

PENTINGNYA WADAH DAN SARANA PEMASARAN PRODUK GUNA PENINGKATAN EKISTENSI UMKM

Bunyamin¹, Siti Munfaqiroh²
, Darti Djuhari³, Enggar Nursasi⁴,
Tutik Arniati⁵, Istutik⁶, Syerly Hesti Erawati⁷
Muniroh⁸, Tachjuddin⁹, M. Soedarman¹⁰

Akuntansi dan Manajemen, STIE Malangkecewara
enurs@stie-mce.ac.id

Abstract

The purpose of Community Service activities carried out by STIE Malangkecewara lecturers is to help MSMEs so that their products are better known by the public. During a pandemic like this, it is very important to help MSMEs in developing and marketing their products. All sectors feel the sluggish economic activity. For this reason, the support of the government and academia is very much needed by MSMEs in maintaining and improving their business. By facilitating SMEs in product exhibitions at the MSME Expo, it is hoped that MSMEs will be even more motivated in improving the quality of their products. With this Expo activity, MSME products in Blimbing Subdistrict, Malang City, which consist of sambal pecel, pastries, jamu turmeric tamarind, brownies, sweet salad spices and dolls have the opportunity to market their products. So that MSME products can be better known to the wider community. In this activity, MSMEs also distribute brochures and business cards to add promotional tools, so that with the end of the Expo, product marketing will continue.

Keywords: Product Marketing, MSME Expo

1. PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

Selain itu UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. (Angraeni, Feni Dwi dkk, 2017).

Selain itu ada banyak manfaat dari adanya UMKM yaitu dapat menyerap banyak tenaga kerja serta mengurangi tingkat pengangguran publik, yaitu kesejahteraan sosial (*social welfare*) dengan sendirinya menuntut tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Saat ini tuntutan agar pemerintah mampu secepatnya merealisasikan pencapaian kesejahteraan sosial (Keban, 2008, h.17-18).

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 dijelaskan tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kota Malang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif terbaiknya. Hal ini karena ditunjang dengan sumber daya manusia inovatif sebagai modal bagi pengembangan

perekonomian masyarakat Kota Malang (Ananda, Amin Dwi 2020).

UMKM Kelurahan Blimbing Kota Malang mempunyai produk-produk unggulan yang dapat dijadikan produk andalan kota Malang. Produk-produk yang dihasilkan antara lain boneka, brownies, kue kering, sambel pecel, sambel rujak manis dan jamu kunyit asem. Dengan sumberdaya yang potensial tersebut, sangat perlu dukungan dari pihak pemerintah dan akademisi guna meningkatkan daya saing UMKM dan peningkatan pemasaran produk, sehingga produk-produk yang dihasilkan UMKM dapat lebih dikenal dan diminati masyarakat luas.

Informasi yang berkaitan dengan UMKM sangat diperlukan dalam rangka memberi rekomendasi pengambilan kebijakan, memahami permasalahan yang dihadapi, seperti kesulitan dalam memperluas pangsa pasar, terbatasnya ketersediaan sumber dana untuk pengembangan usaha, kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi serta keterbatasan teknologi, kelemahan dalam membeli bahan baku serta peralatan produksi, kondisi ekonomi dan infrastruktur yang buruk. (Hamid & Susilo, 2011)

2. KAJIAN LITERATUR

Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomiproduktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan

Pemasaran Produk

Peningkatan promosi produk yang dilakukan dengan bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang yaitu berupa kegiatan seperti bazar atau pameran UMKM yang diadakan di tempat keramaian seperti MOG (Mall Olympic Garden). Dengan diikutsertakan pameran, peserta UMKM dari seluruh Malang Raya bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran. Sarana dan prasarana merupakan hal penting dalam menunjang pengembangan UMKM. Karena itu, sarana dan prasarana dalam melakukan usaha harus mendukung. Seperti sarana dalam pemasaran produk atau sarana dalam proses pembuatan produk..

Selain itu UMKM perlu dibekali dengan tambahan pengetahuana dan ketrampilan terkait dengan perkembangan teknologi. Pemasaran dapat dilakukan menggunakan sistem *online*. Karena dengan internet jaringan pemasaran bisa dijangkau hingga ke luar negeri. Namun, hal ini kurang dipahami oleh para pelaku UMKM karena faktor pendidikan serta ilmu pengetahuan berbasis *e-bisnis* yang masih rendah. (Angraeni, Feni Dwi dkk, 2017).

