

SOSIALISASI VOLUME PENJUALAN GAZEBO TERHADAP KESEJAHTERAAN DI DESA TANJUNG GEDONG

Indah Lia Puspita*¹, Hardini Ariningrum², Yoga Adit Ramadhani³, Indah Mawar Sari⁴

Jenny Safira⁵, Arman Darma Putra⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6}) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati Bandar Lampung

Email: Indahliapuspita@Malahayati.ac.id

Abstrak

Pemasaran yang tidak maksimal merupakan salah satu permasalahan mendasar UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk anjungan di Bandar Lampung khususnya di Desa Tanjung Gedong. Sasaran pengabdian masyarakat ini menasar UKM di kota Bandar Lampung yang belum terlatih dalam pemasaran yang efektif dan pengelolaan keuangan yang baik. Jadi sebagai tim dalam pelatihan ini kami berdiskusi tentang upaya dalam meningkatkan pemasaran Gazebo di Desa Tanjung Gedong. Bagaimana menerapkan manajemen keuangan yang baik bagi pelaku UMKM. Beberapa diskusi tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat diterapkan pada berbagai komunitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kata kunci: Sosualisasi, Volume Penjualan, Kesejahteraan.

Abstract

Marketing that is not optimal is one of the fundamental problems of MSMEs. This training aims to increase sales and marketing of platform products in Bandar Lampung, especially in Tanjung Gedong Village. This community service target targets SMEs in the city of Bandar Lampung who have not been trained in effective marketing and good financial management. So as a team in this training we discussed efforts to improve Gazebo marketing in Tanjung Gedong Village. How to implement good financial management for MSME actors. It is hoped that some of these discussions can provide insights that can be applied to various micro, small and medium enterprise (MSMEs) communities.

Keywords: Socialization, Sales Volume, Welfare.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah istilah umum dalam ilmu ekonomi yang mengacu pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan sebagaimana didefinisikan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Selain itu, UKM memiliki misi dan peran yang besar dalam perekonomian masyarakat. suatu negara, khususnya di Indonesia. Singkat kata, UKM menjadi salah satu penopang utama perekonomian Indonesia ketika nyaris terpuruk pasca krisis finansial 1997.

Saat itu, ketika banyak perusahaan besar bangkrut, UMKM di Indonesia justru menjadi penyelamat negara yang terpuruk. Tanpa kegiatan UMKM aktif selama krisis keuangan tahun 1997, Indonesia tidak akan menjadi negara seperti sekarang ini. Hingga saat ini, peran dan aktivitas UKM terus meningkatkan taraf perekonomian Indonesia. Nah, sebagai UMKM, Anda perlu memiliki produk-produk inovatif yang laris dan bersaing dengan produk lain. Keunikan produk UMKM juga membuatnya unik sehingga menjadi daya tarik bagi para pembelinya. Menurut Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi Lampung, usaha kecil dan menengah (UKM) sudah mulai tumbuh di Bandar Lampung. Pertumbuhan UMKM sekitar 9-10% per tahun.

Pemasaran yang tidak maksimal merupakan salah satu permasalahan mendasar UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk anjungan di Bandar Lampung khususnya di Desa Tanjung Gedong. Sasaran pengabdian masyarakat ini menysasar UKM di kota Bandar Lampung yang belum terlatih dalam pemasaran yang efektif dan pengelolaan keuangan yang baik. Jadi sebagai tim dalam pelatihan ini kami berdiskusi tentang upaya dalam meningkatkan pemasaran Gazebo di Desa Tanjung Gedong. Bagaimana menerapkan manajemen keuangan yang baik bagi pelaku UMKM. Beberapa diskusi tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat diterapkan pada berbagai komunitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam pengabdian masyarakat ini seperti kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat dalam memasarkan gazebo, tidak memiliki pemahaman dalam penerapan pengelolaan keuangan, dan minimnya pangsa pasar dalam penjualan gazebo di Desa Tanjung Gedong.

