

Peningkatan Kinerja UMKM di Pekon Sri Menanti, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat Melalui Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis Sosio Technopreneur

Novi Rosanti^{1*}, Wan Abas Zakaria¹, Dian Rahmalia¹, I. Rani Mellya Sari¹, Tyas Sekartiara Syafani¹

¹ Program Studi Agribisnis, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lampung

* E-mail: novi.rosanti@fp.unila.ac.id

Perkembangan Artikel:

Disubmit: 1 September 2023

Diperbaiki: 5 September 2023

Diterima: 6 September 2023

Kata Kunci: UMKM, kinerja, mutu, dan pemasaran produk

Abstrak: Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Lampung Barat. Salah satu tanaman sela kebun kopi yang berkontribusi cukup besar terhadap pendapatan rumah tangga adalah pisang. Untuk meningkatkan nilai jual kopi dan pisang, rumah tangga petani mengolah menjadi kopi bubuk, keripik pisang, dan sale pisang. Keterbatasan teknologi dan pemasaran menyebabkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di pekan Sri Menanti menghadapi berbagai persoalan terkait pemasaran produk, termasuk KWT. Kegiatan Pengabdian Masyarakat Unggulan ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan tentang konsep social-technopreneurship untuk meningkatkan kinerja ekonomi UMKM serta keterampilan dalam pengemasan dan pemasaran produk unggulan. Kegiatan dilaksanakan di Pekon Sri Menanti, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat pada Juni – Agustus 2023. Kelompok sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Cempaka dan Kelompok Pemuda Desa serta aparatur pekan. Metode pelaksanaan kegiatan berupa penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Setelah penyuluhan dan Focus Group Discussion (FGD) dilakukan, terjadi peningkatan pengetahuan mengenai kinerja UMKM melalui manajemen keuangan, pembukuan, pemasaran digital, dan desain produk sebesar 7,27%. Peserta kegiatan antusias mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat terlihat dari persentase kehadiran sebesar 90% dan diskusi berjalan lancar serta aktif. Melalui pendampingan, KWT dapat merancang desain produk dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran dan promosi produk KWT.

Pendahuluan

Kabupaten Lampung Barat merupakan merupakan salah kabupaten penghasil kopi terbesar di Provinsi Lampung. Luas area kopi di Lampung Barat mencapai 52.507

ha dengan produksi sebesar 43.714 ton/tahun atau sebesar 37,78% dari total produksi kopi Provinsi Lampung (Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung, 2021). Kopi menjadi sumber pendapatan utama 58.532 rumah tangga atau sebesar 96,5% dari total rumah tangga petani perkebunan di Lampung Barat (Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung, 2019).

Kopi merupakan tanaman tahunan yang menghasilkan satu kali dalam satu tahun. Diversifikasi pendapatan dilakukan petani pada tingkat *on-farm* dengan menerapkan sistem budidaya polikultur. Pilihan petani untuk menerapkan sistem budidaya polikultur didasarkan atas beberapa alasan diantaranya adalah sebagai sumber pendapatan lain, sebagai tanaman naungan untuk meningkatkan produktivitas kopi, serta sebagai salah satu syarat dalam pengelolaan HKM. Diversifikasi pendapatan juga dilakukan rumah tangga petani pada kegiatan *off-farm*, yaitu pengolahan hasil pertanian, seperti mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk.

Salah satu tanaman sela yang berkontribusi cukup besar terhadap pendapatan rumah tangga petani adalah tanaman pisang. Produksi pisang Kabupaten Lampung Barat menunjukkan kecenderungan yang meningkat pada rentang tahun 2018-2020. Produksi pisang Kabupaten Lampung Barat pada tahun 2019 mencapai 57.732 kwintal meningkat menjadi 240.151 kwintal atau sebesar 240% pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung, 2021). Peningkatan produksi pisang yang sangat drastis berdampak pada anjaknya harga jual pisang di tingkat petani. Rata-rata harga pisang pada tahun 2018 mencapai Rp.1500-Rp. 2000/kg kemudian menurun drastis pada tahun 2020 menjadi Rp.500-Rp.750/kg.

