

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BAGI UMKM DUSUN TEPOS DESA SEWUREJO KECAMATAN MOJOGEDANG KABUPATEN KARANGANYAR

Rohwiyati ¹, Kim Budiwinarto ², Juni Trisnowati ³, Praptiestrini ⁴, Kun Ismawati ⁵, Dewi Pujiani ⁶,
Laila Nur Aini ⁷, Tony ⁸

Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta ^{1,2,3,4,5,6,7,8}

rohwiatiunsa1978@gmail.com ¹, kimbudiwinarto07@gmail.com ², junitrisnowati@gmail.com ³,
prapti.unsa@gmail.com ⁴, kun.ismawati@gmail.com ⁵, dewipujiani8@gmail.com ⁶,
lailanuraini424@gmail.com ⁷, tonyunsa01@gmail.com ⁸

Abstrak

Tujuan dalam kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sewurejo adalah memberikan wacana kepada pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pentingnya melakukan strategi dalam rangka mengantisipasi adanya dampak dari pandemi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan penyuluhan entrepreneurship antisipasi dampak pandemi bagi pelaku bisnis UMKM Dusun Tepos Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan di rumah Bapak Kepala Dusun Tepos dengan dua metode, yaitu presentasi dan tanya jawab. Evaluasi keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditunjukkan oleh beberapa indikator, yaitu banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan yang terdiri dari pelaku bisnis berbagai bidang, yaitu makanan, pertanian, dan peternakan. Disamping itu, peserta sangat antusias mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir. Suasana tanya jawab (diskusi) berjalan seru karena banyak peserta yang mengajukan pertanyaan. Keinginan peserta agar kegiatan ini bisa dilanjutkan lagi pada periode mendatang.

Kata Kunci: pengembangan bisnis, pemasaran online, UMKM, media sosial.

Abstract

The aim of the community service activities in Sewurejo Village is to provide discourse to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) business actors on the importance of implementing strategies to anticipate the pandemic's impact. Community service activities are carried out by providing entrepreneurship counseling in anticipation of the impact of the pandemic for MSME business people in Tepos Hamlet, Sewurejo Village, Mojogedang District, Karanganyar Regency. The counseling activity was carried out at the house of the Head of Tepos Hamlet using two methods, namely presentation and question and answer. Evaluation of the success of this community service activity is shown by several indicators, namely the number of participants who took part in the activity consisting of business people in various fields, namely food, agriculture, and animal husbandry. Besides that, the participants were very enthusiastic about the activity from start to finish. The question and answer (discussion) atmosphere was lively because many participants asked questions. Participants wish that this activity can be continued again in the coming period.

Keywords: business development, online marketing, MSMEs, social media.

PENDAHULUAN

Meningkatnya kasus Covid 19 di dunia tidak hanya merupakan masalah kesehatan saja tapi juga berdampak pada transportasi, pariwisata, perdagangan dan sektor lainnya. Pandemi covid 19 telah memberikan tekanan pada dunia usaha termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Para pelaku bisnis harus memikirkan strategi agar bisa tetap bertahan selama masa pandemi.

Dewasa ini penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia menjadi sesuatu yang sangat lazim. Bahkan bisa dikatakan jika tidak menggunakan media sosial dalam kehidupannya akan dikatakan sebagai orang yang unik. Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah *facebook, twitter, instagram, youtube, blog, WhatsApp*, dan lainnya.

Perkembangan teknologi semakin hari semakin canggih serta penggunaan internet yang semakin populer disemua kalangan masyarakat. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di masyarakat, maka masyarakat pun semakin berkembang dalam gaya hidup. Masyarakat pada saat ini lebih memilih untuk melakukan kegiatan berbelanja secara mudah yaitu dengan berbelanja menggunakan internet. Di era revolusi industri 4.0 ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat diharapkan mampu membuat masyarakat menjadi lebih aktif, kreatif dan inovatif dalam kesehariannya. Kondisi ini juga menuntut pelaku bisnis untuk cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku yang ada pada konsumennya. Dan keberlangsungan usaha sangat ditentukan oleh bagaimana pelaku bisnis responsif terhadap perubahan-perubahan yang ada.

Disamping perkembangan teknologi yang disebutkan di atas, penduduk yang banyak dan beragam, pasar yang sangat luas dan tuntutan kepuasan yang beragam serta kemampuan yang terbatas dari penyedia produk merupakan peluang yang besar untuk membuka usaha. Tiga pertanyaan yang perlu dijawab dalam melakukan usaha, yaitu: bagaimana kondisi masyarakat yang akan menjadi target market, bagaimana ketersediaan produk yang akan dipasarkan, dan bagaimana kondisi akses informasi yang dimiliki. Pertanyaan-pertanyaan tersebut harus selalu dikaji jawabannya secara rutin, karena dengan berjalannya waktu jawaban dari pertanyaan tersebut dapat berbeda.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan pelaku bisnis tentu juga harus dapat menjawab tiga pertanyaan tersebut dalam upaya mengembangkan bisnisnya. Dan terkait dengan perkembangan teknologi, juga harus dipikirkan strategi pemasaran yang akan digunakan, apakah *offline* atau *online*. Pada umumnya pelaku bisnis UMKM Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar belum semuanya mempunyai pengetahuan tentang pemasaran *online*. Untuk itu, pelaku bisnis UMKM Desa Sewurejo perlu dibekali dengan strategi pengembangan bisnis dengan pemasaran *online*. Oleh karena itu

tema dalam kegiatan pengabdian masyarakat “Penyuluhan Entrepreneurship: Antisipasi Dampak Pandemi” di Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar.

Adapun perumusan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Bagaimana mengantisipasi dampak pandemi bagi pelaku bisnis UMKM ?
2. Bagaimana memberikan wacana kepada pelaku bisnis UMKM terhadap pentingnya pemasaran online ?
3. Bagaimana meningkatkan kemampuan pelaku bisnis UMKM dalam melaksanakan pemasaran online ?

Sedangkan tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Memberikan gambaran tentang strategi mengantisipasi dampak pandemi bagi pelaku bisnis UMKM.
2. Memberikan wacana kepada pelaku bisnis UMKM terhadap pentingnya pemasaran *online*.
3. Memberikan penyuluhan kepada pelaku bisnis UMKM tentang cara melakukan pemasaran *online* dengan media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Khalayak yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang strategi pengembangan bisnis dengan pemasaran online adalah pelaku bisnis UMKM Dusun Tepos Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan secara singkat tentang penyuluhan *entrepreneurship* antisipasi dampak pandemi bagi pelaku bisnis UMKM Dusun Tepos Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar.

Pelaksanaan penyuluhan dilaksanakan dengan dua metode:

1. Presentasi
Tim pengabdian kepada masyarakat memaparkan materi yang berkaitan dengan entrepreneurship dan antisipasi dampak pandemi.
2. Tanya Jawab
Peserta penyuluhan diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi tentang bisnis UMKMnya di masa pandemi.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam waktu 2 bulan yaitu bulan Juni – Juli 2020. Langkah kegiatan pengabdian diawali dari observasi lapangan sampai

dengan tahap pelaporan hasil kegiatan pengabdian dapat dilihat pada bagan berikut :

Jenis Kegiatan	Juni				Juli			
	Minggu ke				Minggu ke			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi lapangan								
Persiapan penyuluhan								
Pelaksanaan penyuluhan								
Penyusunan laporan								

- Kegiatan observasi lapangan dilakukan sebagai tahap pertama mencari tempat untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- Kegiatan persiapan penyuluhan yang dilakukan meliputi pengumpulan dan penyusunan materi-materi penyuluhan.
- Kegiatan pelaksanaan penyuluhan yang dilakukan meliputi kegiatan presentasi dan tanya jawab materi penyuluhan.

entrepreneurship antisipasi dampak pandemi dilaksanakan di rumah Bapak Kepala Dusun Tepos Desa Sewurejo Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaksanaannya dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 04 Juli 2020 dengan susunan acara sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan Acara Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang penyuluhan

Waktu	Kegiatan/ Topik	Pembicara
08.30 – 09.00	Mengisi daftar hadir peserta	
09.00 – 09.10	Pembukaan	Bapak Kepala Desa Sewurejo
09.10 – 09.40	Kualitas pelayanan bisnis UMKM	Rohwiyati, SE., MM.
09.40 – 10.10	Pendataan produk UMKM dengan Google Form	Drs. Kim Budiwinarto, M.Si.
10.10 – 10.40	Strategi pengembangan bisnis dengan pemasaran online	Juni Trisnowati, SE., M.Si.
10.40 – 11.10	Pengendalian keuangan di masa pandemi	Kun Ismawati, SE., M.Si.
11.10 – 11.40	Pentingnya motivasi dan disiplin dalam pengelolaan bisnis UMKM	Praptiestrini, S.Pd., SE., MM.
11.40 – 12.10	Menata ulang bauran pemasaran produk UMKM di masa pandemi	Dewi Pujiani, SE., MM.
12.10 – 13.10	Tanya Jawab	Tim
13.10 – 13.30	Evaluasi dan Penutup	Bapak Kepala Desa Sewurejo

Pelaksanaan penyuluhan diawali dengan mengisi daftar hadir peserta dari pukul 08.30 - 09.00 WIB. Peserta yang hadir pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebanyak 19 orang. Setelah peserta sudah hadir, acara kegiatan

pengabdian dibuka oleh Bapak Kepala Desa Sewurejo yaitu Bapak Agus Susilo yang menyampaikan bahwa pihak Kepala Desa beserta pelaku terdiri dari 6 dosen, dan teknis pelaksanaannya dibantu oleh 2 (dua) mahasiswa dari Program Studi

Manajemen, yaitu Laila Nur Aini dengan NIM 1201614033 dan Tony dengan NIM 201914092. Setelah pemaparan materi selesai, dilanjutkan dengan tanya jawab. Dalam acara tanya jawab ini, direspon sangat baik oleh peserta yang ditandai dengan banyaknya peserta yang bertanya, dan bahkan ada peserta yang

menginginkan agar kegiatan ini dilanjutkan lagi di masa mendatang. Acara terakhir adalah penutup oleh Bapak Kepala Desa dengan harapan pelatihan ini bisa diimplementasikan oleh pelaku bisnis UMKM Desa Sewurejo.

Berikut ini disajikan beberapa dokumentasi dari kegiatan penyuluhan.



Bapak Kepala Desa Sewurejo sedang Memberikan sambutan/ pembukaan



Salah satu tim pengabdian sedang menyampaikan materi penyuluhan



Peserta melakukan registrasi



Foto bersama tim pengabdian dan peserta

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan penyuluhan dilakukan untuk memberikan gambaran kepada pelaku bisnis UMKM tentang pentingnya strategi untuk mengantisipasi dampak pandemi. Pelaku bisnis UMKM perlu memperhatikan kualitas pelayanan, bauran pemasaran, pengendalian keuangan, motivasi dan disiplin kerja, dan juga perlu menerapkan pemasaran online. Kegiatan berjalan dengan tertib, lancar sesuai dengan yang direncanakan. Pemahaman peserta

penyuluhan/ pelatihan tentang antisipasi dampak pandemi menjadi meningkat, sehingga peserta pelatihan sadar untuk melakukan strategi agar bisnisnya bisa bertahan di masa pandemi. Pelaku bisnis UMKM menambah strategi pemasarannya tidak hanya dengan cara konvensional tapi juga dengan *online*. Semua peserta antusias dan merasakan manfaat pelatihan.

Saran

Sebaiknya pelaku bisnis UMKM di Dusun Tepos Desa Sewurejo Kecamatan

Mojogedang Kabupaten Karanganyar selalu menanamkan kedisiplinan dan memiliki motivasi yang tinggi untuk bisa sukses meskipun di masa pandemi. Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumennya, perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Disamping itu, pemasaran produknya tidak hanya dilakukan secara *offline*, tetapi juga melakukan pemasaran *online*. Pemasaran *online* bisa dilakukan dengan media sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, dan *instagram*.

Diharapkan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rangkaantisipasi dampak pandemi, UMKM di Dusun Tepos Desa Sewurejo bisa tetap bertahan hidup dan berkembang dengan lebih baik, dan mampu menjadi sumber penghasilan yang berarti bagi warganya dan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. & Amstrong, G. 2013. *Principles of Marketing*. 15th Edition. Prentice Hall.
- Moriansyah, L. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3. Hal. 187-196.
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. 2018. Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*. Vol. 01 No. 1. Hal. 55-60.
- Setyaningrum, A., Udaya, J. & Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Swastha, B. 2009. *Azas-Azas Marketing*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.