰

¹⁻²⁰Institut Teknologi Garut, Garut, Indonesia
Email: *asepdeddy@itg.ac.id

Abstrak. Mayoritas pelaku UMKM di Desa Sukamenak sebagian besar berpendidikan SD dan SMP sehingga dapat dikategorikan berpendidikan rendah. Hal ini berdampak terhadap peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran. Permasalahan yang utama dalam pengetahuan pemasaran dimulai dari pelaku UMKM terutama kopi papandak dan gula aren yang hanya memasarkan produk tanpa dukungan iklan baik itu secara tradisional maupun digital. Program pelatihan Seminar Literasi Digital mengenai peningkatan pemasaran UMKM ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan meningkatkan kualitas pengetahuan tentang pemasaran. Metodologi yang digunakan adalah metodologi Integrasi Relawan TIK, dimana dalam metode pelaksanaannya menggunakan metode offline. Hasil yang dicapai yaitu dengan meningkatnya pengetahuan pelaku UMKM dalam pemasaran produk sehingga membantu peningkatan kapasitas pemasaran UMKM kopi papandak dan gula aren.

Kata Kunci: digital, pemasaran, UMKM.

I. PENDAHULUAN

Desa Sukamenak adalah salah satu desa yang memiliki jumlah penduduk paling banyak di Kecamatan Wanaraja. Jumlah penduduk Desa Sukamenak yaitu sebanyak 8.671 jiwa, hal ini menjadikan Desa Sukamenak berada pada peringkat ke 1 di Kecamatan Wanaraja dalam hal jumlah penduduk. Selain memiliki jumlah penduduk yang banyak, Desa Sukamenak memiliki jumlah sekolah yang banyak, tercatat ada 7 sekolah yang terdiri dari 2 SMP, dan 5 SD. Mata pencaharian para penduduk Desa Sukamenak didominasi oleh petani, buruh tani, pedagang, jasa sol sepatu, buruh pabrik dan Tenaga Kerja Indonesia(TKI) ke daerah Timur Tengah.

Kondisi wilayah di Desa Sukamenak yang mempunyai karakteristik pegunungan dan perbukitan menjadikan faktor utama warga di Desa sukamenak bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani. Salah Satu UMKM yang ada di Desa Sukamenak adalah kopi Papandak dan gula aren. Rudjito menyatakan bahwa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Sartika et al., 2022). Pandemi COVID-19 memberi dampak terhadap sektor UMKM yang berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar (Thaha, 2020). Sehingga kondisi perekonomian di beberapa wilayah sangat terdampak terutama di pedesaan juga kurangnya pengembangan sumber daya manusia yang mengakibatkan turunnya kualitas produksi dan pemasaran UMKM.

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

1. Memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan;
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
3. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat (Anggraeni et al., 2022)

Di Tengah perkembangan teknologi seperti saat ini, perubahan terjadi dalam setiap sektor lini kehidupan di masyarakat, termasuk didalamnya kegiatan transaksi. bahwa globalisasi tidak membatasi daerah perkotaan atau pedesaan, dan yang menarik dari globalisasi ini adalah maraknya penggunaan e-commerce. Akan tetapi kurangnya pengetahuan warga di Desa Sukamenak menjadikan hal tersebut sebagai benteng permasalahan.

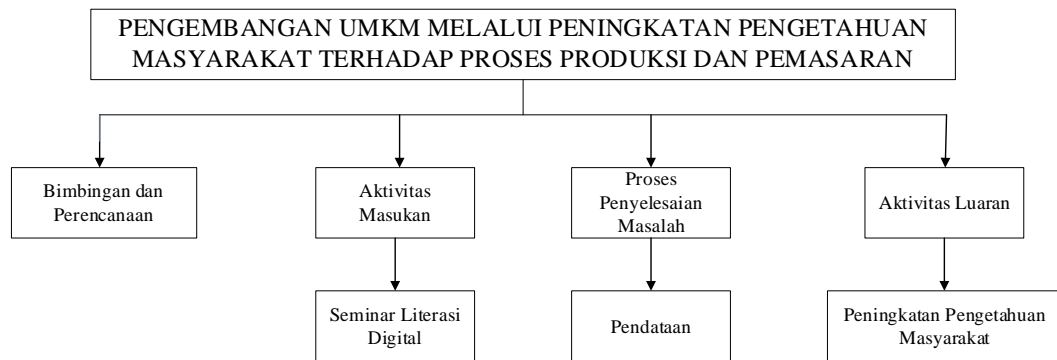
Mengingat banyaknya pelaku UMKM di Desa Sukamenak memiliki latar belakang pendidikan yang kurang, sehingga berdampak terhadap peningkatan kapasitas pemasaran, maka dengan adanya peningkatan pengetahuan melalui Seminar Literasi Digital mengenai peningkatan pemasaran UMKM yang dilaksanakan pada hari Senin tanggal 22 Agustus 2022 di Kampung Papandak dapat memberikan peluang yang besar untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pentingnya strategi pemasaran terhadap kapasitas pemasaran untuk pelaku UMKM.

