

Peningkatan Ekonomi Masyarakat Bulu Melalui Pelatihan Manajemen Pemasaran UMKM

Suryaningsih, Siti Haja Ainun Syah Ugar, Aulia Anggadita Subyantari, Rindi Fatika Iftisyara, Akmal Haikal Ajoyasa, Haris Laksono, Muhammad Farid Gilang Nuswantoro, Rohmansyah*

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email: rohmansyah@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.61.1193>

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengatasi masalah mereka. Program ini meliputi tiga tahap, yaitu sosialisasi manajemen pemasaran, pelatihan manajemen pemasaran, dan pendampingan. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi digital, serta meningkatkan pengetahuan mereka dalam manajemen pemasaran, termasuk strategi branding dan citra merek produk. Hasil dari program ini diharapkan dapat membantu UMKM di Dukuh Bulu untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka, meningkatkan kualitas produk, dan membantu pelaku usaha dalam proses perijinan usaha. Program ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi dan pengembangan masyarakat di Dukuh Bulu. Dengan begitu, UMKM di wilayah ini memiliki peluang untuk berkembang lebih besar lagi dan berperan aktif dalam meningkatkan ekonomi lokal. Hasil menunjukkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat berjalan secara bertahap, dengan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun faktor yang mendukung dan menghambat dalam pemberdayaannya adalah pengetahuan, motivasi dan sumber daya, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Hasil dari pemberdayaan, pelaku Usaha UMKM dapat mengembangkan usahanya secara bertahap dari yang awalnya kecil bisa meningkat dari segi pendapatan dan jumlah produksi.

Kata Kunci: UMKM, ekonomi, manajemen, sumber daya

Pendahuluan

Desa Bulu secara geografis terletak di dataran rendah dengan iklim sedang, merupakan bagian dari Kecamatan Wahyuharjo, Kabupaten Kulon Progo, DI Yogyakarta. Padukuhan Bulu memiliki 130 Kepala Keluarga terdiri dari 4 RT dan 2 RW dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Mata pencarian utama penduduk adalah sebagai buruh tani, buruh pabrik, dan petani, dengan mayoritas menanam padi, palawija (melon 20%, semangka 20%, bawang merah 20%), dan sebagian kecil bekerja sebagai PNS. Sebagian besar penduduk memiliki riwayat pendidikan SLTA, meskipun banyak yang memutuskan untuk berhenti sekolah dan mencari pekerjaan sebagai upaya untuk menafkahi keluarga.

Desa Bulu memiliki potensi dalam bidang UMKM yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi penduduknya (Riyadi & Mujanah, 2021), terutama dalam produksi rempeyek dan keripik emping. Para pelaku usaha di desa ini masih menghadapi kendala dengan cara manual dalam menjalankan bisnis mereka, termasuk penerimaan pesanan yang dilakukan dengan tenaga kerja terbatas. Selain itu, minimnya pemahaman tentang teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi tantangan. UMKM di Indonesia memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Namun, pertumbuhan UMKM masih dihadapkan pada beberapa kendala, termasuk produktivitas yang rendah, kurangnya kreativitas dalam meningkatkan nilai tambah dan kualitas produk, serta kurangnya pengetahuan komersial untuk memasuki pasar yang lebih luas.

Salah satu masalah yang dihadapi para pelaku UMKM adalah kurangnya pemahaman mengenai izin usaha dan perijinan yang diperlukan. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 mengenai Online Single Submission (OSS) memuat informasi tentang Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas resmi yang diperlukan untuk mendapatkan izin usaha dan operasional. Namun, sebagian pelaku usaha masih kesulitan dalam proses pendaftaran NIB (Wirada et al., 2020) dan pemahaman peraturan yang berlaku. Ini menjadi hambatan bagi perkembangan usaha mereka.

Kehadiran UMKM memerlukan dukungan dan pendampingan dari berbagai sektor untuk tumbuh dan berkembang. Pendampingan dan peningkatan kapasitas masyarakat dalam hal pengetahuan dan keterampilan merupakan langkah yang krusial untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UMKM. Selain itu, perlu ditingkatkan pemahaman tentang manajemen pemasaran dan citra merek produk dalam meningkatkan daya saing (Deva Ariyani et al., 2022).

