

## PENGUATAN UMKM RANDUAGUNG BERBASIS MANAJEMEN PEMASARAN

Darmadji <sup>1\*</sup>, Untung Sugiharti<sup>2)</sup>,

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Widyagama Malang

<sup>2</sup>Program Studi Agroteknologi, Universitas Widyagama Malang

\*Email Korespondensi: [darmadji@widyagama.ac.id](mailto:darmadji@widyagama.ac.id)

### ABSTRAK

Randuagung merupakan salah satu desa di kecamatan Singosari yang memiliki potensi ekonomi untuk dikembangkan. Terdapat banyak usaha kecil berbasis produk pertanian yang digeluti oleh warga desa. Sebagai upaya untuk menumbuhkuatkan berbagai usaha kecil tersebut maka pemerintah desa setempat bereinginan untuk memiliki outlet penjualan produk UMKM khas Randuagung. Berkaitan dengan keinginan tersebut, maka kegiatan pengabdian yang dilakukan ini bertujuan untuk mewujudkan keinginan tersebut melalui penguatan disisi manajemen pemasaran. Kegiatan pengabdian ini terfokus pada penekanan di aspek menejemen pemasaran. Kegiatan yang dilakukan masih terbatas memberikan sarana dan prasarana penunjang pengoperasian pelayanan transaksi jual beli, yaitu memberikan bantuan yang digunakan untuk mendukung pengdaan computer. Kegiatan kedua adalah memberikan pendampingan dalam merumuskan berbagai rencana untuk memperbaiki tampilan di outletnya. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa para UMKM begitu bersemangan dengan adanya outlet penjualan produk UMKM mereka yang representative, letaknya strategis dan luas serta bagus. Terhitung ada 10 pelaku UMKM yang menaruh produk-produknya di outlet tersebut. Antosias parta pelaku UMKM antara lain ditunjukkan dari hamper penuhnya rak-rak yang ditempatkan sebagai tempat untuk memajang produk UMKM nya. Secara garis besar ada empat jenis produk yang dihasilkan warga setempat yaitu berupa makanan (camilan), minuman, kain-kaim batik, dan produk berupa beras. Perkembangan hasil lain yang sudah dicapai ditunjukkan oleh adanya perubahan nama pusat oleh-oleh yaitu "De' BLOONJO" baik yang tertulis di banner maupun di billboard yang dipasang ditepi jalan.

**Kata kunci** : pemberdayaan, UMKM, manajemen, pemasaran, Randuagung.

### PENDAHULUAN

Desa Randuagung kecamatan Singosari Kabupaten Malang merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumberdaya local untuk dikembangkan. Secara agregat ada tiga potensi besar yang dikembangkan oleh pemerintah desa. Ketiga potensi tersebut adalah potensi yang berbasis sumberdaya alam, potensi yang berbasis ekowisata buatan, dan potensi berbasis produk olahan pertanian. Dengan semangat kearifan local, pemerintah desa bertekad untuk mengembangkan ketiga potensi unggulan tersebut.

Potensi yang berbasis alam. Berdasarkan karakteristik potensi sumberdaya alamnya, ada dua kegiatan sektoral yang diunggulkan dalam pengelolaanya yaitu Pertanian dan Peternakan. Potensi yang berbasis sumberdaya alam, saat ini sedang dilaksanakan pengerjaannya, yang dalam implementasinya disenergikan dengan potensi berbasis ekowisata buatan. Artinya pengelolaan potensi pertanian dan peternakan sedang dirancang sekaligus dipadukan dengan konsep wisata. Semangat dalam mensinergikan ketiga pengelolaan tersebut adalah terwujudnya konsep *one village one produk* dan sekaligus *one destinatioan* (OVOPODe). Wujud penggarapan konsep tersebut sudah berjalan sekititar 25 % dari seluruh pekerjaan yang direncanakan. Adapun tahapan yang sudah dikerjakan disajikan pada Gambar 1. Aktivitas ekonomi yang ada di lokasi ini sekaligus diintegrasikan dengan sentra UMKM yang sedang dirancang.



Gambar 1. Rencana Lokasi OVOPoDe

Potensi ketiga yang saat ini juga sedang dirancang untuk semakin diberdayakan adalah kegiatan ekonomi rakyat berbasis produk olahan pertanian, yang dihasilkan oleh warga desa setempat. Menurut kepala desa setempat, ada beberapa UMKM berbasis produk pengolahan pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Oleh karena itu, pemerintah desa sangat konsen untuk memberdayakan UMKM sebagai upaya untuk mendorong pembangunan ekonomi desa tersebut. Salah satu UMKM yang saat ini menjadi perhatian serius dalam program pemberdayaan adalah UMKM IMEL.

Lokasi UMKM tersebut berada di tepi jalan raya Malang-Surabaya. Bangunan UMKM terdiri dua lantai, yaitu lantai bawah dengan luas bangunan mencapai sekitar 40 m<sup>2</sup>. Demikian pula di lantai atas, luasnya juga sama. Status bangunan sudah menjadi Hak Milik UMKM IMEL. Adapun wujud fisik bangunan tersebut sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Bangunan UMKM IMEL

Berdasarkan Gambar 2, tampak bangunan sudah permanen dan masih dalam keadaan baik dan siap untuk dioperasikan lagi. Produk-produk yang dijual merupakan makanan camilan khas Malang dan diproduksi sendiri oleh UMKM IMEL. Usaha tersebut hanya dikelola oleh sepasang suami istri.

Sebelum ada wabah covid-19, transaksi penjualan begitu lencer. Layanan penjualan baik kepada konsumen yang datang ke tempat tersebut maupun kepada konsumen di luar kota Malang. Namun sejak wabah Covid-19 melanda seluruh pelosok wilayah di Indonesia, tidak terkecuali di daerah Malang, UMKM tersebut stagnan. Keadaan ruangan seperti tidak terawat. Hampir semua cemilan yang pajang di rak-rak bungkusnya tampak tidak menarik lagi. Begitu pula semua camilan yang dipampang di rak-rak sudah mendekati masa kedaluarsa. Adapun kondisi di ruang penjualan dan camilan yang ada di rak-rak disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Kondisi Ruangan dan Cemilan di UMKM Imel

Pemilik UMKM IMEL, sebenarnya sudah kurang bermimnat untuk melanjutkan usaha tersebut, Namun berkat dorongan dari kepala desa, yang menjanjikan untuk turut mengembangkan usaha tersebut, maka timbul semangatnya. Pemilik UMKM IMEL, menyepakati keinginan kepala desa, antara lain untuk menjadikan UMKM IMEL: (a) seperti Inomaret/alfamart, baik sistem pengelolaannya maupun sarana dan prasarana *tool* nya yang berbasis computer, (2) sebagai tempat untuk menjual produk cemilan karya warga setempat, ditargetkan ada 10 produk cemilan potensial dan apabila dari masing-masing produk tersebut diambil 100 pcs, sehingga akan ada 1000 pcs hasil produk warga yang dijual ditempat ini, (c) tempat belanja yang menarik, yaitu dengan adanya beberapa fasilitas penunjang yang akan akan diperbaiki, yaitu: terasnya akan ditutup gavalum supaya seharga pengunjung merasa nyaman meskipun hujan bisa turun dengan leluasa, diteras itu juga akan dibikinkan Café mini, dilengkapi juga toilet dan mushola, tempat parkir yang representative dan aman, dan papan nama yang bertulisan *Coleh-oleh Khas Randungagung Singosari Malang*. Bagian teras dan papan nama disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Keadaan Teras dan Papan Nama UMKM IMEL

### Permasalahan Mitra

UMKM IMEL baru dioperasikan sekitar dua bulan yang lalu, tepatnya pada bulan Juli 2020. Pemiliknya bernama bpk agus berusia 54 tahun. UMKM tersebut terletak di tepi jalan raya Malang-Surabaya. Luas bangunan sekitar 300 m<sup>2</sup> dengan terdiri dari dua lantai. Produk utama yang dijual oleh UMKM ini adalah cemilan berbasis produk pertanian, antara lain berupa kripik pisang, kripik gadung, kacang tanah dan lainnya. Produ-produk tersebut dihasilkan oleh UMKM ini.

Berdasarkan hasil surve, ada beberapa permasalahan dalam pemberdayaan UMKM IMEL menuju pusat penjualan yang serupa Indomart/Alfamart. Seperti pada UMKM umumnya, permasalahan dalam pemberdayaan UMKM IMEL pada prinsipnya juga terkait dengan manajemen produksi, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen an

sumberdaya manusi, manajemen pemasaran, dan sekaligus permasalahan pada aspek sarana dan prasarana penunjang.

Pada aspek manajemen produksi, kualitas produk cemilan yang dihasilkan masih ada kendala pada kualitas yang dihasilkan, antara lain rasa juga kerenyahan. Salah satu penyebabnya karena UMKM ini belum memiliki spiner. Bagi produk hasil penggorengan, seperti kripik gadung dan kripik sukun, tingkat kerenyahan diakui masih kurang karena pentirisan minyak tidak maksimal. Selama ini pentirisan kedua kripik masih dilakukan secara konvensional. Namun secara umum produk yang dihasilkan masih dalam taraf baik hanya saja kurang 100 persen bagus. Oleh karena itu kendala yang berkaitan dengan kualitas produksi belum menjadi kendala yang urgen untuk segera dipecahkan.

Pada aspek manajemen keuangan, juga mengalami kendala karena omzet dari penjualan masih terbatas karena penjualan produk yang belum lancar. Apabila melihat produk cemilan yang dipajang di rak-rak sebagaimana disajikan pada Gambar 2, terlihat jumlahnya masih sangat sedikit. Oleh karena itu, untuk pengembangan kuantitas produk antara lain terkendala dengan pendanaan. Demikian pula pada aspek manajemen sumberdaya manusia, UMKM ini juga memerlukan tambahan tenaga kerja guna semakin mengembangkan UMKM ini. Tenaga kerja tersebut penting untuk dikhususkan pada masing-masing pekerjaan berbeda, misalnya ada bagian produksi sendiri, dibagian penjualan, pelayanan, dan di kasir. Selama ini, UMKM ini hanya dikelola oleh dua orang saja.

Pada manajemen pemasaran, sarana dan prasarana penunjang yang juga sangat dibutuhkan adalah manajemen pengelolaan yang berbasis computer. Selama ini, kegiatan transaksi dilakukan secara manual dan konvensional serta tidak tercatat. Kedepan dalam menuju UKM yang profesional dan melibatkan banyak produk rekanan, maka penting untuk memiliki perangkat manajemen memadai, guna menunjang efektivitas, efisiensi dan akurasi kegiatan, diantaranya adalah berbasis computer.

Pada aspek sarana dan prasarana penunjang, juga ada permasalahan pada upaya memberikan kenyamanan pengunjung yang sekaligus menjadi daya tarik tersendiri. Sarana dan prasarana penunjang yang belum dimiliki adalah teras yang masih terbuka sehingga akan kurang nyaman jika musim hujan tiba. Demikian sarana penunjang lainnya, sehingga perlu adanya tempat duduk dan bahkan disediakan pula café mini.

Namun berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik UMKM dan juga kepala desa, maka prioritas penanganan masalah akan difokuskan pada aspek manajemen pemasaran. Tujuan dari perbaikan manajemen pemasaran adalah mewujudkan pusat oleh-oleh produk UMKM desa Randuagung yang membanggakan, minimal seperti alfa midi atau mini mart lain yang sudah sangat familier (seperti Indomart atau Alfa mart). Sebagai upaya untuk mendukung kegiatan pemasaran maka diperlukan pula prasarana computer beserta program untuk transaksinya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

- (1) Sosialisasi program pengabdian  
Kegiatan ini akan dilakukan melalui pertemuan dengan pengelola UMKM IMEL dan kepala desa dan sekaligus para UMKM lainnya yang ditunjuk oleh kepala desa. Tujuan sosialisasi ini adalah menyampaikan program yang akan dilakukan, yang secara garis besar berupa pelatihan dan pendampingan dalam pengoperasian computer dan juga kegiatan lainnya.
- (2) Pelatihan dan pendampingan pengoperasionalan computer, termasuk pengkodean jenis produk dan lain-lainnya. Peserta dibatasi pada person yang sudah ditentukan oleh UMKM IMEL dan kepala desa.
- (3) Pendampingan pembuatan laporan transaksi harian dan juga laporan keuangannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada tujuannya, kegiatan pengabdian ini adalah untuk mendukung terwujudnya outlet pusat oleh-oleh produk UMKM khas Randuagung. Berdasarkan metodenya, kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui serangkaian beberapa tahapan. Adapaun kegiatan yang sudah dilakukan dan sekaligus hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tahap pertama adalah menyampaikan kepada kepala desa, pelaku UMKM dan perangkat desa yang lain bahwa rencana program pengabdian yang sebelumnya sudah disampaikan dipastikan jadi dilakukan di desa Randuagung. Setelah dilakukan diskusi tentang rencana pengembangan usaha maka, segralah dilakukan koordinasi dengan para pelaku UMKM. Kami turut mendampingi mendiskusikan penataan ruangan dan produk-produk UMKM, penataan furniture dan berbagai design tempat yang lain. Adapun perkembangan outlet disajikan pada Gambar 5, 6, dan 7.



Gambar 5. Outlet Tampak Dari Luar Bagian Depan

Foto pada Gambar 5 sebagai pembanding dari foto di Gambar 1 yang disajikan dipendahuluan. Berdasarkan pada Gambar 5, tampak dari depan bahwa outlet sudah terisi barang produk UMKM dan terkesan menarik.

Perkembangan penanaman outlet bagian dalam ditunjukkan pada foto-foto di Gambar 6, dan 7. Foto-foto pada Gambar tersebut sebagi pembanding dari foto yang disajikan pada Gambar 2. Pada Gambar 2, kondisi ruangan masih terkesan lengang, tidak terawat dan tidak tertata baik. Demikian pula produk-produk camilan yang dipajang juga tampak tidak menarik dan hanya beberapa saja. Produk yang disajikan juga terbatas hanya pada camilan.





Gambar 6. Foto Produk UMKM di Dalam Outlet

Berdasarkan foto-foto produk UMKM pada Gambar 6 dapat ditunjukkan bahwa produk yang dijual di outlet ini makin beragam. Ada makanan camilan, minuman dan juga batik khas Randuagung. Berdasarkan pada Gambar 6, sekaligus menunjukkan betapa antusiasnya para pelaku UMKM untuk memanfaatkan outlet tersebut. Minimal untuk setiap item produk tersedia 10 pcs. Berdasarkan kesepakatan produk-produk UMKM yang dipasarkan lewat outlet ini masih terbatas pada produk UMKM yang sudah eksisi dan potensial. Ke depan, semua produk UMKM yang dihasilkan oleh semua penduduk desa Randuagung akan dijual melalui outlet ini. Outlet tersebut, sekaligus menjadi proyeksi pusat oleh-oleh bagi wisatawan yang menikmati wisata alam di desa Randuagung.

Hasil perkembangan lain yang sudah diwujudkan adalah dipasangnya billboard dengan bertuliskan Pusat Oleh Oleh De'Blonjo. Billboard ini sekaligus sebagai pembanding dari Billboard yang disajikan pada Gambar 3. Foto Billboard yang baru dirilis sebagaimana disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Foto Billboard.

Perkembangan hasil kegiatan yang selama ini telah dicapai merupakan salah satu wujud pemberdayaan UMKM De'Blonjo berbasis manajemen pemasaran. Pembangunan pusat-pusat oleh-oleh merupakan wujudan dari unsur 4 P dalam pemasaran produk. Sebaliknya bantuan sarana dan prasarana komputer masih belum bisa sepenuhnya terealisasi.

## DAMPAK DAN MANFAAT

Adapun dampak dari kegiatan ini bagi penduduk adalah terwujudnya outlet pusat oleh-oleh khas Randuagung. Manfaat bagi pelaku UMKM di desa setempat adalah adanya saluran penjualan baru yang representative.

## **KESIMPULAN**

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini sudah berhasil mendorong terwujudnya pusat oleh-oleh khas Randuagung. Namun demikian perlu dirumuskan model penyesuaian.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas widyagam malang yang telah membantu pendanaan sehingga kegiatan ini bisa terlaksana.

## **REFERENSI**

- [1] Gunawan Sumodiningrat, 1997. Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat, Edisi Kedua (Jakarta: Bina Reka Pariwisata, 1997), h. 5.
- [2] J. Rappaport, 1994. Studies in Empowerment: Introduction to the Issue, Prevention In Human Issue (USA: 1984), h. 9. 5 Loc.Cit., Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, h.28.
- [3] Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, 2015. Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik, Cet. Ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2015), h.23.

