

SOSIALISASI PENGEMBANGAN MANAJERIAL KELOMPOK UMKM DAN PEMASARAN PRODUK

Socialization Of Managerial Development Of Umkm Groups And Product Marketing

Rizki Hariyadi¹, Jufrin², Sulistia Ilma Yulita³, Supiati³, Muhajirin⁴, Muhammad Ilham Mujahidin⁵, Mega Cahyani⁵, Siskawati⁶, M. Aryabin Adzqia Rakien⁷, Dia'ul Adha⁸

Program Studi Teknik Sipil Universitas Mataram¹, Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Mataram², Program Studi Biologi Universitas Mataram³, Program Studi Matematika Universitas Mataram⁴, Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan⁵, Program Studi Ilmu Kelautan Universitas Mataram⁶, Universitas Mataram Pendidikan Sosiologi Universitas Mataram⁷, Program Studi Pendidikan Biologi Universitas Mataram⁸

Jl. Majapahit No.62 Mataram, Nusa Tenggara Barat, 83115

Informasi artikel	
Korespondensi	: rizkihariyadi3009@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 11 Juni 2024
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v2i3.4203

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini UMKM harus meningkatkan kecepatan dalam berpikir terkait kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan. Proses ini mencakup pengembangan, promosi, dan produktif produk secara terus-menerus. Sosialisasi mengenai manajerial produk dan pemasaran produk UMKM menjadi sangat penting dalam menggerakkan pertumbuhan bisnis mereka. Manajerial penting bagi pemilik UMKM agar mereka memahami dengan baik cara mengelola bisnis mereka. Sosialisasi ini sendiri memiliki peran selain dalam peningkatan manajerial juga bertujuan untuk meningkatkan dan memeberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya di era modern saat ini. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada hari selasa, 23 Januari 2024 yang diadakan di Aula Kantor Desa Labuhan Pandan, Sambelia, Lombok Timur. Program KKN PMD di Desa Labuhan Pandan berlangsung mulai pada bulan Desember 2023 – Februari 2024. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk dapat memberikan pemahaman dan pembelajaran baru bagi para pelaku UMKM di Desa Labuhan Pandan. Sosialisasi atau penyuluhan terkait UMKM ini kami laksanakan pada tanggal 23 Januari 2024 di Aula Kantor Desa Labuhan Pandan. Kegiatan ini turut mengundang para pelaku UMKM dengan membawa produk-produk hasil olahan dari masing-masing kelompok. Selain itu diberikan pemahaman terkait penting untuk memilkin label halal terhadap suatu produk. Sehingga diberikan pemaham bahwasanya penting dalam pembuatan NIB dan SPP-IRT untuk menjadi salah satu persyaratan dari BPOM untuk menerima label halal.

Kata Kunci : UMKM, Desa Labuhan Pandan, NIB, SPP-IRT

ABSTRACT

In the current era of globalization, MSMEs must increase the speed of thinking related to creativity and innovation on an ongoing basis. This process includes continuous product development, promotion, and productive. Socialization of product managerial

and marketing of MSME products is very important in driving their business growth. Managerial is important for MSME owners so that they understand well how to manage their business. This socialization itself has a role in addition to managerial improvement and also aims to improve and provide understanding to MSME players in marketing their products in today's modern era. The implementation of this activity was held on Tuesday, January 23, 2024 at the Labuhan Pandan Village Office Hall, Sambelia, East Lombok. The KKN PMD program in Labuhan Pandan Village took place from December 2023 - February 2024. This socialization activity was carried out to be able to provide new understanding and learning for MSME players in Labuhan Pandan Village. We carried out socialization or counseling related to MSMEs on January 23, 2024 at the Labuhan Pandan Village Office Hall. This activity also invited MSME players by bringing processed products from each group. In addition, an understanding is given regarding the importance of having a halal label for a product. So that it is given an understanding that it is important to make NIB and SPP-IRT to be one of the requirements from BPOM to accept the halal label.

Keyword : MSME, Labuhan Village, NIB, SPP-IRT

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini UMKM harus meningkatkan kecepatan dalam berpikir terkait kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan. Proses ini mencakup pengembangan, promosi, dan produktif produk secara terus-menerus. Penting bagi UMKM untuk menjalankan siklus ini secara teratur agar dapat tetap bersaing dan memberikan layanan terbaik kepada konsumen, sehingga memperoleh kepercayaan dan menghasilkan produk berkualitas tinggi (Hadiwijaya, 2023). Usaha mikro kecil dan menengah telah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan (Fidela, 2020). Pengembangan Usaha mikro kecil dan menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga pengembangan misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya dan mendukung ekspor nasional (Goso & Bachri 2016).

Sosialisasi mengenai manajerial produk dan pemasaran produk UMKM menjadi sangat penting dalam menggerakkan pertumbuhan bisnis mereka. Manajerial penting bagi pemilik UMKM agar mereka memahami dengan baik cara mengelola bisnis mereka. Ini memungkinkan mereka untuk mengoordinasikan berbagai kegiatan bisnis, termasuk produksi, pemasaran, manajemen sumber daya manusia (SDM), keuangan, dan sumber daya lainnya secara efisien dan efektif. Pentingnya keahlian manajerial ini terlihat dari dampaknya pada kebijakan yang dibuat atau diimplementasikan oleh pemilik UMKM, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja bisnis mereka (Abdillah, 2019). Sementara itu, pemasaran merupakan faktor penting bagi keberhasilan bisnis di masa sekarang yang mengacu pada promosi hasil produk yang dapat menarik calon pembeli (Elwisam, 2019). Oleh karena itu, peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang manajerial produk dan pemasaran produk UMKM akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memajukan UMUM ke level yang lebih tinggi.

Sosialisasi ini sendiri memiliki peran selain dalam peningkatan manajerial juga bertujuan untuk meningkatkan dan memeberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya di era modern saat ini. Salah satu, yang menjadi kendala terbesar para pelaku UMKM saat ini dalam memasarkan produknya ialah pemasaran yang masih terpaku pada pemasaran di masyarakat sekitar. Pemasaran pada era modern saat ini yang paling efektif ialah pameran dan penggunaan media sosial yang sangat membantu pelaku usaha mikro kecil yang sedang berkembang (Agusetyaningrum, dkk., 2016). Pemasaran dengan media

sosial memiliki berbagai keunggulan bagi para pelaku UMKM, dimana saat ini internet menjadi salah satu pusat online *digital marketing* sehingga menjadi media pemasaran yang lebih terjangkau dan efektif karena dapat diakses dimanapun, seperti saat melakukan transaksi anatar konsumen dan produsen akan lebih mudah tanpa harus bertemu saat akan melakukan pemesanan (Ratnawati, dkk., 2021).

Keberhasilan pada suatu pemasaran didasarkan juga pada label dan kemasan produk yang menarik untuk dilihat sehingga dapat menarik konsumen. Desain produk yang unik dan kreatif diperlukan pemahaman terhadap kecanggihan teknologi saat ini. Hal inilah yang juga menjadi salah satu kendala dalam meningkatkan penjualan suatu produk dikarenakan beberapa pelaku UMKM yang tidak terlalu memahami teknologi saat ini. Padahal hal ini penting karena penampilan suatu produk yang mengandung seni kreatif juga sangat berperan penting dalam keberhasilan penjualan (Trisanti, dkk., 2023). Beberapa konsumen juga menilai produk dari bahan-bahan yang digunakan sehingga penting pada kemasan produk terdapat komposisi produk tersebut. Label Halal saat ini juga sangat penting untuk dapat memasarkan suatu produk hingga ke luar kota maupun negeri sehingga untuk mendapatkan label hala diperlukan pelatihan dalam pembuatan NIB dan SPP-IRT dari BPOM sehingga jika hal-hal tersebut belum ada maka perizinan tidak dapat diberikan (Asnaini, dkk., 2022). Beberapa hal-hal tersebut yang mendasari pentingnya melakukan sosialisasi terkait manajemen pemasaran produk UMKM, diharapkan dengan diadakannya sosialisasi ini akan dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM untuk lebih memperhatikan pemasaran yang tepat.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada hari Selasa, 23 Januari 2024 yang diadakan di Aula Kantor Desa Labuhan Pandan, Sambelia, Lombok Timur. Program KKN PMD di Desa Labuhan Pandan berlangsung mulai pada bulan Desember 2023 – Februari 2024. Program sosialisasi ini dilakukan dengan beberapa metode dalam pelaksanaannya yaitu:

a. Observasi dan Wawancara

Mahasiswa KKN langsung turun ke kelompok UMKM yang ada di Desa Labuhan Pandan. Mahasiswa melakukan pengamatan kepada beberapa kelompok dengan memberikan pertanyaan terkait perkembangan UMKM saat ini serta mengetahui terkait pemahaman para pelaku UMKM terkait pemasaran. Metode ini di lengkapi dengan pengumpulan data-data berupa informasi yang berisi permasalahan yang ada di setiap UMKM (Ramdhani, dkk., 2021).

b. Membantu Produksi

Mahasiswa KKN membantu dalam produksi beberapa pelaku UMKM sehingga dapat dipamerkan pada saat sosialisasi yang akan dilaksanakan. Seperti membantu dalam mengambil bahan baku utama serta saat proses penggorengan.

c. Sosialisasi Pemasaran UMKM

Mahasiswa KKN mengadakan acara sosialisasi yang bertempat di Aula Kantor Desa Labuhan Pandan. Kegiatan ini dihadiri oleh para pelaku UMKM serta masyarakat yang tertarik untuk memulai usaha dan perwakilan dari pemerintah desa. Mahasiswa KKN juga mengundang Bapak Hanit Zainal sebagai pemateri yang merupakan salah satu pengusaha yang bergerak dibidang pengolahan ikan dengan aneka variam produk turunan dengan brand lokal TUNAH FOOD. Beliau juga salah satu dari anggota APIKM (Asosiasi Pelaku Industri Kecil Menengah) yang memiliki keahlian dalam *marketing*, manajerial dan *trainer* Kewirausahaan.

d. Pendampingan Pelaku UMKM

Mahasiswa KKN mendampingi pelaku UMKM dalam pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) dan SPP-IRT Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) yang akan menjadi langkah awal bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan label halal.

e. Pemasaran Online

Membuatkan akun sosial media bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki akun serta mengamati perkembangan target penjualan produk-produk tersebut. Mahasiswa KKN juga membantu dalam mendesain label produk yang menarik serta kemasannya agar dapat menarik pembeli.



Gambar 1 Proses Wawancara dan pembuatan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk dapat memberikan pemahaman dan pembelajaran baru bagi para pelaku UMKM di Desa Labuhan Pandan. Sosialisasi dapat dipahami sebagai proses mempelajari suatu kebiasaan yang dipengaruhi oleh individu lain untuk menjadi bagian dari suatu masyarakat (Nugroho, 2018). UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memegang peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia (Sulaeman, 2019). Salah satunya, di Desa Labuhan Pandan ini keberadaan UMKM sangat membantu para masyarakat meningkatkan perekonomian desa dengan memanfaatkan hasil laut dan kebun yang cukup melimpah.

Mahasiswa KKN telah melakukan proses wawancara dan observasi ke para pelaku UMKM sebelum melakukan sosialisasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang melatar belakangi terkendalanya UMKM yang ada di Desa Labuhan Pandan. Teknik wawancara merupakan suatu cara sistematis yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam bentuk pernyataan lisan dari pertanyaan yang diajukan, sedangkan observasi ialah pengumpulan informasi diperoleh dari pengamatan, kedua teknik ini saling melengkapi (Fujaastawa, 2016). Kemudian dilanjutkan dengan membantu produksi produk untuk dipamerkan saat sosialisasi. Kegiatan ini membantu mahasiswa dalam mengetahui berbagai proses dalam pembuatan produk-produk UMKM.