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk mempertahankan stabilitas ekonomi di Desa Sukamenak. Assauri berpendapat bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan juga pengendalian program-program yang telah dibuat guna membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi secara jangka panjang (Jatiningrum et al., 2021).

Oleh karena itu, Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Proses Produksi dan Pemasaran ini kita angkat sebagai solusi dalam permasalahan minimnya pengetahuan pemasaran di masyarakat. Diharapkan dengan adanya Kuliah Kerja Nyata pengabdian kepada masyarakat ini dapat berperan sebagai sarana/wadah dalam membantu mengedukasi masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan mengenai peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran.

II. METODE

Metode dalam penulisan artikel ini menggunakan pendekatan integrasi relawan TIK (Cahyana, 2018) dengan tahapan, yaitu 1) bimbingan dan perencanaan dari pembimbing ; 2) aktivitas masukan penerapan metode pemasaran; 3) Proses penyelesaian masalah melalui sarana pengabdian yang dilakukan pada masyarakat diantaranya pelatihan dengan pemberian materi, pembuatan konten, pendataan, dan pembuatan video dokumentasi; 4) aktivitas keluaran hasil yang didapat dari tahap masukan dan proses, dapat diketahui perubahan pengetahuan masyarakat mengenai peningkatan produksi dan pemasaran.



Gambar 1. Work Breakdown Structure Program Kerja

Dalam pelaksanaan program, menggunakan metode pelaksanaan secara *offline*. Adapun Jenis kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi program kepada perangkat desa, ketua RW, masyarakat tingkat RW dan pelaku UMKM;
2. Pemasangan banner di beberapa UMKM;
3. Pembuatan video promosi untuk UMKM kopi papandak ;
4. Pelatihan peningkatan pengetahuan dalam sistem pemasaran melalui seminar literasi digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Aktivitas

Dalam pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi 3 tahap kegiatan yaitu:

1. Sosialisasi Program

Dalam pelaksanaan sosialisasi program, memberikan penjelasan mengenai program kemudian meminta saran dan masukan dari masyarakat untuk keberhasilan program. Selain itu melakukan survey mengenai kualitas pengetahuan masyarakat terhadap sistem produksi dan pemasaran dan meminta beberapa pelaku UMKM untuk membantu program. Selain itu juga melakukan sosialisasi kepada pihak kopi papandak dan gula aren sebagai pelaku UMKM untuk dijadikan mitra.



Gambar 2. Sosialisasi Program

2. Pelatihan

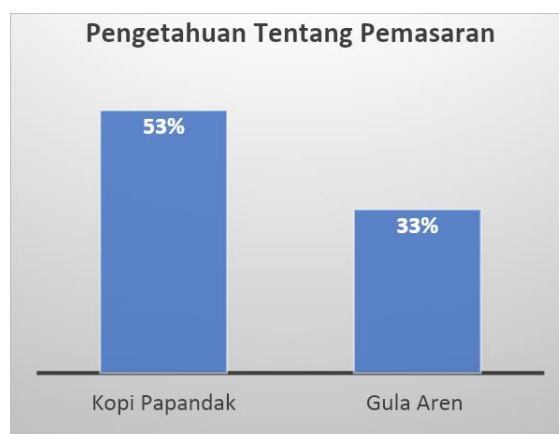
Dalam pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan mengadakan seminar mengenai pengembangan UMKM melalui metode pemasaran *online* yang diikuti oleh perangkat Desa, Pelaku UMKM dan masyarakat umum.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran UMKM

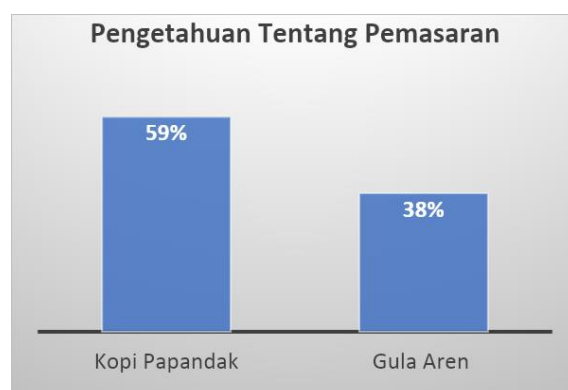
3. Evaluasi

Pada tahapan evaluasi, dilakukan survey tingkat pengetahuan kepada pelaku UMKM di Desa Sukamenak



Gambar 4. Hasil Survey Tingkat Pengetahuan

Dari hasil survey terlihat masih kurangnya pengetahuan tentang pemasaran UMKM.



