

LAPORAN AKHIR
PROGRAM HIBAH PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SKEMA PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)

TAHUN ANGGARAN 2019



PKM SENTRA INDUSTRI ALEN-ALEN KHAS TRENGGALEK
DESA SUMBERGEDONG KABUPATEN TRENGGALEK
PROVINSI JAWA TIMUR

Tahun Ke 1 Dari Rencana 1 Tahun

TIM PELAKSANA:

Nama ketua

Moh Imron, S.E., M.M. (NIDN. 0710118703)

Nama Anggota

Rizqiyatul Khoiriyah, S.KOM., M.KOM. (NIDN. 0723128803)

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS GAJAYANA
DESEMBER, 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PKM Sentra Industri Alen-Alen Khas Trenggalek - Desa Sumbergedong - Kabupaten Trenggalek Provinsi Jawa Timur

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : MOH IMRON, S.E., M.M.
Perguruan Tinggi : Universitas Gajayana
NIDN : 0710118703
Jabatan Fungsional : Tidak Punya
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 082132882675
Alamat surel (e-mail) : imron@unigamalang.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : RIZQIYATUL KHOIRIYAH S.Kom, M.Kom
NIDN : 0723128803
Perguruan Tinggi : Universitas Gajayana

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 38,100,000
Biaya Keseluruhan : Rp 38,118,070



Mengetahui,
Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Martaleni, S.E., M.M.)
NIP/NIK 0730056501

, 13 - 12 - 2019
Ketua,

(MOH IMRON, S.E., M.M.)
NIP/NIK 0710118703

Menyetujui,
Ketua LPPM Universitas Gajayana



(Dr. Sugeg Mulyono, M.M.)
NIP/NIK 0708106402

RINGKASAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang banyak dikaitkan dengan masalah ekonomi dan sosial, menurut data BPS peranan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia berkontribusi terhadap perekonomian mencapai 61.41 persen dan menyerap jumlah tenaga-tenaga mencapai 97 persen dari total tenaga kerja nasional, Potensi sumberdaya alam yang besar mendorong tumbuh dan berkembang UMKM baru dan Kabupaten Trenggalek bagian selatan dari Provinsi Jawa Timur memiliki potensi sumberdaya alam ubi kayu yang sangat tinggi. Oleh pengrajin ubi kayu diolah menjadi sentra industri alen-alen khas Trenggalek desa Sumbergedong. Dalam sehari pengusaha alen-alen hanya dapat melakukan 1 kali proses produksi dengan jumlah produksi sebesar 7-9 kg hal ini disebabkan oleh keterbatasan tenaga manusia, proses produksi yang masih menggunakan cara tradisional dan membutuhkan waktu yang lama untuk 1 kali proses produksi, saat memasuki musim peak season (lebaran, musim liburan) pengusaha akan sangat kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar, hal ini dapat diselesaikan dengan memberikan sentuhan teknologi dan ilmu pengetahuan. Penambahan mesin lanting ke sentra industri diharapkan dapat menambah kuantitas dan kualitas dari proses produksi, selain itu pengelolaan sumber daya manusia yang baik melalui pelatihan dan pendampingan manajemen sumber daya alam dan tata kelola keuangan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan mamajukan sektor industri kecil ini. Target luaran yang ingin dicapai antara lain: 1) Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN (tahun 1), 2) Publikasi pada media massa online PT (Tahun 1), 3) Peningkatan daya saing usaha, kualitas, kuantitas dan produk, 4) Penerapan Iptek bagi masyarakat, 5. Perbaikan tata nilai masyarakat dalam sektor pendidikan dan status sosial, 6. Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang

Kata kunci: Alen-alen, Sentra Industri, UMKM. Trenggalek

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Analisis Situasi	1
I.2. Permasalahan Mitra	6
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	9
II.1. Solusi	9
II.2. Target Luaran	9
BAB III. METODE PELAKSANAAN	11
III.1. Tahapan Pelaksanaan	11
III.2. Model Kegiatan	12
III.3. Partisipasi Mitra	13
BAB IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	14
IV.1. Kinerja LPPM Satu Tahun Terakhir	14
IV.2. Kualifikasi Tim Pelaksana	14
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	16
V.1. Profil Usaha Mikro Kecil Industri Alen-alen	16
V.2. Deskripsi Pelaksanaan dan Pembahasan	17
1. Survey Pendahuluan	17
2. Penyusunan Modul Pelatihan	19
3. Penyerahan Hibab Peralatan Produktif	19
4. Pelaksanaan Pelatihan	20
5. Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan	22
6. Pendampingan	23
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	32
VI.1 Kesimpulan	32
VI.2 Saran	32
REFERENSI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Target luaran	10
Tabel 2. Nama tim pengusul	15
Tabel 3. Jadwal dan materi pelatihan	21
Tabel 4. Hasil jawaban pelatihan dari mitra PKM	25
Tabel 5. Jadwal kegiatan pendampingan	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar proses pembuatan Alen-alen	4
Gambar 2. Alur model pelaksanaan PKM	13
Gambar 3. Penyerahan hibah peralatan produksi	20
Gambar 4. Pelaksanaan kegiatan pelatihan	24

DAFTAR LAMPIRAN

Modul Sumber Daya Manusia

Modul Akuntansi

Modul Marketing Online

Jurnal ABDIMAS

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Ketika kita mendengar tentang usaha mikro kecil dan menengah, maka asumsi dan pikiran kita adalah sebuah industri kecil yang berkembang dari sebuah produk rumah tangga atau usaha skala kecil yang berkembang dan dapat menyerap tenaga kerja. Jika menelisik sejarah panjang dari usaha kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang banyak dikaitkan dengan masalah ekonomi dan sosial, contohnya di Indonesia pembangunan ekonomi yang lambat sering didasarkan pada strategi pembangunan yang tidak pro-rakyat tetapi lebih bertumpuh pada industri dan perusahaan besar. Berdasarkan data yang dirilis oleh BPS tentang peranan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian mencapai 61.41 persen dan menyerap jumlah tenaga tenaga kerja UMKM setidaknya mencapai hampir 97 persen dari total tenaga kerja nasional dengan Jumlah UMKM telah mencapai 65 juta unit (Prameshella Dkk, 2018).

Sejarah pernah mencatat bagaimana krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998 yang menghancurkan berbagai perusahaan besar hingga mengalami kebangkrutan akan tetapi disisi lain usaha kecil dan menengah masih banyak yang terus bertahan dan eksis sampai saat ini. BPS sempat merilis sebuah fakta yang menarik terjadi setelah krisis ekonomi moneter dimana jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya dan bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sejak krisis moneter sampai tahun 2012 dengan jumlah pengusaha UMKM sebanyak 56.534.592 unit (Suci, 2017).

UMKM memiliki potensi unggulan sehingga dapat bertahan dari berbagai guncangan krisis ekonomi antara lain :

- a. Sebagian besar jenis bahan baku yang digunakan bersifat lokal dan padat karya
- b. Membutuhkan modal yang relatif kecil untuk memulai usaha
- c. Dapat memaksimalkan segala sumberdaya lokal yang ada
- d. Tidak membutuhkan teknologi yang relatif tinggi untuk dilakukan oleh kalangan yang berpendidikan terbatas.

Akan tetapi dari segala potensi yang ada UMKM juga memiliki beberapa kendala dan kendala terbesar yang sering dihadapi oleh industri kecil dan menengah adalah sektor permodalan, kebijakan pemerintah dan kompetensi sumber daya manusia. Dari data tahun 2017, total pembiayaan yang diberikan kepada UMKM sebesar 14,3 juta rekening, yang artinya hanya 76% dari seluruh UKM yang tercatat di Bank BI dan Ikatan Akuntan Indonesia

yang mendapatkan akses permodalan dari bank (Firdaus Dkk, 2018). Kemacetan pembiayaan permodalan banyak disebabkan karena UMKM tidak mampu melengkapi segala data dan informasi laporan keuangan sesuai standar yang diberlakukan oleh pihak perbankan (Bank Indonesia, 2015).

Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan pengembangan sektor UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif para pelaku dunia usaha diharapkan dapat ikut mewujudkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri sehingga para pelaku ekonomi tersebut dapat mengambil perannya dalam perekonomian nasional untuk meningkatkan daya saing pengusaha nasional di pasar dunia (Abdul Rosyid, 2014). Perpanjangan tangan pemerintah melalui Departemen Koperasi yang bertugas untuk mengatur segala bentuk pergerakan dan perkembangan kemajuan dari usaha mikro, kecil dan menengah, dalam hal ini Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Bappenas, BUMN yang merupakan institusi keuangan baik bank maupun non bank diharapkan dapat mewujudkan kebijakan diatas.

Peningkatan kualitas SDM dalam hal ini dapat diberikan melalui pelatihan dasar, pelatihan karakter dan pelatihan lanjutan dengan ikut melibatkan unsur pendidik, peningkatan kualitas kompetensi SDM dalam hal ini adalah pengetahuan (knowledge), ketrampilan (soft skill), sikap (ability) dan kemampuan (attitude) dalam berwirausaha. Keterlibatan dunia pendidikan dalam dapat digunakan dalam membantu pihak pelaku usaha dalam meningkatkan produktivitas perusahaan industri kecil.

Kabupaten Trenggalek sebagai salah satu daerah yang berkontur pegunungan dan terletak dibagian selatan dari Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki ratusan lebih pelaku UMKM yang tersebar di beberapa kecamatan ataupun desa yang membentuk sebuah sentra industri dengan berbagai macam aneka produk komoditas. UMKM di Kabupaten Trenggalek telah menyumbang lebih dari 70% jumlah PDRB pada 3 tahun terakhir (BPS, 2017).

Banyaknya jumlah produksi ubi kayu di Kabupaten Trenggalek membuka peluang baru munculnya industri kecil dalam mengolah ubi kayu menjadi berbagai produk seperti bahan olahan makanan (tepung tapioka) maupun produk jadi seperti makanan (tiwul instan). Rata-rata jumlah hasil pertanian ubi kayu di Kabupaten Trenggalek mencapai 23,123 ton/ha dalam 5 tahun terakhir dan dapat dikatakan ideal. Ubi kayu yang telah diolah dapat menambah daya simpan dan menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi dibanding ubi kayu yang masih segar. Kandungan gizi pada ubi kayu sangatlah tinggi diantaranya adalah protein, kalori, zat besi, karbohidrat, lemak, kalsium, fosfor, vit A, vit B1, vit C, dan air (Rukmana,1997)

Salah satu usaha olahan makanan yang berasal dari ubi kayu yang cukup terkenal dan sering menjadi buah tangan khas Kabupaten Trenggalek adalah alen-alen. Alen-alen adalah

makanan ringan yang berbahan dasar ubi kayu yang dialuskan menjadi tepung tapioka dan campuran bahan bumbu masak lainnya yang memiliki cita rasa yang renyah dan gurih. Pelaku UMKM alen-alen di daerah Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek memiliki berbagai macam aneka rasa.

Alen-alen adalah makanan khas Trenggalek yang berbentuk seperti cincin kecil-kecil yang mudah didapatkan di beberapa toko oleh-oleh atau di pasar. Bahan-bahan untuk membuat alen-alen adalah ubi kayu, tepung tapioka, bawang putih, garam, kunyit, dan ketumbar. Adapun langkah-langkah dalam membuat alen-alen sebagai berikut:

