



Pelaksanaan Program SDGs Meningkatkan Kualitas dan Penjualan Umkm Amplang Berbasis Media Sosial di Kelurahan Sesumpu

Siti Rahmayuni^{1*}, Anwar Arifin Pinem¹, Ekky Satria Jaya¹, Henny Okta Piyani¹, Agung Widiyanto¹, Meisy Dwi Anjani¹

¹ Economic and Bussines, *Universitas Mulia Balikpapan, Indonesia*

Correspondence author: Siti Rahmayuni

Email: youni.anwar@gmail.com

Address : Jl.Letjend. TNI Jl. Letjen Zaini Azhar Maulani No.9, Damai, Bahagia, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76114, Telp. 081375757178

Submitted: 2 Desember 2024, Revised: 6 Desember 2024, Accepted: 15 Desember 2024, Published: 20 Desember 2024

DOI: doi.org/10.56359/kolaborasi.v4i6.453



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

Introduction: This community service program is designed to improve the quality and sales of Amplang MSMEs in Sesumpu Village, Penajam District, by utilizing social media.

Objective: Polaksar Bayah, Sesumpu Village, Penajam District

Method: Training and Mentoring

Result: increased income for entrepreneurs, strengthening production capacity, and improvements in business management practices carried out by participants. Thus, this program is expected to provide a significant positive impact on the development of MSMEs in the area

Conclusion: The community service program implemented in Sesumpu Village has succeeded in achieving its goals in improving the quality and sales of Amplang MSMEs. Through a planned and participatory approach, this program is able to overcome various challenges faced by partners, including limited knowledge in business management and marketing

Keywords: SDGs, UMKM, Promosi, Penjualan

Latar Belakang

UMKM AMPLANG BAYA menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi pengembangan usaha mereka, terutama dalam bidang produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Dalam hal produksi, salah satu masalah utama yang dihadapi adalah keterbatasan kapasitas produksi. Saat ini, proses pembuatan amplang masih dilakukan secara manual, yang mengakibatkan proses yang tidak efisien dan keterbatasan dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Solusi untuk masalah ini adalah penerapan teknologi modern dan otomatisasi dalam proses produksi. Dengan menginvestasikan dalam peralatan produksi yang

lebih canggih, UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik. Selain itu, kualitas dan keamanan produk juga menjadi permasalahan penting. Metode produksi manual dapat menimbulkan risiko terhadap kebersihan dan kualitas amplang. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan penerapan praktik produksi yang lebih higienis serta penggunaan peralatan yang memenuhi standar kesehatan.

UMKM AMPLANG BAYA juga perlu mendapatkan sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar keamanan pangan yang diinginkan. Dalam bidang manajemen usaha, pengelolaan sumber daya manusia menjadi tantangan yang signifikan. Kurangnya keterampilan dan pelatihan bagi tenaga kerja dapat mempengaruhi produktivitas dan kualitas kerja. Oleh karena itu, penting untuk menyelenggarakan program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan motivasi tenaga kerja. Dengan adanya pelatihan yang memadai, tenaga kerja dapat lebih efektif dalam menggunakan peralatan modern dan meningkatkan hasil kerja mereka. Administrasi keuangan dan manajemen mutu juga merupakan area yang memerlukan perhatian.