Program pengabdian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pemasaran produk UMKM Dukuh Bulu melalui pemanfaatan teknologi digital. Melalui tema "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Bulu melalui Pelatihan Manajemen Pemasaran UMKM," program ini diharapkan dapat membuka peluang pemasaran yang lebih luas bagi produk UMKM di Dukuh Bulu. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keilmuan, khususnya dalam manajemen pemasaran, untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat Bulu. Program ini diharapkan dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh penduduk Bulu dan memberikan dukungan dalam mengembangkan usaha mereka lebih lanjut.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat ini berlokasi di Padukuhan Bulu, Wahyuharjo, Lendah, Kulon Progo. Sebelum pelaksanaan program ini, beberapa tahap analisis masalah dan potensi di Padukuhan Bulu perlu dilakukan. Salah satunya adalah observasi, yang merupakan kegiatan untuk menganalisis dan mengamati objek tertentu dengan tujuan mendapatkan informasi dan data. Dari observasi, terlihat bahwa Padukuhan Bulu memiliki permasalahan dalam perkembangan pemasaran UMKM yang masih terbatas dan hanya mencakup daerah sekitar desa. Observasi dilakukan dua kali di Dukuh Bulu dan satu kali di Kalurahan. Hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat Bulu sudah bisa menjual produk UMKM mereka, namun belum mampu mengembangkannya ke tingkat yang lebih luas. Dengan mempertimbangkan permasalahan ini, kami merumuskan program kerja berupa pelatihan manajemen pemasaran UMKM. Melalui program ini, kami bertujuan membantu masyarakat dan pelaku UMKM di Dukuh Bulu untuk memperbaiki produk UMKM mereka agar dapat dikenal oleh lebih banyak orang. Adapun tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan adalah:

1. Sosialisasi

Sosialisasi program pengabdian dilakukan secara langsung kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran ekonomi khususnya UMKM. Diharapkan dengan adanya sosialisasi ini masyarakat dapat memahami sekaligus berkerjasama selama proses berjalannya program kerja yang diselenggarakan oleh tim pengabdian masyarakat.

2. Pelatihan

Pelatihan ini dilakukan sebagai proses pembelajaran oleh masyarakat Dukuh Bulu dalam melakukan pemasaran produk UMKM misalnya melakukan pendaftaran pada website OSS untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Setelah itu kami tetap akan memonitoring hasil pelatihan tersebut.

3. Pendampingan

Pendampingan dilakukan agar program ini dapat dijalankan serta berlanjut oleh masyarakat Dukuh Bulu (pelaku usaha) UMKM. Pada tahap ini juga kami membantu proses pembuatan logo UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung di Padukuhan Bulu, Wahyuharjo, Lendah, Kulon Progo. Kegiatan tersebut berfokus pada sosialisasi pelatihan manajemen pemasaran UMKM dengan tujuan meningkatkan dan membranding produk UMKM melalui pembuatan logo. Seluruh

rangkaian kegiatan diharapkan dapat diselesaikan dengan pelaku usaha memiliki logo baru yang inovatif.

Dukuh Bulu, salah satu padukuhan di Wahyuharjo, memiliki potensi UMKM yang cukup besar, khususnya dalam produksi Rempeyek dan Keripik. Terdapat tiga UMKM di daerah ini, dua di antaranya bergerak dalam produksi Rempeyek, sementara satu lagi menghasilkan emping melinjo. Namun, sayangnya, UMKM ini hanya dijalankan sebagai usaha sampingan.

Sebagai tahap awal sebelum menyelenggarakan sosialisasi, kami mengunjungi rumah produksi UMKM dan melakukan wawancara singkat dengan pelaku usaha. Dalam wawancara ini, kami berusaha menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh produk UMKM. Berikut adalah hasil wawancara kami dengan UMKM di Bulu.

