

Produktivitas Dan Pemasaran Digital UMKM Bidang Produksi (Home Made) Di Desa Meunasah Masjid Lhokseumawe

Dasmi Husin¹, Ihsan Arief², Nurmila Dewi³, Ismed Wijaya⁴, M. Yusuf⁵, Teuku Zulkarnaini⁶

^{1,3} Jurusan Tata Niaga, Politeknik Negeri Lhokseumawe
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 INDONESIA

¹dasmihusin@pnl.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bumi Persada -Lhokseumawe
²ihsanariefunbp@gmail.com

Abstrak—Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha sekaligus memperkenalkan ilmu digital marketing kepada UMKM bidang produksi (home made) di desa Meunasah Masjid, Cunda, Kota Lhokseumawe. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan cara pendampingan dan bimbingan intensif dan terstruktur melalui ceramah, demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung. Dari hasil kegiatan diperoleh gambaran bahwa UMKM sudah mampu memahami konsep digital marketing untuk meningkatkan omset penjualannya. Selain itu UMKM di desa tersebut kini sudah dapat meningkatkan produktivitas usahanya pasca Covid-19 dinyatakan selesai

Kata kunci— Pemberdayaan, Usaha Kecil, Manajemen, dan Digital Marketing.

Abstract— This community service activity aims to increase business productivity while introducing digital marketing knowledge to small business in the production sector (home made) in Meunasah Masjid village, Cunda, Lhokseumawe City. The implementation method used is by means of intensive and structured assistance and guidance through lectures, demonstrations, simulations and direct practice. From the results of the activity, it is clear that small business are able to understand the concept of digital marketing to increase their sales turnover. Apart from that, small business in this village can now increase their business productivity after Covid-19 was declared over

Keywords— Empowerment, Small Business, Management, and Digital Marketing

I. PENDAHULUAN

Paragraf baru Pertumbuhan jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia semakin pesat. Pasca pandemi Covid-19 para pelaku usaha UMKM mulai bangkit, tumbuh, dan berkembang secara mandiri. Sejalan dengan hal itu pemerintah juga telah mengeluarkan kebijakan stimulus UMKM karena eksistensi UMKM terbukti dapat meningkatkan perekonomian nasional. Unit usaha mikro kecil dan menengah ini mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja dari total angkata kerja yang ada. Namun, pesatnya pertumbuhan jumlah UMKM ternyata tidak dibarengi dengan kesiapan sumber daya manusia sehingga eksistensi UMKM masih saja rentan untuk kembali terpuruk (bangkrut).



Gambar 1. Produktivitas UMKM di Desa Meunasah Masjid

Banyak masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM. Misalnya masalah produktivitas dan masalah penjualan produk secara online. Fenomena di lapangan menunjukkan

bahwa masih banyak pelaku UMKM belum mampu meningkatkan volume penjualan karena ketidakmampuan mereka dalam menggarap pasar potensial. Banyak produk tidak dapat menjangkau konsumen (positioning image) karena terbatasnya kemampuan dalam menggunakan media promosi secara online. Manajemen produktivitas usaha para UMKM tersebut masih menggunakan cara-cara tradisional.

Pola perilaku konsumen sejak adanya pembatasan aktivitas selama wabah pandemi Covid-19 sampai wabah tersebut dinyatakan selesai terlihat lebih banyak menggunakan perangkat digital baik untuk berkomunikasi maupun untuk bertransaksi. Perubahan kebiasaan masyarakat dari offline ke online telah berimbas pada penurunan pendapatan para pengusaha UMKM. Kondisi seperti ini jika terus dibiarkan, tentu akan mengancam keberlangsungan usaha. Jika tidak diantisipasi, maka dampaknya akan mengganggu perekonomian masyarakat dan stabilitas perekonomian nasional.

