

Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran***Entrepreneurship Training for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Durian Village, Padang Cermin District, Pesawaran Regency*****Mawardi ¹, Ulil Albab ², Azka Nuriah ³, Novia Reka ⁴, Nofan Refaldi ⁵**

Universitas Muhammadiyah Lampung

mawardi.mqfm@gmail.com, ulilalbab1987@gmail.com,azkanuriah12@gmail.com, noviareka18@gmail.com, nofanrefaldi@gmail.com**Article History:**

Received: Juli 30, 2023

Revised: Agustus 30, 2023

Accepted: September 28, 2023

Keywords: MSMEs, SMEs, Participatory Action Research (PAR), social media, Instagram

Abstract: The aim of this MSME training program is that the aim of entrepreneurial training is not to direct people or SMEs to create new businesses, but to help SMEs to see business opportunities and new markets by looking at them from a different angle. This different angle is more directed at the need for new innovations from businesses that are currently being run and ensuring business continuity. This activity can increase sales and profits, expand target markets, deepen customer loyalty, and increase competitive advantage (Perwita, 2021). The benefits obtained from this activity are for participants to gain knowledge and product promotion. Increased product orders from a wider target market will also be obtained. Apart from that, this activity also provides social learning for the implementing team, namely students. Students interpret the knowledge gained on campus by providing benefits to many people. Students also carry out downstream research and interpret knowledge for the progress of SMEs. Increased product orders from a wider target market will also be obtained. The method used is Participatory Action Research (PAR). From the results of the service, it can be concluded that this MSME training was carried out so that Konveksi Aura consumers would increase and expand from various regions. This MSME training uses Instagram media which will be filled with content and product videos. This video content is in the form of product manufacturing procedures, types of products produced, and profiles, packaging designs. The content video is published on the durian village Instagram account.

Abstrak

Tujuan dari program pelatihan UMKM ini adalah Tujuan dari pelatihan wirausaha bukan mengarahkan masyarakat atau pelaku UKM untuk membuat usaha baru, tetapi membantu pelaku UKM untuk melihat peluang usaha dan pasar baru dengan melihat dari sudut yang berbeda. Sudut berbeda tersebut lebih diarahkan kepada perlunya ada inovasi baru dari usaha yang sekarang telah dijalankan dan memastikan keberlangsungan usaha. Kegiatan ini mampu menambah penjualan dan keuntungan, target pasar meluas, loyalitas pelanggan yang mendalam, dan keunggulan kompetitif yang meningkat (Perwita, 2021). Manfaat yang didapat dari kegiatan ini yaitu bagipeserta mendapatkan ilmu dan promosi produk. Pesanan produk yang meningkat dari target pasar yang lebih luas juga akan didapat. Selain itu, kegiatan ini juga memberi pembelajaran sosial untuk tim pelaksana yakni mahasiswa. Mahasiswa mengintrepetasikan ilmu yang didapat di kampus dengan memberi manfaat ke banyak orang. Mahasiswa juga melaksanakan hilirisasi riset dan mengintrepetasikan ilmu untuk kemajuan UKM. Pesanan produk yang meningkat dari target pasar yang lebih luas juga akan didapat. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR). Hasil pengabdian dapat disimpulkan bahwa pelatihan UMKM ini dilaksanakan agar konsumen Konveksi Aura bertambah dan meluas dari berbagai daerah. Pelatihan UMKM ini menggunakan media instagram yang akan diisi dengan video konten dan produk. Video konten ini berupa prosedur pembuatan produk, jenis-jenis produk yang dihasilkan, dan profil, desain packaging. Video konten dipublikasikan di akun instagram desa durian.

