

Pelatihan dan Pendampingan Wirausaha Bagi UMKM Singkong Keju Beku Berbasis Digital

Fitrah Al Anshori ^{1*}, Wahyu Hidayat ², Eva Sohriati ³

^{1, 2, 3} Universitas Cokroaminoto Palopo, Indonesia

* fitrahbiologi@gmail.com

Abstrak

Mitra pada kegiatan program kemitraan masyarakat merupakan UMKM singkong keju beku yang telah membuat produk produk dan akan diberikan Pelatihan dan Pendampingan Wirausaha Bagi UMKM Singkong Keju Beku Berbasis Digital, Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan pelatihan wirausaha berbasis Digital terdiri dari pelatihan penyusunan merk produk dan pendaftarannya, pelatihan membangun merk dan brandingnya, pelatihan pemasaran secara digital dan pengelolaan keuangan dengan baik. Pelatihan dilaksanakan selama bulan september 2022. Hasil dari kegiatan program kemitraan masyarakat berupa terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra pada kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM singkong keju beku dalam hal pentingnya merk produk, pentingnya memiliki branding sendiri, pentingnya mendaftarkan merk di kemenkumham, dan pentingnya melakukan pemasaran secara digital.

Kata Kunci: *Singkong Beku, Branding, Wirausaha, Bisnis Digital, UMKM*

Pendahuluan

Mitra yang di ikutkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan UMKM singkong keju beku yang telah membuat produk produk sejak beberapa tahun belakangan. Setelah dilakukan wawancara singkat ditemukan data bahwa mitra mengalami masalah dengan produknya dimana usahanya tidak terlalu berkembang, serta penjualannya hanya terbatas dengan lingkungan sekitar. Padahal produk singkong beku merupakan komoditas ekspor yang sangat dicari orang luar negeri. Setelah dilakukan wawancara mendalam dan analisis produk ternyata mitra belum menerapkan strategi usaha dengan maksimal. Mitra masih menggunakan merk yang sederhana, branding yang dibuat tidak begitu menjual, strategi pemasaran yang sangat sederhana serta pengelolaan keuntungan dan kerugian usaha yang sangat manual sehingga mereka tidak dapat mengetahui secara pasti berapa keuntungan yang di dapat.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk singkong beku adalah dengan melakukan pendekatan target closing, (Oktaviani, 2015). Selain faktor yang juga mempengaruhi keuntungan dari bisnis singkong beku adalah jarak antara sumber daya dan tempat produksi mempengaruhi, semakin dekat maka semakin baik dan semakin memperkecil cost produksi, (pamungkas, 2015). Faktor yang dapat membuat kualitas singkong keju beku menjadi lebih tahan lama yaitu dengan memberikan perlakuan vakuum sebelum dilakukan pengiriman, (Hanafi, 2021)

Metode

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan pelatihan selama 4 x yang terdiri dari pelatihan penyusunan merk produk dan pendaftarannya, pelatihan membangun merk dan membrandingnya, pelatihan pemasaran secara digital dan bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Pelatihan dilaksanakan mulai dari tanggal 17-24 september 2022.

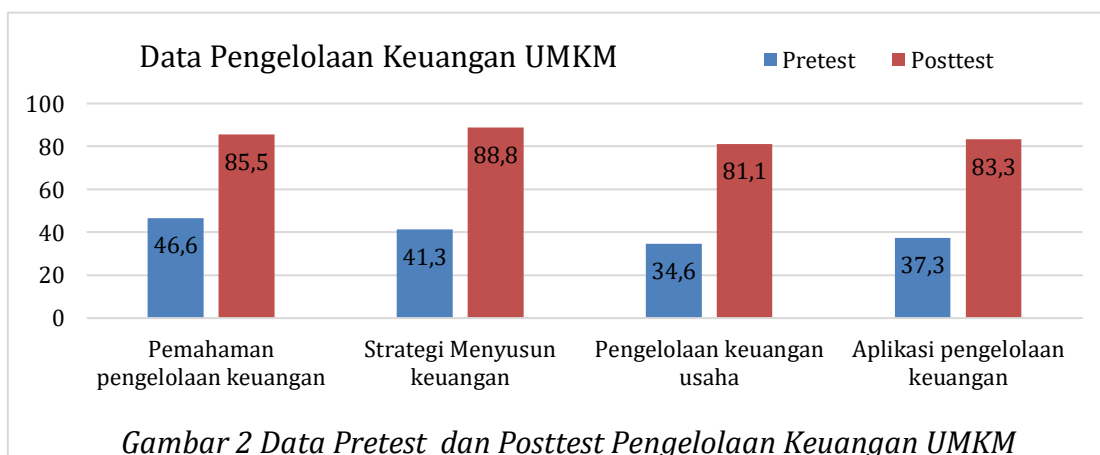


Gambar 1 Foto bersama mitra setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan

Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini merupakan UMKM singkong keju beku yang berlokasi di kelurahan rampoang kota palopo. Mitra yang terlibat berjumlah 5 orang yang sudah lama menjalankan usahanya. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan di aula kantor lurah rampoang kota palopo. Sebelum dilaksanakan kegiatan mitra terlebih dahulu diberikan angket pretest seputar merk, branding, pemasaran dan pengelolaan keuangan. Setelah kegiatan berakhir selanjutnya mitra diberikan posttest untuk mengetahui perbedaan pengetahuan dan skill mereka setelah mengikuti pelatihan tersebut. Setiap kegiatan dilakukan praktek langsung oleh mitra agar dapat dipahami dengan baik. Pemateri yang diundang dalam kegiatan pelatihan ini merupakan praktisi yang sudah pernah menjalankan usaha sesuai dengan bidang masing – masing. Setelah data terkumpul selanjutnya dianalisis dan dibuatkan kesimpulannya.

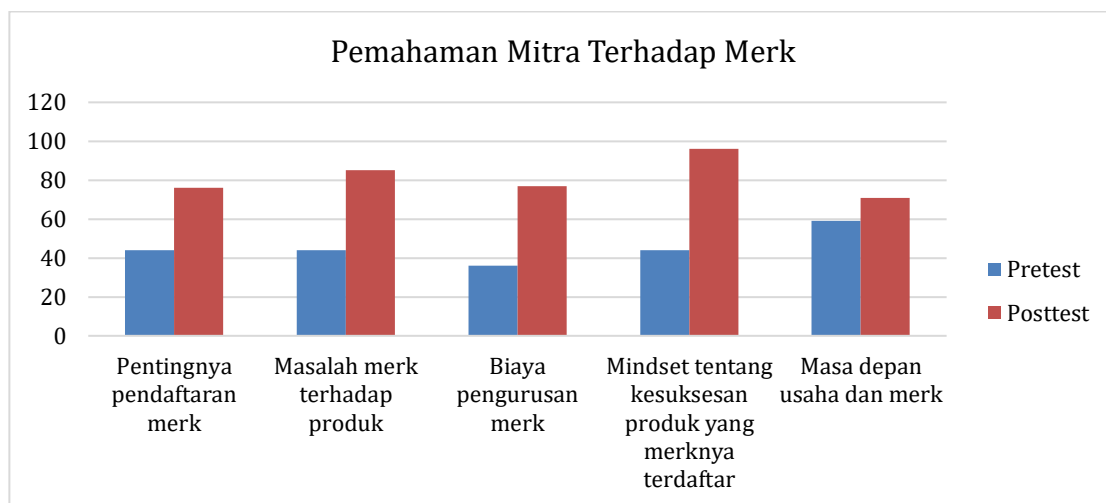
Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil pretest dan posttest terhadap 5 mitra yang mengikuti kegiatan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 2 Data Pretest dan Posttest Pengelolaan Keuangan UMKM

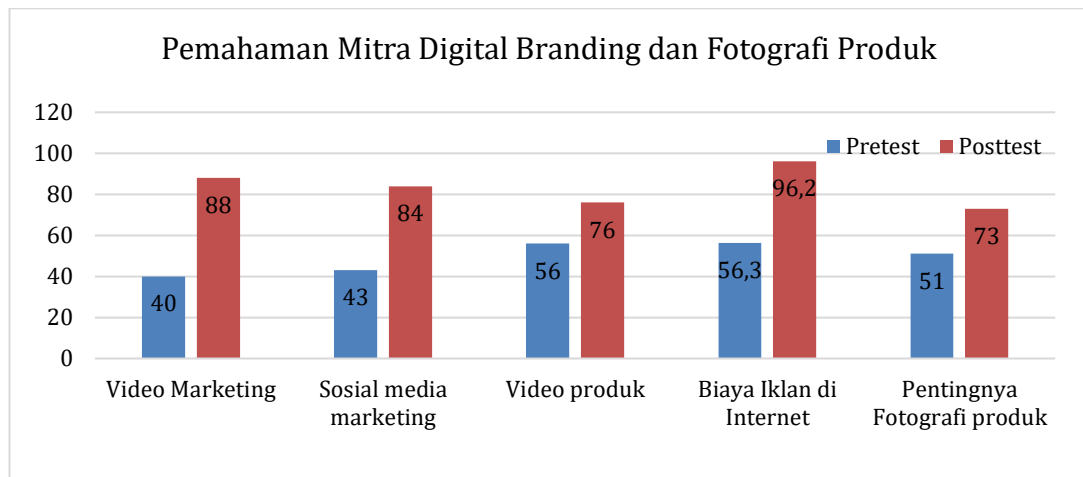
Sebelum diberikan pelatihan pengelolaan keuangan mitra masih menganggap kalau keuangan tidak perlu dilakukan pengelolaan berbasis aplikasi, cukup dengan menyimpan dan menyatukan uang hasil jualan itu sudah baik. Namun setelah mengikuti kegiatan mitra sudah dapat memahami tentang pentingnya pengelolaan keuangan. Selanjutnya, sebelum mengikuti kegiatan ini, mitra belum tahu cara menyusun laporan keuangan, umumnya hanya mengandalkan daya ingat saja tanpa melakukan pencatatan, namun setelah mendapat pencerahan sebagian besar mitra sudah ingin menulis setiap catatannya. Untuk pengelolaan keuangan usaha, mitra sebelumnya mencampurkan uang pribadi dan usahanya, namun setelah diberikan penjelasan pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan bisnis akhirnya mitra dapat membuat keuangan yang lebih baik bahkan sudah lebih mudah karena berbasis aplikasi.



Gambar 3 Pemahaman Mitra Terhadap Merk

Setelah dilakukan analisis data tentang pemahaman mitra terhadap pentingnya merk terhadap suatu usaha dapat kita lihat bahwa mitra juga sudah mengetahui tentang pentingnya merk untuk didaftarkan kemenkumham. Namun pengetahuan mitra belum pernah dilaksanakan dan belum pernah melakukan pendaftaran. Mitra juga berpendapat bahwa pengurusan merek akan menghabiskan anggaran yang sangat besar. Selain itu mitra juga memiliki mindset bahwa usaha tidak terlalu berpengaruh signifikan setelah memiliki merk yang terdaftar karena menganggap yang utama adalah produknya sudah dikenal oleh masyarakat. Mitra juga awalnya tidak memahami bahwa usaha yang memiliki merk terkenal akan menjadi lebih laris dimasa mendatang. Dengan adanya pelatihan ini mitra sudah berhasil membuat branding yang berbeda – beda setiap mitra.

Fotografi produk mitra menganggap bahwa fotografi tidak terlalu berdampak signifikan terhadap penjualan produknya. Pendampingan mengenai strategi penjualan produk di internet akan terus dilakukan oleh tim pelaksana mengingat penjualan di internet membutuhkan pengetahuan dan pengalaman yang cukup banyak karena tingkat persaingan yang sangat kompetitif. Selain itu mekanisme bertransaksi di internet perlu disosialisasikan kepada mitra karena umumnya pembeli dari internet butuh waktu yang lebih cepat agar produknya tiba ke rumahnya.



Gambar 4 Pemahaman Mitra tentang digital branding dan Fotografi Produk

Berdasarkan dari gambar 3 terlihat bahwa terjadi peningkatan pengetahuan mitra tentang digital branding dan fotografi produk. Sebelumnya mitra belum memahami bahwa membuat video promosi itu penting, setelah diberikan pelatihan pengetahuan mereka meningkat. Begitu juga di kategori sosial media marketing serta video marketing. Adapun untuk biaya iklan mitra masih berpendapat bahwa biaya iklan di internet itu mahal dan dianggap dapat mengganggu keuangan kas nantinya.

Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan terhadap mitra singkong keju beku sebanyak 5 orang tim, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan sangat baik dan target yang tercapai. Namun untuk keberlangsung program ini maka perlu dilakukan pendampingan yang kontinue agar usaha mitra semakin sukses kedepannya. Harapan mitra adalah melakukan pendampingan serupa kepada mitra yang lain karena program ini dirasa sangat bermanfaat dan berdampak besar bagi unit usahanya. Meskipun demikian masih terdapat

Kesimpulan

Pelatihan dan Pendampingan Wirausaha Bagi UMKM Singkong Keju Beku dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan membangun merk dan Branding, pelatihan pemasaran secara digital dan pengelolaan keuangan. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra pada kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM singkong keju beku dalam hal pentingnya merk produk, pentingnya memiliki branding sendiri, pentingnya mendaftarkan merk dagang, dan pentingnya melakukan pemasaran secara digital. Luaran kegiatan PKM ini berupa laporan kemajuan, laporan akhir, publikasi jurnal nasional, publikasi media massa, dan Hak Cipta artikel.

Acknowledgment

Terima kasih disampaikan kepada DRPM Kemendikbudristek yang telah mendanai kegiatan ini melalui kontrak induk 097/E5/RA.00.PM/2022. Ucapan terima kasih juga kepada LPPM Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah mensupport kegiatan pengabdian ini hingga selesai. Terima kasih kepada Lurah Rampoang Kecamatan Bara, Kota Palopo karena telah berpartisipasi, dan ucapan terima kasih kepada UMKM singkong keju beku keluarahan rampoang, Kota Palopo.

Daftar Pustaka

- Al Anshori, F., Sohriati, E. ., Syam, S., & Baharuddin, M. R. (2021). Pelatihan Literasi Digital Bagi Guru SMPN 7 Palopo. *Jurnal IPMAS*, 1(3), 105–109
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021, November). Melatih Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Di Dusun Vii Manunggal. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 1179-1184).
- Hanafi, S, Limonu, M, & Maspeke, PN (2021). Studi Penggunaan Kemasan Vakum Dan Non Vakum Terhadap Mutu Olahan Bola Singkong Sagela (Hot Boss) Pada Penyimpanan Beku. *Jambura Journal of Food ...*, ejurnal.ung.ac.id, <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjft/article/view/7302>
- Mardjono, R., Narindro, L., Qamar, A. S., Sari, S., Maulana, A., & Jubaidah, I. (2022). Pemberdayaan UMKM Komunitas OK OCE Menggunakan Media Digital. *Abdimas Universal*, 4(1), 49-58.
- Nida, D. R. P. P., Adyatma, I. W. C., & Dewi, A. S. S. L. (2022). Pendampingan Pelaporan Akuntansi Berbasis Digital Dan Pemanfaatan E-Commerce Bagi UMKM. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 3(1), 29-38.
- Oktaviani, A (2015). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Pendekatan Target Costing Pada Produk Ekspor Singkong Beku (Studi Kasus Pada Cv. Iswara Sentosa, Desa Asrikaton, repository.ub.ac.id, <http://repository.ub.ac.id/130461/>
- Pamungkas, YM (2015). Analisis Tata Letak Fasilitas Produksi Singkong Beku (Studi Kasus di CV. Iswara Sentosa, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang)..
repository.ub.ac.id, <http://repository.ub.ac.id/130532/>
- Sari, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan Umkm Ultra Mikro Melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *JE (Journal of Empowerment)*, 2(2), 193-198.
- Utami, R. A., Ibanah, I., & Novikarumsari, N. D. (2021). Pendampingan Sistem Aplikasi Keuangan Dan Pengembangan Promosi Digital Ukm “Resep Iboe” Dalam Penerapan Less Contact Economy Covid-19. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 760-766.