Pekon Sri Menanti adalah salah satu pekon di Lampung Barat yang memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM berbasis komoditas unggulan Lampung Barat yaitu kopi dan pisang. Pengolahan kopi dan pisang selain meningkatkan nilai tambah produk serta akan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM dikenal sebagai roda penggerak pembangunan ekonomi nasional, sebab UMKM dapat mengatasi masalah kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan (Paramita & Surur, 2022). Salah satu UMKM yang mengolah kopi dan pisang menjadi produk olahan berupa kopi bubuk, keripik pisang dan sale pisang adalah KWT Cempaka. KWT Cempaka beranggotakan 23 orang Ibu Rumah Tangga. Keterbatasan informasi, teknologi dan akses pasar yang dimiliki menyebabkan UMKM di Pekon Sri Menanti belum menunjukkan kinerja yang optimal. Menurut Consoli & Cesaroni (2015), permasalahan pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal dan kurang memberikan keuntungan yang sering dialami oleh pelaku UMKM. Sumberdaya yang melimpah membutuhkan sentuhan teknologi pengolahan dan pemasaran sehingga

dapat menghasilkan produk mampu berdaya saing. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang *social-technopreneurship*, Meningkatkan mutu produk UMKM berbasis potensi unggulan daerah , , dan Pelatihan pengemasan dan pemasaran produk unggulan.

Metode

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang “Peningkatan Kinerja UMKM di Pekon Sri Menanti Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat melalui Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis Sosio Technopreneur” adalah pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam beberapa tahap disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Deskripsi Hasil Riset

Kegiatan pengabdian ini akan menghasilkan peningkatan kinerja ekonomi melalui peningkatan mutu produk, kemasan dan pemasaran produk UMKM yang mengolah komoditas kopi dan pisang di Pekon Sri Menanti. Kegiatan pengabdian ini melibatkan UMKM yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Cempaka, aparatur desa dan kelompok pemuda desa di Pekon Sri Menanti Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

Prosedur Kerja

Prosedur kerja kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Aparatur Desa dan Perwakilan Kelompok UMKM
2. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM
3. Mengidentifikasi potensi sumber daya Pekon Sri Menanti

4. Pelatihan Peningkatan Mutu, kemasan dan Pemasaran Produk UMKM dengan konsep *socio-technopreneur*
5. Kegiatan pendampingan pengembangan UMKM di Pekon Sri Menanti

Hasil dan Pembahasan

Evaluasi Awal

Hasil kegiatan penyuluhan dan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk Peningkatan Kinerja UMKM melalui Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis *Sosio Technopreneur* di Pekon Sri Menanti Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat telah dilaksanakan dari bulan Juni hingga September 2023. Peserta yang hadir sebanyak 22 orang yang terdiri dari Aparat Pekon dan Kelompok Wanita Tani. Namun, pada dasarnya sasaran utama kegiatan ini adalah KWT. KWT memegang peranan penting dalam pendapatan rumah tangga petani, sebab kaum wanita memiliki kemampuan mandiri di bidang ekonomi, sehingga dapat membantu peningkatan kesejahteraan keluarga (Setiawati dan Rozinah, 2020).

Evaluasi proses menunjukkan bahwa kegiatan Penyuluhan dan FGD berjalan baik sesuai dengan yang direncanakan. Kegiatan ini dihadiri oleh 22 orang yang terdiri dari kelompok wanita tani dan beberapa aparat pekon yang mempunyai kegiatan ekonomi baik di bidang pertanian. Kegiatan FGD antara tim pengabdian dan anggota KWT bertujuan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan terkait dengan pengelolaan usaha dan pemasaran dari potensi unggulan yang dimiliki oleh masing-masing kelompok wanita tani di Pekon Sri Menanti Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Pekon Sri Menanti.