Kata Kunci: UMKM, UKM, Participatory Action Research (PAR), sosial media, instagram* Mawardi, mawardi.mqfm@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro di Indonesia terus melaju pesat. Hal ini menyebabkan banyaknya persaingan usaha sejenis dalam dunia bisnis. Antar sesama pengusaha akan bersaing dalam merebut pangsa pasar dan konsumen. Sehingga bahan persaingan antar pengusaha adalah pangsa pasar maupun konsumen. Oleh sebab itu, strategi dan memilih pasar yang cocok sangat diperlukan, guna memasarkan produk agar dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan. Pelatihan UMKM menjadi sebuah solusi agar pangsa pasar yang lebih luas. Pelatihan UMKM menjadi sebuah alat yang pada saat ini diminati oleh masyarakat dalam mendukung kegiatan bisnis (Gumilang, 2019). Dalam mendukung era revolusi industri 4.0 kegiatan pelatihan kepada UKM agar unggul dan mampu menjangkau pasar menjadi solusi praktis sebab pengguna internet dan sosial media relatif banyak (Irfani, 2020).

Program sosialisasi pelatihan UMKM diharapkan menjadi bermanfaat dan dapat mengembangkan produk maupun usaha. Pelaku usaha dibekali kemampuan dalam mengambil foto produk dan video lalu diedit dan diupload di sosial media. Pelaku usaha dapat mengambil foto maupun video dengan menggunakan handphone yang dimiliki. Foto produk dan video nantinya akan dijadikan daya tarik melalui sosial media seperti instagram, facebook, shopee, lazada, gojek, grab, tiktok dan lain sebagainya..

Program pelatihan UMKM menjadi peluang nyata bagi UKM di era industri 4.0 (Irfani, 2020). dengan adanya pelatihan UMKM dalam penjualan sangat memudahkan (Oktaviani, 2018). Pelaku usaha yang menggunakan pemasaran digital mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui media social (Harto, 2021). Program pendampingan mahasiswa menjadi kegiatan yang menarik karena dengan ini pelaku usaha belajar menjadi kreator konten media sosial untuk usaha. Pelaku usaha dari pembuatan sampai publikasi. Kegiatan ini mendorong pelaku usaha agar kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran.

Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran merupakan Desa yang memiliki potensi UKM, contohnya UKM kebon pisang, kebon coklat, pembuatan abon, pembuatan ikan asin, pembuatan nugget, tambak udang, cucuk gigi. Banyaknya UKM dan serapan tenaga kerja ternyata belum mampu untuk menekan pengangguran di Kecamatan Padang cermin umumnya. Hal ini disebabkan karena terbatasnya modal dan

variasi jenis usaha sehingga pemasaran yang dilakukan stagnan. Dengan demikian untuk lebih meningkatkan variasi jenis usaha dari UKM yang ada di Desa Durian maka diperlukan adanya penanaman jiwa wirausaha kepada pelaku UKM. Penanaman jiwa wirausaha ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan wirausaha kepada pelaku UKM. Penguatan jiwa wirausaha menjadi penting karena persaingan dalam dunia usaha saat ini dan di masa yang akan datang sangat ketat. Keadaan demikian dikarenakan semakin terbukanya perdagangan dunia yang ditandai dengan munculnya pasar bebas. Produk-produk dari negara lain, khususnya China dengan bebas masuk ke Indonesia dan menjadi saingan produk dalam negeri dengan jenis yang sama. Tanpa adanya kreativitas dan inovasi usaha, kemampuan bersaing dari UKM dalam negeri akan rendah yang tentunya akan berakibat pada kemunduran

Bahkan mengancam kelangsungan UKM yang bersangkutan. Dengan demikian diperlukan usaha untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa wirausaha pada pelaku UKM. Sementara itu tujuan dari pelatihan kewirausahaan ini bukan untuk mengarahkan masyarakat untuk menjadi pelaku usaha tetapi lebih ditekankan kepada bagaimana masyarakat pada umumnya dan pelaku UKM pada khususnya dapat melihat peluang usaha dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki oleh dirinya serta lingkungan sekitarnya. Di sisi lain juga dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi sebagai sebuah potensi sehingga tidak menghambat dalam usaha.