1. Memarut ubi kayu yang kemudian akan diperas, hasil air perasan akan di endapkan selama 2-3 jam.
2. Menghaluskan bumbu campuran seperti: ketumbar, bawang putih, kunyit, dan garam.
3. Mencampur ubi kayu, tepung tapioka yang telah diendapkan, serta bumbu yang telah dihaluskan.
4. Hasil campuran bahan akan di kukus selama 3-5 menit.
5. Hasil adonan yang telah dikukus diangkat yang kemudian diuleni sampai menggumpal.
6. Menggiling adonan menggunakan mesin hingga adonan membentuk seperti mie agar mudah untuk dibentuk.
7. Membentuk adonan menjadi cincin kecil-kecil dengan menggunakan tangan.
8. Menggoreng dengan minyak setengah panas dengan menggunakan api kecil. Apabila sudah setengah matang, alen-alen diangkat dan membiarkannya selama kurang lebih 5 menit, setelah itu memanaskan kembali minyak lalu menggorengnya menggunakan api sedang sampai alen-alen benar-benar kering.
9. Mengangkat dan meniriskan alen-alen yang sudah matang.
10. Mendinginkannya hingga dingin kemudian mengemasnya kedalam plastik kemasan untuk dipasarkan ke toko langganan.

Adapun gambar proses produksi dan hasil produksi sebagai berikut:



Bahan Baku Siap Untuk di Proses Pencetakan



Hasil Proses Produksi

Gambar 1. Kumpulan Gambar Proses Pembuatan Alen-alen

Selain membuat alen-alen para pengrajin ubi kayu juga membuat makanan (tiwul instan) sebagai salah satu produk unggulan untuk memanfaatkan hasil panen ubi kayu yang sangat besar di Kabupaten Trenggalek, harga dan pangsa pasar yang besar juga dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk memanfaatkan hasil panen ubi kayu yang melimpah setiap tahunnya sehingga dapat memajukan usaha dari para pengusaha kecil industri kreatif, meningkatkan perekonomian masyarakat dan menambah jumlah PDRB Kabupaten Trenggalek dari sektor industri.

Besarnya manfaat yang dapat dihasilkan dari sektor ini dalam memajukan perekonomian masyarakat sekitar, maka jenis usaha ini harus dapat dan terus diberdayakan serta dikembangkan melalui perbaikan kualitas SDM khususnya dalam tata kelola keuangan

dan pemasaran dengan cara memberikan pelatihan untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola industri kecil menjadi industri kreatif dan berkembang. Selain itu yang menjadi permasalahan lain dan membutuhkan perbaikan adalah *upgrade* proses produksi yang selama ini masih dikerjakan oleh tangan manusia dengan menambahkan mesin produksi yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah hasil produksi dan memperbaiki mutu produksi.

Adapun beberapa alasan yang menjadi alasan dalam pemilihan UMKM Alen-alen ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses pembuatan alen-alen tidak menyebabkan adanya limbah yang dapat merugikan lingkungan sekitar
2. Banyak menyerap tenaga kerja yang berasal dari lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar.
3. Langsung terhubung dengan sektor rill dan pertokoan oleh-oleh untuk menjadi salah satu buah tangan khas Kabupaten Trenggalek.
4. Merupakan salah satu komoditi unggulan daerah.
5. Memiliki potensi yang baik karena memiliki kelompok dan tergabung dalam sentra-sentra industri khusus alen-alen.
6. Jenis usaha yang mempunyai prospek yang baik dan didukung dengan potensi daerah yang banyak menghasilkan ubi kayu
7. Dalam pembuatan alen-alen sangat membutuhkan sentuhan teknologi, tambahan pengetahuan dan ketrampilan agar para pengusaha sektor ini paham tentang manajemen pengelolaan perusahaan, perbaikan tata kelola keuangan dan *upgrade* pemasaran.

1.2. Permasalahan Mitra

Dalam sehari pengusaha alen-alen hanya dapat melakukan 1 kali proses produksi dengan jumlah produksi sebesar 7-9 kg, hal ini disebabkan terbatasnya jumlah tenaga kerja untuk membuat adonan yang telah jadi sampai menjadi alen-alen yang siap untuk dipasarkan. Waktu akan banyak terbuang pada saat proses produksi karena saat tersebut para pengrajin harus membentuk alen-alen menjadi berbentuk cincin-cincin kecil menggunakan yang masih tangan, selain itu untuk melakukan proses penggorengan alen-alen yang telah berbentuk cincin harus dilakukan sebanyak 2 kali dan hal ini tentunya membutuhkan waktu yang lama.

