

PKM PENERAPAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA DALAM UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS SENTRA INDUSTRI KERAJINAN TAS DI DESA BESITO KECAMATAN GEBOG KABUPATEN KUDUS

Diah Ayu Susanti¹, Nafi' Inayati Zahro², Annisya Lutfi Septanti³

Universitas Muria Kudus¹²³⁴

Email: diah.ayu@umk.ac.id¹, nafi.inayati@umk.ac.id², annisya.septanti@umk.ac.id³

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 03-06-2024

Direvisi: 07-07-2024

Disetujui: 02-09-2024

Dipublikasikan: 30-09-2024

Keyword:

Kerajinan Tas

UMKM

Teknologi

Tepat Guna

Abstract

Small businesses are one of the strategies for development in Indonesia and serve as an effort to distribute the benefits of development more evenly. The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is crucial as a driver of the national economy, as it can contribute to community income. Nurul Konveksi is an MSME located in Besito Village, Gebog District, Kudus Regency, engaged in the bag crafts industry. The issues faced by Nurul Konveksi in running its business include production, marketing, and financial record-keeping, which remain very basic. These issues require assistance to develop the bag production business. The community service implementation method consists of three stages: the first stage is planning, which includes analyzing the partner's conditions, conducting a location survey, determining cooperation with the partner, and forming the team and team structure. The second stage involves conducting assistance, outreach, and training, while the third stage includes activity evaluation and reporting. The results of this activity show that the MSME actor now has an MSME logo, digital marketing tools such as Instagram, Shopee, marketplace, and Facebook, and the partner is now able to manage finances effectively using an application.

Pendahuluan

Desa Besito merupakan desa yang terletak di Kecamatan Gebog dengan luas wilayah sekitar 297.60 Ha atau sebesar 5.41 % luas kecamatan Gebog. Desa Besito memiliki jumlah industri besar 2 unit yang dapat menyerap tenaga kerja sekitar 1,254 orang, industri kecil 16 unit jumlah tenaga kerja 116 orang, dan terbanyak industri rumah tangga 287 unit dengan total tenaga kerja 366 orang. Potensi industri dari Desa Besito yaitu industri gebyok, kerajinan dari batu marmer dan batu pualam, industri *bakery*, dan industri kerajinan tas. Kehidupan masyarakat kebanyakan sebagai buruh industri/bangunan dan bertani di sawah, sedangkan yang berprofesi sebagai wiraswasta kurang lebih 20 orang.

Pemerintah telah bertekad untuk mengembangkan sektor small business atau usaha skala kecil dalam program pembangunan jangka panjang. Usaha kecil di Indonesia memang terbukti peranannya didalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non-migas. Namun demikian, perkembangan usaha kecil hingga saat ini berjalan sangat lambat. Salah satu penyebab kurang

berhasilnya program pengembangan atau pembinaan usaha kecil di Indonesia dalam memperbaiki kondisi atau kinerja kelompok usaha kecil, dari posisi yang lemah dan tradisional ke posisi yang kuat dan modern adalah tekanan orientasi program kebijakan pemerintah lebih terletak pada “aspek sosial” dari pada “aspek ekonomi atau bisnis”. Selama ini, usaha pengembangan kegiatan ekonomi skala kecil umumnya padat karya dan dilakukan oleh kelompok masyarakat miskin berpendidikan rendah ditujukan untuk meningkatkan pendapatan mereka atau mengurangi jumlah pengangguran dan kesenjangan (Anoraga, 2007). Dalam perekonomian Indonesia, usaha kecil menjadi sektor yang sangat penting dikarenakan usaha kecil mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang cukup banyak. Usaha kecil menjadi salah satu strategi bagi pembangunan di Indonesia dan juga sebagai upaya pemerataan hasil pembangunan yang telah dicapai. Pada tahun 1994, di Indonesia terdapat sekitar 33,4 juta usaha kecil yang tersebar diberbagai sektor sebagai berikut: pertanian 63,66%, perdagangan 17,42%, pertambangan dan bangunan 3,29%, pengolahan 8,79%, jasa 4,99% dan sektor lainnya 3,50%. Di sektor-sektor penting dalam perekonomian Indonesia, usaha kecil mendominasi kegiatan usaha, misalnya di sektor pertanian lebih dari 99% kegiatan usaha dilakukan oleh pengusaha kecil. Di sektor perdagangan lebih dari 98%, transportasi lebih dari 99% dan pengolahan jasa-jasa lain masing-masing lebih dari 99% (Anoraga, 2007).

Salah satu industri kerajinan tas yang ada di desa Besito kecamatan Gebog adalah Nurul Konveksi, usaha ini beralamat di daerah Kauman Besito, Gebog, Kabupaten Kudus. Pemilik usaha tas ini adalah Ibu Nurul Hidayah. Ibu Nurul dulunya adalah salah satu karyawan di salah satu pabrik garment di kota Bogor. Setelah itu beliau merantau di Kudus dan mendirikan usaha kerajinan Tas. Namun, karena kualitas bahannya yang bagus, beliau kemudian menerima banyak pesanan tas dari berbagai kalangan dan saat itu mulai meningkatkan kapasitas produksinya. Pada perkembangannya usaha beliau ini mengalami pasang surut, seperti banyaknya konsumen yang tidak membayar atas pesannya sampai saat jatuh tempo, pemasaran masih secara konvensional. Saat ini produksi tas beliau sudah banyak sekali variannya. Tas yang beliau produksi mulai dari tas sekolah, tas untuk laundry, tas untuk hajatan, souvenir, dan juga dompet Handphoner serta dompet souvenir.

Tabel 1. Identifikasi Permasalahan Mitra

No	Masalah	Identifikasi Masalah
1	SDM	Minimnya SDM yang membantu proses produksi.
2	Pemasaran	Belum bisa memanfaatkan media social dengan baik Belum memiliki strategi pemasaran yang baik. Belum memiliki kemampuan dalam menggunakan sosial media
3	Keuangan	Belum memiliki kemampuan mengelola keuangan dengan baik Belum memiliki laporan keuangan sesuai standar

Berdasarkan hasil identifikasi pada tabel 1 telah diketahui permasalahan mitra, maka permasalahan utama yang akan dicarikan solusi oleh tim pengabdian.

Metode

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah berbagai metode yang bervariasi seperti presentasi, ceramah, diskusi serta tanya jawab, pelatihan, pembahasan dan studi kasus. Bentuk metode yang telah dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode OLU :

1. Orientasi: penjelasan mengenai materi laporan keuangan sederhana , pemasaran berbasis teknologi, Pengaplikasian *Digital Marketing*.
 - a. Peserta wajib membaca serta memahami bahan pelatihan yang diberikan dan mengikuti pelatihan dengan sungguh – sungguh dan tepat waktu.
 - b. Peserta wajib menghadiri pelatihan secara penuh, sebab ketidakhadiran peserta akan menyebabkan keterputusan pemahaman yang menyeluruh oleh peserta, dan tidak optimalnya kemampuan peserta dalam pembuatan laporan pertanggungjawaban tahunan.
2. Latihan : peserta wajib mengerjakan latihan berupa soal dan atau kasus yang ditugaskan oleh tim pengabdian , sehingga instruktur dapat mengetahui kemampuan peserta dan dapat memberikan tekanan penjelasan sepenuhnya sesuai yang dibutuhkan oleh peserta pelatihan.

Umpan Balik : setelah peserta mengerjakan latihan yang diberikan, maka instruktur akan membahasnya. Peserta dapat melihat kesalahan yang dibuat sehingga akan memberikan pemahaman yang baik tentang konsep yang diajarkan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari adanya pelatihan dan pendampingan mengenai tentang pengenalan pemasaran serta pengaplikasian digital marketing yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan serta dapat meningkatkan keuntungan / laba bagi mitra. Peserta sangat antusias dengan adanya kegiatan tersebut. Dan anggota peserta khususnya para karyawan nurul konveksi dan lebih memahami tentang *digital marketing*.



Gambar 1: Pemaparan materi

Setelah adanya pemaparan materi, banyak peserta yang semakin paham tentang pemasaran dan konsep mengenai *digital marketing*. Pemahaman yang diperoleh pada pelatihan tersebut dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam menggunakan digital marketing serta dapat memparkatekan pencatatan keuangannya sehingga mitra dapat mengetahui kondisi keuangan yang dimiliki oleh mitra.



Gambar 2: Serah terima teknologi tepat guna

Mitra juga diberikan teknologi tepat guna berupa mesin jahit dan obras yang dapat membantu mitra dalam meningkatkan jumlah barang produksi sehingga diharapkan dapat meningkatkan laba usaha bagi mitra.

Tanggapan dari mitra

Evaluasi kegiatan ini dilakukan melalui tanggapan dari mitra pengabdian UMKM Nurul Konveksi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Tanggapan ini akan dijadikan bahan evaluasi untuk pihak pelaksanaan kegiatan – kegiatan yang dapat meningkatkan digital marketing, berikut terlampir tabel mengenai tanggapan dari peserta pelaksanaan kegiatan pengabdian, yang telah dilaksanakan pada April – mei 2024.

Tabel 2: Tanggapan mitra /peserta

Peserta	Tanggapan Terhadap Pelatihan yang diberikan	Tindak Lanjut Yang Akan dilakukan setelah mengikuti pelatihan	Pelatihan yg diharapkan kedepannya
1	Bagus	Tertarik membuat akun instagram	Simulasi media lain
2	Baik	Tertarik mengimplentasikan laporan keuangan sederhana	Bisa diijarkan menggunakan software

Berdasarkan data pada tabel 2 seluruh peserta memberikan tanggapan yang positif terhadap pelaksanaan pengabdian yang tim kami laksanakan , dan harapannya kegiatan pengabdian ini dapat dilanjutkan dengan mitra yang memiliki jenis usaha yang berbeda.

Simpulan

Program PKM Penerapan Teknologi Tepat Guna bagi masyarakat ini dapat meningkatkan kualitas dan daya saing bagi pengrajin tas khususnya di daerah besito dengan memberikan alat berupa mesin jahit bagi mitra untuk dapat meningkatkan omset penjualan Nurul konveksi. Dari program ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Program kegiatan ini berdasarkan kebutuhan mitra diikuti dengan kegiatan yang menawarkan solusi atas permasalahan mitra;
- b. Mitra mampu memproduksi produk kerajinan yang bervariasi yang lebih berkualitas dan lebih menarik
- c. Mitra mampu menerapkan *digital marketing* dalam kegiatan usahanya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mitra mampu menyusun laporan keuangan secara bulanan maupun secara tahunan.

Daftar Pustaka

- Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of Social Media marketing to enhance CRM and Brand Equity in terms of Purchase Intentions. *ASIAN JOURNAL OF MANAGEMENT RESEARCH*, 533-549.
- Carvill, M. (2018). *Get Social: Social Media Strategy & Tactics for Leaders*. New York: Kogan Page.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara* Vol. 1 No. 2, 62-76.
- Kautsarina. (2013). Pemasaran Elektronik Melalui Aplikasi Jejaring Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 17 No. 2, 135-148.
- Rudyanto. (2018). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 11, 177-200.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Forum Keuangan dan Bisnis IV*, (pp. 327-337).