Tujuan dari pelatihan wirausaha bukan mengarahkan masyarakat atau pelaku UKM untuk membuat usaha baru, tetapi membantu pelaku UKM untuk melihat peluang usaha dan pasar baru dengan melihat dari sudut yang berbeda. Sudut berbeda tersebut lebih diarahkan kepada perlunya ada inovasi baru dari usaha yang sekarang telah dijalankan mengadakan pelatihan UMKM di Kabupaten Pesawaran tepatnya Kantor Desa Durian di Dusun Durian Induk dan memastikan keberlangsungan usaha. Kegiatan ini mampu menambah penjualan dan keuntungan, target pasar meluas, loyalitas pelanggan yang mendalam, dan keunggulan kompetitif yang meningkat (Perwita, 2021). Manfaat yang didapat dari kegiatan ini yaitu bagi peserta mendapatkan ilmu dan promosi produk. Pesanan produk yang meningkat dari target pasar yang lebih luas juga akan didapat. Selain itu, kegiatan ini juga memberi pembelajaran sosial untuk tim pelaksana yakni mahasiswa. Mahasiswa mengintrepetaskan ilmu yang didapat di kampus dengan memberi manfaat ke banyak orang. Mahasiswa juga melaksanakan hilirisasi riset dan mengintrepetaskan ilmu untuk kemajuan UKM.

Berdasarkan hasil observasi yang dilaksanakan, persaingan antar pengusaha dalam hal pemasaran menjadi meningkat dikarenakan banyaknya usaha yang sama. Kehilangan pelanggan menjadi resiko pengusaha yang tidak menjalankan dan membuat strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, usaha juga tidak dapat bersaing dalam memasarkan produknya. Dalam mengantisipasi persaingan yaitu memilih strategi pemasaran yang tepat dan dapat menjalankan kegiatan usaha secara efektif dan efisien. Usaha yang dapat dilakukanyaitu membuat produk unggul dan menarik perhatian konsumen menjadi strategi pemasaran. Dikarenakan banyak produk pesaing yang serupa maka pengusaha UKM harus melakukan kegiatan pemasaran digital agar tidak kalah pasar dalam hal pemasaran. Dalam pelatihan UKM belum menerapkan pemasaran digital melalui media sosial. Mereka hanya menggunakan media whatsapp sebagai komunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, mahasiswa melakukan pelatihan UMKM untuk Desa Durian, Kec. Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran.

2. METODE

Kegiatan Pelatihan UMKM ini dilakukan di Desa Durian, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran pada tanggal 27 Agustus di kantor Desa Durian, Dusun Durian Induk. Kegiatan pelatihan UMKM dimulai pukul 09.00 s.d 12.00.

Jumlah peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi 30 orang dari dusun 1 sampai dusun 4. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, jenis pelatihan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah dengan metode Participatory Action Research (PAR). Metode PAR merupakan metode pengabdian yang melibatkan masyarakat dan komunitas tertentu didalamnya agar melakukan pembebasan masyarakat dari ideologi tertentu. PAR mempunyai tiga pilar yaitu metodologi riset, dimensi aksi, dan dimensi partisipasi.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap atau bagian sebagai berikut:

1. Persiapan

Proses pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan tahap persiapan. Pada tahap persiapan ini, tim pelatihan UMKM melakukan kegiatan observasi survey dan observasi yang dilakukan di Desa Durian dari dusun 1, dusun 2, dusun 3, dan dusun 4 serta menemui kepala desa, Rt dan kepala dusun untuk menanyakan apasaja UMKM yang ada di Desa Durian. Survey dan observasi ini dilakukan untuk mendapat informasi mengenai UMKM yang ada di Desa Durian.



2. Setelah menyelesaikan bagian persiapan, tim melanjutkan kegiatan selanjutnya yaitu bagian pelaksanaan. Pada tahap pelatihan ini berlangsung selama 1 kali sosialisasi yaitu pada hari minggu 27 agustus 2023. Pada tahap pelaksanaan kegiatan pelatihan UMKM ini dibagi menjadi enam yaitu
 - 1) Kunjungan ke UMKM untuk menyampaikan program pengenalan.
 - 2) Pengumpulan data dan informasi tentang permasalahan yang ada di UMKM Desa Durian
 - 3) Penyusunan permasalahan yang terjadi di UMKM Desa Durian
Dosen, dan mahasiswa melakukan diskusi terkait permasalahan apa yang terjadi di UMKM Desa durian, serta permasalahan apa yang akan diangkat
 - 4) Penyusunan materi dan persiapan metode dan alat yang akan digunakan
 - a) Materi diambil dari banner yang berisi tentang pelatihan UMKM di Desa Durian dan menjelaskann

SOSIALISASI

USAHA MIKRO KECIL & MENENGAH (UMKM)

" Menjelajahi Peluang dan Menetapkan Tujuan "

Kkn UM lampung

minggu, 27-11-2023

 www.lppm.uml.ac.id



- b) Dosen, dan mahasiswa melakukan diskusi persiapan pembagian jadwal kegiatan pelatihan dan tugas-tugas yang perlu dipersiapkan, serta menyiapkan peralatan yang baik sesuai dengan target yang ingin disampaikan,
- c) Metode yang digunakan yaitu persentasi, tanya jawab



- d) Alat yang digunakan dalam kegiatan adalah Banner, laptop, proyektor, sonsistem mikropon,ball point, nasi kotak dan snack.

5) Pelaksanaan pelatihan UMKM di Kantor Desa Durian

- a) Pada tahap pelaksanaan Pelatihan, tim Menemui Kepala Desa dan kepala dusun serta Rt setempat untuk meminta izin terkait adanya kegiatan progja individu tentang pelatihan UMKM dan menyepakati waktu pelaksanaan kegiatan Pelatihan UMKM yang akan dilaksanakan melalui tahapan pengenalan materi hingga pemberian materi. Pelaksanaan pelatihan UMKM Dilaksanakan pada hari minggu 27 Agustus 2023 di kantor desa, Desa Durian, Kecamatan Padang Cermin.



- b) Tim melakukan wawancara dan meminta data ke masyarakat desa durian yang memiliki UMKM Untuk mengadakan pelatihan UMKM Dilaksanakan pada hari minggu 27 Agustus 2023 di kantor desa, Desa Durian, Kecamatan Padang Cermin.





c) Dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi pelatihan UMKM tim menyampaikan





Gambar 1.1

Pengertian kewirausahaan, tujuan kewirausahaan, Kendala dan cara efektif mengatasi masalah pemasaran, peran pelatihan dalam berwirausaha untuk membangun bisnis kreatif dan inovatif





Gambar 1.2

Menjelaskan tentang Desain Kemasan(Packaging Design), tujuan dari packaging,langkah langkah mendesain kemasan(packaging),tren kemasan

d) Pembuatan skrip dan laporan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten pesawaran melakukan pelatihan UMKM dengan dukungan tenaga kerja terlatih dan berpengalaman, dukungan peralatan kerja yang memadai dan modern, dukungan supplier bahan baku dengan jaringan luas, pemilihan bahan baku dan pelengkap yang berkualitas, kemudahan berkomunikasi dan bertransaksi, ketepatan waktu dengan kualitas produk menjadi prioritas utama, dan fasilitas pengiriman pesanan gratis untuk pelanggan prioritas.

Sebuah bisnis dapat berkembang karena adanya strategi dari inisiator ke pelanggan yang bisa membuat bisnis menjadi terkonsep dengan baik seperti menciptakan, menawarkan, dan merubah nilai merupakan definisi dari pemasaran. Pemasaran sebuah bisnis harus dikendalikan dengan baik dan harus dijalankan secara berkelanjutan agar bisnis tetap stabil dan menghasilkan laba serta bisa terus berkembang baik.

Pelatihan UMKM sudah menerapkan pemasaran digital namun belum sepenuhnya contohnya menawarkan produk melalui whatsapp saja. UMKM di Desa Durian juga sudah memiliki akun sosial media yaitu facebook .Strategi ini menggunakan media untuk menempatkan produk yang sedang dipromosikan. Hal ini telah dilakukan pelaku UMKM dan dapat dilihat dari adanya Pelaku UMKM yang menyediakan hasil produksi berupa Pembuatan ikan asin, pembuatan abon. Selain itu, pelaku UMKM juga menerapkan pemasaran melalui media sosial seperti whatsapp

dan Facebook . Namun dalam implementasinya facebook belum digunakan dengan maksimal. Alasannya yaitu karena belum memiliki seorang admin khusus untuk mengelola itu. Sebelumnya sudah mempunyai admin, namun admin mengundurkan diri dikarenakan urusan pribadi. Selain itu, pemilik konveksi juga belum terlalu bisa menggunakan media sosial instagram. Maka akun instagram tersebut sekarang dalam posisi nonaktif sementara.