Sehingga perlu sosialisasi agar bisa meningkatkan volume penjualan gazebo supaya bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dapat mengembangkan usaha gazebo agar lebih maju dan dapat meningkatkan pendapatan.

METODE PELAKSANAAN

No.	Tanggal Kegiatan	Uraian Kegiatan
1.	23 Januari 2023	Koordinasi pembagian tugas dan materi pelatihan pada masing-masing anggota tim.
2.	24 Januari 2023	Tim mulai melakukan survei lokasi bersama Dosen Pendamping Lapangan (DPL)
3.	28 Januari 2023	Tim melakukan observasi dan menyampaikan surat izin acara pelatihan yang akan diadakan pada tanggal 31 Januari 2023, yang bertempat di Desa Tanjung Gedong
4.	29 Januari 2023	Seluruh anggota tim mulai mempersiapkan seluruh bahan yang diperlukan untuk kegiatan pelatihan.
5.	31 Januari 2023	Acara puncak dimana seluruh anggota tim bersama Dosen Pendamping Lapangan (DPL) melakukan pelatihan kepada para peserta terkait dengan cara pemasaran dari penjualan gazebo di Desa Tanjung Gedong

Pada tanggal 23 Januari 2023 adanya koordinasi pembagian topik atau materi pelatihan masing-masing kelompok. Pada tanggal 24 Januari 2023 tim melakukan survey lokasi tempat pelaksanaan pengabdian. 28 Januari 2023 tim melakukan observasi dan menyampaikan surat izin untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tanggal 29 Januari 2023 tim mulai mempersiapkan bahan dan materi untuk kegiatan pengabdian. Pada tanggal 31 Januari 2023 tim mulai mengadakan pelatihan kepada para peserta terkait dengan cara pemasaran dari penjualan gazebo di Desa Tanjung Gedong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Selasa, 31 Januari 2023 yang bertempat di Jln. Tanjung Gedong, Kecamatan Hutan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Kegiatan sosialisasi ini diselenggarakan dengan izin dari Universitas dan izin dari pemilik UMKM, kegiatan diawali dengan sambutan dari dosen pembimbing tim pengabdian.

Selanjutnya, tim pengabdian sebagai penyelenggara dan pewawancara melakukan diskusi kepada narasumber/pemilik usaha, serta memberikan beberapa materi mengenai beberapa permasalahan yang sering dialami oleh para pelaku UMKM. Dari hasil diskusi melalui proses wawancara yang cukup panjang kami mengetahui bahwa kerajinan berbahan dasar bambu ini tidak hanya diolah menjadi produk gazebo saja namun masih banyak lagi hasil dari produk serupa yang memiliki nilai jual yang cukup menjanjikan. Produk-produk tersebut juga dipasarkan dengan cara yang masih sangat tradisional. Dalam usaha pemilik UMKM tidak hanya mengolah bambu menjadi gazebo saja namun juga diolah menjadi kursi, meja, tirai tembikar atau geribik bermotif. Selain dalam bentuk olahan jadi pemilik UMKM juga menjual bahan dasar dalam bentuk mentahan yaitu, jika ada pembeli yang berminat.



Gambar 1. Tim berdiskusi dengan pemilik UMKM Gazebo

Dalam proses diskusi, pemilik usaha yakni pak madsuki memaparkan bahwasanya usaha gazebo ini diinisiasi-nya berdasarkan hobi yang digelutinya sejak masih muda, usaha ini sudah berdiri sejak 21 tahun silam pada tahun 2002. Semasa muda pak madsuki sangat hobi membuat kerajinan sejenis ini. Dengan hobi ini, ia menekuninya hingga mendapatkan pundi-pundi rupiah yang dihasilkan olehnya sekarang. Ia dapat membuat berbagai jenis kerajinan yang berasal dari bambu berkat hobinya. Dalam sebulan usaha gazebo pak madsuki ini dapat terjual 1–2 gazebo, 3 kursi, 2 meja, dan 8- 10 tembikar. Penjualan kerajinan pak madsuki meningkat pada musim-musim

tertentu, yang penjualannya cukup meroket.