Salah satu desa yang memiliki pelaku usaha UMKM terbanyak adalah desa Meunasah Masjid Cunda Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe. Pada umumnya UMKM dari desa setempat lebih banyak bergerak dalam bidang industri rumah tangga (home made). Dari hasil pengamatan awal diketahui bahwa dua permasalahan utama UMKM di Meunasah Masjid yaitu masalah yang menyangkut dengan faktor produktivitas usaha dan masalah penguasaan marketing secara online.

Performa kinerja manajemen UMKM setempat dinilai sangat buruk karena tidak memiliki pengetahuan dasar tentang manajemen, komunikasi dan hubungan relasi bisnis yang tidak baik, tidak dapat menyusun target penjualan, bahkan tidak dapat menghitung harga pokok produksi atas produk yang akan dijual. Selanjutnya dari sisi marketing pemilik usaha tidak mampu mengatur manajemen toko yang berorientasi pada customer value. Umumnya mereka tidak dapat memproses pesanan secara online. Hampir semua UMKM

tersebut tidak dapat memahami psikologi pembeli. Pelaku usaha ini tidak mengetahui bagaimana pola ketertarikan konsumen, meyakinkan pembeli, menyusun deskripsi dan tampilan produk, trik discount, dan teknis pelayanan online sampai bagaimana pelanggan dapat memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian.

II. METODOLOGI PELAKSANAAN

Target yang ingin dicapai dari program pengabdian masyarakat ini adalah pemilik UMKM dapat meningkatkan penjualannya melalui perbaikan produktivitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran secara online. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan dan simulasi langsung dengan mitra UMKM. Pelatihan direncanakan selama 2 (dua) hari yang dilakukan di tempat usaha mitra / laboratorium Tata Niaga. Materi pelatihan dipaparkan oleh Tim Dosen Jurusan Tata Niaga dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa dari Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah (ALKS). Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan cara pendampingan dan bimbingan intensif dan terstruktur melalui ceramah, demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu desa yang memiliki UMKM adalah desa Meunasah Masjid Kecamatan Muara Dua Lhokseumawe. Eksistensi UMKM di desa itu lebih dikenal dengan istilah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang diberi nama UMKM Produksi (*hand made*).

Tim telah melaksanakan penguatan teknis kewirausahaan dan pengelolaan manajemen resiko UMKM Produksi (*hand made*) desa Meunasah Masjid. Semua pengurus termasuk pendamping UMKM ikut hadir dalam acara tersebut. Acara dilakukan di ruangan kantor UMKM. terlihat badan usaha ini telah memiliki ruangan kantor yang memadai meskipun kecil dan masih berada dalam perkarangan kantor desa Meunasah Masjid Kecamatan Muara Dua Lhokseumawe.

Pelatihan ini dikendalikan oleh Bapak Dr. Teuku Zulkarnain. Materi yang diutarakan berkaitan dengan teknis pengelolaan sebuah organisasi bisnis dengan berbagai kendala dan peluang baik dari dalam maupun dari luar (masyarakat). Materi ini sangat berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh pengurus UMKM Produksi (*hand made*) saat ini yaitu permasalahan manajemen dan produktivitas usaha. Misalnya produktivitas usaha dan menurunnya minat berwirausaha meskipun pandemi Covid-19 mulai berakhir.

Penguatan kapasitas berikutnya adalah penguatan di bidang pengelolaan administrasi. Instruktur melatih bagaimana proses mengelola bisnis online seperti surat menyurat, mengarsip dokumen, dan mengelola fungsi sekretaris. Dalam kegiatan ini, tim yang terdiri Ibu Nurmila Dewi dan Bapak Yusuf memberi penguatan secara teknis bagaimana mengelola dokumen memenuhi standar manajemen kearsipan yang baik.