Pelatihan UMKM ini dilaksanakan agar konsumen bertambah dan meluas dari berbagai daerah. Pendampingan dalam pemasaran digital ini menggunakan media instagram yang akan diisi dengan video konten dan produk. Video konten ini berupa prosedur pembuatan produk, jenis-jenis produk yang dihasilkan, dan profil. Video konten dipublikasikan di akun facebook Desa Durian.

Video dibuat sebaik mungkin dengan tetap memperhatikan tahapan dalam pembuatan produk dan jenis packaging yang pas untuk dipakai. Misalnya produksi abon, ikan asin, nugget, nugget. Video dibuat oleh mahasiswa yang ikut serta mendampingi. Setelah video jadi, video dipublikasikan di instagram tidak lupa ditambah caption atau penjelasan mengenai produk yang menarik agar pelanggan terpicat untuk membeli. Produk dijual dengan harga beragam menyesuaikan kualitas kain yang dipakai.

Keterbukaan kepada konsumen juga diterapkan agar konsumen puas dengan pelayanan. Pendampingan lain juga dilakukan ke karyawan lain dalam pengeditan video agar video yang dihasilkan baik dan dapat memikat pelanggan. Dengan dilaksanakan pendampingan ini diharapkan karyawan mampu memasarkan produk melalui digital. Tidak hanya instagram dan whatsapp, bisa juga dipasarkan melalui facebook, tiktok, atau media sosial yang lain.

4. KESIMPULAN

Simpulan Berdasarkan hasil dan pembahasan dari artikel jurnal mengenai pelatihan UMKM Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran dapat disimpulkan bahwa Pelatihan UMKM ini dilaksanakan agar konsumen bertambah dan meluas dari berbagai daerah. Pelatihan UMKM ini menggunakan media instagram yang akan diisi dengan video konten dan produk. Video konten ini berupa prosedur pembuatan produk, jenis-jenis produk yang dihasilkan, dan profil, packaging yang menarik. Video konten dipublikasikan di akun instagram Desa Durian

Mahasiswa juga mendampingi karyawan dalam pengeditan video agar video yang dihasilkan baik dan dapat memikat pelanggan serta menjelaskan packaging yang menarik seperti apa,. Keterbukaan kepada konsumen juga diterapkan agar konsumen puas dengan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A., Arinda, I. Y., Rohmah, Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi : Peluang dan Tantangan*. PustakaPeradaban.
- Gumilang, R.R. "Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri". *Jurnal Marketing: Digital Marketing*. 10(1): 2019, 9-14.
- Djamaludin, D., Aviasti, A., & Rukmana, O. "Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah di Wilayah Bandung Raya dalam Pemanfaatan Internet sebagai Sarana Pemasaran dan Perluasan Jangkauan Pasar", *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*. 5(2): 2016, 125.
- Eko Sudarmanto, Aning Fitriana, Melinda Malau, C. D. N., Arif Zunaidi, Sepbeariska Manurung, Novia Nour Halisa, M. I. S., Ekayana Sangkasari Paranita, Galih Wicaksono,
- D. C. P., & Imanuddin Hasbi, Bambang, G. H. (2021). *Penganggaran Perusahaan*. In Widina Bhakti Persada (Vol. 1).
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai strategi pemasaran pada Ukm dalam Menghadapi Era Industri 4.0". *JCES (Journal of Character Education Society)*. 3(3): 2020, 652.
- Latifah, E., Masyhuri, M., Pahlevi, R. W., Mulyani, S., Hasanah, N., Fidiana, F., Zunaidi, A., Nurjanah, N., Yulianti, M. L., Yunus, A. R., Fauzi, A., Dewi, G. A. K. R. S., Parmitasari,