Berdasarkan hasil penyuluhan dan FGD yang dilakukan oleh Tim PkM Jurusan Agribisnis FP Unila bersama dengan Aparat Pekon Sri Menanti, yaitu Kepala Pekon, Sekretaris Pekon, beberapa Kepala Dusun, dan pengurus Kelompok Wanita Tani (KWT) di Pekon Sri Menanti, maka diperoleh hasil diskusi antara lain sebagai berikut :

1. Pekon Sri Menanti memiliki potensi yang sangat baik di sektor pertanian mulai dari sub sektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan peternakan. Selain itu, Pekon Sri Menanti juga memiliki potensi pada pengembangan industri kecil atau UMKM berbasis komoditas unggulan Lampung Barat, yaitu kopi dan pisang.
2. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki ini memunculkan banyaknya usaha-usaha pengolahan (nilai tambah) di masyarakat, seperti usaha pengolahan kopi bubuk dan usaha di bidang makanan, seperti aneka keripik pisang.

3. Karena kemampuan yang terbatas, banyak usaha tidak dapat berlangsung lama. Permasalahan yang dihadapi diantaranya belum memiliki kemampuan yang baik mengenai pengelolaan usaha dan pencatatan keuangan. Selain itu permasalahan terkait pasar juga masih menjadi kendala bagi usaha-usaha di Pekon Sri Menanti untuk bertahan.
4. Aparat Pekon Sri Menanti meminta diberikan pelatihan kepada para UMKM, yang dalam hal ini adalah pengurus dan anggota KWT yang ada di Pekon Sri Menanti untuk meningkatkan kapasitasnya agar usaha yang dilakukan bisa terus berjalan secara berkelanjutan. Dalam hal ini, kapasitas SDM yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan kapasitas manajerial. Kapasitas manajerial ini merujuk pada kemampuan individu atau organisasi dalam merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan sumber daya yang tersedia dan segala kegiatan yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis atau lembaga kelompok. Hal ini mencakup berbagai aspek manajemen yang melibatkan pengambilan keputusan, perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya, pengorganisasian struktur dan proses, serta pelaksanaan tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
5. Peningkatan kapasitas manajerial SDM yang diberikan berupa penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan merupakan satu rangkaian kegiatan yang dilakukan berurutan dan bertahap. Setelah penyampaian materi, maka dilakukan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan terkait dengan pencatatan keuangan (pembukuan) dan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan. Selain itu, dilakukan pula pendampingan dalam mendesain produk KWT. Adapun peserta pelatihan terdiri dari Kelompok Wanita Tani (KWT) di Pekon Sri Menanti yang bergerak pada usaha pengolahan kopi bubuk dan makanan ringan, seperti pembuatan berbagai keripik pisang dan sale.

Sebelum kegiatan PkM dimulai, para peserta diminta untuk mengisi daftar hadir dan mengambil materi penyuluhan dan pelatihan. Selanjutnya, para peserta diminta untuk mengerjakan soal pre-test terkait manajemen keuangan dan pembukuan kelompok, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, desain produk, serta dinamika kelompok.



Gambar 2. Peserta sedang melakukan pre-test sebelum penyuluhan dimulai

Hasil dari pertanyaan tentang pemasaran digital yang diajukan, secara rata-rata jawaban yang benar hanya 74,5%. Dari pertanyaan tentang design produk yang diajukan, rata-rata jawaban yang benar hanya 68,2%. Dari lima pertanyaan tentang dinamika kelompok dalam konten marketing yang diajukan, rata-rata hanya 65,5% jawaban yang benar. Hasil dari pertanyaan tentang manajemen dan pembukuan kelompok yang diajukan, rata-rata jawaban benar yang diperoleh adalah 65,5%. Dari hasil pre-test tersebut terlihat bahwa pengetahuan peserta tentang penitikan dan pengaplikasian Google Maps merupakan yang paling rendah, sedangkan pengetahuan tentang marketplace adalah yang paling tinggi. Secara keseluruhan, rata-rata tingkat pengetahuan peserta sebelum kegiatan penyuluhan dan FGD adalah 62,5%.

