

Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Motivasi Wirausaha, Produk & Kemasan UMKM RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila Binaan Dinas Koperasi & UMKM Kota Tangerang, Provinsi Banten

Berlin Silaban¹⁾, Lia Dama Yanti²⁾, Sabam Simbolon³⁾, Fidellis Wato Tholok⁴⁾, Sugandha⁵⁾

¹Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : berlinsilaban27@gmail.com

²Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : lia.d4may@gmail.com

³Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : bolonzaba@gmail.com

⁴Fakultas bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : sugandhathe@gmail.com

Abstract

The potential for developing and fostering an entrepreneurial spirit for the younger generation in RW 15, Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila, which is assisted by the Office of Cooperatives & MSMEs, Tangerang City, Banten Province, is enormous. One of the reasons for its strategic location as the entrance route to the west of Jakarta. However, the development and fostering of entrepreneurial spirit is still not optimal because the level of education of most of the target audience is high school graduates who rarely or may never get knowledge of entrepreneurship and business management.

Many potential creative ideas for running a business have not been explored optimally either. The purpose of this MSME Management Management Improvement Training is expected to foster the entrepreneurial spirit of the young generation so that they always have thoughts of improving their own business by making good use of existing resources and capital to create products, innovating packaging of goods that have economic value. For those who have not started it are expected to be more courageous in opening various businesses but in a well-planned manner.

Keywords : Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Entrepreneurial Motivation, Products & Packaging of Community Economic Income.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Tangerang menurut data terakhir di tahun 2018 berjumlah 113.750 unit usaha dan berada dalam binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang. Jumlah tersebut termasuk di dalamnya adalah UMKM di unit usaha Kelurahan RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila, Kecamatan Karang Tengah, Kota Tangerang Provinsi Banten, yang merupakan salah satu di Tangerang yang memiliki lokasi letak yang strategis sebagai pintu masuk ke Jakarta. Data unit usaha dan jenis usahanya yang ada disajikan dalam tabel 1 dan 2 di bawah ini.

Untuk mendongkrak dan meningkatkan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan pemasarannya

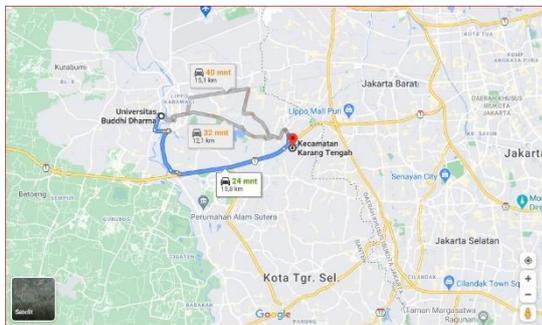
lebih ditingkatkan lagi dengan pengembangan Teknologi Informasi yang saat ini semakin berkembang pesat, semua sendi kehidupan manusia selalu memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memudahkan pekerjaannya. Semua manusia semakin tergantung dengan kehadiran teknologi informasi ini seakan telah menjadi kebutuhan pokok yang tidak dapat dijauhkan dari kehidupan manusia. Penggunaan teknologi semakin masif dilakukan dan dirasakan sangat membantu pekerjaan sehari-hari mulai dari transportasi, pendidikan, sampai dengan perdagangan. Bantuan teknologi membuat aktivitas manusia menjadi lebih cepat lebih mudah serta efisien.

Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar ke empat didunia memiliki populasi sebanyak 272 juta jiwa. Populasi sebesar ini

merupakan potential market bagi perusahaan untuk memasarkan produknya. Peran teknologi dalam perdagangan memegang peranan yang sangat penting dalam melaksanakan program pemasaran. Data Bank Indonesia menyebutkan di tahun 2018 transaksi perdagangan dengan menggunakan media internet (e-commerce) mencapai 77,76 Triyun atau meningkat sebesar 151% dari pencapaian tahun 2017.

Penggunaan teknologi di Indonesia juga begitu pesat ditunjukkan oleh survey Kata Data Insight Center (KIC) dan Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Januari 2020 yang menyatakan bahwa sudah 175,4 Juta pengguna internet yang ada di Indonesia atau telah mencapai 64% dari populasi penduduk. Survey juga menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 160 juta pengguna, atau meningkat 12 juta pengguna dibandingkan 2018. Sangat potensial untuk melaksanakan program pemasaran.

UMKM oleh komunitas kelompok UMKM yang ada di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten (Terlampir denah lokasi).



Gambar 1. Peta Wilayah Mitra

Pada Gambar ; Ditunjukkan bahwa lokasi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini berjarak lebih kurang 15,8 kilometer dari Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Para pelaku UMKM tersebut terdiri atas para pedagang kuliner sampai dengan pelaku industry kreatif. Permasalahan pokok yang ditemui adalah banyak diantara pelaku UMKM yang masih belum memahami lebih banyak tentang konsep Motivasi

Kewirausahaan dan Kiat Bisnis dan Konsep Perbaikan Manajemen Produk dan Kemasan. Berikut contoh kegiatan dan usaha para UMKM.



Gambar 2. Kebersamaan pelaku UMKM KSM Teras Pancasila



Gambar 3. Kue & Snack ; Milk Cream Donuts, ÉCLAIR Dessert Box, & Tropical Mango



Gambar 4. Unit Usaha Bisnis Mie Pangsit ; Pemilik Bapak Buang

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan merupakan landasan dalam melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat agar dapat berjalan secara sistematis, terstruktur, dan terarah. Setelah proses observasi lapangan dan identifikasi permasalahan dilakukan, maka akan dilakukan perancangan solusi. Selanjutnya solusi yang menjadi yang telah direncanakan akan ditawarkan kepada mitra. Metode yang akan digunakan dalam program ini ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan dalam bentuk penyuluhan yakni adanya pemaparan yang bersifat teoritis yang dilakukan UMKM yang ada di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten, dengan tema yang dipilih adalah “ Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Motivasi Wirausaha, Produk & Kemasan.” Materi yang akan disampaikan pada kegiatan pelatihan ini meliputi :

- a. Motivasi kewirausahaan dan kiat bisnis.
- b. Perbaikan pengelolaan melalui produk dan kemasan.

Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 27 Maret 2021 dengan Lokasi pelaksanaan komunitas UMKM RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila berlokasi di Jalan Cempaka No. 40 Kelurahan Karang Tengah, Kecamatan Karang Tengah, Kota Tangerang, Provinsi Banten, binaan Dinas Koperasi & UMKM Kota Tangerang. Bukti dokumentasi photo pendukung sebagai berikut ;



Gambar 6. Foto Bersama



Gambar 7. Foto Bersama (2)



Gambar 8. Foto Kegiatan Pengabdian

PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT Kelurahan RW. 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila KARANG TENGAH KOTA TANGERANG Tanggal 27 Maret 2021

No	Waktu	Materi	Petugas	Keterangan
1	08.00 – 08.30	Persiapan dan Registrasi Peserta	Tim Pelaksana UBD Mahasiswa 2 Org	Absensi - Thermometer - Handsanitizer
2	08.30 – 08.35	Pembukaan	MC	MIC/Laptop
3	08.35 – 08.40	DOA	Marsin	MIC
4	08.40 – 08.45	Lagu Indonesia Raya	Agus Suharto	MIC
5	08.45 – 08.50	Moderator	Berlin Silaban	MIC/Laptop
6	08.50 – 09.30	Sambutan Ketua Umkm Sambutan Dinas Umkm Sambutan Camat/Lurah Sambutan UBD	Agus Suharto Dinas Tgr Camat/Lurah UBD	MIC Laptop Infocus/LCD
7	09.30 – 10.30	Pemaparan materi ; -Motivasi Wirausahaan & E-Marketing -Manajemen produk Inovasi & Kemasan -Manajemen Keuangan Kas harian/Bk Warung	Vivin H. Lia Dama Y. Octavianti P.	Infocus/MIC Laptop
8	10.30 – 11.30	Tanya Jawab	Moderator/ Suhendri	MIC
9	11.30 – 11.45	Penutup & Pemberian Souvenir	MC Tri Angreni Marselia P.	MIC
10	11.45 – 12,00	Photo Bersama	Suhendar Rina A. Sugandha	MIC

Tabel 1. Rundown Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fakultas Bisnis khususnya jurusan Manajemen Universitas Buddhi Dharma dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini mengangkat tema “Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Motivasi Wirausaha, Produk & Kemasan”. Dimana dari hasil interview dan penggalian data sebelumnya diketahui, yang produktif dan melakukan perdagangan dan jasa, industri rumahan, hasil

pertanian dan kehutanan baik di Tangerang maupun ke Jakarta. Peserta komunitas kelompok UMKM yang ada di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten, Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 27 Maret 2021.

Dalam pelaksanaannya kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Buddhi Dharma tetap menjalankan protocol kesehatan (3M) seperti mengecek suhu tubuh, mewajibkan peserta untuk cuci tangan, menggunakan masker dan fisical distancing. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk kontribusi tim pengabdian dan para pelaku UMKM untuk mewujudkan apa yang menjadi visi masing-masing peserta dan bertujuan untuk memotivasi para Mahasiswa juga agar dapat meningkatkan rasa percaya diri untuk berwirausaha.

Kondisi pandemi saat ini memperkecil peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan, sehingga diharapkan mereka tergerak untuk menciptakan pekerjaan setidaknya untuk mereka sendiri dan bila memungkinkan untuk orang lain, setidaknya masyarakat sekitarnya beserta para pelaku UMKM lainnya yang saling mengisi.

Pelatihan dengan memberikan motivasi bagi para peserta sekaligus tinjauan berbagai materi Manajemen seperti Motivasi Kewirausahaan dan Kiat Bisnis dan perbaikan manajemen melalui inovasi produk dan kemasan sebagai berikut :

1. Motivasi Kewirausahaan dan Kiat Bisnis :

Motivasi wirausaha ini diberikan di awal agar motivasi berwirausaha para pelaku UMKM bertambah semangat. Dengan adanya tambahan motivasi dari luar individu diharapkan dapat lebih mendorong mereka untuk lebih berani mengambil langkah dan strategi baru secara nyata untuk lebih meningkatkan dalam berwirausaha. Bagaimanapun

juga Indonesia masih memerlukan penambahan jumlah wirausaha agar bisa menjadi negara maju, sehingga banyak program pemerintah yang mendukung bagi munculnya wirausaha-wirausaha baru lainnya.

2. Perbaikan manajemen melalui inovasi produk dan kemasan :

Meningkatnya perkembangan kehidupan manusia dari waktu ke waktu yang disertai adanya kemajuan di dunia industri terutama bidang pengemasan makanan dan minuman. Penggunaan bahan kemasan dari yang semula alami, berubah menjadi bahan dan bentuk yang berteknologi mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan gaya hidup masyarakat. Kemasan di Indonesia telah dan akan memainkan peranan yang penting dan menentukan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi. Diperkirakan pertumbuhan pemakaian kemasan di Indonesia kedepan sekitar 10% – 13% setahun. Pemakaian kemasan yang terbesar di Indonesia adalah sektor agrofood, rata-rata sebesar 60% dari keseluruhan pemakaian kemasan. Untuk jenis kemasan dari aluminium dan kaleng sekitar 71% dipergunakan untuk agrofood, untuk kemasan plastik 56% untuk agrofood dan untuk kemasan gelas dan paper board masing-masing 80% dan 55% dipergunakan di agrofood. (Udayana University Press 2017, 2020) Kemasan tidak hanya dituntut memenuhi fungsi-fungsi dasar sebagai wadah, perlindungan dan pengawetan, media komunikasi, serta kemudahan dalam penggunaannya, tetapi saat ini suatu kemasan juga dituntut untuk ramah lingkungan dan mempertimbangkan pula beberapa faktor diantaranya faktor kesehatan dan faktor lingkungan. Pemegang bisnis makanan cukup banyak dan beragam

serta merupakan pengusaha yang selalu berinovasi tinggi untuk menciptakan makanan ringan yang berbeda, sehingga produk tersebut lebih mudah dicari dan dibedakan oleh konsumen. Jadi tidak masalah produk yang dijual sudah ada di pasaran, asalkan produk yang dijual tersebut berbeda secara inovasi dengan produk yang sudah beredar. Sehingga produk yang kita hasilkan lebih menarik konsumen ataupun inovasi dari segi pemasaran dengan media online. Jika kita lihat sekarang ini, banyak sekali pengusaha makanan ringan yang sukses karena inovasi mereka.

4. KESIMPULAN

Konsep kewirausahaan dengan cara motivasi masyarakat agar mau menjadi pelaku UMKM dan dapat memberikan manfaat lebih dalam rangka pemberdayaan ekonomi keluarga yaitu peningkatan pendapatan mereka.

Beberapa pelaku UMKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media social dan situs marketplace. Inovasi pada kemasan perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan ciri khas produknya, merujuk pada teori komunikasi visual yang mengatakan bahwa kemasan harus menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Kemasan menjadi alat pemasaran yang penting, yang dirancang cermat agar bisa menimbulkan kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen. Kemasan memegang peranan penting dalam peningkatan penjualan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Faktor yang perlu diperhatikan dalam desain kemasan adalah jenis produk yang dikemas, segmen konsumen yang dituju, daerah pemasaran, display dan biaya. Selain itu juga dibutuhkan kreativitas dalam mengolah faktor – faktor tersebut untuk menjadi kemasan sebagai sarana promosi yang handal.

Bukti dari pemahaman ketrampilan para pelaku UMKM dapat dilihat melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan cukup menantang dalam praktek berwirausaha serta lingkup materi yang diberikan terutama seller online.

Pemateripun secara lugas dapat menjawab dalam setiap sesi pertanyaan dan sebagai bukti bahwa mereka termotivasi untuk memulai dan maupun melanjutkan kembali berwirausaha.

5. SARAN

Kegiatan seperti ini semoga bisa dilaksanakan secara kontinyu, melibatkan lebih banyak peserta dan para komunitas lembaga terkait misalnya dinas-dinas perdagangan dan perindustrian, beserta meliputi lebih banyak aktivitas dan tatap muka termasuk pendampingan dalam program ini belum bisa diangkat sebagai kebijakan bapak angkat yang masih kurang dan berpengaruh terhadap penambahan pendapatan ekonomi masyarakat.

Di lain pihak bergesernya pola bisnis konvensional menjadi digital memerlukan pengetahuan dan keahlian serta skill yang cocok dengan merangkul para milenial, sehingga pertumbuhan pengusaha mikro dan kecil melalui media digital tumbuh sangat cepat dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. K. (2009). *Kiat Sukses Berburu Modal UMKM*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 [Q2]*. Retrieved from <https://www.apjii.or.id/>: Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 [Q2]
- Cravens, D. W. (2009). *Strategic Marketing, Sixth edition*. Texas: McGraw-Hill, Inc.
- Dharmmesta, B. S. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, I. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harningsih, E., & Harilintar, R. A. (n.d.). Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran. *Jpmanajemen*.

- Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Kanaidi. (2010). *Koperasi dan Usaha Mikro-Kecil dan Menengah (UMKM)*. Bandung: Politeknik Pos Indonesia.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Luthfiyyah, A. (2019). *Resep Keripik Singkong*. Retrieved from <https://resepkoki.id>: <https://resepkoki.id/resep/resep-keripik-singkong/>
- Mursidi, M. (2010). Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menginap Di University Inn Umm. *Jurnal Teknik Industri*, 56-62.
- OJK. (2017, April 3). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved from www.ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Primiana, I. (2009). *Menggerakkan sektor riil UKM dan industri : sumbangan pemikiran Dr. Ina Primiana, S.E, M.T. tahun 2003-2009*. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, M. (2008). *Metode penelitian survey*. Jakarta: LP3ES.
- Statistik, B. P. (2017, Juli 26). *Statistik Indonesia 2017*. Retrieved from <https://www.bps.go.id>: <https://www.bps.go.id/publication/2017/07/26/b598fa587f5112432533a656/statistik-indonesia-2017.html>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarni, M., & Supranto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta.: Penerbit Andi.
- Udayana University Press 2017. (2020, Januari 21). *Pengemasan Pangan – Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Retrieved from <https://pediailmu.com>: <https://pediailmu.com/teknologi-pangan/pengemasan-pangan-kajian-pengemasan-yang-aman-nyaman-efektif-dan-efisien-part-1/>
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta.: Salemba Empat.
- Wibisono, N. (2016, September 12). *Olahan Daging dalam Jagat Kuliner Dunia*. Retrieved from <https://tirto.id>: <https://tirto.id/olahan-daging-dalam-jagat-kuliner-dunia-bJ5Z>
- Widiana, M. E. (2010). *Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama*. Bandung: Penerbit Karya Putra Darwati.