Selain pada permasalahan teknis diatas, seperti yang kita ketahui bersama bahwa masalah klasik yang sering dihadapi oleh industri kecil dan menengah (UMKM) adalah terletak pada sisi permodalan, manajemen yang kurang baik dan pemanfaatan teknologi.

(Suci, 2017). Namun dari kegiatan pra survey yang dilakukan ke calon mitra PKM, diketahui bahwa masalah utama yang dihadapi oleh pengusaha alen-alen adalah kurangnya mesin produksi untuk membantu proses pembuatan alen-alen khususnya saat memasuki musim-musim tertentu seperti saat musim liburan, akhir tahun dan lebaran dimana jumlah pesanan sangat banyak namun terkendala dengan keterbatasan sumber daya manusia yang mengerjakan.

Setiap memasuki musim lebaran atau musim liburan maka jumlah pesanan akan sangat banyak baik yang datang dari toko langganan maupun pesanan dari luar kota, para pengusaha sangat kewalahan dalam memenuhi tuntutan pasar, hal ini tersirat saat wawancara awal yang dilakukan dengan calon mitra PKM berikut ini :

Setiap hari kami membuat adonan alen-alen 7 sampai 10 kg, tapi yow gitu saat mau lintingnya (membentuk adonan menjadi cincin) ini yang lama karena dikerjakan pakai tangan saja, yah sampean bisa lihat sendiri khan lek pakai tangan gak bisa cepat paling lama 1 jam cuman bisa dapat 3 kilo. Jadi kalau mau buat harus mulai kerja dari pagi supaya siang sudah bisa goreng dan sore di kemas, pokoknya kerja harus tepat waktu supaya malam bisa istirahat.

Ketika pertanyaan dilontarkan tentang bagaimana jika pesanannya sedang ramai? dan bagaimana mengantisipasi? “Pesanan rame itu ada musimnya, biasanya saat lebaran dan liburan kayak gini ini yang rame, kita tidak bisa buat banyak-banyak karena yang kerja yah mek ini tok (pekerja berjumlah 5 orang dengan keahlian kerja masing-masing), mau tambah pegawai yah sama aja karena harus ongkos lagi terus paling banyak hasilnya nambahnya mek 5 kilo tok, karena kerjanya kurang lancar”.

Saat ditanya tentang bagaimana proses pengelolaan dan mengatur keuangan? “untuk pembelian bahan baku itu istri saya yang mengatur, sedangkan untuk menjual alen-alen ini sudah ada toko langganan yang siap untuk menampung, tapi lek mengatur usaha ini yah mek berjalan aja seperti sekarang jika ada uang masuk, uang keluar, gaji karyawan dan untuk hidup aja sedangkan kalau ada sisanya untuk ditabung.

Hasil dari pra survey yang dilakukan kepada calon mitra PKM dapat dipecahkan dengan beberapa solusi antara lain: keterbatasan jumlah produksi alen-alen yang disebabkan sumber daya manusia dapat dicarikan solusi dengan cara menggunakan teknologi, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat mesin linting untuk membantu mempercepat proses pembuatan adonan kue menjadi bentuk cincin-cincin kecil khas alen- alen yang dapat diatur ketebalannya. Dengan adanya mesin ini diharapkan para pengusaha dapat menambah jumlah produksi dan mempercepat pekerjaan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas dari hasil alen-alennya. Selain itu dengan adanya mesin ini diharapkan dapat dipakai sebagai sumber ilmu baru oleh pengusaha yang tergabung pada sentra industri dalam satu desa.

Solusi lain yang dapat diberikan adalah meningkatkan target pemasaran, jika sebelumnya target dari hasil produksi adalah toko oleh-oleh dan toko sovenir langganan yang siap menampung hasil produksi alen-alen, namun dengan memanfaatkan kecanggihan

teknologi sektor pemasaran dapat digenjot hingga keluar daerah Kabupaten trenggalek khususnya beberapa daerah sekitarnya yang memiliki potensi wisata yang baik Kota Blitar, Kota Batu, Malang dan Kota Kediri sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pengusaha sektor ini. Model pemasaran dengan menggunakan marketing online dengan memanfaatkan internet dapat dilakukan selain memanfaatkan jejaring sosial sebagai media pemasaran.