1. Dapur S

UMKM ini telah berdiri selama 40 tahun. Awalnya, mereka terlibat dalam usaha minuman jamu instan seperti kencur dan kunir putih. Mereka menjalankan bisnis dengan cara menitipkan jualan, bahkan sudah memiliki langganan konsumen dari Jakarta. Namun, usaha ini terhenti karena suami dari pelaku usaha tersebut meninggal dunia. Kemudian, pelaku usaha memutuskan untuk mendirikan usaha rempeyek, yang hingga saat ini masih berproduksi. Selain rempeyek, usaha ini juga mencakup produk lain seperti kentang Mustofa, lemper, sayur mateng, arem-arem, dan dapat menerima pesanan snack serta catering. Kendala yang dihadapi oleh usaha rempeyek ini adalah mereka hanya menjual peyek di sekitar lingkungan rumah. Selama bulan Ramadan, mereka dapat menjual rempeyek di luar kecamatan. Usaha ini memiliki satu tenaga kerja saja. Harga rempeyek bervariasi tergantung jenis peyek yang dijual, mulai dari Rp 4.000 hingga Rp 6.000.

2. Rempeyek Yu Kar

UMKM yang kami amati kali ini tidak memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan UMKM sebelumnya. Yang membedakan adalah bahwa UMKM kali ini fokus pada produksi rempeyek sebagai produk utama, dan usaha ini telah beroperasi selama sekitar 9 tahun sejak tahun 2014. Usaha rempeyek "Yu Kar" ini juga merupakan usaha sampingan yang membantu ekonomi keluarga. Produk rempeyek yang dihasilkan mencakup tiga varian, yaitu peyek kacang tanah, kacang kedelai, kacang hijau, rebon, dan guruh. Produk ini dijual dengan harga berkisar antara Rp 5.000 hingga Rp 6.000. Usaha ini hanya melibatkan pelaku usaha tanpa adanya tenaga kerja tambahan. Salah satu kendala yang dihadapi oleh UMKM ini adalah belum memiliki logo sebagai identitas merek produk rempeyek. Selain itu, usaha ini masih menjual produknya hanya di daerah sekitar desa.

3. Emping Melinjo Bu Tarti

UMKM "Emping Melinjo Bu Tarti" adalah usaha yang baru dirintis sekitar empat bulan yang lalu. Awalnya, pelaku usaha hanya mencoba membuat emping melinjo dan menjualnya. Pada awal produksi, pelaku usaha hanya menjual emping melinjo mentah dan menjualnya di sekitar rumah. Harga penjualan emping melinjo bervariasi tergantung pada jumlah pesanan yang diminta oleh pelanggan, dihitung berdasarkan berapa kilogram yang dipesan. Usaha ini belum pernah menitipkan produknya di warung atau toko karena masih merasa kurang yakin. Salah satu kendala yang dihadapi oleh usaha ini adalah belum adanya logo atau kemasan produk yang mencerminkan identitas merek. Selain itu, produk ini belum dipasarkan secara luas. Dalam rangka membantu memperbaiki strategi pemasaran dan branding, kami telah melaksanakan pelatihan manajemen pemasaran UMKM dalam tiga tahap yang melibatkan sosialisasi manajemen pemasaran, pelatihan, dan pendampingan.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan pelatihan manajemen pemasaran UMKM dengan tiga tahap. Pelatihan tersebut meliputi Sosialisasi manajemen pemasaran, Pelatihan dan yang terakhir pendampingan.

1. Sosialisasi Manajemen Pemasaran

Sosialisasi manajemen pemasaran merupakan langkah awal dalam memberikan pengetahuan kepada warga di Dukuh Bulu, terutama kepada pelaku UMKM, tentang strategi yang dapat membantu mereka bersaing di pasar yang kompetitif. Kegiatan sosialisasi ini diadakan pada tanggal 05 Agustus 2023, dengan mengundang narasumber Bapak Sutrisno, SE.I., MSI., Ph.D, dan para ibu pelaku UMKM dari Dukuh Bulu. Acara ini dihelat di rumah kepala dukuh. Sosialisasi ini mengusung tema "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Bulu melalui Manajemen Pemasaran UMKM."



