OPTIMALISASI PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN UMKM TG SOAP PEKANBARU

Annie Mustika Putri¹, Nadia Amanda Putri¹, Cindy Fatika Suci¹, Aditya Gunadarma², Rana Oktiviana Pramillia³

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

²Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Riau

³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

Email: annemustika@umri.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Tobek Godang, Pekanbaru kota tepatnya di RW 03. Pengabdian ini dilakukan untuk menemukan masalah dan memberikan solusi yang dihadapi pada UMKM TG Soap, yang merupakan Kelompok Usaha Bersama (KUB). Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah survey, wawancara, dan kemudian strategi yang matang dalam mengatasi permasalahan yang ada. Permasalahan-permasalahan pada UMKM TG Soap adalah pemasaran produk. Dimana ruang lingkup pemasaran produk masih sempit dan masih mengandalkan warga sekitar untuk memasarkan produknya. Permasalahan tersebut menyebabkan perkembangan usaha UMKM ini terbilang lamban dan menyebabkan produk yang dihasilkan kurang di ketahui oleh masyarakat luas. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dibidang berwirausaha dalam memasarkan produknya menggunakan media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran, UMKM

A. Pendahuluan

Menurut Rudjito (2003) dalam Fernando S. Solang, J .E. Kaawoan dan Ismail Sumampow (2019) mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara: memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kteativitas bisnis, dan penciptaan

wirausaha baru. Sementara itu Indah Kusuma Dewi (2021: 276) menegemukakan bahwa belakangan ini, pemerintah Indonesia mulai menganjurkan masyarakat untuk lebih memilih berwirausaha daripada mencari pekerjaan. Hal tersebut dilakukan demi mengurangi jumlah pengangguran yang semakin tahun semakin membludak sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan baru yang lebih banyak untuk masyarakat lainnya.

Pengembangan UMKM juga perlu memperhatikan ruang lingkup mengenai dampak usaha kecil terhadap ekonomi global dan alam lingkungan yang menjadi dasar pentingnya memperhatikan isu-isu strategis perilaku usaha kecil yang berhubungan dengan lingkungan (Hardin et al., 2019).

Dari beberapa aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Dengan begitu masyarakat harus diberi penyuluhan agar dapat mengembangkan UMKM tersebut melalui kegiatan penyuluhan penggunaan media sosial. Kerja sama dengan pihak mitra melalui kegiatan KKN adalah salah satu alternatif yang dapat membantu menciptakan sumber daya yang berkualitas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di bidang media sosial.

Mitra yang terlibat dalam kegiatan membantu perekonomian UMKM yang ada di Indonesia khususnya daerah Pekanbaru yaitu UMKM TG *Soap* (sabun cair), UMKM ini berada dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang telah berdiri pada pertengahan bulan Desember 2020. Usaha UMKM ini sendiri dipercaya langsung dan diberi merek dagang bernama TG atau Tobek Godang oleh pihak Kelurahan Tobek Godang. UMKM TG *Soap* ini telah memiliki anggota kurang lebih 10 orang ibu-ibu yang membantu proses jalannya produksi sabun cair tersebut. Dilihat dari hasil survey yang telah dilakukan pada saat sebelum pelaksanaan KKN (Kuliah Kerja Nyata) kami menemukan beberapa masalah yang ada pada UMKM TG *Soap* tersebut diantaranya berupa alat pengaduk yang masih sederhana yaitu dengan bantuan alat kayu, pemasaran hanya dari mulut ke mulut atau konvensional, pencatatan masih manual tidak tertata.

Kebutuhan sabun pencuci piring meningkat karena sebagian besar masyarakat mulai meninggalkan cara tradisional menggunakan abu gosok untuk mencuci piring dan beralih ke sabun pencuci piring berbentuk cair. Hal ini menyebabkan kebutuhan pengadaan sabun yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Melihat peluang tersebut, maka banyak sekali produk-produk sabun cair yang bisa ditemukan pada berbagai jenis pasar.

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan pemasaran menggunakan jejaring media sosial agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui akan produk tersebut dan dengan begitu penjualan akan meningkat. Selain memberikan pelatihan tersebut, adapun program lain yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan kualitas produk dan memberikan edukasi mengenai pencatatan penjualan menggunakan sebuah aplikasi guna keakuratan data yang dihasilkan.

Usaha UMKM sabun cair ini tentu perlu di kembangkan lebih lanjut lagi serta dipasarkan lebih luas, mengingat peluang bisnis yang sangat besar, sebab sabun merupakan produk yang hampir di butuhkan oleh setiap rumah tangga. Apalagi dimasa pandemi seperti saat ini, perihal menjaga kebersihan merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan. Hal ini dikarenakan fungsi utama dari sabun yang bersifat membersihkan atau mengangkat kotoran yang menempel pada sebuah permukaan (Haro, A. Waspodo. A, AWS. Handaru, A, W. 2017).

B. Masalah

Dari uraian di atas UMKM TG *Soap* ini belum pernah mendapatkan pelatihan penggunaan jejaring media sosial sebagai sarana dan prasarana untuk memasarkan produk. Maka dari kondisi tersebut perlu diadakan pelatihan mengenai penggunaan jejaring media sosial baik itu untuk mempromosikan produk maupun penggunaan aplikasi pencatatan transaksi penjualan agar data yang dihasilkan akurat dan tepat sasaran dalam pengambilan sebuah keputusan.

C. Metode Pelaksanaan

Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan di salah satu mitra yang berada di RW 03, Kecamatan Binawidya, Kelurahan Tobek Godang Kota Pekanbaru. Dimana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau melaksanakan pengabdian kepada masyarakat selama satu bulan yaitu dari tanggal 30 Sempتمبر 2021 sampai 30 Oktober 2021. Adapun metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode wawancara dan pengamatan secara langsung.

a. Metode Wawancara

Metode ini dilaksanakan dengan cara melakukan interview secara langsung terhadap mitra UMKM TG *Soap* terkait permasalahan apa saja yang ada di mitra UMKM TG *Soap*.

b. Pengamatan Secara Langsung.

Metode ini dilaksanakan setelah melakukan wawancara dimana setelah itu mahasiswa melakukan pengamatan langsung dilapangan atau di Mitra UMKM TG Soap.

Setelah mahasiswa melakukan pengamatan secara langsung terkait permasalahan apa saja yang ada di Mitra UMKM TG Soap selanjutnya mahasiswa KKN UMRI melakukan evaluasi dan menentukan program kerja apa saja yang sesuai untuk dilaksanakan di Mitra UMKM TG Soap.

D. Pembahasan

Setelah dilakukan pengamatan secara langsung, maka didapatlah lima program kerja yang dapat dilaksanakan yaitu program kerja pokok dan program kerja pendukung. Untuk program kerja pokok yaitu melakukan penyuluhan penggunaan media sosial sebagai media untuk meningkatkan pemasaran. Sedangkan untuk program kerja pendukung yaitu membantu dalam proses produksi dan pengemasan atau *packaging*.

a. Program Kerja Pokok.

Program kerja pokok dari kegiatan KKN UMRI yaitu melakukan sosialisasi penggunaan media sosial sebagai media untuk meningkatkan pemasaran. Mahasiswa KKN UMRI memberikan kesadaran kepada pihak mitra mengenai penting nya pemasaran *online* kepada mitra UMKM TG Soap. Salah satu tolak ukur dari keberhasilan kegiatan promosi ini adalah meningkatnya jumlah permintaan. Untuk mencapai hal tersebut, Adapun cara yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk dengan melalui beberapa *market place* seperti shopee, Lazada dan melalui web. Selain itu juga melakukan sosialisasi penggunaan media sosial sebagai sarana dan prasarana promosi produk.

Namun tingginya jumlah permintaan belum berarti keuntungan yang didapat akan meningkat. Hal ini dapat disebabkan meningkatnya harga pokok sehingga berpengaruh terhadap jumlah keuntungan yang didapat. Oleh karena strategi pemasaran yang baik sangat berpengaruh terhadap jumlah keuntungan yang di dapat.

Untuk meningkatkan kemungkinan berhasilnya pemasaran yang telah dirancang mahasiswa KKN UMRI juga melakukan kegiatan promosi langsung atau *door to door* kepada masyarakat sekitar atas produk yang dihasilkan oleh mitra UMKM TG Soap.

b. Program Kerja Pendukung

1. Membantu Proses Produksi

Selain program kerja pokok adapula program kerja pendukung yang dilakukan, kegiatan ini dilakukan bersifat membantu pihak mitra dalam proses produksi. Disini lah mahasiswa KKN UMRI mengetahui hal lain yang mempengaruhi pemasaran, yaitu kualitas produk yang dihasilkan. Alat produksi yang digunakan masih terbilang sangat manual sehingga mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Dengan masalah yang ada mahasiswa KKN UMRI memberikan alat kepada pihak mitra untuk membantu proses produksi dengan harapan produk yang dihasilkan dapat lebih berkualitas dan waktu produksi pun lebih efisien guna memenuhi permintaan pelanggan, setelah adanya alat produksi yang diberikan oleh mahasiswa KKN UMRI kepada mitra UMKM TG *soap* dapat lebih membantu mitra dan ibu-ibu KUB (kelompok usaha bersama).

2. Membantu Proses Pengemasan atau *packaging*

Selain dengan promosi produk menggunakan media sosial dan memperbaiki kualitas produk, hal yang dapat mempengaruhi meningkatnya permintaan adalah pengemasan atau *packaging*. *Packaging* yang di buat menarik dapat meningkatkan minat beli pelanggan. Mahasiswa KKN UMRI memberikan sosialisasi kepada pihak mitra UMKM TG *Soap* ini dapat lebih meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan. pengemasan pun dibuat semenarik mungkin agar pelanggan tidak bosan dengan tampilan produk dari UMKM TG *soap* ini.

3. Membantu proses pemasaran kepada masyarakat sekitar

Selain dengan membantu proses produksi dan pengemasan, mahasiswa KKN UMRI juga membantu mitra UMKM TG *soap* dalam melakukan pemasaran produknya. hal ini dilakukan oleh mahasiswa KKN UMRI agar masyarakat sekitar tahu bahwa UMKM TG *soap* ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan juga meningkatkan keahlian masyarakat sekitar dalam teknologi pembuatan produk sabun ini. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan mahasiswa KKN UMRI adalah melakukan penyuluhan mengenai produk dari UMKM TG *soap* dengan datang langsung kerumah-rumah masyarakat disekitar lingkungan UMKM TG *soap* dan juga melakukan penyuluhan di acara-acara masyarakat sekitar seperti wirid dan juga acara-acara yang di adakan oleh lembaga lainnya.

4. Membantu proses pembukuan dan memberikan sosialisasi aplikasi buku kas

Selain membantu proses produksi hingga pemasaran, mahasiswa KKN UMRI juga melakukan sosialisasi mengenai pembukuan dan juga mengenalkan aplikasi yang dapat mencatat transaksi penjualan. dilakukan nya sosialisasi pembukuan ini agar ibu-ibu KUB

lebih mengerti mengenai pembukuan sehingga transaksi yang dicatat tidak muncul kekeliruan. selain pembukuan, pengenalan aplikasi buku kas juga dilakukan penyuluhan. Hal ini dilakukan agar pencatatan transaksi via *online* juga berkembang. diperkenalkannya aplikasi buku kas ini dapat memberikan kemudahan mitra dalam melakukan penjualan.

E. Kesimpulan

Keberhasilan program KKN yang telah dirancang telah berjalan sesuai yang telah diharapkan dan memberikan manfaat di kedua belah pihak. Dampak positif yang di dapat oleh mahasiswa adalah meningkatkan kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan serta memperluas cakrawala khususnya di bidang sosial. Sedangkan bagi mitra adalah dapat meningkatkan pemasaran, promosi, dan penjualan serta membentuk sumber daya manusia yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Eka Sulistyaningsih, I. P. P. (2020). Pembuatan Sabun Pencuci Piring Sebagai Peluang Usaha Bagi Ibu Pkk Dusun Putat Wetan, Desa Putat, Kecamatan Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Dharma Bakti-LPPM IST AKPRIND*, 3(2), 94–99.
- Hardin, Suriadi, Dewi, I. K., Yurfiah, Nuryadin, C., Arsyad, M., Darwis, Akhsan, Diansari, P., & Nurlaela. (2019). Marketing of innovative products for environmentally friendly small and medium enterprises. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 235(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/235/1/012035>.
- Haro, A. Waspododo, A. AWS. Handaru, A. W. (2017). Peningkatan Keterampilan Bagi Ibu Rumah Tangga dalam Rangka Penghematan Melalui Pembuatan Sabun Cair Sederhana. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol.1, No.2, Desember 2017, Hal 194-206
- Indah Kusuma Dewi. (2021). Sosialisasi Legalitas Usaha Kaopi Sebagai Solusi Peningkatan Usaha Mikro Pada Umkm Kaopi di Desa Kolowa Kecamatan Gu Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 5(1), 276–287.
- Fernando S. Solang, J .E. Kaawoan dan Ismail Sumampow (2019). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* Volume 3 No. 3 Tahun 2019.

Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

Taufiq Chandra Kusuma, J. M. (2021). Sosialisasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Media Online Di Masa Pandemi Covid – 19 Di Dukuh Ngrancah, Musuk, Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*.