Saat ini, administrasi keuangan UMKM AMPLANG BAYA masih belum optimal, yang berdampak pada kesehatan finansial usaha. Untuk memperbaikinya, diperlukan sistem pembukuan yang rapi dan perencanaan keuangan yang lebih baik. Selain itu, manajemen mutu juga perlu ditingkatkan dengan menerapkan standar yang sesuai dan melakukan audit rutin untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga. Di sisi pemasaran, strategi yang ada saat ini masih mengandalkan metode manual yang membatasi jangkauan pasar dan efektivitas penjualan. Dengan berkembangnya teknologi digital, sangat penting bagi UMKM untuk memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce dalam strategi pemasaran mereka. Penggunaan digital marketing dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, meningkatkan saluran distribusi dan bekerja sama dengan pengecer serta platform online dapat memperluas pasar produk amplang dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Secara keseluruhan, untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan yang lebih baik, UMKM AMPLANG BAYA perlu mengatasi masalah-masalah ini secara terintegrasi. Penerapan teknologi modern dalam produksi, peningkatan keterampilan tenaga kerja, administrasi keuangan yang lebih baik, dan strategi pemasaran digital adalah langkah-langkah kunci yang harus diambil. Dengan solusi yang tepat untuk setiap permasalahan, UMKM AMPLANG BAYA diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan efektivitas pemasaran, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Peningkatan kualitas dan penjualan UMKM Amplang melalui pemanfaatan media sosial dan pendekatan pemberdayaan masyarakat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan pendidikan yang tepat dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan wirausahawan, sehingga berdampak positif pada kinerja usaha mereka (Sukirno, 2020). Media sosial juga telah menjadi alat pemasaran yang efektif, memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk (Widiastuti & Pramono, 2021). Penelitian oleh Rahayu (2019) menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengembangan usaha, yang dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab serta mendukung keberlanjutan usaha. Di samping itu, studi oleh Dewi (2022) menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar baru bagi produk UMKM.

Berbagai penelitian tambahan memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Mardiana (2021) membuktikan bahwa pelatihan

kewirausahaan meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri pengusaha lokal, didukung oleh Teori Motivasi McClelland yang menyatakan bahwa kebutuhan untuk berprestasi mendorong individu untuk mengambil tindakan. Hariyanto (2020) mengidentifikasi bahwa penggunaan media sosial dapat membantu UMKM menciptakan brand awareness dan loyalitas pelanggan, sesuai dengan Teori Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) yang menekankan pentingnya konsistensi pesan dalam membangun merek. Prasetyo (2019) menyatakan bahwa akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh positif terhadap inovasi produk dan proses bisnis UMKM, berdasarkan Teori Inovasi Diffusion yang menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan dan diterima oleh masyarakat. Nugroho (2021) meneliti dampak strategi pemasaran digital terhadap peningkatan penjualan produk UMKM, menggunakan Teori Pemasaran Digital yang memperlihatkan bagaimana platform online dapat meningkatkan jangkauan pemasaran.

Sari (2022) mengungkapkan bahwa pelatihan manajemen keuangan membantu pengrajin dalam mengelola arus kas dan meningkatkan profitabilitas usaha, sesuai dengan Teori Manajemen Keuangan yang menekankan pentingnya pengelolaan keuangan untuk keberlangsungan usaha. Utami (2020) menemukan bahwa kolaborasi antara UMKM dan lembaga pendidikan tinggi dapat meningkatkan kapasitas dan inovasi produk, didasari oleh Teori Jaringan Sosial yang menunjukkan bagaimana hubungan antar individu atau organisasi memperkuat akses terhadap informasi dan sumber daya. Fitria (2021) mengindikasikan bahwa sertifikasi produk berstandar dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal dan internasional, berdasarkan Teori Kualitas Produk yang menekankan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Zainuddin (2022) menganalisis pengaruh e-commerce terhadap peningkatan akses pasar bagi UMKM di wilayah terpencil, menggunakan Teori Akses Pasar yang menunjukkan bagaimana platform online dapat mengurangi hambatan geografis dalam pemasaran. Susanto (2020) menyatakan bahwa program pemberdayaan berbasis komunitas dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha dalam aspek pemasaran, sesuai dengan Teori Pemberdayaan Masyarakat yang menekankan pentingnya partisipasi dalam pengambilan keputusan. Terakhir, Anita (2021) menemukan bahwa pengembangan produk yang berkelanjutan, dengan memperhatikan aspek lingkungan, dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap UMKM, menggunakan Teori Pemasaran Berkelanjutan yang menunjukkan bahwa praktik ramah lingkungan dapat meningkatkan citra merek. Dengan demikian, berbagai aspek ini menunjukkan bahwa pelatihan, pemanfaatan media sosial, dan partisipasi masyarakat merupakan faktor kunci dalam mendukung keberhasilan UMKM, khususnya dalam konteks peningkatan kualitas dan penjualan produk

Tujuan

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi tingkat kemiskinan. Diharapkan, hasil dari program ini akan mencakup peningkatan pendapatan bagi para pengusaha, penguatan kapasitas produksi, serta perbaikan dalam praktik manajemen usaha yang dijalankan oleh peserta.

