

PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK UMKM TAS ANYAM DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Viviana Yuni Tami¹, Said Abadi²
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
vivitami.28@gmail.com, abadi@iainponorogo.ac.id

Abstrak

Tujuan dari kegiatan KPM-DDR ini sebagai bentuk kepedulian terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dilaksanakan kurang lebih selama 3 minggu. Objek penelitian adalah Home Industri Tas Anyaman yang terletak di Dusun Bogem, Sampung Ponorogo yang tergolong masih baru merintis namun memiliki potensi besar untuk berkembang. Pandemi Covid-19 ternyata menjadi hambatan bagi UMKM. Adanya pembatasan sosial di semua wilayah, juga menjadi problematika yang terjadi di tengah masyarakat mengenai turunnya pendapatan masyarakat di saat pandemi Covid-19. Maka pendampingan manajemen pemasaran produk UMKM untuk bagaimana mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis melakukan pengabdian pada masyarakat melalui kegiatan KPM DDR (Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah) edisi Covid-19. Kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan metode Pendekatan Asset Based Community-Driven Development (ABCD). Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan melalui manajemen pemasaran produk mampu mendorong pelaku usaha tas anyam ini untuk mempertahankan usahanya di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo.

Kata kunci: UMKM, Masyarakat, Pemasaran, Covid-19

Abstract

The purpose of this KPM-DDR activity is as a form of concern for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), which is carried out for approximately 3 weeks. The object of research is the Home Industry of Woven Bags located in Bogem Hamlet, Sampung Ponorogo which is still relatively new to pioneering. The problem that hinders activities for MSMEs is the Covid-19 pandemic with social contacts in all regions, as well as problems that occur in the community regarding the decline in people's income during the Covid-19 pandemic. This has made service implementers, researchers provide assistance in the marketing management of MSME products and also how to maintain business in the midst of the Covid-19 pandemic. Based on this explanation, the author carried out community service through the Covid-19 edition of KPM DDR (Online Community Service Lectures from Home). Activities carried out using the Asset Based Community-Driven Development (ABCD) approach. The results of this activity indicate that this activity can encourage businesses to maintain business and as a step to restart the economy of the Bag Weaving SMEs in Sampung Village, Sampung District, Ponorogo Regency.

Keywords: MSMEs, Society, Marketing, Covid-19

PENDAHULUAN

Kecamatan Sampung merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara geografis di paling barat berbatasan langsung dengan

Kabupaten Wonogiri Jawa Tengah, sebelah timur Kecamatan Sukorejo, sebelah utara dengan Kabupaten Magetan dan sebelah selatan dengan Kecamatan Badegan, Kecamatan Jambon dan Kecamatan Kauman. Kecamatan Sampung ini berjarak kurang lebih sekitar 23 kilometer dari ibu kota Kabupaten Ponorogo ke arah barat laut. Dengan pusat pemerintahannya berada di desa Sampung. Kecamatan Sampung memiliki luas wilayah 80,61 km² dengan total penduduk 35.200 jiwa yang terdiri dari 12 desa. Di Kecamatan ini terdapat sebuah situs purbakala sangat terkenal yaitu Gua Lawa yang merupakan situs ditemukannya beberapa fosil hewan dan manusia purbakala.

Kecamatan Sampung adalah salah satu Kecamatan di Ponorogo yang memiliki banyak industri UMKM salah satunya adalah pengrajin tas anyam yang terletak di Bogem Desa Sampung, Kecamatan Sampung. Tas anyaman plastik sebagai salah satu produk lokal yang sudah dikenal dikalangan masyarakat luas terutama di kalangan ibu-ibu yang dijadikan ciri khas saat akan berbelanja ke pasar. Adapun makna anyaman berdasarkan kata dasarnya “anyam” yang memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda. Sehingga anyaman dapat sebagai pernyataan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata anyaman berarti hasil anyaman. Adapun arti lainnya yaitu barang yang dianyam. Kerajinan tas anyaman plastik merupakan suatu kreatifitas masyarakat yang bisa menjadi peluang bisnis dan juga dapat dijadikan sebagai mata pencarian. Kerajinan ini berbahan dasar dari bahan plastik jenis kaca dan jali-jali dengan beragam ukuran. Tas anyaman plastik ini dinilai kuat meski harganya terbilang murah.

