

LAPORAN INDIVIDU
KULIAH KERJA NYATA (KKN) TAHUN 2022
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

Irsyad Razzak Solihin, Cici Emilia Sukmawati
Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn19.irsyadsolihin@mhs.ubpkarawang.ac.id
cici.emilia@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Daya saing yang kompetitif menuntut UMKM untuk lebih giat dalam melakukan pengembangan baik dari segi produk, pemasaran dan pengembangan usaha. Di desa kalijati terdapat berbagai macam UMKM, salah satu yang cukup banyak ditekuni yaitu UMKM dalam bidang makanan terutama seblak. Seblak cukup banyak digemari dikarenakan seblak memiliki cita rasa yang khas dan terkenal dengan rasa yang pedas. Namun UMKM seblak di desa Kalijati juga mengalami beberapa kendala dalam menjalankan usahanya diantaranya tata Kelola manajemen keuangan yang masih manual, keterbatasan kemampuan SDM dan pemasaran produk yang masih dari mulut ke mulut. Tujuan dari KKN ini yaitu untuk mengelola manajemen keuangan usahanya secara professional, meningkatkan kapasitas produksi dengan mengembangkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusianya, memperluas jaringan pemasaran produk melalui strategi bauran pemasaran yang tepat,. KKN ini meliputi pelatihan, manajemen keuangan, manajemen pemasaran dengan menggunakan *E-Commerce* dan pendampingan penggunaan *E-Commerce*. Hasil KKN dapat disimpulkan UMKM seblak di desa kalijati dapat menjalankan usahanya secara *professional*, serta dapat meningkatkan kapasitas produksi karena meningkatnya jumlah pelanggan.

Kata Kunci: UMKM, Produktivitas, Pemasaran, Penjualan.

ABSTRACT

Competitive competitiveness requires MSMEs to be more active in developing both in terms of products, marketing and business development. In Kalijati village there are various kinds of MSMEs, one of which is quite widely occupied, namely MSMEs in the food sector, especially seblak. Seblak is quite popular because it has a distinctive taste and is famous for its spicy taste. However, the seblak MSMEs in Kalijati village also experience several obstacles in running their business, including manual financial management, limited human resource capabilities and product marketing that is still word of mouth. The purpose of this KKN is to manage the financial management of its business in a professional manner, increase production capacity by developing the expertise and skills of its human resources, expand the product marketing network through the right marketing mix strategy. This KKN includes training, financial management, marketing management using E-Commerce and assistance in using E-Commerce. The results of the KKN can be concluded that the UMKM seblak in the village of Kalijati can run their business professionally, and can increase production capacity due to the increasing number of customers.

Keywords: MsMEs, Productivity, Marketing, Sales

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Kecil Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini, UKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. UKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UKM dapat menyerap banyak tenaga

kerja Indonesia yang masih menggangu. Selain itu UKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. UKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang meningkat setiap tahunnya. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor UKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Sumber daya manusia sendiri adalah seluruh kemampuan atau potensi penduduk yang berada di dalam suatu wilayah tertentu beserta karakteristik atau ciri demografis, sosial maupun ekonominya yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembangunan. Jadi membahas sumber daya manusia berarti membahas penduduk dengan segala potensi atau kemampuannya.

Di desa Kalijati terdapat berbagai macam UMKM mulai dari yang bergerak di bidang fashion, jasa, dan kuliner. UMKM bidang kuliner salah satu bidang yang paling banyak diminati, di desa Kalijati sendiri terdapat banyak UMKM yang bergerak di bidang kuliner terutama UMKM seblak. UMKM seblak yang ada di desa Kalijati cukup banyak diminati, namun UMKM ini masih menjangkau pasar yang ada di daerah tersebut saja, sehingga produktivitas UMKM ini tidak berjalan dengan efektif.

Melalui diskusi yang dilakukan dengan UMKM seblak yang ada di desa Kalijati didapatkan beberapa permasalahan dalam meningkatkan penjualan di antaranya adalah 1) Tata kelola manajemen keuangan yang masih manual; 2) , keterbatasan kemampuan SDM; 3) pemasaran produk yang masih dari mulut ke mulut.

Adapun tujuan dari dilaksanakannya KKN ini adalah: 1) UMKM seblak dapat mengelola manajemen keuangan usahanya secara professional; 2) meningkatkan kapasitas produknya melalui peningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusianya; 3) dapat memperluas pasar bagi produk yang dihasilkannya melalui strategi bauran pemasaran yang tepat.

METODE

Bahan yang disiapkan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi materi pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan kepada UMKM seblak di desa Kalijati, dan sosialisasi kegiatan .

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu:

1. Pelatihan Manajemen keuangan dan laporan keuangan sederhana
Pelatihan manajemen keuangan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam pembuatan laporan keuangan sederhana melalui aplikasi keuangan sehingga pemilik UMKM dapat membuat manajemen keuangan yang lebih terperinci yang dapat membantu pemilik dalam menghitung keuntungan dan mengelola keuangan usahanya secara baik dan optimal.
2. Pelatihan manajemen pemasaran
Pelatihan manajemen pemasaran bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pemilik UMKM seblak dalam bidang pemasaran khususnya strategi bauran pemasaran. Materi pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran (Tjiptono, 2011).
3. Pelatihan penggunaan E-Commerce
Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam penggunaan penggunaan E-Commerce sebagai sarana pemasaran yang optimal. Melalui E-Commerce tersebut pemilik UMKM dapat memasarkan produknya tidak hanya terbatas untuk wilayah di desa Kalijati saja tetapi juga dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Hal ini membuka kesempatan yang lebih luas bagi UMKM seblak untuk dapat memperkenalkan produk-produknya yang tentu saja dapat meningkatkan keuntungan usahanya.
4. Pendampingan penyusunan laporan keuangan, penggunaan aplikasi manajemen keuangan dan *E-Commerce* pemilik UMKM

Kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan, penggunaan aplikasi manajemen keuangan dan E-Commerce dilakukan untuk membantu pemilik UMKM seblak di desa Kalijati mengaplikasikan semua pelatihan yang sudah didapatkannya secara langsung.

Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Kegiatan Pengabdian

Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan KKN ini terhadap pencapaian UMKM seblak. Indikatornya adalah terjadinya peningkatan usaha yang dijalankan oleh UMKM Ummu Syuraih seperti halnya : peningkatan produksi, peningkatan penjualan /omzet, perluasan pangsa pasar, dan kemajuan usaha dapat diukur melalui pencatatan laporan keuangannya. Sedangkan keberlanjutan KKN diindikasikan dengan keberlangsungan UMKM seblak dan pencapaian kemajuan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan manajemen keuangan diberikan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pemilik UMKM seblak di desa Kalijati dalam mengelola keuangannya dengan terstruktur dan efektif. Materi yang diberikan berupa teori tentang perluasan jangkauan pemasaran atau promosi pemasaran produk juga dilakukan dengan menggunakan E-commerce sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen.



Gambar 1. Foto tempat salah satu pemilik UMKM Seblak di desa Kalijati

Dari hasil kegiatan yang dilaksanakan pada UMKM seblak di desa Kalijati diketahui bahwa penjualan produk dan kapasitas produksi meningkat pesat dan pengelolaan keuangan berjalan dengan sangat baik. Hal ini membuktikan program KKN ini sangat membantu pemilik UMKM seblak di desa Kalijati dalam mengelola usahanya menjadi lebih baik lagi.

Pendampingan dilaksanakan agar pemilik UMKM seblak memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk mempelajari dan mempraktikkan materi pelatihan yang sudah diberikan. Selama pendampingan juga diberikan contoh-contoh penerapannya dalam usaha yang sedang dijalankan. Selain itu pemilik UMKM dapat berdiskusi langsung dengan tim KKN jika menemui kesulitan dalam penggunaannya. Setelah kegiatan pendampingan selesai maka kegiatan selanjutnya adalah monitoring dan evaluasi untuk melihat besarnya capaian yang dicapai.



Gambar 2. Foto bersama Lurah desa Kalijati

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada UMKM seblak telah memberikan dampak positif bagi pengembangan usahanya, antara lain:

1. Meningkatnya kemampuan dan keterampilan pemilik UMKM seblak dalam memproduksi bahan makanan, indikasinya adalah adanya produk yang dihasilkan dengan menu yang bervariasi sehingga dapat melayani permintaan konsumen.
2. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan pemilik UMKM seblak mengenai tata kelola manajemen keuangan yang baik melalui penggunaan aplikasi keuangan, indikasinya adalah pemilik UMKM lebih mudah dalam mengelola keuangan usahanya.
3. Pemilik UMKM seblak dapat memperluas jaringan pemasarannya sampai ke seluruh Indonesia melalui penggunaan *E-Commerce*. Hal ini diindikasikan dengan peningkatan penjualan dan permintaan konsumen yang berasal dari luar daerah.
4. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha, indikasinya adalah dengan peningkatan kapasitas

produksi, kinerja yang efisien, tata kelola manajemen keuangan yang tepat dan teratur serta jaringan pemasaran yang lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan praktik kerja nyata terhadap masyarakat ini mendapatkan respon yang sangat baik dari pemilik UMKM seblak di desa Kalijati, hal ini dibuktikan dengan partisipasi aktif pemilik UMKM dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan yang diberikan.
2. Mitra mendapatkan manfaat dari
3. kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam bidang tata kelola manajemen keuangan, bidang manajemen pemasaran, dan peningkatan kapasitas produksi dari usaha yang dijalankan.
4. Adanya peningkatan produksi dan penjualan seiring dengan bertambahnya permintaan konsumen sebagai dampak dari lebih luasnya jaringan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Partomo, Titik S and Soejoedono, A R. (2011). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Dr. Lilis Sulastri, MM. 2016. *Manajemen Usaha Kecil Menengah*, La Good Publishing, Bandung.
- Moeheriono. 2012. "Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi". Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sri Mulyono dkk. 2021. *Pengantar Manajemen*, CV. Media Sains Indonesia, Bandung.