Metode

1. Metode Pelaksanaan Kegiatan. Metode pendekatan, ditunjuk untuk mentransfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (Ipteks) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatan wawasan pemahaman bagi mitra. Yang mana pelaksanaan pelatihan direncanakan

dilaksanakan dalam satu ruangan di Balai Kelurahan Sesumpu, Kabupaten Penajam Pasir Utara. Adapun metode pendekatan ini ditetapkan oleh tim untuk mengatasi permasalahan, dan solusi mencapai target luaran yang telah ditetapkan yaitu :

- 1) Pelatihan Pemberdayaan Pengembangan Kreativitas UMKM, yang meliputi penentuan visi dan misi, pembagian tugas, sistem aturan kerja, dan Planning, Organising, Actuating, Controlling.
 - 2) Pengembangan produk, jenis, motif, kombinasi, serta ciri khas produk (produk unggulan) dan merk produk pada mitra,
 - 3) Penyusunan Rencana bisnis (Business plan) yang meliputi semua aspek-aspek usaha. Metode pelaksanaan dalam pengabdian pada masyarakat ini dilakukan untuk mendukung realisasi PKM seperti :
 - b. Mengadakan pertemuan dengan mitra untuk membicarakan masalah yang terjadi pada mitra dalam pengelolaan bisnis pengrajin amplang;
 - c. Mengadakan pertemuan untuk menggali masalah masalah prioritas usaha, untuk dicarikan solusinya;
 - d. Berdasarkan hasil pembicaraan bersama dengan mitra, masalah prioritas yang menyangkut pengelolaan bisnis usaha amplang adalah mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan pengrajin amplang, belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pengusaha amplang, belum memiliki pengetahuan dan keterampilan organisasi usaha Bersama, belum melakukan administrasi keuangan, baik uang keluar maupun uang yang masuk. Padahal, pada pengelolaan bisnis, pengadministrasian keuangan menjadi prioritas utama agar pengusaha mampu menjaga kelangsungan hidup dan mengembangkan usahanya.
2. Pelaksanaan solusi tersebut dibuat secara sistematis Masalah yang sudah diidentifikasi perlu dipecahkan dan sekaligus mencapai tujuan (kondisi baru) yang telah ditetapkan, semuanya itu perlu direncanakan dalam tahap ini, yang terjadi dari sub tahapan, yaitu:
- 1) Mencari alternatif pemecahan masalah;
 - 2) Memilih salah satu alternatif yang terbaik. Meskipun sudah mencapai tahap pelaksanaan, namun penting untuk tetap memperhatikan perencanaan yang matang dan terinci. Pada tahap ini, langkah-langkah pelaksanaan kegiatan yang akan segera dilakukan harus direncanakan secara seksama. Hal ini dikarenakan bila tidak diperhatikan, seseorang cenderung untuk langsung mengadopsi ide pertama yang muncul, dengan keyakinan bahwa ide tersebut merupakan solusi terbaik yang satu-satunya. Namun, setiap alternatif memiliki kekuatan dan kelemahannya, sehingga penting untuk menimbang-nibangkannya dengan mempertimbangkan situasi kelompok sasaran dan kondisi para pelaksana.
 - 3) Dengan demikian, dapat dipilih satu alternatif yang memberikan keuntungan terbesar dengan kerugian dan risiko yang paling sedikit. Oleh karena itu, perencanaan yang matang masih diperlukan bahkan setelah memasuki tahap pelaksanaan. Penyusunan rencana kerja ini termasuk:
 - a. Penetapan bagaimana kegiatan itu akan dilakukan;
 - b. Penetapan waktu pelaksanaannya;
 - c. penetapan tempat-tempat pelaksanaan kegiatan;
 - d. penetapan orang-orang yang akan terlibat dalam kegiatan. Pendapat dan saran dari masyarakat menjadi sasaran sangat penting untuk disertakan dalam penyusunan rencana kerja.

