

**SOSIALISASI IDE BISNIS DAN OPTIMALISASI UMKM BAGI PEREMPUAN DI
DESA PABEAN KECAMATAN SEDATI SIDOARJO**

***SOCIALIZATION OF BUSINESS IDEAS AND OPTIMIZATION OF UMKM FOR
WOMEN IN PABEAN VILLAGE, SEDATI DISTRICT, SIDOARJO***

**Mutiara Rachma Ardhiani¹, Bangkit Abimanyu², Muhammad Akbar Febrianto³, Rikardus
Fibertus Rande⁴, Emilia Putri Nur Aisyiah⁵, Alfian Gymnastiar⁶, Neysa Ivah Umma⁷**

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya

*Email: mutiara@unipasby.ac.id

Article History:

Received: 30 November 2022

Revised: 20 Desember 2022

Accepted: 19 Januari 2023

Keywords: Women

Interpreneur, Business Ideas,
SMEA's

Abstract: *In Indonesia, now it doesn't look at gender differences, meaning that in this era it's not only men who can make decisions in doing business, but women can make decisions and to pursue the businesses they own. Currently, single parent women can also have a business to meet family needs and participate actively in social life, government organizations or local organizations. Therefore the district government. Sidoarjo provides assistance through the Independent Women's Business Card (KURMA) program for single parent women to create and advance their businesses. With the implementation of this program, many women experience confusion in creating new UMKM and developing their businesses. The purpose of this socialization is to assist women in providing UMKM business ideas, reducing women's poverty, increasing women's income, increasing knowledge and knowledge along with the quality of human resources, especially women. Apart from that, our goal is to invite the women's community to become a community that is friendly to banks and the economy.*

ABSTRAK

Di Indonesia, sekarang tidak memandang perbedaan gender, maksudnya pada era ini bukan hanya laki-laki saja yang bisa mengambil keputusan dalam berusaha, tetapi perempuan dapat mengambil keputusan dan untuk menekuni usaha yang dimiliki. Saat ini, perempuan *single parent* pun bisa memiliki usaha untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan turut aktif dalam kehidupan sosial, organisasi pemerintah ataupun organisasi lokal. Maka dari itu pemerintah Kab. Sidoarjo memberikan bantuan melalui program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) kepada perempuan *single parent* untuk membuat dan memajukan usaha mereka. Dengan pelaksanaan program ini banyak para perempuan mengalami kebingungan dalam membuat UMKM baru maupun mengembangkan usahanya. Tujuan diadakan sosialisasi ini adalah untuk membantu perempuan dalam pemberian ide bisnis UMKM, mengurangi kemiskinan perempuan, peningkatan penghasilan pada perempuan, menambah ilmu maupun pengetahuan beserta kualitas sumber daya manusia terutama pada perempuan. Selain itu tujuan kami juga mengajak komunitas perempuan menjadi komunitas yang ramah terhadap bank dan ekonomi.

Kata kunci : Wirausaha Perempuan, Ide Bisnis, UMKM

PENDAHULUAN

Pada masa covid-19 ini berdampak pada pencarian penghasilan pada masyarakat dimana akan lebih susah mencari penghasilan karena adanya kebijakan dari pemerintah yaitu *Work From Home* (WFH), dimana pada kebijakan WFH ini semua pekerjaan dilakukan hanya dirumah tidak dikantor. Pada masa covid-19 juga banyaknya karyawan di rumahkan bahkan dipensiun dini karena banyaknya perusahaan yang tidak mampu membayar karyawannya dan bahkan gulung tikar. Selain itu, pada masa covid-19 yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 ini sudah cukup banyak memakan korban, salah satunya kehilangan kepala keluarga. Akhirnya perempuan *Single parent* dituntut untuk memenuhi kebutuhan keluarganya yang membuat para *Single parent* harus bisa lebih mandiri dalam mencari penghasilan untuk keluarganya.

Dalam pengembangan industri rumahan sendiri dengan melakukan pemberdayaan perempuan masuk kedalam sistem ekonomi rumah tangga, dimana kegiatan ini terintegrasi dari agenda prioritas pemerintah. Dalam menjalankan industri rumahan ini juga para perempuan dapat memproduksi dirumah sendiri, dan bahkan bisa terus berkembang bahkan sampai membuka peluang pekerjaan untuk orang lain. Teknolgi yang maju dan modern di Indonesia kini juga akan sangat membantu produk rumahan ini memudahkan para perempuan dalam mempromosikannya. Data dari kementerian koperasi dan UKM pada tahun 2015 ini menyatakan bahwa jumlah UMKM adalah sekitar 52 juta pelaku UMKM yang berada di seluruh Indonesia dan sekitar 60% usaha yang dijalankan oleh perempuan.