Pelatihan ini masih berlangsung di kantor UMKM. Dalam pelatihan tersebut dari pihak UMKM hadir sekretaris, bendahara, dan ketua UMKM. Pelatihan ini menarik diikuti karena langsung dibaha pada pokok permasalahannya. Dengan sedikit memberi konsep, instruktur langsung memperagakan cara memproses surat masuk dan surat keluar,

serta teknis mengarsipkan surat. Suasana keakraban terjalin dengan baik. Instruktur berbaur langsung dengan mitra.

Metode yang digunakan lebih bersifat aplikatif. Dibawah kendali instruktur, mitra yang dilatih langsung memperagakan model surat menyurat dan tata cara mengarsip dokumen pada filling cabinet yang tepat. Dari hasil pelatihan, kini arsip UMKM sudah tertata rapi.

Kehadiran UMKM di desa Meunasah Masjid dari sisi ekonomi sangat potensial dan prospektif. Masyarakat sangat mendukung eksistensi unit usaha ini karena dapat menggali potensi desa untuk diolah dan dapat dikomersilkan. Kehadiran UMKM juga telah menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat. Output kegiatan yang dihasilkan telah berkontribusi nyata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan menjawab dari tujuan pengabdian. Paper yang dikirim sesuai dengan format UMKM bukanlah lembaga sosial, tetapi UMKM adalah entitas bisnis yang mengolah semua potensi untuk menjadi sesuatu yang menghasilkan. Banyak aktivitas UMKM cenderung pasif karena tidak memiliki kemampuan manajerial dalam menggerakkan operasional perusahaan. Akibatnya pengurus UMKM pesimis. Aktivitasnya kurang berkembang, lalu perlahan mati karena tidak memperoleh pendapatan.

Membangun UMKM yang kuat sangat tergantung pada kesiapan sumber daya, potensi desa, perencanaan yang matang, dan kepedulian pemberdayaan dari pihak yang berkepentingan. Kenyataannya banyak UMKM sampai saat ini masih saja menuai masalah. Keinginan untuk maju, tumbuh, dan berkembang malah terhambat dengan berbagai permasalahan seperti masalah penerapan teknologi, sistem informasi, regulasi, maupun kesiapan sumber daya. Harapan memperoleh penghasilan nyatanya berubah menjadi investasi sia-sia. Ujung-ujungnya keberadaan UMKM menjadi beban baru bagi pemilik usaha.

Secara umum pelaksanaan pelatihan pendampingan manajerial pengelolaan UMKM Produksi (*hand made*) desa Meunasah Masjid Kecamatan Muara Dua – Lhokseumawe telah dilaksanakan dengan baik. Pengelola UMKM antusias dan sangat apresiatif mengikuti kegiatan pengabdian yang dilakukan.. Hanya saja UMKM Meunasah Masjid masih perlu mendapat penguatan manajemen usaha, manajemen resiko, dan perencanaan bisnis

REFERENSI

- [1] Kevin dan Rifia, 2022. Raih Omzet Dengan Berjualan di Shopee. Pelatihan BSI dan Shopee Bach1 Januari – Februari 2022.
- [2] Yoga Hastyadi Widiartanto, 2016. Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. Kompas Tekno 2016. <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>
- [3] Achmad Jamaludin, dkk, 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Malang: Universitas Brawijaya Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1 April 2015 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/853>
- [4] Muhammad Amirullah, 2018. Kelebihan Serta Kekurangan dari Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Online. Surya Semesta Digital Media. <https://suryasemesta.com/kelebihan-serta-kekurangan-dari-pemasaran-tradisional-dan-pemasaran-online.html>

- [5] Jaidan Jauhari, 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan e-commerce. Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 2, NO. 1, April 2010 Halaman 159-168 ISSN Print : 2085-1588 ISSN Online : 2355-4614 <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- [6] Politeknik Negeri Lhokseumawe, 2021. Renstra PPM Politeknik Negeri Lhokseumawe 2021 – 2025. Lhokseumawe: Lembaga P3M Politeknik Negeri Lhokseumawe.
- [7] Kementerian, Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2022. Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Edisi XIII Revisi (Sesi 2). Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi