



**PENDAMPINGAN PENGUATAN UMKM DUA PUTRI  
DESA PURWODADI KECAMATAN JAYALOKA**

**Anna Fauziah<sup>1</sup>, Viktor Pandra<sup>2</sup>, Maria Luthfiana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas PGRI Silampari, Lubuklinggau, Indonesia

Email: [annafauziah21@yahoo.com](mailto:annafauziah21@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan penguatan UMKM Dua Putri Desa Purwodadi Kecamatan Jayaloka dalam memasarkan produk hasil olahan UMKM dengan menggunakan media sosial. Metode yang digunakan oleh TIM Pengabdian Pada Masyarakat yaitu melaksanakan kegiatan PKM dengan dua tahapan, yaitu tahap persiapan dan pelaksanaan. Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka didapatkan hasil bahwa UMKM Dua Putri sudah mampu memasarkan produk yang telah dihasilkan hingga luar desa purwodadi dan sekitarnya, pengelolaan manajemen yang belum tersusun rapi, maka dari itu diadakan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman akan pentingnya media sosial sebagai sarana pemasaran serta memberikan wawasan tentang pentingnya berinovasi dalam kemasan produk mulai dari pembuatan logo, pengepakan hingga ke tahap siap jual dan memberikan pelatihan pengelolaan manajemen yang tepat.

**ABSTRACT**

This community service activity aims to provide assistance and strengthening for Dua Putri MSMEs, Purwodadi Village, Jayaloka District in marketing products processed by MSMEs using social media. The method used by the Community Service TEAM is carrying out PKM activities in two stages, namely the preparation and implementation stages. Based on the community service activities that have been carried out, the results obtained are that Dua Putri UMKM is able to market the products that have been produced outside the village of Purwodadi and its surroundings, management is not yet neatly organized, therefore assistance is provided to increase understanding of the importance of social media as a tool. marketing as well as providing insight into the importance of innovating in product packaging starting from creating logos, packaging to the ready-to-sell stage and providing appropriate management training.

**KEYWORDS**

*Pendampingan, Penguatan, UMKM*

*Mentoring, Strengthening, UMKM*

**ARTICLE HISTORY**

Received 10 Oktober 2023

Revised 27 November 2023

Accepted 14 Desember 2023

**CORRESPONDENCE :** Anna Fauziah @ [annafauziah21@yahoo.com](mailto:annafauziah21@yahoo.com)



## **PENDAHULUAN**

Desa purwodadi kecamatan jayaloka adalah salah satu desa yang memiliki kelompok UMKM yang sudah berdiri kurang lebih 1 tahun. Dalam mendukung program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ikut mensukseskan program pemerintah khususnya di bidang pengolahan pangan lokal, usaha kecil menengah mikro Desa Purwodadi Kecamatan Jayaloka Kabupaten Musi Rawas memiliki beberapa hasil olahan dari hasil pertanian ibu-ibu PKK dan warga desa Purwodadi. Kegiatan ini mendapat dukungan dan motivasi dari ketua PKK desa purwodadi dan kecamatan sehingga warga masyarakat yang sebagian besar awalnya hanya sebagai petani karet dan hanya beraktifitas di pagi hari, kini mulai memiliki aktifitas yang bermanfaat yaitu kegiatan yang menghasilkan cuan dari hasil berkebun di tanah pekarangan yang masih kosong. Menurut (Ombi Romli, 2021) Perekonomian nasional yang bertumpu pada pengolahan hasil pertanian dan perkebunan, melalui sebuah kewirausahaan merupakan asset bangsa Indonesia sejak dahulu kala yang harus terus lestari dan bertahan sampai ke anak cucu kita, ini merupakan tugas kita bersama baik pemerintah pusat maupun daerah, para pelaku usaha dan warga masyarakat yang memiliki jiwa interpreur pada umumnya.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, di dapat informasi bahwa kelompok usaha mikro kecil menengah “dua putri” Desa Purwodadi Kecamatan Jayaloka yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan dari ubi kayu. Proses pengolahan hasil UMKM dua putri ini masih menggunakan peralatan yang masih tradisional, selain itu dalam proses pengemasan masih sangat sederhana dan untuk pemasaran UMKM “dua putri” masih di wilayah desa purwodadi dan desa-desa yang ada di kecamatan jayaloka karena hanya menggunakan WA dan FB pribadi sehingga proses pengenalan produk kurang terkenal, selain itu penggunaan label dan pengemasan masih menggunakan alat yang sederhana.