Pelatihan Peningkatan Mutu, kemasan dan Pemasaran Produk UMKM dengan konsep *socio-technopreneur*

Penyampaian materi pertama, yaitu pengelolaan usaha mengenai manajemen keuangan dan pembukuan. Pengelolaan usaha dengan pembukuan adalah suatu proses yang melibatkan pencatatan, pelaporan, dan analisis transaksi keuangan dan operasional bisnis secara teratur. Pembukuan yang baik adalah alat yang sangat penting untuk memantau kesehatan keuangan sebuah usaha, membuat keputusan yang lebih baik, memenuhi kewajiban pajak, dan merencanakan pertumbuhan bisnis, terutama bagi usaha kecil menengah yang dilakukan oleh kelompok, seperti KWT. Oleh karena itu materi ini diberikan, agar memberikan pemahaman kepada KWT untuk dapat

memperbaiki pembukuan usahanya, sebab pencatatan arus kas dan pengelolaan dana usaha yang tidak tepat menyebabkan informasi yang tidak efektif untuk mengambil keputusan.

Dari aspek pembukuan, walaupun pengurus KWT sudah melakukan pencatatan, tetapi sebatas catatan-catatan bahan yang penting saja, bahkan seringkali lupa sehingga tidak mencatat secara keseluruhan, dimana dalam hal ini, secara akuntansi belum dapat dikatakan benar. Oleh karena itu, diberikan pemahaman bahwa dalam menjalankan suatu usaha sekecil apapun harus mencatat semua pengeluaran/pembelanjaan, sebab pembukuan keuangan dalam suatu usaha bersama dapat menjadi sebuah parameter kemajuan atau kemunduran usaha tersebut. Tim pengabdian kepada masyarakat menekankan kepada pengurus KWT untuk tertib mencatat pemasukan dan pengeluaran setiap kali produksi serta tidak lagi menggabungkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi.

Berdasarkan hal tersebut, pendampingan untuk meningkatkan keterampilan KWT dalam mengelola pembukuan menjadi sangat penting untuk dilakukan. Para anggota KWT diharapkan dapat mempraktikkan pengetahuan administrasi pembukuan secara kontinyu dengan disiplin. Tim PkM mendampingi KWT dalam berlatih mencatat arus kas dengan format/template yang berisi catatan pembeli dan jumlah produk yang dijual, lengkap dengan rincian waktu pembelian, jumlah, harga satuan, berat / volume masing-masing bahan yang digunakan untuk produksi, perkiraan lama penggunaan bahan, dan lain sebagainya.



Gambar 3. Penyampaian materi pengelolaan usaha mengenai manajemen keuangan dan pembukuan

Materi selanjutnya yang disampaikan adalah pemasaran digital. Para peserta dibuka wawasannya bahwa pemasaran saat ini harus bertransformasi dari pemasaran

secara konvensional ke pemasaran digital. Hal ini karena sasaran pemasaran yaitu manusia juga telah mengalami pergeseran gaya hidup. Peserta dihibahkan untuk tidak hanya memanfaatkan teknologi digital yang dimilikinya seperti handphone, tablet, laptop, dan lain-lain untuk kegiatan yang konsumtif tetapi juga bisa dimanfaatkan untuk kegiatan yang produktif. Pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan produktif ini bisa dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan berbagai aplikasi di dalamnya.

Secara garis besar, materi ini berkaitan dengan tujuan dan manfaat pemasaran, promosi melalui media online serta karakteristik iklan online yang dapat menarik konsumen. Berdasarkan hasil post-test juga menunjukkan bahwa pengetahuan peserta tentang marketplace adalah yang paling tinggi. Pada dasarnya, peserta kegiatan memahami pentingnya pemanfaatan media online dalam rangka meningkatkan pemasaran dan promosi produk di era digital seperti sekarang ini, namun dalam praktiknya, peserta memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial serta membuat iklan/promosi yang menarik bagi konsumen.