Sosialisasi atau penyuluhan terkait UMKM ini kami laksanakan pada tanggal 23 Januari 2024 di Aula Kantor Desa Labuhan Pandan. Kegiatan ini turut mengundang para pelaku UMKM dengan membawa produk-produk hasil olahan dari masing-masing kelompok. Dalam acara sosialisasi ini kami mengundang pemateri yang memang berpengalaman dalam bidangnya bernama pak Hanit Zainal. Beliau menjelaskan tentang bagaimana cara pengembangan kelompok UMKM juga terkait pemasaran yang menarik dan modern secara digital. Pemateri menjelaskan tentang pentingnya suatu brand, dimana label dan kemasan suatu

produk menjadi bagian penting dalam menarik pembeli. Hal lainnya juga dijelaskan seperti perhitungan untung dan rugi dalam sekali produksi. Selain itu diberikan pemahaman terkait penting untuk memiliki label halal terhadap suatu produk. Sehingga diberikan pemahaman bahwasanya penting dalam pembuatan NIB dan SPP-IRT untuk menjadi salah satu persyaratan dari BPOM untuk menerima label halal.



Gambar 2 Kegiatan sosialisasi Pemasaran UMKM

Pendampingan pembuatan NIB dan PIRT mulai dilakukan setelah sosialisasi berhasil dilaksanakan, dimana kami memfokuskan pada dua pelaku UMKM yang aktif yaitu UMKM Kripik Pisang dan Abon serta Kopi. NIB (Nomor Induk Berusaha) merupakan nomor identitas bagi para pelaku usaha, dengan mendapatkan NIB akan memudahkan para pelaku usaha untuk dapat mengembangkan usahanya serta sebagai syarat atau bahan awal untuk mendapatkan sertifikat jaminan produk halal. Sedangkan PIRT (Produk Industri Rumah Tangga) merupakan hal yang wajib bagi para pelaku usaha untuk dimiliki (Purborini, 2023). Mahasiswa KKN membantu pelaku UMKM dalam membuat izin NIB dan PIRT selain sebagai bahan izin halal juga menjadi syarat untuk masuk ke dalam kelompok APIKM (Asosiasi Pelaku Industri Kecil Menengah) yang dimana bapak Hanit Zainal sebagai salah satu anggotanya.



(a)

(b)

Gambar 3 (a) Proses pendampingan UMK pembuatan NIB dan PIRT, (b) Bukti pelaku UMKM masuk APIKM.

Selain itu, mahasiswa KKN membantu dalam pemasaran produk secara digital seperti membuat akun media sosial, serta membuat desain label produk untuk menarik minat pembeli. Setiap produk diposting ke akun media sosial sebagai pemasaran secara online. Kami juga memantau setiap pemesanan pada produk untuk melihat penjualan. Produk yang dihasilkan juga dibawa ke Kampus untuk dipamerkan, dengan melakukan *Open Pre Order* terhadap produk-produk tersebut. Mahasiswa KKN juga memberikan hasil Print out sertifikat NIB dan PIRT serta file online kepada pelaku UMKM untuk disimpan ketika diadakan pemeriksaan terkait usaha.