Gambar 5. Hasil Survei Setelah Pelatihan

Setelah dilakukan pelatihan maka hasil dari evaluasi kemampuan meningkat, berikut adalah keterangan nilai hasil evaluasi 59% UMKM Kopi Papandak mengetahui tentang pemasaran 38% UMKM Gula Aren mengetahui tentang pemasaran.

A. Penyelesaian Masalah

Dalam melaksanakan program pelatihan melalui seminar literasi digital mengenai pengembangan UMKM melalui pemasaran online, ada beberapa hasil yang dicapai yaitu :

1. Meningkatnya pengetahuan pelaku UMKM dalam mengatur strategi marketing;
2. Pelaku UMKM lebih memperhatikan pentingnya periklanan untuk peningkatan marketingnya;
3. Meningkatnya pembuatan konten tiktok untuk UMKM kopi papandak;
4. Pemasangan spanduk Kopi papandak dan gula aren guna dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 6. Pemasangan Spanduk

B. Keberlanjutan Program

Dalam hasil program pelatihan peningkatan pengetahuan tentang pemasaran, ada beberapa kegiatan yang akan dilanjutkan oleh pelaku UMKM kopi papandak yaitu :

1. Membuat konten lanjutan dari video promosi kopi papandak yang dibuat oleh tim KKN;
2. Pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan, akan memberikan pengetahuan kembali pelaku UMKM yang belum mengikuti pelatihan.

C. Implementasi Mata Kuliah

Dalam pelaksanaan program ini kami melakukan beberapa implementasi mata kuliah yaitu:

1. Pemasaran
2. HPP(Harga Pokok Produksi)

D. Indikator Keberhasilan Program

Indikator keberhasilan program kami disajikan didalam Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program

No	Indikator	Sasaran awal	Realisasi	Persentase
1	Cakupan Wilayah	2 Dusun	2	100%
2	UMKM Sasaran	2 UMKM	2	100%
3	Materi yang disampaikan	2 Materi	2	100%
4	Pembuatan Media Sosial	1 Media	1	100%
5	Pembuatan Video Promosi	1 Konten	1	100%

No	Indikator	Sasaran awal	Realisasi	Persentase
6	Pemasangan UMKM	Spanduk 2 Buah	2	100%

Dalam melaksanakan indikator tersebut dilakukan pembagian tugas sesuai dengan kemampuan anggota.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam pelaksanaan program pelatihan pengembangan UMKM melalui peningkatan pengetahuan pada proses produksi dan pemasaran desa Sukamenak sudah terlaksana. Hal ini ditunjang oleh partisipasi dari pelaku UMKM yang bisa diajak kerja sama guna mensukseskan program ini. Pelaku UMKM yang bersangkutan dan masyarakat menganggap pelaksanaan program ini sangat membantu, karena para pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran.

Mengingat dengan segala keterbatasan waktu dan konsultasi tentang literasi digital mengenai metode pemasaran UMKM. Maka, disarankan untuk ditindak lanjuti dengan kegiatan-kegiatan yang serupa atau lebih tinggi. Sehingga dapat berdampak lebih nyata terhadap pemasaran UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada kepala desa Sukamenak dan Institut Teknologi Garut yang telah memfasilitasi dan memberikan dukungan untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini serta para pelaku UMKM yang telah bekerjasama dengan baik dalam program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2022). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286–1295. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Cahyana, R. (2018). Integrasi Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Sistem Pendidikan Tinggi. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 2(2), 61. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v2i2.204>
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L., Rahayu, S., & Ramadhani, A. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1 SE-Articles), 1–6. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/264>
- Sartika, D., Syarif, A., & Firmansyah, A. P. (2022). Membangun Motivasi Dan Kreatifitas Milenial Melalui Talkshow Millenial for Entrepreneur. *Abdimas Patikala*, 1(4), 266–271. <https://etdci.org/journal/patikala/article/view/428/188>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.