Di Bogem Sampung salah satu terdapat home industri tas anyaman plastik yang mulai berdiri sekitar pertengahan pandemi covid-19 tahun lalu. Pemilik usaha ini bernama Pak Agus dan Bu Siti istri. Usaha ini berdiri alih-alih sebab usaha pak Agus yang sebelumnya terhenti karna adanya pandemi dan mendapat tawaran dari temannya sehingga dengan keadaan tersebut membuat pak Agus memilih untuk beralih profesi ke usaha tas ini. Dengan modal dan peralatan yang seadannya juga kurangnya ketrampilan dalam membuat namun beliau terus menekuni usaha tas anyaman plastik ini. “Sebenarnya usaha tas anyaman omsetnya sangat menjanjikan namun untuk saat ini kalo dibilang bisa mencukupi masih belum bisa karna keterbatasan pengalaman cara membuatnya”, kata pak Agus.

Tas anyam merupakan salah satu UMKM yang memiliki banyak potensi usaha yang mampu bersaing pada pasar domestik maupun mancanegara. Dari kerajinan tersebut pengrajin dapat menjualnya ke berbagai masyarakat dan dapat memperoleh penghasilan untuk membantu kehidupan

mereka. Namun sejak adanya pandemi Covid-19, pemasaran produk mengalami penurunan karena tersendatnya proses distribusi pengiriman produk yang tidak dilakukan berjalan normal. Dalam hal ini perlu disusun strategi manajemen pemasaran yang dapat memulihkan kondisi penjualan produk para pengrajin UMKM tas anyam demi mempertahankan eksistensinya di dunia industri.

Era globalisasi saat ini menuntut UMKM memiliki pilihan untuk menanggung segala rintangan, terutama persaingan yang tinggi. Memperluas pengembangan produk dan jasa, menciptakan SDM dan teknologi serta perluasan area pemasaran merupakan bagian dari langkah yang harus dilakukan oleh UMKM. Pada tahun 2020, pada pertengahan bulan Maret, Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami pandemi COVID-19 dimana pada saat itu kebijakan pembatasan sosial diberlakukan oleh pemerintah. Dengan terbatasnya ruang gerak manusia terutama kegiatan diluar ruangan, tentunya mempengaruhi perkembangan ekonomi. UMKM menjadi salah satu sektor ekonomi yang mengalami penurunan omzet dan banyak diantara mereka yang terpaksa menghentikan proses produksi karena terhambatnya penyebaran barang-barang mereka.

Sebagaimana diketahui, UMKM merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah mampu memberikan kontribusi penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia untuk itu pemberdayaan UMKM perlu dilakukan dengan serius. Keterbatasan UMKM dalam mendapatkan informasi dan jangkauan pasar, jaringan tenaga kerja, serta akses lokasi strategis untuk usaha. Wabah COVID-19 yang melanda dunia, mengakibatkan beberapa sektor industri termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Ponorogo juga mengalami dampak penurunan tingkat transaksi sehingga keuntungan yang diperoleh hanya sekitar 7% dalam multi bulan. Kondisi ini memerlukan penentuan strategi pemasaran melalui identifikasi faktor internal dan eksternal. Untuk menentukan strategi pemasaran perlu didasarkan atas pengamatan lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan pada perusahaan, serta analisis kesempatan atau peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dari lingkungannya. Strategi Pemasaran dapat mengubah fokus pemasaran dari pelanggan (konsumen) atau produk ke pelanggan, faktor lingkungan eksternal yang lebih luas dalam hal kompetisi (persaingan), kebijakan dan peraturan pemerintah termasuk ekonomi makro dan mikro, sosial budaya, demografi, hukum, politik dan teknologi.