Penting untuk memastikan bahwa masyarakat merasa memiliki kegiatan tersebut dan merasa terlibat secara aktif dalam proses penyelesaian masalah yang mereka hadapi. Usaha harus dilakukan agar masyarakat memandang kegiatan tersebut sebagai usaha mereka sendiri untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi, dengan bantuan dari pihak perguruan tinggi dan mungkin juga instansi lain yang relevan. Sebaliknya, harus dihindari agar masyarakat tidak menganggap bahwa kegiatan tersebut hanya merupakan inisiatif perguruan tinggi atau semata-mata untuk kepentingan perguruan tinggi, sehingga peran mereka hanya sebatas memberikan bantuan. Rencana kerja ini harus disusun secara teliti untuk memastikan bahwa tugas, kewajiban, dan tanggung jawab setiap pihak telah ditetapkan dengan jelas. Pertumbuhan rasa tanggung jawab di pihak masyarakat sasaran sangat penting untuk keberhasilan kegiatan di masa mendatang. Selanjutnya, segala persiapan dan penyediaan sarana yang diperlukan harus dilakukan dengan cermat pada tahap ini. Hal ini mencakup persiapan para pelaksana dari perguruan tinggi agar mereka dapat menjalankan tugas mereka dengan profesional, keahlian, dan kemandirian yang diperlukan

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program,

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan adalah menyediakan lokasi dan pekerjaan untuk turut serta dalam proses perencanaan hingga uji coba prototipe, Menyediakan bahan mentah berupa ubi kayu dan peralatan pendukung, mengumpulkan anggota kelompok pengrajin amplang, serta mengkoordinir pengrajin untuk mengikuti pelatihan dengan menyiapkan fasilitas ruangan di kantor desa Serdang dan Memastikan tempat kunjungan lapangan ke tempat pengrajin amplang yang sudah sukses.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Setiap tahapan perlu dievaluasi untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil adalah tepat, sehingga tim bisa melangkah ke tahap berikutnya dengan keyakinan dan keamanan. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan adanya penyempurnaan selama proses kegiatan berlangsung. Evaluasi terhadap hasil dan dampak dari seluruh kegiatan pengabdian masyarakat terhadap masyarakat sasaran sangat penting. Proses evaluasi ini dapat melibatkan partisipasi masyarakat, sehingga mereka tidak hanya mengetahui hasil dari kegiatan yang telah dilakukan, tetapi juga belajar bagaimana mengenali dan mengukur perubahan yang terjadi. Evaluasi ini harus menghasilkan bentuk pertanggungjawaban atas semua langkah yang telah diambil sebelumnya. Hasil evaluasi ini tidak hanya penting untuk keperluan administratif, tetapi juga perlu diketahui oleh semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat sasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk menjaga kerjasama yang berkelanjutan dengan para mitra, oleh karena itu, evaluasi juga perlu dilakukan untuk menilai dampak kegiatan terhadap mereka. Evaluasi akan dilakukan 3 (tiga) bulan setelah kegiatan dilaksanakan. a. Menghitung aktivitas yang terjadi pada e-marketing, yaitu jumlah aktivitas yang terjadi selama 3 bulan setelah kegiatan dilaksanakan. b. Melakukan wawancara mengenai persepsi mitra tentang UMKM Pengolahan pembuatan amplang dan hasil Program Kemitraan Masyarakat secara umum yang sudah dilaksanakan oleh Tim dari Universitas Mulia c. Jika program berjalan dengan baik dapat dilanjutkan dengan program lainnya seperti membangun kelompok masyarakat pembuat amplang, menggerakkan pemerintah setempat untuk menggerakkan pengusaha-pengusaha makanan yang berkaitan dengan kegiatan pembuatan amplang. Sehingga kegiatan ini dapat dilanjutkan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya. 5. Peran dan tugas dari masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensinya dan penugasan mahasiswa. Peran dan tugas dari anggota tim pengurus di sesuaikan dengan bidang kompetensinya dan kesesuaian kepakaran dalam penelitiannya , begitu

juga penugasan kepada mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat. adapun dokumentasi selama pengabdian