Gambar 1. Observasi Awal

Gambar 2. Hasil UMPK Dua Putri

Menurut (Ombi Romli, 2021) Tingkat konsumsi masyarakat yang terus meningkat baik di desa maupun diperkotaan, ini semua mendorong faktor-faktor produksi yang terus bertambah baik kualitasnya maupun kuantitasnya. Ini semua menjadi pendorong para pelaku ekonomi baik besar, menengah maupun kecil, berupaya untuk bersaing dalam dunia bisnis agar mampu bertahan dan berkembang, tentu semua itu banyak kendala-kendala yang dihadapi mulai sulitnya mendapatkan bahan baku, upah buruh yang tinggi, belum lagi banjirnya produk-produk impor yang menawarkan harga jauh lebih murah dari harga pasaran. Sulitnya menjawab tantangan tersebut, terutama para pelaku usaha UMKM dengan keterbatasan sumber daya yang ada, tetap bertahan ditengah persaingan global yang begitu ketat.

Kegiatan usaha mikro kecil menengah “dua putri” terfokus dalam pengolahan ubi kayu, biji nangka dan kelapa yaitu, tepung ubi kayu, kue kering, manggleng, carang mas, tepung kelapa, tepung biji nangka. Hasil kelompok UMPK “dua putri” pernah mengikuti lomba tingkat kecamatan dan mendapat juara, namun untuk pemasarannya tetap masih sama setelah mengikuti ajang perlombaan tersebut. Maka perlunya pelatihan guna mendampingi UMKM ini agar lebih berkembang dan di kenal serta diminati banyak konsumen baik di dalam kecamatan jayaloka maupun diluar jayaloka. dalam kegiatan pemasaran kini didominasi oleh whatsapp karena sebagian besar anggota UMKM bisa



menggunakan whatsapp saja. Menurut Daniel Iman (2015) Penggunaan Sosial Media dianggap efektif dalam melakukan kegiatan pemasaran, dengan kemampuan sosial media yang dapat menjangkau berbagai kalangan dan kecepatan informasi yang cepat bisa mempermudah mitra dalam menjangkau kalangan dalam jumlah besar sebagai calon customer. Namun pada kenyataannya Kelompok UMKM “dua putri” belum maksimal dalam menggunakan sosial media sebagai alat pemasaran hasil UMKM mereka. Selain itu kendala yang mereka hadapi terutama dalam inovasi produk, metode pemasaran masih sangat sederhana yaitu hanya whatsapp, hal inilah yang sangat menghambat para pelaku UMKM yang ada di desa purwodadi sulit untuk bisa berkembang.

Tim pengabdian akan memberikan pendampingan dan pembinaan kepada kelompok UMKM “dua putri” yang ada di desa purwodadi kecamatan jayaloka dalam inovasi paking produk dan dalam pemasaran produk. Kegiatan pengabdian ini merupakan program kemitraan masyarakat stimulus dengan tujuan agar kelompok UMKM lebih berkembang dan banyak melakukan inovasi-inovasi produk baik dalam bentuk produk maupun dalam melakukan pemasaran produk baik konvensional maupun non konvensional (online). Kegiatan akan dilaksanakan dengan cara sosialisasi kepada kelompok UMKM “dua putri” yang ada di desa purwodadi Kemudian membentuk kelompok yang akan dilatih bagaimana membuat kemasan produk yang lebih kreatif dan melaksanakan pelatihan bagaimana pemasaran melalui media sosial (Online). alternatif yang kami berikan untuk kelompok UMKM “dua putri” desa purwodadi dalam melakukan inovasi pengemasan produk dan pemasarannya. Dalam rangka pengembangan usaha diantaranya adalah Memberikan pemahaman akan pentingnya media sosial sebagai sarana pemasaran. Memberikan wawasan tentang pentingnya berinovasi dalam kemasan produk. Memberikan pelatihan pengemasan produk mulai dari pembuatan logo, pengepakan hingga ke tahap siap jual. Memberikan pelatihan pemasaran baik secara offline maupun melalui media sosial (online). Memberikan pelatihan pengelolaan manajemen yang tepat.



## **METODE**

Metode yang digunakan oleh TIM Pengabdian Pada Masyarakat yaitu melaksanakan kegiatan PKM dengan dua tahapan, yaitu tahap persiapan dan pelaksanaan.

