

PENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MELALUI LITERASI KEUANGAN DAN PEMASARAN DI DESA TUNTUNGAN II KECAMATAN PANCUR BATU KABUPATEN DELI SERDANG

Hasyim^{1*}, Noni Rozaini², Pasca Dwi Putra³

*Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Medan, Ilmu Ekonomi,
Universitas Negeri Medan, Pendidikan Bisnis, Universitas Negeri Medan*

Penulis Korespondensi: mashasyim4@gmail.com, nonirozaini@gmail.com,
sgacenter@gmail.com

Abstrak

Singkong merupakan salah satu bahan makanan yang banyak dimanfaatkan di Indonesia untuk dijadikan produk makanan. Salah satunya yaitu opak dan keripik singkong. Desa Tuntungan II merupakan salah satu desa yang memanfaatkan singkong untuk menghasilkan produk tersebut. UMKM tersebut menghasilkan produk opak dan keripik singkong mentah yang sudah dipasarkan ke luar propinsi seperti Jakarta, Padang, Aceh, dan Palembang. Dalam kegiatan operasional terdapat permasalahan yang dihadapi berupa literasi dalam menyusun biaya produksi dan melakukan pemasaran online dikarenakan selama ini pengusaha menentukan harga jual berdasarkan harga bersaing dipasaran serta melakukan pemasaran langsung. Adapun metode dalam menyelesaikan permasalahan ini berupa pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM baik dalam memberikan pemahaman mengenai literasi keuangan maupun pemasaran online. Hasil dari kegiatan ini berupa mitra dapat menentukan harga yang wajar untuk setiap produk serta produksi yang lebih cepat dan variatif. Diharapkan kedepan pemasaran yang lebih luas menjangkau regional, nasional maupun internasional

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Pemasaran; Kesejahteraan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Pemerintah telah berupaya maksimal dan berkomitmen penuh mengatasi kemiskinan dan mensejahterakan rakyat melalui program pengembangan kewirausahaan untuk mendorong berkembangnya UMKM, dimana dapat dikelompokkan menjadi empat model. Pertama, model diklat terapan dengan program inkubasi bisnis, paket pelatihan, pendidikan kompetensi dan studi perbandingan. Kedua, model merit system yang merupakan program pengembangan kewirausahaan dengan kawasan outsourcing, pemberian lokasi pemasaran, pameran tetap dan packaging house. Ketiga, model kemitraan dengan program PKBL, CSR, trading house dan kolaborasi bisnis. Keempat, Pengembangan potensi yang merupakan sistem One Village one product, Klasterisasi industri, Kawasan tertentu (logistik, wisata, minapolitan dll), Daerah tertinggal, Desa mandiri energi, dan Pasar perbatasan. Keseluruhan model ini didukung oleh pemerintah dalam bentuk bantuan pendanaan, kebijakan pendukung, pelatihan dan pendampingan usaha untuk memperkuat capacity building dan skill manajerial pemilik usaha.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan para pelaku usaha (UMKM) di desa

Tuntungan II dapat disimpulkan bahwa ada beberapa kelemahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu 1) kelemahan dalam pengelolaan keuangan dan akses keuangan, 2) kelemahan dalam pemasaran terutama pada era digitalisasi umumnya mereka kurang paham dalam pemasaran online sehingga diperlukan pelatihan literasi keuangan digital dan pemasaran digital. 3) pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menghasilkan dan mengemas produk terutama kemasan yang menarik konsumen.