Hasil

Hasil dari program pengabdian masyarakat ini mencakup berbagai pencapaian yang signifikan dalam meningkatkan kualitas dan penjualan UMKM Amplang di Kelurahan Sesumpu. Beberapa hasil yang diperoleh antara lain:

1. **Peningkatan Kapasitas Produksi:** Mitra mengalami peningkatan dalam kapasitas produksi amplang berkat pelatihan yang diberikan, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih tinggi.
2. **Peningkatan Kualitas Produk:** Melalui pengembangan produk yang meliputi inovasi dalam jenis dan motif, UMKM berhasil menciptakan produk unggulan yang lebih menarik bagi konsumen.

3. **Penyusunan Rencana Bisnis:** Mitra telah berhasil menyusun rencana bisnis yang komprehensif, mencakup strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan, yang memungkinkan mereka untuk mengelola usaha dengan lebih efektif.
4. **Pelatihan Manajemen dan Keuangan:** Peserta pelatihan memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha dan administrasi keuangan, yang merupakan aspek krusial untuk keberlanjutan usaha.
5. **Peningkatan Penjualan:** Dengan memanfaatkan media sosial dan strategi pemasaran digital, penjualan produk amplang meningkat signifikan, memperluas jangkauan pasar lokal dan regional.
6. **Sertifikasi Halal:** Beberapa mitra berhasil mendapatkan sertifikasi halal, yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar baru.
7. **Partisipasi Masyarakat:** Masyarakat menunjukkan partisipasi aktif dalam proses pelatihan dan kegiatan, merasakan kepemilikan terhadap program, yang berdampak positif pada keberlanjutan inisiatif.
8. **Evaluasi dan Umpan Balik:** Melalui evaluasi yang dilakukan tiga bulan setelah kegiatan, ditemukan bahwa mitra merasa puas dengan pelaksanaan program dan siap untuk melanjutkan dengan inisiatif baru, termasuk membentuk kelompok pengrajin amplang yang lebih terorganisir.

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Sesumpu menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kualitas dan penjualan UMKM Amplang. Pembahasan berikut akan menguraikan aspek-aspek kunci dari program ini, termasuk tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, serta dampak yang dirasakan oleh mitra.

1. Tantangan yang Dihadapi

Sebelum pelaksanaan program, mitra menghadapi berbagai tantangan, termasuk:

- a. **Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan:** Banyak pengrajin amplang yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai mengenai manajemen usaha, pemasaran, dan administrasi keuangan. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk mengelola dan mengembangkan usaha secara efektif.
- b. **Praktik Pemasaran Tradisional:** Penggunaan metode pemasaran yang kurang efektif membatasi jangkauan pasar dan potensi penjualan produk.
- c. **Keterbatasan Sumber Daya:** Mitra seringkali mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dan peralatan yang diperlukan untuk meningkatkan produksi.

2. Strategi yang Diterapkan

Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa strategi kunci diterapkan selama program:

- a. **Pelatihan Terfokus:** Pelatihan yang diberikan dirancang untuk meningkatkan kemampuan pengrajin dalam berbagai aspek, mulai dari manajemen hingga pemasaran. Pendekatan ini memastikan bahwa peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang diperoleh dalam praktik sehari-hari.
- b. **Pendekatan Partisipatif:** Melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program sangat penting. Dengan cara ini, masyarakat merasa memiliki program dan lebih berkomitmen untuk berpartisipasi aktif.
- c. **Pengembangan Produk Inovatif:** Fokus pada pengembangan produk yang unik dan menarik membantu mitra untuk membedakan produk mereka di pasar, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

3. Dampak yang Dirasakan

Hasil dari program ini memberikan dampak positif yang luas, baik bagi mitra maupun masyarakat sekitar:

- a. Peningkatan Ekonomi: Dengan meningkatnya kualitas dan penjualan produk, pendapatan para pengrajin amplang juga meningkat, yang berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi masyarakat.
- b. Peningkatan Kepercayaan Diri: Melalui pelatihan dan peningkatan keterampilan, para pengrajin merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha mereka, yang berpotensi mendorong lebih banyak inovasi dan kreativitas.
- c. Keberlanjutan Usaha: Dengan adanya rencana bisnis yang jelas dan manajemen keuangan yang baik, usaha amplang diharapkan dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

4. Rencana Tindak Lanjut

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, terdapat potensi untuk melanjutkan program ini dengan berbagai inisiatif baru, seperti:

- a. Pembentukan Kelompok Pengrajin: Mengorganisir pengrajin amplang dalam kelompok yang lebih terstruktur dapat memperkuat kolaborasi dan dukungan antar anggota.
- b. Pengembangan Jaringan Pemasaran: Membangun jaringan pemasar yang lebih luas, termasuk kerja sama dengan pemerintah dan lembaga lain, untuk meningkatkan akses ke pasar.
- c. Program Lanjutan: Menggali peluang untuk program-program baru yang dapat lebih jauh mendukung pengembangan UMKM, seperti pelatihan lanjutan dalam inovasi produk dan penggunaan teknologi.

Diskusi

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas dan penjualan UMKM Amplang di Kelurahan Sesumpu menunjukkan hasil yang signifikan dan berdampak positif bagi para pengrajin serta masyarakat. Diskusi ini akan membahas pencapaian, tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, dampak yang dirasakan, dan rencana tindak lanjut.

1. Pencapaian Signifikan

Hasil dari program ini mencakup berbagai pencapaian yang menunjukkan kemajuan yang nyata dalam kualitas dan penjualan produk amplang. Peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk menjadi indikator penting bahwa pelatihan yang diberikan efektif. Penyusunan rencana bisnis yang komprehensif juga menunjukkan bahwa mitra memiliki alat yang lebih baik untuk mengelola usaha mereka.

2. Tantangan yang Dihadapi

Sebelum program dilaksanakan, para mitra menghadapi tantangan yang signifikan, seperti keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, praktik pemasaran yang tradisional, dan keterbatasan sumber daya. Tantangan ini menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, identifikasi tantangan ini sangat penting untuk merumuskan strategi yang tepat.

3. Strategi yang Diterapkan

Strategi yang diterapkan selama program berfokus pada pelatihan terfokus dan pendekatan partisipatif. Pelatihan yang dirancang khusus untuk meningkatkan keterampilan manajemen

dan pemasaran memungkinkan para pengrajin untuk menerapkan langsung pengetahuan yang didapat. Pendekatan partisipatif membantu menciptakan rasa kepemilikan di antara masyarakat, yang sangat penting untuk keberhasilan program.

Pengembangan produk inovatif juga menjadi kunci dalam strategi ini. Dengan menciptakan produk yang unik dan menarik, UMKM dapat membedakan diri dari kompetitor, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Hal ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

4. Dampak yang Dirasakan

Dampak dari program ini terasa luas, tidak hanya bagi para pengrajin tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Peningkatan ekonomi yang dihasilkan dari penjualan produk amplang berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat. Selain itu, peningkatan kepercayaan diri pengrajin dalam mengelola usaha mereka mendorong lebih banyak inovasi dan kreativitas.

Keberlanjutan usaha menjadi fokus utama, dan dengan adanya rencana bisnis yang jelas dan manajemen keuangan yang baik, diharapkan usaha amplang dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi untuk masa depan yang lebih baik.

5. Rencana Tindak Lanjut

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, ada potensi untuk melanjutkan program ini dengan berbagai inisiatif baru. Pembentukan kelompok pengrajin dapat memperkuat kolaborasi dan dukungan antar anggota, yang penting untuk pertumbuhan bersama. Pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas juga akan meningkatkan akses pasar dan membantu pengrajin menjangkau konsumen yang lebih banyak.

Program lanjutan yang fokus pada inovasi produk dan penggunaan teknologi dapat lebih jauh mendukung pengembangan UMKM. Ini akan membantu pengrajin tetap relevan di pasar yang terus berubah dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen..

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Sesumpu berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kualitas dan penjualan UMKM Amplang. Melalui pendekatan yang terencana dan partisipatif, program ini mampu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh mitra, termasuk keterbatasan pengetahuan dalam manajemen usaha dan pemasaran.

Pelatihan yang diberikan telah meningkatkan keterampilan dan pemahaman pengrajin mengenai pengelolaan usaha, pengembangan produk, dan administrasi keuangan. Hasilnya, para pengrajin tidak hanya mengalami peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk, tetapi juga memperoleh kepercayaan diri yang lebih besar dalam menjalankan usaha mereka.

Dampak positif dari program ini terlihat dalam peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, serta keberlanjutan usaha yang lebih baik. Program ini juga menciptakan dasar yang solid untuk inisiatif ke depan, seperti pembentukan kelompok pengrajin dan pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas.

Secara keseluruhan, keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam menciptakan solusi yang berkelanjutan untuk meningkatkan perekonomian lokal. Rencana tindak lanjut yang dirumuskan akan semakin memperkuat dampak positif dari program ini di masa mendatang.

Daftar Pustaka

1. AA Pinem, S Rahmayuni, ES Jaya, EE Susanto (2023) Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKMSAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia,
2. Anita. (2021). Pengembangan produk berkelanjutan dalam UMKM: Studi kasus di wilayah perkotaan. *Jurnal Pemasaran Berkelanjutan*, 5(2), 113-125.
3. Ariyanto, Heri and Elsy M. Rosa. 2024. "Effectiveness of Telenursing in Improving Quality of Life in Patients with Heart Failure : A Systematic Review and Meta-Analysis." *Journal of Taibah University Medical Sciences* 19(3):664–76.
4. Dewi, N. (2022). Pengaruh sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen pada produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 13(1), 45-60.
5. Fitria, S. (2021). Daya saing produk UMKM: Peran sertifikasi berstandar dalam pasar lokal dan internasional. *Jurnal Manajemen Usaha*, 10(3), 200-215.
6. Hariyanto, R. (2020). Media sosial sebagai alat pemasaran: Membangun brand awareness untuk UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 8(1), 77-90.
7. Mardiana, A. (2021). Pelatihan kewirausahaan dan dampaknya terhadap motivasi pengusaha lokal. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(2), 89-102.
8. Nugroho, B. (2021). Strategi pemasaran digital dan peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(4), 150-165.
9. Prasetyo, E. (2019). Inovasi produk dan proses bisnis UMKM: Peran teknologi informasi. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 11(1), 34-49.
10. Rahayu, L. (2019). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha: Rasa kepemilikan dan tanggung jawab. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 125-138.
11. Sukirno, T. (2020). Pelatihan dan pendidikan wirausaha: Meningkatkan kinerja usaha UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 89-102.
12. Susanto, M. (2020). Program pemberdayaan berbasis komunitas dan peningkatan keterampilan pengusaha. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 55-70.
13. Setiawan, H., Firdaus, F. A., Ariyanto, H., & Nantia, R. (2020). Pendidikan Kesehatan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Pondok Pesantren. *Madaniya*, 1(3), 118–125. Retrieved from <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents>
14. Setiawan, H., Suhandi, S., Rosliati, E., Firmansyah, A., & Fitriani, A. (2018). Promosi Kesehatan Pencegahan Hipertensi Sejak Dini. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 41–45. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v1i2.328>
15. Utami, R. (2020). Kolaborasi UMKM dengan lembaga pendidikan tinggi: Meningkatkan kapasitas dan inovasi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan*, 9(3), 145-158.
16. Widiastuti, A., & Pramono, B. (2021). Efektivitas media sosial dalam pemasaran produk UMKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 67-80.
17. Zainuddin, H. (2022). E-commerce dan akses pasar bagi UMKM di wilayah terpencil. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 22-35.