Gambar 4. Diskusi narasumber dengan peserta mengenai materi pemasaran digital

Selain pemasaran digital, desain produk Para peserta diberikan pemahaman bahwa UMKM atau sebuah usaha perlu menginvestasikan waktu dan upaya untuk mendesain produk yang baik sehingga dapat memberikan dampak yang positif pada citra merek, daya tarik produk, dan penjualan keseluruhan. Memahami pasar target dan mengembangkan produk dengan desain yang relevan adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM. Hasil produk KWT berupa kopi bubuk dan keripik serta sale pisang masih dikemas secara sangat sederhana dengan plastik. Oleh karena itu, pendampingan juga diperlukan dalam rangka meningkatkan citra produk melalui desain kemasan. Secara umum, desain produk bertujuan untuk menciptakan produk hasil KWT dengan memadukan fungsi, estetika, kualitas, dan kegunaan agar dapat meningkatkan memuaskan konsumen dan lebih berdaya saing. merupakan salah satu materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian ini.



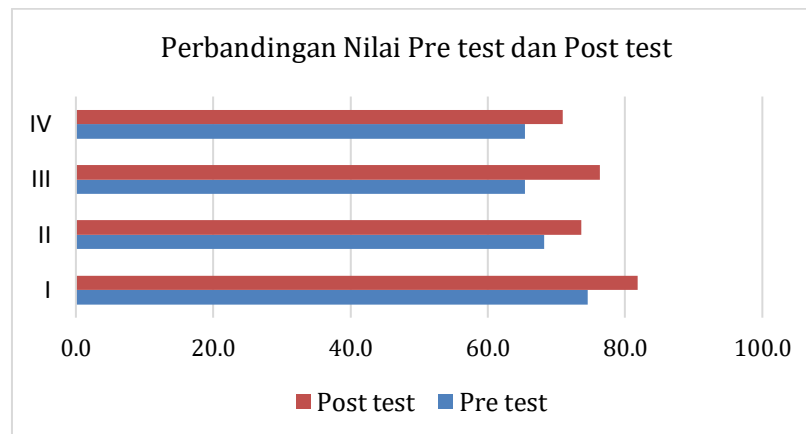
Gambar 5. Penyampaian materi desain produk

Tahapan kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh tim PkM Jurusan Agribisnis FP Unila yaitu memberikan penyuluhan singkat mengenai dinamika kelompok. Dinamika kelompok merujuk pada interaksi, hubungan, dan proses yang terjadi di dalam sebuah kelompok. Pemahaman yang baik tentang dinamika kelompok dan upaya untuk mengelolanya dengan bijak dapat membantu kelompok mencapai potensinya yang penuh dan mencapai tujuan dengan lebih baik. Tujuan dari memahami dan mengelola dinamika kelompok meliputi meningkatkan efektivitas kelompok.



Gambar 6. Kegiatan dinamika kelompok yang dilakukan oleh peserta

Setelah kegiatan pelatihan dilakukan evaluasi akhir yaitu post test. Hasil post test didapatkan dari pertanyaan tentang pemasaran digital yang diajukan, secara rata-rata jawaban yang benar hanya 81,8%. Pertanyaan tentang design produk yang diajukan, rata-rata jawaban yang benar hanya 73,6%. Dari lima pertanyaan tentang dinamika kelompok dalam konten marketing yang diajukan, rata-rata sebesar 76,4% jawaban yang benar. Hasil dari pertanyaan tentang manajemen dan pembukuan kelompok yang diajukan, rata-rata jawaban benar yang diperoleh adalah 70,9%. Dari hasil post-test tersebut terlihat bahwa pengetahuan peserta tentang design produk dan manajemen keuangan dan pembukuan kelompok yang paling rendah, sedangkan pengetahuan tentang pemasaran digital adalah yang paling tinggi. Pada dasarnya, peserta kegiatan memahami pentingnya pemanfaatan media online dalam rangka meningkatkan pemasaran dan promosi produk di era digital seperti sekarang ini, namun dalam praktiknya, peserta memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial serta membuat iklan/promosi yang menarik bagi konsumen. Pemberian materi mengenai digital marketing ini dilakukan dengan tujuan agar membuka wawasan pelaku usaha UMKM untuk memanfaatkan pemasaran digital dikarenakan pergeseran gaya hidup. Pemanfaatan ini juga diharapkan dapat mengurangi penggunaan teknologi untuk kegiatan konsumtif (Rahmalia, *et al*, 2022). Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan pengetahuan peserta setelah dilaksanakan kegiatan penyuluhan dan FGD adalah 7,27%. Perbandingan nilai pre-test dan post-test atas materi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan dan FGD dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Perbandingan nilai pre-test dan post-test per materi

Hasil evaluasi akhir pada Gambar 2 menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan pengetahuan peserta untuk empat materi yang diberikan. Materi ke I adalah tentang pemasaran digital, materi ke II adalah tentang design produk, materi ke III tentang dinamika kelompok dalam konten marketing dan materi ke IV adalah tentang Manajemen keuangan dan pembukuan kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan FGD telah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta. Secara lebih rinci peningkatan pengetahuan peserta FGD dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan pengetahuan peserta FGD berdasarkan materi

Materi	Rata-rata Nilai Evaluasi		Peningkatan (%)
	Pre-test (%)	Post-test (%)	
I. Pemasaran Digital	74,5	81,8	7,3
II. Design Produk	68,2	73,6	5,5
III. Dinamika Kelompok	65,5	76,4	10,9
IV. Manajemen keuangan dan pembukuan kelompok	65,5	70,9	5,5
Rata-rata	68,4	75,6	7,27

Sumber : Data diolah, 2021.

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengetahuan peserta meningkat dari 68,4% menjadi 75,6%, sehingga kegiatan penyuluhan dan FGD yang dilakukan telah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta sebesar 7,27%. Meskipun jawaban post-test masih menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan peserta paling rendah adalah materi design produk dan manajemen keuangan serta pembukuan kelompok, akan tetapi kegiatan FGD dan pelatihan sudah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta. Pendampingan

berkelanjutan akan dilakukan mengenai design produk dan manajemen keuangan serta pembukuan kelompok agar tidak hanya terjadi peningkatan pengetahuan, tetapi juga peningkatan keterampilan. Pemahaman peserta untuk materi lainnya mengalami peningkatan dari sebelumnya, artinya peserta memahami materi yang telah disampaikan pada saat penyuluhan, namun tetap perlu dilakukan pendampingan lebih lanjut. Pendampingan berkelanjutan ini perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing, kualitas, dan keberlanjutan usaha KWT agar lebih kuat, lebih berdaya, dan lebih mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pemasaran produk digital saat ini merupakan bagian strategi marketing yang cukup efektif dalam memaksimalkan pendapatan UMKM. Pemasaran digital merupakan suatu cara inovatif yang menggunakan database dan menjangkau konsumen secara individu, hemat biaya dan lebih tepat waktu (Todor, 2016). Pemasaran digital memiliki beberapa istilah berbeda seperti *online marketing*, *internet marketing* dan *web marketing*. Pemasaran digital memiliki keunikan tersendiri dibandingkan pemasaran konvensional. Pemasaran digital dicirikan dengan komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008). Keunggulan bersaing UMKM dapat diperoleh melalui pemanfaatan pemasaran marketing menggunakan media sosial oleh pelaku UMKM. Menurut Wardhana (2015), keunggulan pemasaran digital, diantaranya yaitu biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional, jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis, serta dapat diakses kapanpun tak terbatas waktu.

