

PENDAMPINGAN PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PRODUKSI BAGI KELOMPOK PEREMPUAN ABHISAI TARUS

Aldarine Molidya¹⁾, Nikson Tameno¹⁾, Olivia L. E. Tomasowa¹⁾

¹⁾Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, NTT, Indonesia

Corresponding Author : Olivia L. E. Tomasowa

E-mail: olivia.tomasowa@staf.undana.ac.id

Diterima 29 November 2021, Direvisi 15 Januari 2022, Disetujui 15 Januari 2022

ABSTRAK

Kelompok Perempuan Abhisai terbentuk di tahun 2020, terbentuknya kelompok ini sebagai luaran dari kegiatan PKM yang di adakan oleh Prodi Ekonomi Pembangunan FEB Undana. Kelompok ini beranggotakan kaum perempuan yang berada dalam naungan GMIT Bethesda Tarus. GMIT Bethesda Tarus merupakan salah satu gereja yang melayani di jemaat yang berada di sekitar kelurahan tarus, Air Mata Kabupaten Kupang. Kelompok ini memproduksi minuman herbal instan. Kolompok memiliki kendala dalam proses pemasaran, mereka masih menggunakan cara manual, yaitu dari mulut ke mulut dan lewat akun facebook (media social). Selama melakukan proses produksi ini kelompok menekankan kepada kualitas produk yang dihasilkan. Dalam kegiatan ini menggunakan metode temu usaha dan *public assistance* dengan melibatkan Kelompok Alhisai sebagai mitra PKM. di GMIT Bethesda Tarus dipandang sesuai dengan kebutuhan mitra PKM sebagai PKM lanjutan di tahun 2020. Kegiatan PKM ini bertujuan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada mitra tentang pemasaran secara digital dan meningkatkan pendapatan kelompok Alhisai. Dan tujuan khususnya adalah pengembangan ekonomi lokal dengan terbentuknya Kelompok usaha bersama yang aktif dalam kegiatan ekonomi kecil KUBE. Pelaksanaan PKM memilih pendekatan pendampingan yang lebih partisipatif, dengan melakukan Temu Usaha adapaun materi yang akan diberikan meliputi Penyusunan Laporan keuangan Sederhana, Legalitas Usaha bagi UMKM, Digital Marketing dan Praktek diversifikasi produk. Dalam kegiatan Kelompok Abhisai, menghasilkan satu produk olahan tambahan varian kelompok Abhisai yaitu "*Ginger Candy*" dan Kelompok Abhisai memiliki 1 Toko Digital dengan menggunakan Aplikasi Tokoku, selain itu Kelompok Abhisai menjadi kelompok yang aktif dalam produksi dan pemasaran

Kata Kunci : kelompok alhisai; pemasaran digital; kewirausahaan

ABSTRACT

The Abhisai Women's Group was formed in 2020, the formation of this group as an outcome of the PKM activities held by the Economic Development Study Program FEB Undana. This group consists of women who are under the auspices of GMIT Bethesda Tarus. GMIT Bethesda Tarus is one of the churches that serves the congregations around the Tarus sub-district, Air Mata, Kupang Regency. This group produces instant herbal drinks. The group has problems in the marketing process, they still use the manual method, namely word of mouth and through Facebook (social media) accounts. During the production process, the group emphasizes the quality of the products produced. In this activity, the group uses the business meeting and public assistance method by involving the Alhisai Group as a PKM partner. at GMIT Bethesda Tarus is considered in accordance with the needs of PKM partners as a follow-up PKM in 2020. This PKM activity is aimed at. The purpose of this activity is to provide understanding and knowledge to partners about digital marketing and increase the income of the Alhisai group. And the specific goal is the development of the local economy by forming a joint business group that is active in KUBE small economic activities. The implementation of PKM chooses a more participatory approach to mentoring, by conducting Business Meetings while the material to be provided includes Simple Financial Statement Preparation, Business Legality for MSMEs, Digital Marketing and product diversification practices. In the activities of the Abhisai Group, it produces one additional processed product variant of the Abhisai group, namely "Ginger Candy" and the Abhisai Group has 1 Digital Store using the Tokoku Application, besides that the Abhisai Group is an active group in production and marketing

Keywords : alhisai group; digital marketing; entrepreneurship

PENDAHULUAN

Kelompok Perempuan Abhisai terbentuk di tahun 2020, terbentuknya kelompok ini sebagai luaran dari kegiatan PKM yang di adakan oleh Prodi Ekonomi Pembangunan FEB Undana. Kelompok ini beranggotakan kaum perempuan yang berada dalam naungan GMTI Bethesda Tarus. GMTI Bethesda Tarus merupakan salah satu gereja yang melayani di jemaat yang berada di sekitar kelurahan tarus, Air Mata Kabupaten Kupang.