Konsep pemberdayaan mencakup pengertian pembangunan masyarakat dan pembangunan yang bertumpu pada pembangunan masyarakat. Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya meningkatkan kemampuan individu atau kelompok sehingga mereka dapat menyelesaikan kewajiban

dan kewenangannya sebagaimana melakukan tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh tim pengabdian umumnya akan melakukan kegiatan pendampingan kepada UMKM dalam pengelolaan usaha baik dibidang produksi, promosi, dan keuangan. Hal ini dilakukan dalam upaya mengembangkan pola pikir pelaku usaha agar menjadi visioner mandiri yang mengetahui tentang cara-cara berbisnis dan mengelola usaha yang dapat menghasilkan keuntungan baik bagi diri sendiri maupun masyarakat sekitar. Melalui kegiatan pemberdayaan ekonomi, masyarakat memperoleh keterampilan dan informasi yang berharga untuk meningkatkan perekonomian masyarakat nantinya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis akhirnya memutuskan untuk melakukan pendampingan kepada pengrajin tas anyam di Bogem Desa Sampung. Pendampingan tersebut sebagai langkah mempertahankan dan mendukung pengembangan usaha tas anyam supaya terus maju dan tidak menutup kemungkinan juga dapat merubah kehidupan ekonomi para pelaku UMKM yakni pengrajin tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo.

METODE

Asset Based Community Development (ABCD)

Salah satu metode untuk merubah kondisi lingkungan masyarakat yang sesuai dengan harapan dengan memberikan pelatihan kreatifitas melalui pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang memprioritaskan pemanfaatan aset dan juga potensi yang dimiliki oleh komunitas masyarakat. Komunitas masyarakat dalam hal ini yaitu pemilik usaha tas anyam dan juga masyarakat sekitar. Home industri tas anyam merupakan aset yang berharga bagi UMKM di desa yang dapat bertahan dan dikembangkan. Pengelolaan tas anyam yang baik, serta sumber daya manusia yang unggul merupakan potensi besar dalam mempertahankan sebuah usaha.

Tas anyam di Bogem Sampung ini mempunyai beberapa potensi lain di antaranya : *Pertama*, memiliki berbagai macam model sebagai pilihan; *Kedua*, harga dan bahan yang masih cukup terjangkau; *Ketiga*, dapat dipakai semua kalangan baik anak muda ataupun usia lanjut sehingga bisa digunakan untuk berfungsi. Di antara kelebihan tersebut sebagai industri yang terbilang masih baru berdiri terdapat pula beberapa kelemahan yaitu: *Pertama*, kurangnya ketrampilan yang belum profesional untuk membuat berbagai model; *Kedua*, tata kelola manajemen pemasaran produk yang belum tertata.

Berdasarkan, observasi awal tersebut peneliti akhirnya memutuskan untuk mengadakan pendampingan manajemen pemasaran produk tas anyam untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi serta mengurangi beberapa aspek kelemahan yang terhambat.

Teknik-Teknik Pendampingan

Metode dan alat untuk memobilisasi aset pemberdayaan masyarakat melalui *Asset Based Community Development* (ABCD), antara lain:

a. Penemuan Apresiatif (*Appreciative Inquiry*)

Appreciative Inquiry (AI) merupakan cara yang dinilai positif untuk melakukan perubahan dalam organisasi berdasarkan asumsi sederhana yaitu “maka setiap organisasi memiliki sesuatu yang dapat bekerja dengan baik, sesuatu yang menjadikan organisasi hidup efektif dan berhasil, serta menghubungkan organisasi tersebut dengan komunitas dan stakeholdernya dengan cara sehat”. Penemuan Apresiatif tidak menganalisis akar masalah dan solusinya namun lebih konsen terhadap cara memperbanyak hal-hal positif pada organisasi. Proses AI mempunyai 4 tahap antara lain *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny* yang sering disebut model atau siklus 4-D

b. Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)

Pemetaan aset komunitas adalah pendekatan atau cara untuk memperluas penerimaan terhadap informasi terdekat. *Community mapping* ini merupakan visualisasi pengetahuan dan wawasan berbasis masyarakat yang memberi informasi dan pembukaan level untuk semua anggota masyarakat untuk mengambil bagian selama waktu yang dihabiskan yang memengaruhi keadaan dan kehidupan mereka. Salah satu unsur dari *community mapping* ini adalah meningkatkan dan membangun asosiasi publik dalam perencanaan dan peningkatan informasi dan batasan wilayah lokal tentang jaringan lokal.