Pemasaran digital dan desain produk memiliki hubungan yang erat dalam dunia bisnis kontemporer. Keduanya saling memengaruhi dan saling mendukung dalam upaya menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan mengoptimalkan keberhasilan produk atau layanan. Meninjau pentingnya pemasaran digital dan desain produk tersebut, maka kegiatan pengabdian ini juga dilakukan dengan pendampingan bertahap kepada KWT dalam mendesain produk dan pembuatan media sosial sebagai salah satu

strategi pemasaran online.

Kegiatan Pendampingan

Setelah kegiatan penyuluhan dan pelatihan dilaksanakan, maka kegiatan PkM dilanjutkan dengan melakukan pendampingan dan pembinaan kepada seluruh peserta. Dalam rangka kegiatan pendampingan tersebut, Tim PkM berkunjung ke Balai Pekon Sri Menanti. Setelah itu dilakukan kunjungan ke rumah produksi KWT (UMKM) untuk berdiskusi terkait desain produk dan pemanfaatan pemasaran digital yang akan diterapkan. Tim PkM juga membuat grup diskusi menggunakan aplikasi *Whatsapp* agar komunikasi dan diskusi bisa terus intens dilakukan. Dan dari seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan pada PkM ini diharapkan menambah kemampuan pelaku usaha terutama KWT di Pekon Sri Menanti dalam mengelola usahanya. Diharapkan pula para peserta sasaran dapat mentransfer ilmu yang didapatkan kepada masyarakat lainnya agar UMKM di Pekon Sri Menanti terus tumbuh dan mampu bertahan dalam waktu yang panjang.



Gambar 10. Kunjungan Tim PkM untuk pendampingan KWT dalam digital marketing dan desain produk di Balai Pekon Sri Menanti

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam peningkatan kinerja UMKM di Pekon Sri Menanti, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat melalui pelatihan pengelolaan usaha berbasis *sosio technopreneur* berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan pengetahuan anggota KWT mengenai manajemen keuangan, pembukuan, pemasaran digital, dan desain produk sebesar 7,27%. Peserta kegiatan antusias mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat terlihat dari persentase kehadiran sebesar 90% dan diskusi berjalan lancar serta aktif. Melalui pendampingan, KWT dapat merancang desain produk dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran dan promosi produk KWT. Namun demikian, perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dalam rangka mengevaluasi hasil desain produk dan pemanfaatan *digital marketing* yang telah diterapkan oleh KWT selama beberapa waktu ke depan. Diharapkan KWT juga dapat mengembangkan diversifikasi produk olahan pisang dalam rangka memaksimalkan pendapatan rumah tangga.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Badan Layanan Umum (BLU) Universitas Lampung yang telah memberikan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih diberikan juga kepada Aparatur Pekon dan KWT Sri Menanti Kecamatan air hitam Kabupaten Lampung Barat yang telah memberikan izin dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung. 2021. Lampung dalam Angka. Bandar Lampung (ID): Badan Pusat Statistik.
- Consoli & Cesaroni. (2015). Are Small Businnes Reallyable to Take Advantage of Social Media? *Electronic Journal of Knowledge*13 (4): 257-268.



- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1). Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Paramita, P. D. & Surur. 2022. Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial MediaMarketing pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. E-Journal Al-Dzahab 3 (1): 21-31.
- Rahmalia, D., Endaryanto, T., Rosanti, N. and Sari, I.R.M., 2022. Pelatihan Manajemen Usaha untuk Meningkatkan Kapasitas Para Pelaku Umkm di Pekon Lugusari. *Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung*, 1(2), pp.241-248.
- Setiawati, E dan S. Rozinah. 2020. Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pengelolaan Usaha Rumahan di Tangerang Selatan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(2): 231 – 240
- Todor, R.D. 2016. Blending Traditional And Digital Marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 9 (58) : 1.