### **1. Tahap Persiapan**

Tahap Persiapan dengan observasi lokasi dan koordinasi dengan ketua kelompok UMKM “dua putri” desa purwodadi yang menjadi mitra pada kegiatan ini untuk membahas kegiatan sosialisasi dan pelatihan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Tahap Pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut.:

- a. Tim PKM melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang pentingnya pemahaman akan pentingnya media sosial sebagai sarana pemasaran. Dari kegiatan ini tujuan yang akan dicapai yaitu anggota UMPK dapat mengetahui pentingnya menguasai media sosial untuk kemajuan UMPK dua putri karena sangat berpengaruh dalam proses pemasaran produk.
- b. Tim PKM memberikan wawasan tentang pentingnya berinovasi dalam kemasan produk. Tujuan yang akan dicapai dari kegiatan ini yaitu semua anggota UMPK dapat menungakan ide yang di dapat dan memusyawarahkan ide yang akan di gunakan baik idem membuat produk baru sampai pemasaran
- c. Tim PKM melakukan kegiatan pelatihan pengemasan produk mulai dari pembuatan logo, pengemasan hingga ke tahap siap jual. Tujuan yang akan dicapai dari kegiatan ini yaitu anggota UMPK dapat mempraktekan proses pembuatan logo dan dapat memilih logo yang paling menarik dari beberapa contoh yang di buat dan pengemasan yang menarik namun dengan harga terjangkau.
- d. Tim PKM bersama mitra melakukan Teknik pemasaran atau marketing baik dilakukan secara konvensional maupun onliene



menggunakan media sosial yang tersedia Kegiatan. kegiatan ini dilaksanakan secara bersama-sama oleh team PKM dan anggota UMKM dua putri.

- e. Tim PKM bersama mitra membentuk badan usaha sederhana berupa koperasi sederhana. Tujuan dari kegiatan ini untuk pemasaran produk dan pengelolaan manajemen yang tersusun.
- f. Tahap Evaluasi. Merupakan proses akhir dari sebuah program kegiatan, dalam rangka upaya mengevaluasi seluruhrankainan kegiatan.

Dalam kegiatan ini untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dibutuhkan tenaga ahli yang sesuai dengan bidang. Bidang kepakaran yang dibutuhkan yaitu Pendidikan. Berdasarkan bidang kepakaran tersebut tim PKM sudah memenuhi kepakaran yang dibutuhkan. Untuk melaksanakan kegiatan secara baik dan terencana, maka disusun uraian tugas dari tim pengusul. Evaluasi kegiatan akan dilakukan setiap tahap pelaksanaan metode selesai dilakukan, evaluasi ini dilakukan untuk melengkapi kekurangan yang terjadi selama kegiatan berjalan. Evaluasi juga dilakukan untuk mendapatkan hasil yang terbaik juga mengawasi program yang telah berjalan agar terus berlanjut dengan tepat. Evaluasi Kegiatan juga dilakukan setiap bulan untuk melihat keberlanjutan kegiatan, pemasaran dan manajemen usaha yang dilakukan.

### **HASIL dan PEMBAHASAN**

Program kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berjalan kurang lebih tiga bulan mulai dengan observasi hingga proses pelaksanaan, evaluasi dan penyusunan laporan. Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memiliki beberapa tahapan yaitu, observasi ke lapangan untuk mengetahui apa saja masalah dan kendala yang di hadapi dilapangan, kemudian dilanjutkan dengan membuat proposal, menyusun program kegiatan, membentuk team, kemudian pelaksanaan kegiatan di lapangan sampai tahap evaluasi dan laporan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan target yang di harapkan. Kegiatan di mulai pada tanggal 1 september 2023, yang meliputi kegiatan pendampingan



kepada kelompok UMKM Dua Putri tentang pentingnya media sosial sebagai tempat sarana pemasaran, kemudian mendampingi dalam proses pengemasan produk dan label yang menarik, pemasaran dan pengelolaan manajemen UMKM tersebut.