Gambar 4 Desain Label produk dan produk UMKM



Gambar 5 Pemasaran produk UMKM di media sosial

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil yang didapatkan maka dapat disimpulkan kegiatan sosialisasi berhasil dilakukan untuk memberikan pemahaman bahwa pentingnya NIB dan PIRT dalam membangun usaha. Kegiatan sosialisasi untuk UMKM di desa Labuhan Pandan bertujuan untuk memberikan pemahaman baru bagi pelaku UMKM dan membantu dalam meningkatkan perekonomian. Mahasiswa KKN melakukan wawancara, observasi, dan turut serta dalam proses pembuatan produk untuk memahami berbagai kendala yang dihadapi oleh UMKM. Sosialisasi

melibatkan pemateri berpengalaman seperti Pak Hanit Zainal yang membahas pengembangan kelompok UMKM, pemasaran digital, pentingnya label dan sertifikasi halal, serta proses perizinan. Pendampingan dilanjutkan oleh mahasiswa dengan membantu dalam pembuatan NIB dan PIRT, serta pemasaran digital melalui media sosial dan pameran produk di kampus.

Saran yang dapat diberikan yaitu kepada pemerintah baik negara maupun desa agar lebih memperhatikan para pelaku UMKM, karena UMKM merupakan salah satu pendorong peningkatan ekonomi negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, H., Primasari, D., Widianingsih, R., (2019), Pengaruh Statergi Bisnis , Kemampuan Manajerial dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku UMKM terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Purbalingga, *Jurnal Optimum*, 9(2) : 145-157
- Agusetyaningrum, V., Marwadi, M. K., dan Pangestuti, E., (2016), Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi pada Umk Berbasis Kuliner Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2): 105-111.
- Asnaini, S. W., Hartati, R., Hulu, P., Simorangkir, Y. N., Sudiyono, R. N., dan Radita, F. R., (2022), Sosialisasi Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di BUMDES Serdang Tirta Kencana melalui *Online Single Submission*, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2): 73-83.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Panduan Pemasaran Produk UMKM di Era Digital*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Elwisam., Lestari, R., (2019), Penerapan Statergi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2) : 278-286
- Fidela, A., Pratama, A., Nursyamsiah, T., (2020), Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang, *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3) : 493-498
- Fujaastawa, I. B. G. (2016). *Teknik Wawancara dan Observasi untuk Pengumpulan Bahan Informasi*. Program Studi Antropologi Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Udayana.
- Hadiwijaya, H., (2023), Manajerial Bagi UMKM Produkti di Kota Lubuklinggau, *Jurnal Pengabdian Masyarakat TJU Nyak Dhien*, 2(1) : 40-47
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Panduan Manajemen Produk bagi UMKM*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Mustikawati, D., dan Hartanto, B., (2017), Kontribusi Studi Akademis terhadap Pengembangan Manajerial Produk dan Pemasaran Produk UMKM, *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1): 34-47.
- Nugroho, A., dan Pratama, B., (2019), Tantangan Akses Informasi dan Sumber Daya dalam Manajemen Produk dan Pemasaran Produk UMKM, *Jurnal Manajemen Strategi*, 6(2): 56-68.
- Nugroho, A., (2018), Tripusat Pendidikan sebagai Basis Sosialisasi dan Pembentukan Karakter Siswa, *Ijtimaiya: Journal of Social Science Teaching*, 2(1): 1-21.
- Purborini, V. S., (2023), Pentingnya Legalitas PIRT dan NIB bagi Pelaku Usaha Kue Kering, *Jurnal Magister Hukum Perspektif*, 14(1): 29-37.
- Ramdhani, A. F., Widodo, S. E., Setiyowati., Astungkara, A., dan Chomsatu, Y., (2021), Pengembangan UMKM melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Guna Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi COVID-19, *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1): 14-21.

- Ratnawati, S., Pramudiana, I. D., dan Alfinero, A. S., (2021), Pelatihan dan Pendampingan UMKM Pengrajin Tenun di Desa Karangjero, Purwosari, Pasuruan, *Seandanan: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(1): 13-20.
- Sulaeman, M. M., (2019), Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan KarangBINANGUN Kabupaten Lamongan, *Abdimas Berdaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1): 16-22.
- Trisanti, Y., Hanayanti, C. S., dan Rachman, A. F., 2023, Sosialisasi Efisiensi Produksi dan Omzet Penjualan UMKM Kripik Singkong melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Digital Marketing, *JurnalPengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, 2(1): 101-107.