Biasanya akan ramai pada saat atau musim Lebaran Idul Fitri, Lebaran Haji, Hari kemerdekaan hingga Tahun Baru. Pada musim ramainya penjualan, penjualan pak madsuki dapat meningkat hingga terjual sampai 6 gazebo dalam satu bulan dan meningkatnya penjualan kursi, meja, dan juga tembikar. Pernah dalam sekali menjual salah satu hasil produk usahanya, yakni tembikar bermotif hingga negara tetangga yakni Singapore.

Dalam pemasaran atau penjualannya, usaha gezebo pak madsuki ini memasarkan produknya hanya dari mulut ke mulut. Dengan hanya menunggu pembeli yang melintas tertarik dengan produk usahanya. Mengapa demikian, pak madsuki tidak mau memasarkan produknya dengan berkeliling, beliau hanya ingin menjual produknya ditempat saja. Usaha pak madsuki saat ini juga sudah mulai dikembangkan anaknya dilokasi lain, yaitu di Way Gubak, Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung.

Tim pengabdian mengusulkan dengan mengubah metode pemasaran yang disesuaikan dengan era sekarang menggunakan metode online. Kami mengusulkan dan ingin membantu memasarkan penjualannya melalui online, kami beranggapan dengan itu mungkin dapat meningkatkan penjualan. Namun, pemilik memiliki pendapat yang berbeda, beliau akui mungkin penjualan online akan sangat menguntungkan dirinya, dan ia akui bahwa ia tidak mengerti cara memasarkan usahanya melauai online. Akan tetapi, beliau masih nyaman dengan cara berjualannya, ia nyaman dengan menunggu pelanggan melintas, ia nyaman agar tidak terburu-buru dalam pengerjaannya. Karena hal itu kami tidak dapat memaksa, karena kenyamanan dan kebahagiaan setiap orang itu berbeda. Dan beliau nyaman atas metode penjualannya sekarang.



Gambar 2. Tim pengabdian masyarakat dengan pemilik UMKM Gazebo

Tiga tahap kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan antara lain: persiapan, pelaksanaan dan pemantauan. Persiapan dilakukan dengan melakukan survei di lapangan berkoordinasi dengan pemilik usaha. Implementasi dilakukan dengan pelatihan dengan menggunakan metode ceramah dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab, pemantauan dilakukan secara berkala selama kegiatan pengabdian berlangsung. Pengabdian ini, menghasilkan pelaporan

mengenai pengetahuan dan soft skill tentang solusi/alternatif dari kendala yang di hadapi sehingga dapat di terapkan oleh para pelaku UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapat berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tanjung Gedong berjalan dengan lancar. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM di Desa Tanjung Gedong, Kecamatan Hutan, Kabupaten Pesawaran. Dengan adanya kesadaran bahwa UMKM juga sangat berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia, maka diharapkan dengan adanya sosialisasi ini dapat membangkitkan semangat dan mengembangkan minat dalam dunia bisnis bagi para pelaku UMKM dan dapat meningkatkan volume penjualan gazebo di Desa Tanjung Gedong ini. Mengingat pentingnya kegiatan sosialisasi dengan tujuan memberikan semangat serta motivasi mengenai dunia bisnis, maka di harapkan untuk tahun berikutnya kegiatan acara ini terus dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M. (2021). Belajar Memulai Binis Umkm. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, 35.
- Agnusia, N. A. (2022). *Definisi, Kriteria Dan Konsep Umkm*.
- Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia*. jurnal ilmiah cano ekonomos, 6(1), 51-58.
- Sugandi, A. (2019). *Pengembangan Umkm Anyaman Bambu Di Desa Purworejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran* (Doctoral dissertation, IBI DARMAJAYA).
- Tambunan, T. (2012). *UMKM Indonesia*. Buku Dosen-2014.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. PT Penerbit IPB Press.