Banyaknya pelaku UMKM perempuan dan masa COVID-19 ini membuat pemerintah Sidoarjo mengadakan program bernama Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) adalah kartu yang digagas oleh Pemkab Sidoarjo yaitu Ahmad Muhdlor dan telah mendapat apresiasi sangat banyak dari para perempuan khususnya *Single parent* di Sidoarjo. Program KURMA ini dilaksanakan pada tahun 2022 dan telah tercatat bahwa sebanyak 2.000 lebih yang telah mengajukan dalam program KURMA ini. Salah satu desa yang ada di Sidoarjo yaitu Desa Pabean yang telah mendapatkan bantuan program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) kira-kira 290 perempuan dan program bantuan ini berkelompok yakni berisi 10 orang perempuan.

Adanya program bantuan KURMA ini membuat para ibu - ibu ini mengalami kebingungan mengenai ide bisnis apa yang bisa mereka jalankan serta mengembangkan dari bisnis yang sudah mereka miliki. Maka dari itu kami melaksanakan program kerja berupa sosialisasi kepada ibu-ibu penerima bantuan KURMA dengan tema IDE BISNIS DAN OPTIMALISASI UMKM BAGI PEREMPUAN sehingga dapat membantu ibu - ibu penerima KURMA untuk mengoptimalkan dana bantuan yang telah diberikan oleh pemerintah Sidoarjo, serta agar dapat mengembangkan bisnisnya hingga berkembang menjadi lebih besar. Dengan kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberi motivasi untuk berwirausaha.

Luaran pertama dari sie Kreatifitas Produksi yakni sosialisasi Ide Bisnis dan Optimalisasi UMKM Bagi Perempuan yang diadakan di Balai Desa Pabean, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, pada hari Jumat, 30 Desember 2022, yang dimulai pukul 09.30 hingga 11.35 WIB. Dengan Pemateri yaitu Bapak Hendrik Bayu Admiko selaku Owner dari usaha Markaz Design. Kegiatan ini dihadiri oleh Ibu Yashinta sebagai sekretaris Desa Pabean dan Ibu – ibu perwakilan KURMA sebanyak 27 orang.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan program pengabdian ini berupa pembuatan desain kemasan yang menarik dan memanfaatkan media sosial sebagai media saat melakukan promosi atau pemasaran dalam mengiklankan produk dengan efisien dan efektif, sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak biaya dari pada menggunakan media lain.

Kegiatan ini secara spesifik bertujuan untuk:

1. Mendampingi proses konsultasi struktur kemasan serta konsultasi desain visual.
2. Perancangan desain dengan mendesain struktur kemasan yang dapat dipakai secara fungsional dengan memperhatikan desain grafis.
3. Memberikan penjelasan dalam bentuk presentasi tentang tips memasarkan produk secara online. Penjelasan disampaikan dalam bentuk diskusi interaktif dimana peserta langsung diajak berdiskusi ketika menampilkan contoh.
4. Memberikan pelatihan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Pelatihan disampaikan dalam bentuk simulasi dan diskusi interaktif dengan memberikan kesempatan awal peserta menyampaikan permasalahan yang dihadapi.

HASIL

Pelatihan ini diadakan dengan mengundang Bapak Hendrik Bayu Admiko sebagai Owner Markaz Design untuk datang ke Balai Desa Pabean pada tanggal 30 Desember 2022. Kegiatan ini diawali dengan pengenalan dan pemahaman pentingnya melakukan perbaikan kemasan untuk menjaga kualitas produk serta menunjang keberlangsungan hidup usaha, ide bisnis, dan optimalisasi bisnis.



Gambar 2. Produk pengemasan

DISKUSI

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi dan penjelasan kepada para ibu-ibu kurma.



Gambar 1. Sosialisasi dari Bapak Hendrik Bayu Admiko sebagai Owner Markaz Design

Adapun kategori pebisnis pemula dibagi menjadi 4 :

1. Investor : Perorangan atau lembaga yang ada di dalam negeri maupun luar negeri, yang menjalankan suatu bentuk penanaman modal tertentu sesuai dengan jenis penanaman modal yang dipilih, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Investor dalam waktu yang cukup lama dan menguntungkan untuk mendapatkan nilai masa depan yang tidak dapat ditentukan¹.
2. Marketing : pemasaran atau Marketing Mix adalah suatu cara yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi dengan meluas, memperkenalkan produk, barang dan jasa kepada konsumen atau pembeli, dan mendorong konsumen atau pembeli untuk memberikan saran pada produk, atau bahkan menciptakan preferensi pribadi².
3. Branding : merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk membangun citra perusahaan dan mengembangkan ide bisnis. Branding dapat menunjukkan kepada bahwa dunia bisnis memerlukan strategi pemasaran yang kuat untuk bersaing dalam mengembangkan ide bisnis³.
4. Produksi : proses yang mengubah dari input sampai menjadi output⁴.

Dalam menjalankan UMKM diperlukan beberapa komponen utama untuk produk barang seperti pengemasan agar lebih menarik, adapun alasan utama dalam melakukan pengemasan adalah :

1. Pelabelan

Alasan dilakukan pengemasan adalah untuk pelabelan produk dari produsen. Jadi pelabelan digunakan untuk menunjukkan merk produk, sehingga pada produk terdapat

¹ Muhammad Ulinnuha, Diah Eko Susilowati, and Kharis Fadlullah Hana, "Persepsi Investor Pemula Terhadap Pembelian Saham Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2020): 1–14.

² Endang Rahim and Roni Mohamad, "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah," *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2021): 15–26.

³ Alviera Putri Dewanty, "Pengelolaan Branding Untuk Meningkatkan" (2021).

⁴ Hendri Rudiawan, "Peranan Manajemen Produksi Dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan," *Jurnal Manajemen FE-UB* 9, no. 2 (2021): 66.

informasi seperti kadungan gizi, tanggal kadaluarsa, label halal, komposisi, dan lain-lain.

2. Ukuran
Ukuran yaitu komponen dari pengemasan. Jika produk tersebut harus dikirim ketempat lain dengan jarak yang jauh, maka kita harus memberikan kemasan yang lebih ringan agar produk tidak menjadi lebih berat, sehingga bisa menghemat biaya transportasi.
3. Daya tahan
Alasan dalam melakukan pengemasan produk yaitu untuk segel produk. Dimana produk tidak bisa dibuka oleh orang secara sengaja maupun tidak sebelum dibeli, sehingga kemasan produk dirancang dan dibuat secara khusus agar produk tidak bisa disentuh atau dicicipi calon konsumen, selain itu agar produk bisa lebih steril dan bersih.
4. Menarik pelanggan
Kemasan yang menarik pasti lebih mudah menarik perhatian pelanggan dan menambah minat beli dari pelanggan. Kemasan merupakan strategi pemasaran secara mandiri sehingga berjalan sendiri dan tidak menggunakan bantuan tenaga pemasaran produk.
5. Kenyamanan
Kenyamanan produk ini juga berkaitan pengemasan. Seperti pada produk minuman yaitu pada botol yang bentuk botolnya mudah saat digenggam oleh pembeli tetapi tetap memiliki tampilan produk yang menarik.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan sosialisasi ini berupa pendampingan pembuatan desain dan kemasan primer dalam rangka meningkatkan nilai jual produk dan menambah pengetahuan akan pentingnya sebuah kemasan yang mampu menjaga kualitas rasa, mendapatkan pemahaman tentang pentingnya pemasaran produk melalui online secara konsisten, mendapatkan keterampilan tentang pemasaran produk melalui media sosial, mampu menerapkan keterampilan pemasaran produk melalui akun media sosial untuk bisnisnya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam melaksanakan dan menyukseskan kegiatan sosialisasi “Ide Bisnis dan Optimalisasi UMKM Bagi Perempuan” yang dilakukan pada saat KKN tahun 2022. Ucapan terimakasih ditujukan kepada tim Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Ibu Kepala Desa Pabean Ibu dr. Sriatun, staf dan karyawan di Balai Desa Pabean, Ibu-ibu penerima bantuan KURMA, dan teman-teman KKN tahun 2022 yang ada di Desa Pabean.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanty, Alviera Putri. “Pengelolaan Branding Untuk Meningkatkan” (2021).
 Rahim, Endang, and Roni Mohamad. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2021): 15–26.
 Rudiawan, Hendri. “Peranan Manajemen Produksi Dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan.” *Jurnal Manajemen FE-UB* 9, no. 2 (2021): 66.
 Ulinnuha, Muhammad, Diah Eko Susilowati, and Kharis Fadlullah Hana. “Persepsi Investor Pemula Terhadap Pembelian Saham Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2020): 1–14.