Penekanan pada Program pelatihan dan pendampingan usaha UMKM tersebut adalah pada model pengembangan UMKM yang menitikberatkan pada upaya perbaikan sistem kelembagaan (capacity building) dan aspek manajerial, dilakukan secara intensif dan berkelanjutan, dengan melibatkan secara aktif konsultan- konsultan UMKM profesional. Konsultan-konsultan tersebut bertugas memberikan nasehat (advisory) dan konsultansi, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan operasional UMKM sehari-hari. Lebih lanjut, Pemerintah melalui departemen-departemen terkait seperti: Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Tenaga Kerja, dan lain-lain, telah mengembangkan berbagai program pelatihan (pendidikan dan latihan) untuk meningkatkan skill manajerial dan kemampuan

teknis produksi untuk para pengusaha koperasi dan UMKM. Namun berdasarkan pengamatan dan hasil evaluasi dari berbagai program pelatihan tersebut, ternyata hasilnya dianggap kurang sesuai harapan dan belum terlihat perkembangan yang signifikan terhadap usaha terutama pada inovasi pemasaran dan daya saing usaha setelah pengusaha mengikuti pelatihan. Disisi lain model pelatihan dan pendampingan usaha ini seringkali tidak tepat sasaran. Banyaknya program-program yang sama dari instansi atau lembaga yang berbeda menyebabkan kegiatan menjadi tumpang tindih dan tidak fokus didalam permasalahan utama yang dihadapi UMKM.

Desa Tuntungan II Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu desa sentra penghasil singkong. Terdapatnya bahan baku singkong yang cukup banyak berdampak pada kegiatan masyarakat di desa ini yaitu dengan membentuk usaha mikro kecil menengah dalam kegiatan pengolahan singkong. UMKM tersebut menghasilkan produk opak dan keripik singkong mentah yang memberikan nilai tambah. Produk opak dan keripik singkong mentah ini sudah dipasarkan ke luar propinsi seperti Jakarta, Padang, Aceh, dan Palembang. Pemasaran opak dan keripik singkong selama ini dengan cara pemasaran langsung yaitu pembeli (pabrik makanan cemilan) langsung datang ke pengusaha UMKM dengan menggunakan truk. Pemasaran dengan cara ini kurang efektif, terlebih pada masa pandemic covid 19 seperti sekarang ini. Pelaku UMKM perlu untuk memiliki knowledge management sehingga memiliki keluasan wawasan dalam manajemen usahanya. Suatu manajerial sangat sederhana yang terdapat didalamnya, sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan pada lingkungan UMKM.

2. METODE PELAKSANAAN

Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu kurangnya literasi keuangan, tidak adanya pemasaran secara online, kurangnya pengemasan produk. Adanya permasalahan tersebut maka metode pelaksanaan kegiatan program kemitraan ini berupa metode pendidikan, pelatihan packaging, pelatihan manajemen usaha, pelatihan pemasaran digital, dan pendampingan literasi keuangan. Berdasarkan permasalahan yang telah ditemukan dan solusi yang telah disepakati, secara operasional metode pendekatan yang ditawarkan untuk memecahkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM berupa masalah pengemasan, literasi keuangan, serta pemasaran yang dilakukan secara langsung. Dari permasalahan tersebut diberikan pelatihan dan pendampingan tujuannya agar dapat

meningkatkan kesejahteraan dari UMKM. Adapun kegiatan yang dilakukan pertama kali yaitu melakukan survei awal berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi UMKM. Adapun survei awal ini bertujuan juga untuk mengetahui kondisi sebenarnya berkaitan dengan mitra. Berdasarkan kondisi tersebut disimpulkan masalah yang dihadapi dan solusi dalam menyelesaikan masalah tersebut. Adapun solusi yang diberikan berupa pemberian pelatihan dan pendampingan berkaitan dengan literasi keuangan, pemasaran online dan pengemasan. Dalam pengemasan diberikan teknologi tepat guna dalam mendesain kemasan yang menarik sehingga mempermudah dilakukan penjualan. Dalam pelaksanaan kegiatan, tim melakukan koordinasi dengan mitra berkaitan dengan jadwal pelaksanaan kegiatan. Terdapat permasalahan yang dihadapi dikarenakan masa pandemic Covid-19 sehingga pengaturan jadwal kegiatan mengalami keterlambatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggunakan protocol kesehatan yang ketat. Adapun pelatihan pertama dilakukan dengan memberikan pendampingan berkaitan dengan literasi keuangan dan pemasaran online. Sedangkan pelatihan kedua yaitu membuat kemasan produk yang menarik. Berikut gambar kegiatan pengabdian kepada masyarakat UMKM di Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang.



Gambar 1 Kegiatan literasi keuangan digital dan manajemen pemasaran



Gambar 2 Kegiatan Penyuluhan Pabrik

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan diatas dapat dilihat berupa:

1. Pelatihan literasi keuangan dalam membantu UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan menentukan harga jual yang wajar. Hasil dari kegiatan ini UMKM mengetahui komponen dalam menentukan biaya produksi sehingga mempermudah mereka dalam menentukan harga jual yang wajar dan bersaing dengan usaha lainnya.
2. Pelatihan kedua yaitu pendampingan dalam merencanakan pemasaran online. Selama ini pemasaran yang dilakukan berupa pemasaran langsung dimana pembeli dan penjual membuat kesepakatan secara langsung sehingga memperlambat proses penjualan produk. Melalui pendampingan pemasaran online, UMKM mebyusun perencanaan bagaimana pemasaran dapat dilakukan secara luas baik secara regional, nasional, maupun internasional. Hasil dari pendampingan ini memberikan gambaran kepada UMKM untuk merencanakan pemasaran online
3. Pendampingan dalam membuat kemasan. Selama ini mitra tidak memiliki kemasan dimana produk mentah yang dihasilkan dimasukkan langsung kedalam karung dan dijual. Sedangkan penjual mengolahnya dan mengemasnya dengan nama merek tersendiri. Akibatnya produk dari UMKM kurang dikenal masyarakat. Melalui pelatihan ini diharapkan akan membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui menciptakan kemasan tersendiri sehingga mudah dikenal masyarakat secara luas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan diatas diperoleh kesimpulan bahwa pentingnya pelatihan dan pendampingan mengenai literasi keuangan, pemasaran online dan pengemasan. Tujuannya untuk

meningkatkan ketrampilan UMKM agar dapat meningkatkan kesejahteraan dan persaingan dengan usaha lainnya. Literasi keuangan membantu UMKM dalam menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual yang wajar. Pelatihan pemasaran online membantu dalam memperluas pemasaran baik secara nasional maupun internasional. Sedangkan pengemasan membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan melalui pengemasan yang menarik sehingga pembeli lebih tertarik untuk membeli produk. Adapun saran yang dapat diberikan agar mengikutsertakan pemerintah daerah maupun desas serta dinas terkait dalam mengembangkan usaha menjadi lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, kami tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) “Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Literasi Keuangan Digital dan Pemasaran di Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang”, mengapresiasi dan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Medan yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan BOPTN pada Tim PKM sehingga pelaksanaan PKM dapat berjalan dengan baik
2. Ketua dan seluruh staf LPPM yang telah membantu dan memfasilitasi tim dalam melaksanakan PKM sehingga dapat memberikan kemanfaatan bagi masyarakat.
3. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada pengurus Koperasi OKB (opak karya bersama) yang telah memberi ruang pada tim PKM untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui literasi keuangan digital dan pemasaran, terutama pada Ibu Lisa dan Bapak Siswanto.
4. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan PKM ini.

Demikian ucapan terimakasih ini kami sampaikan dengan tulus, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberi kemudahan dan kesejahteraan pada kita bersama. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabet
- Hasyim dkk. 2021. Manajemen Usaha Kecil. Medan : Kita Menulis.
- Hasyim dkk. 2020. Sistem Perekonomian Indonesia. Medan : Kita Menulis.
- Hasyim dkk. 2020. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Medan : Kita Menulis.
- Hasyim dkk. 2020. Pemasaran Internasional. Medan : Kita Menulis.
- Hasyim dkk. 2021. Manajemen Bisnis Pemasaran. Medan : Kita Menulis.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Sumarwan, Ujang. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tambunan, T. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta : Salemba.



THE
Character Building
UNIVERSITY