Sebagian besar mata pencaharian anggota Abhisai ini adalah Petani sayur yang sifatnya hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup saja dan petani sawah dalam hal ini padi. Batasan keluarga miskin dalam kegiatani ini adalah keluarga Pra KS (Pra Sejahtera) yang dicirikan dengan tidak bisa makan dua kali sehari; tidak memiliki pakaian yang cukup untuk berbagai kegiatan; kondisi atap, lantai dan dinding rumah tidak layak; tidak bisa akses ke sarana kesehatan karena keterbatasan biaya; dan anak usia sekolah yang tidak bisa bersekolah karena ketidakmampuan ekonomi.

Kelompok ini memproduksi minuman herbal instan. Kelompok memiliki kendala dalam proses pemasaran, mereka masih menggunakan cara manual, yaitu dari mulut ke mulut dan lewat akun facebook (media sosial). Selama melakukan proses produksi ini kelompok menekankan kepada kualitas produk yang dihasilkan.

Pemberdayaan masyarakat perlu digalakkan untuk meningkatkan ekonomi keluarga pembentukan kelompok masyarakat yang mandiri secara ekonomi berdasarkan kepentingan yang sama akan menciptakan terbiasa solidaritas, kerjasama, musyawarah, rasa aman dan percaya kepada diri sendiri. Melalui kelompok, para anggota akan menyusun program, dan merasakan adanya perkembangan dan kemajuan sebagai hasil kegiatan mereka. Maka tujuan kegiatan ini adalah untuk mengurangi jumlah keluarga miskin (Pra Sejahtera) dan meningkatkan keluarga-keluarga miskin peserta program PKM ini menumbuhkan semangat berwirausaha bagi masyarakat prasejahtera.

Dan tujuan khususnya adalah pengembangan ekonomi lokal dan wilayah adalah dengan terbentuknya kelompok usaha wanita yang mandiri secara ekonomi lokal dan wilayah dengan membentuk Kelompok usaha bersama yang aktif dalam kegiatan ekonomi kecil KUBE. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam hal pengetasan kemiskinan.

Selanjutnya, FEB Universitas Nusa Cendana melalui skim Program Kemitraan

Masyarakat menawarkan sejumlah solusi untuk mengatasinya

METODE

Kegiatan PKM ini pada hari Rabu 15 September 2021, mulai pukul 10.00 WITA – selesai, di Kelurahan Tarus dan Sasaran kegiatan PKM ini Kelompok Abhisai yang bergabung dalam jemaat GMTI Bethesda di Kelurahan Tarus, Air Mata Kabupaten Kupang, dengan jumlah peserta 30 orang.

Dalam pengabdian ini mitra sebagai penyedia bahan baku utama. Selain itu mitra juga sebagai penyedia tenaga kerja dalam proses kegiatan PKM dalam hal ini adalah Kelompok Abhisai. Untuk tempat pelaksanaan PKM disiapkan oleh pihak mitra.

Dalam kegiatan ini menggunakan metode temu usaha dan *public assistance* dengan melibatkan Kelompok Abhisai sebagai mitra PKM. di GMTI Bethesda Tarus dipandang sesuai dengan kebutuhan mitra PKM sebagai PKM lanjutan di tahun 2020. Pelaksanaan PKM mengajak kelompok agar lebih terlatih membaca persoalan mereka mendialogkan bersama dan mencari pemecahannya melalui kelompok yang muaranya dapat meningkatkan pendapatn mereka. Dengan demikian, dalam *public assistance* ini sekaligus dialukan evaluasi dan monitoring sehingga penerapan ipteks lebih terjaga keberhasilannya.

Kegiatan PKM ini bertujuan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada mitra tentang pemasaran secara digital dan meningkatkan pendapatan kelompok Abhisai. Dan tujuan khususnya adalah pengembangan ekonomi lokal dengan terbentuknya Kelompok usaha bersama yang aktif dalam kegiatan ekonomi kecil KUBE. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam hal pengetasan kemiskinan. Dalam PKM ini dilakukan beberapa kegiatan, yaitu :

1. Memberikan penyuluhan tentang kewirausahaan
2. Adanya pemahaman tentang konsep diversifikasi produk, sampai pada tahapan produksi, dan pemasaran
3. Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang manajemen usaha kecil dan pencatatan keuangan sederhana pada usaha kecil
4. Pembentukan KUBE yang produktif.

Jika penguatan ekonomi pada mitra yang semakin baik maka rencana berkelanjutan dari program PKM ini perluasan usaha kecil, dari yang sifatnya sederhana dan manual sekarang lebih kepada manajemen usaha yang baik dan sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM memilih pendekatan pendampingan yang lebih partisipatif, dengan melakukan Temu Usaha adapun materi yang akan diberikan meliputi Penyusunan Laporan keuangan Sederhana, Legalitas Usaha bagi UMKM, Digital Marketing dan Praktek diversifikasi produk.

Di dalam pemaparan materi Penyusunan Laporan keuangan Sederhana dijelaskan juga bagaimana pentingnya ketersediaan laporan keuangan dalam suatu kelompok usaha (UMKM), kelompok juga diberikan pengetahuan tentang bagaimana membentuk suatu legalitas dalam usaha khususnya UMKM. Pada tahun ini Kelompok Abhisai diajarkan Bagaimana Mitra mengolah yaitu memproduksi dan bagaimana cara memasarkan produk yang sudah mereka olah secara Digital dengan menggunakan konsep *Digital Marketing*.

Penyuluhan pembukuan sederhana, legalitas usaha dan digital marketing dimaksudkan agar dapat memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital yang baik bagi anggota kelompok agar dapat mencari peluang pasar yang ada di kota Kupang sehingga produk olahan kelompok Abhisai bisa berkembang dan dapat dikenal oleh masyarakat luas sebagai produk daerah yang dapat dibeli sebagai makanan khas daerah. Dalam kegiatan PKM ini kelompok diajarkan juga bagaimana membuat kemasan yang baik dan menarik sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk mereka monitoring atau evaluasi dilakukan sejak dimulainya kegiatan sampai selesai kegiatan yang dimaksudkan selesai kegiatan disini adalah sampai masyarakat atau kelompok itu bisa melakukan proses produksi dan administrasi dengan baik tingkat pengetahuan dan keterampilan halayak sasaran akan diuji secara tidak resmi pada saat berlangsung dan di akhir kegiatan.



Gambar 1. Penyuluhan PKM
(Sumber : Olivia L. E. Tomasowa, 2021)



Gambar 2. Praktek diversifikasi Produk
(Sumber : Olivia L. E. Tomasowa, 2021)

Dalam kegiatan Kelompok Abhisai, menghasilkan satu produk olahan tambahan varian kelompok Abhisai yaitu "*Ginger Candy*" dan Kelompok Abhisai memiliki 1 Toko Digital dengan menggunakan Aplikasi Tokoku, selain itu Kelompok Abhisai menjadi kelompok yang aktif dalam produksi dan pemasaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan Kegiatan PKM ini untuk membantu mengatasi permasalahan yang di hadapi Kelompok Permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini adalah : Belum memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran secara digital, Belum terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Masih lemahnya tentang laporan keuangan.

Dengan adanya penyuluhan tentang Pembukuan Sederhana, Legalitas Usaha dan Digital Marketing dapat menambah wawasan dan pengetahuan peserta (mitra) PKM tentang bagaimana cara membuat usaha yang efektif dan menguntungkan walaupun masih bersifat usaha kecil. Dan saran yang diberikan adalah Perlu adanya kegiatan lanjutan dari PKM ini sebagai media untuk pengawasan, pendampingan dan monitoring.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Kepada Kelompok Abhisai yang berada dalam naungan GMIT Bethesda Tarus yang telah membantu dalam kegiatan ini, dan mahasiswa yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR RUJUKAN

Agustin, N. L., Muchsin, S., & Roni Pindahanto Widodo. (2019). Pemberdayaan Perempuan Melalui Gerakan Pkk Dalam Menangani. *Jurnal Respon Publik*, 13(2), 33–38. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/rpp/article/view/2112/2024>

- Badan Pusat Statistik NTT. (2020). *Laporan Perekonomian Provinsi NTT : Nusa Tenggara Timur*. BPS Provinsi NTT.
- Badan Pusat Statistik NTT. (2020). *Kabupaten Kupang dalam Angka : Kota Kupang*. BPS Kabupaten Kupang.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Nitisusastro, Mulyadi.(2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Alfabetha