c. Pemetaan asosiasi dan Institusi

Asosiasi merupakan interaksi komunikasi yang melandasi tatanan kemapanan sosial yang dibingkai atas dasar memenuhi variabel-variabel yang menyertainya:

1. Perhatian pada kondisi serupa
2. Adanya hubungan sosial
3. Arah ke tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

d. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Metode atau alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemetaan *individual asset* antara lain kuisisioner, *interview* dan *focus group discussion* (FGD). Keuntungan dari Pemetaan *Individual Asset* antara lain:

1. Membantu membangun kemapanan untuk melibatkan daerah setempat dan memiliki ketabahan yang tinggi secara lokal.
 2. Membantu membangun hubungan baik dengan warga setempat.
 3. Membantu kelompok masyarakat dengan mengenali kemampuan dan bakat mereka sendiri.
- e. Sirkulasi Keuangan (*Leacky Bucket*)

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) adalah melalui *Leacky Bucket*. *Leaky bucket* atau biasa dikenal dengan wadah bocor atau ember bocor adalah salah satu pendekatan untuk memudahkan daerah setempat, daerah setempat dan penduduk untuk melihat, membedakan dan menyelidiki berbagai jenis tindakan atau pergantian dan masuknya ekonomi lokal komunitas/warga. Lebih singkatnya, *leaky bucket* adalah alat yang berguna untuk memudahkan warga atau komunitas untuk melihat berbagai perputaran asset ekonomi terdekat yang mereka miliki.

- f. Skala Prioritas (*Low Bunging Fruit*)

Setelah masyarakat mengetahui kapasitas, kualitas dan peluang terpendamnya dengan menggali informasi dengan santun, merencanakan sumber daya, penelusuran wilayah, merencanakan perkumpulan atau organisasi dan mereka telah membangun mimpi indah maka tahap selanjutnya, adalah bagaimana mereka dapat melakukan setiap mimpi di atas, karena kendala dan keterbatasan tidak mungkin semua mimpi mereka bisa diwujudkan.

Langkah-Langkah Pendampingan

Berikut merupakan tahapan yang diterapkan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan metode *Asset Based Community Development* (ABCD), antara lain:

1. Inkulturasi, merupakan proses pengenalan dan pendekatan. Pada tahap ini, yang dilakukan pengenalan terhadap tokoh masyarakat dan pendekatan terhadap pemilik usaha. Sehingga ke depannya dapat dengan mudah untuk melakukan tahap selanjutnya.
Pada hari Senin, 5 Juli 2021 peserta kpm-DDR berkunjung di Kantor Desa Sampung untuk meminta izin melaksanakan pengabdian masyarakat, perkenalan kepada kepala desa, dan penggalian aset yang ada di Desa Sampung.
2. *Discovery*, merupakan tahap pengungkapan informasi yang tersusun sebagai program kerja dan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan kedepannya. Kemudian, dilaporkan kepada kepala desa dengan tujuan agar pihak desa mengetahui program kerja yang akan dilaksanakan di Desa Sampung.

3. *Design*, adalah tahap untuk mengungkap peluang dan mengidentifikasinya. Setelah mengetahui peluang masyarakat diharapkan menyusun program kerja yang ditemukan pada tahap discovery. Kemudian, peserta KPM-DDR mengambil aset *Home Industri Tas Anyam* sebagai tempat pengabdian.
4. *Define*, adalah tahap kerja sama yang mendukung program kerja yang telah disusun untuk direalisasikan. Setelah, melalui tahap identifikasi kemudian berkunjung ke *Home Industri Tas Anyam* untuk melaksanakan kerja sama pengabdian masyarakat.
5. *Reflection*, merupakan langkah evaluasi dan tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di *Home Industri Tas Anyam*, ikut serta mengabdikan di lingkungan masyarakat dan di UMKM di Bogem Sampung.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian

Tahap pertama yang dilakukan peneliti, sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian dengan melakukan observasi awal di *Home Industri Tas Anyam* di Lingkungan Dusun Bogem dengan melihat kondisi riil aktifitas industri milik Bapak Agus dan Bu Siti tersebut. Tas anyam ini memiliki banyak potensi seperti: berbagai macam model tas, harga dan bahan yang terjangkau, dan bisa dipakai untuk semua kalangan baik muda maupun lanjut. Dari data yang diperoleh dan dengan berbagai pertimbangan, maka tim memutuskan skala prioritas yang merupakan aset utama yang dimiliki oleh *Home Industri Tas Anyam*. Tim peserta KPM-DDR memutuskan untuk memberi pendampingan manajemen pemasaran produk tas anyam khususnya dalam mempertahankan usaha dengan memberikan tips-tips mempertahankan usaha. Agar usaha tetap bisa bertahan ditengah pandemi Covid-19.

Gambaran Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi empat macam, yakni *assesment*, ikut serta dalam kegiatan inti di tas anyam dan evaluasi pasca kegiatan. Pada bab ini akan dideskripsikan kegiatan inti pendampingan manajemen pemasaran produk pada industri tas anyam di Bogem Desa Sampung.

Assesment lapangan dilakukan pada tanggal 26 Juli 2021. Dari hasil *assesment* diperoleh gambaran informasi mengenai pemilik usaha, strategi dan memberikan usulan program untuk dapat mengurangi segala hambatan yang dapat menghambat pemasaran dan keberadaan UMKM tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo di masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Permasalahan tersebut dapat diminimalisir dengan menciptakan seni kreativitas

para pengrajin yang selama ini masih kurang mendapat perhatian. Dengan adanya kreatifitas dan inovasi mampu mempengaruhi keberlangsungan suatu industri dan sangat berpeluang untuk meningkatkan nilai jual suatu produk. Selanjutnya peneliti melakukan konsultasi penjadwalan dengan pemilik usaha untuk melakukan kegiatan pendampingan.

Peserta KPM-DDR dalam menjalankan pengabdian masyarakat dengan terjun langsung di industri tas anyam. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan metode pendekatan untuk membangun keterbukaan, dukungan dan keterlibatan masyarakat di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Kedekatan yang terjalin antara pelaku pengabdian dengan kelompok masyarakat di Desa tersebut akan sangat mendukung proses pengabdian sekaligus hasil pengabdian yang disusun dalam hal perencanaan, pelaksanaan, pendampingan serta monitoring program pemberdayaan masyarakat. Pendekatan dilakukan dengan cara melakukan dialog secara terbuka melalui observasi dan wawancara terkait kondisi usaha pelaku UMKM pengrajin tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Harapan peserta KPM-DDR, pemilik usaha dapat menerima dengan senang hati ketika dihadiri peserta KPM-DDR

Keikutsertaan peserta KPM-DDR dalam evaluasi pasca kegiatan dimulai pada hari senin 26 Juli 2021. Kegiatan selama pendampingan diterima baik oleh pemilik usaha dan menerapkan tips mempertahankan usaha yang dibuat oleh peserta KPM-DDR.

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dimulai sejak diterimanya persetujuan izin pengabdian dari pihak desa yang bersangkutan. Persetujuan izin ini lantas menjadi peluang yang kuat bagi peneliti untuk lebih mengolah aset yang ada di Bogem Desa Sampung. Setelah mendapat izin dari pihak desa, maka langkah selanjutnya mencari informasi dengan tokoh masyarakat yang bersangkutan dan mendatangi UMKM yang ada disekitar desa tersebut untuk meminta izin dan menjelaskan terkait keegiatan yang akan dilakukan disana. Pemilik usaha menerima setiap program kerja yang peserta ajukan dan memberi arahan dengan sabar agar kegiatan tetap berjalan meski ditegah pandemi Covid-19.

Dari beberapa aset yang ada, peneliti memilih *Home Industri Tas Anyam* sebagai salah satu aset desa yang perlu dikembangkan lagi. Pemahaman tentang manajemen pemasaran yang baik dalam mempertahankan usaha harus diperkuat dengan sebuah usaha untuk memberikan aspek penting dalam usaha. Setidaknya ada 2 faktor pendukung secara eksternal juga internal. Faktor eksternal yaitu respon positif dari masyarakat terhadap adanya industri tas anyam di lingkungan

sekitar Dusun Bogem Sampung. Kedua, faktor internal yaitu proses produksi masih dilakukan dengan cara sederhana, kesungguhan pemilik usaha dalam upaya mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Aset manajemen pemasaran tas anyam yang masih belum dikelola secara baik, bisa dikatakan “seadanya” atau masih belum memiliki tatanan yang pasti, bagaimana tata kelola usaha dan strategi pemasaran yang benar, proses pembuatan produk hingga terkait permasalahan-permasalahan dalam pengembangan usaha di masa pandemi Covid-19. Melihat kondisi ini menjadi pertimbangan untuk mencari cara yang tepat dalam melakukan upaya untuk mempertahankan usaha tas anyam di lingkungan Bogem Sampung dengan mengadakan Pengabdian Masyarakat: Pendampingan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Tas Anyam di Bogem Desa Sampung Ponorogo.

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian selanjutnya secara garis besar dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut, meliputi :

1. Keberhasilan target peserta pendampingan

Target peserta pendampingan yaitu 5 orang yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan masyarakat sekitar. Dalam pelaksanaan kegiatan yang hadir hanya 3 orang saja. Dengan demikian keberhasilan target jumlah peserta pendampingan dapat dinilai baik, karena 80% peserta yang ikut dalam kegiatan pendampingan. Kendala dalam pendampingan ini, adanya PPKM level 3 sehingga peserta terbatas. Bahkan kegiatan penyuluhan di masa pandemi Covid-19 ini juga dilakukan secara online, dimana kegiatan dilakukan dengan pelaku usaha dengan menggunakan *Whatsapp group*.

2. Ketercapaian tujuan pendampingan

Tujuan pendampingan ini adalah membekali pemilik usaha dan juga masyarakat sekitar terhadap pentingnya pengetahuan manajemen pemasaran untuk mempertahankan usaha terlebih ditengah masa pandemi Covid-19 dalam sebuah usaha. Materi yang telah direncanakan, antara lain: manajemen pemasaran produk usaha, tips mempertahankan usaha.

Adapun tips mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19 yang diberikan oleh peneliti kepada pelaku usaha tas anyam, di antaranya :

a. Memeriksa Laporan Keuangan

Hal ini harus dilakukan setiap pemilik usaha paling tidak satu bulan sekali untuk mengetahui berapa besar laba yang didapat dan kerugian yang terjadi dalam satu bulannya.

Selain itu pentingnya memeriksa laporan keuangan yaitu untuk mengetahui apakah ada dana darurat dan menghitung berapa lama dana tersebut dapat digunakan untuk bertahan.

b. Menganalisis Kebutuhan Konsumen

Maksudnya menganalisis trend model apa yang saat ini sering dicari oleh masyarakat dan kemudian beralih sementara ataupun mengikuti semua model untuk menentukan produk baru yang lebih maju dipasaran.

c. Memaksimalkan Layanan

Dengan memberikan layanan yang baik sebagai upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumen. Hal ini merupakan kesan pertama pada pelayanan yang sangat penting sekali sebab ini menjadi sebuah penentu apakah konsumen akan kembali atau tidak. Saat konsumen diberikan pelayanan yang baik, diberikan rasa aman dan kenyamanan bukan tidak mungkin bahwa konsumen akan terkesan dan berencana untuk membeli kembali produk yang ditawarkan.

d. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Mempertahankan konsumen merupakan salah satu cara untuk mempertahankan bisnis yang dijalani di masa pandemi saat ini. Tidak ada pandemi pun cara ini sudah banyak yang membuktikan dan dapat mengurangi biaya pengeluaran. Sebab jika terus menerus mentarget konsumen baru, tentu anggaran pemasaran bisa naik. Hal itu tentu akan ada banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk menarik konsumen baru. Contohnya : Biaya iklan, biaya promosi dan lain sebagainya.

e. Memperhatikan Standar dan Kualitas Produk

Standar dan kualitas produk perlu diperhatikan sebagai tips mempertahankan bisnis mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengecekan produk, hingga packing agar tetap steril dan aman dengan standar produk dan kesehatan sebelum dikirimkan kepada konsumen.

f. Memanfaatkan Media Online

Karena pandemi covid-19 ini maka sebagian pelaku usaha harus pintar-pintar memanfaatkan peluang dengan membuat semenarik dan sekreatif mungkin akun bisnis untuk promosi agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Sebab kini masyarakat lebih sering berbelanja online berhubung juga dengan adanya pembatasan kegiatan diluar rumah agar tidak terjadi kerumunan.

Ke semua materi penyuluhan telah disampaikan kepada peserta dengan baik sesuai dengan rencana dengan jadwal dan alokasi waktu yang maksimal.

3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Waktu pelaksanaan pendampingan relatif singkat karna terkendala pemilik usaha terserang sakit, akan tetapi materi yang diberikan sudah sesuai dengan durasi waktu dan standar kegiatan pada masa pandemi Covid-19. Adanya kendala tersebut peserta tidak diam saja namun mengalihkan pelatihan dengan menggunakan media *grub whatsapp*. Dalam pelaksanaan pendampingan, materi diberikan secara garis besar dengan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta. Secara umum pendampingan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya sebuah manajemen pemasaran.

Evaluasi dari proses pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan telah dilakukan dan dapat di lihat dari respon pemilik usaha dan tanya jawab pada tiap pertemuan. Dari hasil evaluasi terhadap pendampingan diketahui bahwa pemahaman pemilik usaha dan peserta lain bervariasi dari kategori kurang, cukup, dan baik.

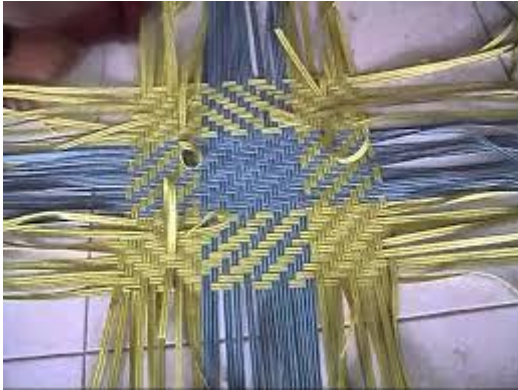
Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dievaluasi untuk mengetahui seberapa keberhasilan dalam pendampingan pemilik usaha yang dapat ditinjau dari tingkat kepuasan terhadap kegiatan pendampingan. Kepuasan tersebut ditinjau dari segi narasumber, dan fasilitas kegiatan. Hal tersebut diperlukan guna meningkatkan kegiatan-kegiatan pengabdian yang sejenis. Kepuasan pemilik usaha dapat dilihat setelah mengikuti kegiatan pelatihan melalui proses wawancara dan tanya jawab yang dilakukan pada tiap akhir kegiatan.

Pendampingan pemasaran produk UMKM tas anyam sebagai langkah untuk memulihkan kembali perekonomian pelaku UMKM tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Di lain hal tersebut, pemilik usaha dengan senang hati memberi tahu cara pembuatan juga alat dan bahan apa saja yang diperlukan untuk pembuatan tas anyam. Adapun alat dan bahan yang digunakan untuk membuat tas anyam dan cara pembuatannya yaitu sebagai berikut :

1. Alat dan Bahan
 - a. Bahan plastik kaca mambo atau bahan jali-jali
 - b. Cetakan dari kayu (sesuai ukuran yang diinginkan)
 - c. Gunting
 - d. Pita ukur

- e. Pemotong kuku
2. Cara pembuatan
 - a. Ambil bahan pilih ukuran yang sesuai dengan dimensi tas yang akan dibuat.
 - b. Potong bahan anyaman sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan.
Untuk jumlah nya mengikuti besar kecilnya tas yang diinginkan
 - c. Membuat rancangan permulaan tas dengan alur tumpang tindih



- d. Kemudian rancangan tas dimasukkan ke cetakan kayu
- e. Selanjutnya rancangan tas di anyam dan dipotong bagian yang masih panjang.
- f. Rapikan tas yang masih terlihat ada yang renggang mengguakan pemotong kuku.
- g. Setelah itu tas diberi gantungan tas dan dihias sesuai permintaan.



Hasil evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pendampingan menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari respon pemilik yang berminat tempatnya dijadikan untuk pengabdian peserta KPM-DDR. Materi yang disampaikan berupa materi yang singkat dan sederhana yang mudah dipahami pemilik usaha. Dari tanggapan pemilik usaha secara langsung terhadap kegiatan yang diberikan memberi manfaat yang besar, antara lain : meningkatkan pengetahuan

tentang manajemen pemasaran produk dan memberi pemahaman bagi mana cara mempertahankan sebuah usaha ditengah pandemi Covid-19.

Berdasarkan pembahasan kegiatan pendampingan tersebut, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian berjudul “Pendampingan Manajemen Pemasaran Produk Umkm Tas Anyam Dalam Mempertahankan Usaha Di tengah Pandemi Covid-19” dapat dikatakan berhasil dan dinilai baik.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat kegiatan yaitu:

1. Faktor Pendukung

- a. Dukungan dari pemilik usaha terhadap ikut sertanya peserta KPM-DDR untuk mendampingi proses pembuatan, menjelaskan tentang manajemen pemasaran yang benar dan tata cara mempertahankan usaha.
- b. Ketersediaan teman-teman kelompok untuk ikut mendampingi pelatihan.
- c. Antusiasme warga sekitar dengan kedatangan peserta pengabdian masyarakat.

2. Faktor Penghambat

- a. Kendala waktu kehadiran peserta KPM-DDR, yaitu tidak sesuai dengan jadwal yang sudah dibuat.
- b. Pemilik usaha yang terkena musibah sakit sehingga tidak dapat bertemu secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh kondisi UMKM tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo berada pada pertumbuhan dan stabilitas yang membutuhkan strategi pemasaran dan penguatan internal melalui keunggulan bersaing sehingga pengembangan usaha dapat dilakukan. Strategi alternatif yang difokuskan adalah mempertahankan harga produk dan meningkatkan kualitas untuk memperoleh loyalitas konsumen. Hal ini membutuhkan segmentasi dan pembagian pasar dengan kemajuan yang diperluas melalui media online. Promosi yang kuat juga harus didukung dengan promosi dan perbaikan produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pendampingan pelaksanaan kedua strategi pilihan tersebut agar benar-benar berdampak pada UMKM tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo.

Kegiatan pengabdian ini berjalan sebagaimana ketentuan metode pelaksanaan yang sudah direncanakan. Pelaku UMKM tas anyam di Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo semangat untuk menjalankan usulan strategi yang kami ajukan dan yang kami bantu untuk realisasikan. Beberapa strategi tersebut diantaranya, membuat label produk sebagai identitas dan ciri khas produk demi meningkatkan nilai jual produk. Mereka juga merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan pendampingan ini utamanya terkait pemasaran produk yang dilakukan melalui pemanfaatan teknologi digital (marketing digital) berupa media sosial baik itu Instagram, Youtube, dan Facebook sehingga distribusi produk dalam pasar domestik dapat terselamatkan di masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, dkk, Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR), (Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO, 2021)
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Jurnal Prosiding Snatif.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Brand, 2(1).
- Bakhri, S. (2020). Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah). Yogyakarta: K-Media.
- Christopher Dureau, Pembarudan kekuatan local untuk pembangunan, Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, (Agustus 2013),
- Hardilawati, W. Iaura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 10(1).
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian, 4(1), 2019.
- Ife Frank. (2008). Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development, terj. Sastrawan Manulang dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Istianingsih, N., Salim, E., & Defit, S. (2019). Strategi Sustainability UMKM Pisang Sale di Kabupaten Bungo dengan Metode SWOT dan Analytic Hierarchy Process (AHP). In Prosiding Seminar Nasional Riset Information Science (SENARIS) (pp. 110– 118). STIKOM Tunas Bangsa.
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. Strategi Komunikasi Pemasaran, 1(1), 343–347.
- Soetomo, Pembangunan Masyarakat, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 19(1).
- Tim Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Pedoman Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-67, Tematik Posdaya Berbasis Asset Based Communities Development (ABCD), (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2017)
- Nadhir Salahuddin, dkk, Panduan KKN ABCD Uin Sunan Ampel Surabaya, (Surabaya: LP2M UIN SUNAN AMPEL, 2015).
- Wawancara dengan Bapak Agus. Pemilik *Home* Industri Tas Anyam 26 Juli 2021.