Kegiatan ini diawali dengan proses pendampingan kepada anggota UMKM dua putri yaitu pemahaman tentang media sosial untuk mejadi salah satu tempat atau wadah bagi UMKM mengenalkan produknya, disini diberikan pemaparan oleh narasumber kepada anggota UMKM Dua Putri. Dilihat dari hasil observasi, penjualan produk dari UMKM dua putri masih menggunakan metode sederhana, yaitu dari mulut ke mulut, *whatsapp* masing-masing naggota yang tidak intes, sehingga tingkat penjualan masih di sekitar desa dan kecamatan saja. Oleh karena itu pendampingan ini di fokuskan kepada anggota UMKM Dua putri agar lebih mengikuti perkembangan zaman dengan belajar memahami dan menggunakan media sosial, proses ini berlangsung sampai pembuatan medsos khusus Instagram UMKM Dua Putri tersebut terbentuk dan di isi foto dan vidio terkait proses pembuatan dan produk UMKM oleh penanggung jawab yang telah di pilih dari kelompok tersebut. Hal ini di harapkan angar anggota UMKM lebih mudah dalam proses mengenalkan produk-produk yang mereka buat. Kemudian agar hasil produknya lebih berfariasi, tim memberikan ide-ide dalam mengolah bahan menjadi produk yang berbeda-beda namun masih dalam satu bahan dasar yang di gunakan untuk di olah menjadi produk yang siap jual yaitu salah satunya bahan dasar ubi kayu menjadi tepung, kue,dan lainnya.

Tahap selanjutnya yaitu praktik pembuatan logo dan kemasan produk bersama UMKM Dua putri. UMKM dua putri sendiri sudah memiliki logo untuk produk mereka namun ada sedikit masukan dan gtampilan agar terlihat lebih menarik. Disini tim melakukan musyawarah dan memberikan beberapa ide dasar untuk logo yang kemudikan di sepakati oleh anggota kelompok UMKM mengambil satu dari beberapa alternatif yang diberikan untuk dijadikan logo di kemasan produk nya. Kemudian pengemasan produk yang masih standar yaitu

dalam penyusunan produk di dalam kemasan juga diberikan arahan bagaimana penataan yang tepat agar maksilam dan rapi. Semua proses ini melibatkan anggota UMKM agar berperan aktif menuangkan ide-ide yang mereka miliki dan di sepakati bersama dalam mengambil keputusan.



Gambar 3. Gambar logo untuk kemasan produk



Gambar 4. Pemasaran melalui Media Sosial

Tahap selanjutnya yaitu anggota UMKM diberikan pemahaman bagaimana cara melakukan Teknik pemasaran atau marketing baik dilakukan secara konvensional maupun onliene menggunakan media sosial yang tersedia. Kegiatan ini dilaksanakan secara bersama-sama oleh team PKM dan anggota UMKM dua putri. Disini setiap anggota wajib dan aktif melakukan pemasaran via medsosnya masing-masing yaitu dengan whatshaap web, ini adalah salah satu cara agar produk-produk yang di tawarkan dapat dilihat lebih banyak oleh orang lain. Ketika aktif memasarkan produk maka akan semakin banyak orang yang tau tentang produk UMKM dua putri tersebut. Selain masing-masing anggota



melakukan pemasaran via whatsapp masing-masing, salah satu anggota yang di pilih untuk menjadi admin di instagram juga harus berperan aktif dalam mengenalkan produk-produk dan kegiatan-kegiatan UMKM tersebut. Hal penting lainnya yaitu dokumentasi produk dan proses pembuatan produk yang akan di publikasikan di media dibuat semenarik mungkin sehingga itu juga menjadi salah satu daya tarik konsumen.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa, UMKM Dua Putri sudah mampu memasarkan produk yang telah dihasilkan hingga luar desa purwodadi dan sekitarnya, pengelolaan manajemen yang belum tersusun rapi, maka dari itu diadakan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman akan pentingnya media sosial sebagai sarana pemasaran serta memberikan wawasan tentang pentingnya berinovasi dalam kemasan produk mulai dari pembuatan logo, pengepakan hingga ke tahap siap jual dan memberikan pelatihan pengelolaan manajemen yang tepat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Iman, D., Zainul, K., & Kholid Mawardi, A. M. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol (Vol. 24, Issue 1).
- Romli, O.& Arta.R. S. (2021). Pendampingan UMKM melalui pelatihan pengemasan dan pemasaran baik online maupun offline produk kacang umpet varian rasa menjadi produk yang kompetitif di desa Sukasari. *Indonesian journal of engegemen community services, Empowerment and Development.*, 1(1), 7-14
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Wijaya, C. (2021). Pendampingan UMKM melalui kegiatan pelatihan penggunaan sosial media, website dan E-commerce dalam berwirausaha. *Seninar nasional patriot mengabdikan lembaga penelitian dan pengabdian univ 17 Agustus 1945*.