Gambar 4. Sosialisasi Manajemen Pemasaran UMKM

2. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Pelatihan manajemen pemasaran kami menghadirkan narasumber bapak Veri Widodo, SE., MM dengan observasi langsung rumah pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memaksimalkan atau meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) memasarkan produk.

3. Pendampingan Pembuatan Logo

Pada gambar 5, terlihat bagaimana kami memberikan panduan mengenai pengembangan logo kemasan dan proses pendaftaran NIB 2023. Kegiatan pendampingan kami dimulai dengan merancang beberapa opsi logo produk untuk para pelaku UMKM. Setelah pembuatan logo, kami memberikannya kepada para pelaku UMKM untuk pemilihan. Logo produk yang terpilih akan dicetak dalam bentuk stiker, dan stiker berserta file gambar logo akan diberikan kepada pelaku UMKM. Pendampingan pembuatan logo produk dilakukan dengan memberikan contoh-contoh gambar logo produk yang menarik. Setelah contoh produk yang kami berikan disetujui oleh para pelaku UMKM, kami mencetak logo tersebut dan memberikan file gambar logo kepada mereka.

Selama pelaksanaan kegiatan ini, kami menemukan beberapa kelebihan dan kelemahan. Kelebihannya adalah pelaku UMKM sangat responsif dan bersedia bekerja sama. Namun, kelemahannya terletak pada beberapa pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Beberapa di antaranya memiliki keterbatasan dalam penggunaan perangkat elektronik dan internet, sehingga kesulitan dalam memperoleh informasi terkait. Daya saing produk di Padukuhan Bulu sudah cukup tinggi, dan inovasi produk juga cukup beragam, namun para pelaku UMKM di Bulu mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi dan pelatihan terkait. Kendala lainnya adalah kesulitan dalam proses pembuatan akun NIB melalui website OSS (Online Single Submission) karena persyaratan administrasi yang belum lengkap, seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), yang belum dimiliki oleh sebagian pelaku UMKM.



Gambar 5. Kegiatan diskusi pengembangan logo kemasan dan proses pendaftaran NIB 2023

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan membantu pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta meningkatkan ekonomi masyarakat di Bulu, Wahyuharjo, Lendah, Kulon Progo telah mencapai sejumlah tujuan yang diharapkan. Ini mencakup sosialisasi manajemen pemasaran, pelatihan manajemen pemasaran, dan pendampingan dalam pembuatan logo. Meskipun terdapat beberapa kendala terkait kelengkapan dokumen yang belum dimiliki oleh beberapa pelaku usaha, partisipasi masyarakat dan pelaku UMKM di Pedukuhan Bulu tetap membanggakan. Peluang pengembangan UMKM dan peningkatan ekonomi di masyarakat Bulu, Wahyuharjo masih sangat besar, karena masyarakat pada dasarnya hanya membutuhkan bimbingan dan arahan lebih lanjut.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Lembaga Pengabdian Masyarakat yang telah membantu kami dalam menyelenggarakan semua kegiatan pengabdian ini. Terima kasih yang tak terhingga juga kami ucapkan kepada seluruh masyarakat Bulu, Wahyuharjo, Lendah, Kulon Progo beserta jajaran pemerintah Desa.

Daftar Pustaka

- Alfian, M., Iqbalunnajih, M., Sholikhah, N. I., Dan, S., Nib, P., Perizinan, S., Di, P.-I., Kiringan, D., Candan, D., Bantul, J., Farmasi, P., Nahdlatul, U., & Yogyakarta, U. (n.d.). *Sosialisasi Dan Pelatihan Nib Serta Perizinan P-Irt Di Dusun Kiringan Desa Candan Jetis Bantul Socialization And Training Of Nib And P-Irt Licensing In Kiringan Hamlet, Candan Jetis Village, Bantul*.
- 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. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Rama Adhyoetro, R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi Pemasaran Dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk Di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1). <https://doi.org/10.29303/amtpb.v3i1.56>
- Sulistiyanto, A., Dwinarko, D., Syafrizal, T., & Mujab, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan

Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdidas*, 2(1), 34-40.
<https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i1.199>

Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173-185.
<https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>