3. METODE

Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh team pengabdian STIE Malangkuçeçwara dilakukan dan dijabarkan dalam bentuk tahapan atau langkah solusi atas dasar permasalahan yang dihadapi Mitra, yakni: tahap observasi, tahap konsolidasi serta tahap monitoring dan evaluasi, juga dilakukan secara luring dan daring dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan.

a. Tahab Observasi

Tahab ini diawali dengan koordinasi dengan aparat kelurahan serta pelaku UMKM guna menggali potensi dan permasalahan yang terjadi di kelurahan Blimbing. Pada tahap ini berhasil diidentifikasi permasalahan mitra, yaitu: 1) produksi UMKM tidak bisa

terus menerus. 2) pemasaran produk terbatas di lingkungan

b. Tahap Konsolidasi

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, bapak Lurah dan penanggung jawab UMKM kelurahan Blimbing sangat mensupport rencana kegiatan yang kami tawarkan.

Adapun outcome yang diharapkan dari program pengabdian ini adalah meningkatnya penjualan produk UMKM dan semakin luasnya pangsa pasar.

c. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan terus berkoordinasi dan menanyakan kepada pelaku UMKM atas hasil penjualan dan bertambahnya konsumen baru yang menghubungi dan memesan produk-produk yang dihasilkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pengabdian ini diawali dengan koordinasi dengan bapak Lurah dan penanggung jawab UMKM kelurahan Blimbing melalui *zoom meeting* untuk pelaksanaan pengiriman UMKM mengikuti expo produk UMKM. Pelaksanaan expo pada bulan April 2021 dengan melibatkan UMKM seMalang Raya. Expo dilaksanakan selama satu Minggu di lantai 3 Mall Dinoyo dalam rangka pemulihan ekonomi nasional dan semarak ulang tahun malang yang ke 107.

UMKM Kelurahan Blimbing sangat berantusias dan semangat mengikuti kegiatan expo produk-produknya. Produk-produk yang ditampilkan dalam expo tersebut antara lain : Sambel Pecel, Jamu kunir asem, kue brownies, bumbu rujak manis, kue kering dan boneka.



Gambar 1: persiapan expo hari pertama



Gambar 2: pembukaan expo



Gambar 3: Bumbu Pecel Yu Lik



Gambar 4 :Jamu Kunir Asem MAK TIK



Gambar 5: Lies Brownies N Cookies



Gambar 6: Bumbu Rujak MAMA DUL



Gambar 7: Lies Brownies N Cookies



Gambar 8: Kerajinan Boneka "BON SHOP"

5. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan motivasi kepada UMKM dengan memfasilitasi tempat-tempat pemasaran produk UMKM, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan peningkatan pangsa pasar bagi UMKM. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dengan mengikutsertakan UMKM dalam kegiatan expo produk UMKM kota Malang, dengan tema utamanya "Blillian Ngalam Bangkit".

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, dimana pemerintah dan akademisi

UMKM, dimana pemerintah dan akademisi bekerjasama membantu dan mendorong pelaku UMKM yang merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Dengan kegiatan pengabdian ini pelaku UMKM kelurahan Blimbing sangat terbantu dan termotivasi untuk berusaha lebih maju lagi.

UMKM Kelurahan Blimbing Kota Malang mempunyai produk-produk unggulan yang dapat dijadikan produk andalan kota Malang. Produk-produk yang dihasilkan antara lain boneka, brownies, kue kering, sambel pecel, sambel rujak manis dan jamu kunyit asem. Dengan sumberdaya yang potensial tersebut, sangat perlu dukungan dari pihak pemerintah dan akademisi guna meningkatkan daya saing UMKM dan peningkatan pemasaran produk, sehingga produk-produk yang dihasilkan UMKM dapat lebih dikenal dan diminati masyarakat luas.

6. DAFTAR REFERENSI

Ananda, Amin Dwi, (2020), Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang, Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X Jilid X/Tahun Hal. 120 – 142.

Anggraeni, Feni Dwi, 2017, Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295.

Hamid, E. S., & Susilo, Y. S., (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Profinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keban, Yaremis T. (2008), Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep Teori dan Isu, Jakarta. Gavamedia.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah