

**Pengelolaan dan Manajemen Usaha Produk UMKM menuju
Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa**

Muhammad Rifai Katili¹, Sri Nilawaty Lahay², Lanto Ningrayati Amali³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo
mrifaikatili@ung.ac.id¹, nila.lahay@gmail.com², ningrayati_amali@ung.ac.id³

ABSTRACT

The guidance and development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) is an effort by the government, academia, business world, and community. The goal is to realize an economically independent village that upholds the local wisdom of the community as an active participatory actor in the management of MSME product businesses with specific targets are: (1) increasing community business awareness through socialization and training on the management of MSME products in rural communities; (2) the realization of the management of MSME product businesses and product marketing of MSME actors; and (3) the realization of household businesses that managed independently. This activity method is a workshop method in the form of training and assistance to the community through intensive training on the management of MSME product businesses to achieve all expected targets and outputs through the implementation of Thematic KKN activities. This activity results in increase in the understanding and involvement of MSME business actors by promoting, improving administration, improving product packaging, and selling online. In addition, MSME business actors can learn how to manage a good business to improve the economy of the MSME business community.

Keywords: *business management; umkm; economic independence*

ABSTRAK

Pembinaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, akademisi, dunia usaha, dan masyarakat. Tujuan yang ingin dicapai adalah terwujudnya desa mandiri ekonomi yang menjunjung tinggi kearifan lokal masyarakat sebagai pelaku partisipatif aktif dalam dinamika pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM. Dengan target khusus, yaitu: (1) peningkatan sadar usaha masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM masyarakat desa, (2) terwujudnya pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM dan pemasaran produk pelaku UMKM, (3) terwujudnya usaha rumah tangga yang dikelola secara mandiri. Metode kegiatan ini adalah metode *workshop* dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pada masyarakat melalui pelatihan pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM secara intensif sehingga tercapai seluruh target dan luaran yang diharapkan melalui pelaksanaan kegiatan KKN Tematik. Hasil kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterlibatan pelaku usaha UMKM dengan melakukan promosi, perbaikan administrasi, perbaikan kemasan produk, dan penjualan melalui *online*. Selain itu, pelaku usaha UMKM dapat memperoleh pengetahuan cara manajemen usaha yang baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat pelaku usaha UMKM.

Kata kunci: manajemen usaha; umkm; kemandirian ekonomi

PENDAHULUAN

Mengelola atau manajemen suatu usaha bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, di mana harus dipastikan agar roda usaha berjalan dengan baik dan tentu saja harus mencapai target yang telah dibuat. Manajemen usaha adalah suatu kegiatan mengatur suatu usaha agar bisa berjalan dengan baik. Menurut David (2009), pengelolaan usaha yang baik dapat dilihat dari beberapa faktor yang diidentifikasi dalam lingkungan internal organisasi, antara lain: sumber daya manusia, keuangan, produksi dan operasional serta pemasaran. Dalam pengembangan usaha juga melihat lingkungan eksternal organisasi yang diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan peluang dan ancaman bagi organisasi.

Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM, Nomor: 06/Per/M.KUKM/XI/2012 mendorong dan mengakselerasi pemberdayaan Koperasi dan UMKM serta meningkatkan daya saing. Strategi yang diterapkan pada usaha kecil di antaranya adalah menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, serta memberdayakan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, mendukung perluasan kesempatan kerja dan penurunan jumlah kemiskinan dalam rangka mewujudkan demokrasi ekonomi (Sukirman dan Indaryani, 2014). Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) adalah bisnis yang dijalankan secara individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Menurut Maria dkk (2019), UMKM merupakan suatu kegiatan masyarakat dalam bentuk badan usaha yang menggunakan keterampilan dan inisiatif yang tinggi. UMKM mempunyai peranan penting dan strategis bagi pertumbuhan perekonomian negara, baik negara berkembang maupun negara maju (Ling, 2013). Ini dikarenakan sektor UMKM sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, serta relatif tahan terhadap krisis keuangan.

Oleh karena itu, UMKM merupakan satu solusi dari permasalahan ekonomi di Indonesia. UMKM sangat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia, karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan membuka usaha (Sulastri, 2016). Meningkatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia ternyata cukup di dominasi oleh industri makanan dan minuman. Sejak beberapa tahun sebelumnya, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan sebagai satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Hal ini pun yang berlaku di Desa Balahu, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo, di mana beberapa UMKM memiliki usaha di bidang makanan dan minuman, akan tetapi belum banyak mengalami perkembangan yang signifikan, olehnya diperlukan pembinaan dan pengembangan usahanya. Adapun Tujuan yang ingin dicapai adalah terwujudnya desa mandiri ekonomi yang menjunjung tinggi kearifan lokal masyarakat sebagai pelaku partisipatif aktif dalam dinamika pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM. Dengan target khusus, yaitu: (1) Peningkatan sadar usaha masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM masyarakat desa, (2) Terwujudnya pengelolaan dan manajemen usaha produk

UMKM dan pemasaran produk pelaku UMKM (3) Terwujudnya usaha rumah tangga yang dikelola secara mandiri.

Perlunya pembinaan dan pengembangan usaha UMKM merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, akademisi, dunia usaha, dan masyarakat untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, sebagaimana diatur dalam Undang-undang tentang Usaha Kecil (pasal 1 ayat 8 Permen KUKM N0: 02/Per/M.KUKM/I/2008). Di sinilah peran serta keterlibatan Perguruan Tinggi (PT) sebagai tulang punggung yang menjembatani program percepatan pembangunan desa melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Di mana pemerintah dan PT dapat berkolaborasi bersama, menjawab berbagai macam tantangan dan permasalahan desa, dan untuk itu diperlukan para akademisi ataupun profesional yang mempunyai pengetahuan ataupun kemampuan melalui berbagai program pelatihan, pembimbingan dan pendampingan masyarakat desa (Amali, dkk, 2022).

Sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman serta besar (Tambunan, 2012). Oleh karena itu, usaha kecil lebih banyak muncul karena kemandirian dalam menjalankan usaha, walaupun masih terjadi kegagalan dalam menyelenggarakan kegiatan bisnisnya. Olehnya, perlu kerja sama yang baik antar pemerintah, akademisi dan masyarakat dalam mewujudkan kemandirian untuk melaksanakan kegiatan usahanya melalui pemberdayaan yang dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan kemandirian ekonomi terutama pada produktivitas dan pendapatan masyarakat yang mendapatkan bantuan (Kurniawati, dkk, 2013). Dengan berbagai peluang bagi masyarakat sebagai pelaku usaha, maka keterampilan yang paling mendasar sebagai bekal yang harus diperoleh adalah kemampuan pengeloaan dan manajemen usaha. Dengan kemampuan tersebut akan dapat melihat suatu potensi dan optimalisasi suatu sumber daya. Di mana pun masyarakat tersebut berada akan menjadi keterampilan mereka dalam melihat peluang dan pengembangan, yang pada akhirnya dapat berwirausaha dan menjadi mandiri.

METODE PENELITIAN

Lokasi kegiatan di Desa Balahu, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo dan kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Gorontalo. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, dan agar pendampingan dapat berjalan dengan lancar, maka sebagai alternatif pemecahan masalahnya adalah sebagai berikut: (1) Kegiatan sosialisasi dan pendampingan melalui dua cara, yaitu individual dan klasikal (individual dilakukan melalui pelatihan pemasaran secara *online* dan klasikal dilakukan dengan pemberian teori tentang pengelolaan manajemen usaha yang baik dan pemasaran *online*; (2) Kegiatan upaya inisiasi meningkatkan kehidupan masyarakat desa melalui pelatihan pengelolaan UMKM dan; 3) Kegiatan pendokumentasian pengetahuan.

Adapun metode yang digunakan adalah: (1) Ceramah untuk menyampaikan konsep pengelolaan dan pemasaran yang penting untuk dikuasai oleh peserta pelaku UMKM; (2) Pelatihan atau demonstrasi untuk menunjukkan suatu proses

kerja, yaitu tahapan pengelolaan dan pemasaran *online*, di mana peserta dapat melihat secara langsung metode dan teknik pemasaran produk secara *online*; (3) Latihan langsung kepada peserta dengan mempraktikkan cara memasarkan produk UMKM menggunakan media *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum pelaksanaan pengabdian KKN Tematik melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha dan pemasaran *online* dilaksanakan sesuai program kerja dan mencapai keberhasilan yang diharapkan, ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: (1) Adanya dukungan dari pemerintah desa dalam setiap pelaksanaan program kerja; (2) Keterlibatan aparat desa, masyarakat khususnya karang taruna dalam mengikuti seluruh rangkaian pelaksanaan program kerja mendapatkan respon yang baik dan positif, (3) Meningkatnya pemahaman masyarakat atau pelaku usaha dalam hal manajemen usaha dan pemasaran *online* sebagai bentuk solusi mengatasi permasalahan.

Kegiatan KKN Tematik ini sangat bermanfaat bagi masyarakat, di mana partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan sangat antusias dan berperan aktif dalam setiap kegiatan yang dijalankan. Secara umum berdasarkan hasil obsevasi dan pengamatan di lapangan dalam pembangunan ekonomi desa masih bersifat pasif, meskipun ada beberapa masyarakat juga memiliki kesadaran untuk memperbaiki kondisi desanya melalui UMKM. Oleh karena itu, perlu adanya kegiatan seperti KKN Tematik ini yang sifatnya proaktif dalam membangun menggali sumber-sumber daya yang dimiliki desa dalam mewujudkan desa mandiri. Adapun rencana jangka panjang kegiatan ini adalah sinergisitas antara lembaga/institusi pendidikan dengan pemerintah desa, untuk terus mengawal proses partisipasi masyarakat dalam membangun desanya, sehingga dapat memberikan nilai tambah dari segi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam melaksanakan kegiatan KKN Tematik ini aparat desa serta seluruh masyarakat memberikan kontribusinya terhadap pelaksanaan program kerja mahasiswa. Masyarakat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sehingga apa yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan usaha masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan pengenalan, sosialisasi serta kajian keadaan/kondisi desa melalui wawancara dan observasi lapangan oleh mahasiswa di masyarakat dan pemerintahan desa sebagai penentuan program kerja seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Kegiatan dijalankan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan dan solusi terhadap masalah yang dihadapi masyarakat sasaran.



Gambar 1. Wawancara dan Survei Lapangan

Adapun program kegiatan disusun sesuai tahapan, yaitu memberikan pembinaan, masukan/wawasan dan pendampingan serta pelatihan kepada para pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Gambar 2, menunjukkan para pelaku UMKM dibekali dengan memberikan pembinaan dan wawasan tentang pemasaran secara *online*, agar dapat mengerti dan memanfaatkan peran dunia digital saat ini. Ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat melihat peluang baru di dunia *online*, serta dapat memanfaatkan fasilitas yang ada, seperti blog, sosial media (Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok dan lainnya) serta mendaftarkan iklan usaha mereka ke toko-toko *online* dan sebagainya.

Selanjutnya kegiatan pendampingan dan pelatihan pemasaran berbasis *online* untuk pelaku UMKM Desa Balahu dalam melakukan kegiatan pemasaran termasuk pelatihan branding yang menggunakan berbagai sosial media. Pemahaman untuk pelaku UMKM bahwa peralihan tren pemasaran yang semakin ketat jika tidak memanfaatkan potensi pemasaran digital yang ada, dapat memicu kehilangan kesempatan untuk lebih mengembangkan bisnisnya.

Para pelaku UMKM didampingi dan dilatih dengan cara yang sangat praktis dan mudah dimengerti dalam mengakses internet dalam memasarkan produk UMKM yang diproduksi. Sebelum berjualan di *online*, pelaku UMKM juga diajarkan riset pasar, dengan memastikan target konsumen yang menjadi sasaran pemasaran, mencari tahu minimal kompetitor mereka, ruang bisnis yang

menjadi tren saat ini, kemudian membuat strategi agar pengembangan usaha mereka meningkat secara drastis. Selain itu juga diajarkan promosi produk UMKM di internet dengan membuat konten pemasaran dengan berbagai penawaran yang menarik agar menarik perhatian konsumen.



Gambar 2. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Online

Edukasi pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM menuju kemandirian ekonomi masyarakat desa dapat dilakukan dalam bentuk pembinaan, masukan/wawasan dan pendampingan serta pelatihan. Hal yang mendasar dalam hal ini, bagaimana memotivasi pelaku usaha UMKM agar tertarik dengan aktivitas tersebut. Di sini dituntut pengetahuan manajemen (fungsi-fungsi manajemen) bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja usaha UMKM, serta mempersiapkan dalam menghadapi persaingan usahanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan sesuai program yang direncanakan dan berhasil sesuai target luaran yang telah ditetapkan, di antaranya meningkatnya pemahaman dan keterlibatan pelaku usaha UMKM dalam pelaksanaan kegiatan dengan melakukan promosi, perbaikan administrasi, perbaikan kemasan produk dan penjualan melalui *online*. Kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat dalam pengembangan usaha UMKM, di mana mereka diberikan pengetahuan cara manajemen usaha dengan baik, serta mampu meningkatkan keterampilan dan

menambah wawasan bagi para pelaku usaha UMKM yang diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan atas dukungan Dana PNBP BLU Hibah Pengabdian Masyarakat tahun 2022. Selain itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas Negeri Gorontalo, melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amali, L. N., Gani, H., Katili, M. R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Upaya Peningkatan SDM Melalui Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Sibermas*. 11(4), 722-738. doi: <https://doi.org/10.37905/sibermas.v11i2.12215>
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis*. Salemba Empat
- Kurniawati, D. P., Supriyono, B., dan Hanafi I. (2013). Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4), 9-14.
- Ling, Ay. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *AGORA*, 1(1), 1-18.
- Maria., Aladin., dan Firmansyah. (2019). Pengelolaan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kawasan Industri Tuan Kentang. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi pada Masyarakat*. 108-116.
- Sukirman, dan Indaryani, M. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil menuju Kemandirian Usaha dengan Menerapkan Manajemen Profesional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 1-14. doi: <https://doi.org/10.32502/jimn.v4i1.252>
- Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM-LaGood's Publishing.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*. LP3ES