Selain upaya diatas, hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan perbaikan tata kelola manajemen perusahaan khususnya industri kecil kreatif dan tata kelola keuangan yang baik, manajemen perusahaan sangat penting dilakukan agar segala kegiatan organisasi dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Semua bentuk organisasi yang didalamnya terdapat orang-orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan membutuhkan manajemen agar usaha pencapaian tujuan menjadi lebih mudah.

Perbaikan pengelolaan keuangan harus dapat dibenahi agar saat uang masuk dan uang keluar dapat di terkontrol dengan baik, selain itu ketika memasuki musim pesanan ramai maka hal tersebut tidak akan membebani pengusaha kecil ini baik dari sisi modal ataupun pengeluaran saat proses produksi seperti menambah jumlah tenaga kerja baru

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

II.1. Solusi

Dalam usaha memajukan dan memberdayakan UMKM dalam tatanan ekonomi makro dan mikro maka diperlukan implementasi yang nyata, dalam penelitiannya (Sudaryanto dkk, 2013) memberikan beberapa tawaran solusi program antara lain :

1. Terciptanya iklim usaha yang baik bagi setiap UMKM. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi para pengusaha industri kecil agar tercipta lingkungan usaha yang baik dan efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan usaha, dan nondiskriminatif bagi kelangsungan usaha sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha kecil menengah.
2. Adanya sistem pendukung usaha bagi setiap pelaku UMKM. Program mempunyai bertujuan untuk mempermudah dan memperluas akses dari para pengusaha ke sumberdaya produktif (pemberi modal) sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada untuk mengembangkan potensi sumberdaya lokal serta dapat menyesuaikannya dengan skala usahanya sesuai dengan tuntutan pasar.
3. Pengembangan kewirausahaan menuju pada keunggulan yang kompetitif. Program ini bertujuan agar para pengusaha UMKM dapat mengembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan serta meningkatkan daya saing usahanya yang bermuara pada meningkatnya pengetahuan serta sikap wirausaha yang produktif.
4. Pemberdayaan Usaha Skala Kecil. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dari masyarakat melalui kegiatan ekonomi di sektor informal yang berskala mikro, terutama keluarga miskin untuk dapat memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan ketrampilan dan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri.
5. Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat.

Berkaca dari beberapa pendekatan program yang ada diatas, maka jika melihat pada beberapa potensi yang dimiliki oleh pengusaha alen-alen dapat mengambil sasaran pada program membangun jiwa kewirausahaan menuju pada keunggulan yang kompetitif meningkatkan daya saing usahanya yang bermuara pada meningkatnya pengetahuan serta sikap wirausaha yang

produktif. Hal ini dapat terlaksana apabila para pelaku usaha alen-alen dapat mengupgrade wawasan dan khasanah ilmu pengetahuan tentang tata kelola perusahaan menjadi lebih baik seperti manajemen yang terorganisasi dengan rapi dan tata kelola keuangan yang baik dan benar

Disisi lain, produktifitas akan meningkat apabila ditunjang dengan kemampuan Sumber daya manusia yang mumpuni dan ditunjang dengan pemanfaatan teknologi, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan adanya tambahan mesin baru yang diharapkan dapat membantu dan mempercepat hasil proses produksi. Beberapa solusi yang dipilih untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh calon mitra PKM adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan

Pelatihan dalam hal ini memberikan pelatihan secara langsung kepada para pengusaha tentang tata cara pengelolaan bisnis yang baik melalui transfer ilmu pengetahuan dan ketrampilan seperti manajemen sumber daya manusia, akuntansi dasar dan pemasaran online yang bertujuan agar pelaku usaha dapat menjalankan setiap organisasi perusahaan dengan baik dan benar, membantu penyusunan laporan keuangan yang baik dan membantu pemasaran dengan memanfaatkan teknologi seperti e-commerce, sosial media dan internet.

2. Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan bertujuan untuk membantu para pengusaha kecil industri alen-alen agar dapat menjalankan administrasi usahanya dengan baik sesuai kaedah ilmu manajemen dan akuntansi dalam jangka waktu tertentu, selain itu pendampingan juga dilakukan pada tata cara pemanfaatan dan penggunaann teknologi sehingga para pengusaha dapat menggunakan teknologi seperti e-commerce, sosial marketing dan intenet marketing dalam menjalankan bisnisnya.

3. Bantuan Alat Produksi

Pemberian bantuan mesin lanting kepada sentra industri alen-alen diharapkan dapat mempercepat proses produksi, meningkatkan kapasitas jumlah produksi dan membantu mengatasi permasalahan pada saat jumlah pesanan yang meningkat.

II.2. Target Luaran

Secara khusus target yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan skema PKM adalah meningkatkan kinerja UMKM dan mitra PKM melalui peningkatan kemampuan bisnis, pengelolaan keuangan yang baik dan pemanfaatan teknologi untuk pemasaran, adapun capaian luaran yang ingin dicapai sebagai berikut:

Tabel 1. Target luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1.	Artikel Ilmiah Publikasi Ilmiah Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Submiited
2.	Artikel Media Massa media massa cetak/elektronik Lokal	Draft
3.	Dokumentasi Pelaksanaan Video kegiatan	Ada
4.	Peningkatan Keberdayaan Masyarakat (Minimal 1) Pengetahuannya meningkat	Sudah Tercapai
5.	Peningkatan Keberdayaan Masyarakat (Minimal 1) Kemampuan manajemennya meningkat	Sudah Tercapai
6.	Peningkatan Keberdayaan Masyarakat (Minimal 1) Kapasitas produksi meningkat	Sudah Tercapai
Luaran Tambahan		
1.	Publikasi di jurnal internasional	Tidak Ada
2.	Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	Ada
3.	Inovasi baru TTG	Tidak Ada
4.	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak Ada
5.	Buku Ber ISBN	Tidak Ada

BAB III

METODE PELAKSANAAN

III.1. Tahapan Pelaksanaan

Mitra kerja PKM adalah Pengusaha Sentra Industri Alen-alen khas Trenggalek, yang selama ini sudah terbiasa melakukan pengelolaan usaha secara tradisional, baik dalam pengelolaan keuangan maupun metode pemasarannya. Karena itu, pengenalan metode baru dalam tatakelola keuangan dan sistem pemasaran yang baik serta pemanfaatan peralatan produksi modern, memerlukan pendekatan komprehensif, bertahap dan rancangan kerja kegiatan yang mudah dilaksanakan.

Memperhatikan karakteristik kebutuhan yang dilakukan kepada pengusaha Sentra Industri Alen-alen khas Trenggalek terkait permasalahan yang mereka hadapi, maka ide tentang pelatihan, pendampingan dan bantuan alat produksi dipilih sebagai perpaduan antara sistem klasik, modern, praktek dan bantuan mesin industri diharapkan dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh calon mitra PKM. Implementasi dari penerapan ide tersebut dilakukan dalam bentuk rangkaian pekerjaan sebagai berikut :

1. Persiapan Awal dan Pra Survey

Dalam persiapan awal ini kegiatan survey pendalaman guna menggali informasi sebagai dasar penyusunan materi pelatihan, bentuk pelatihan, pendampingan dan peralatan produktif. Hal ini dimaksudkan agar pelaksanaan pelatihan dan pembinaan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mitra kerja.

2. Pembuatan Modul Pelatihan

Modul pelatihan yang akan dibuat akan disesuaikan dengan kebutuhan dan pengetahuan yang dimiliki oleh calon mitra PKM. Materi dan modul akan disusun oleh tim kepakaran sesuai dengan survey pada tahapan awal.

3. Pelatihan

Model pelatihan akan dilaksanakan dengan melibatkan pihak mitra PKM dan diharapkan mitra dapat berperan aktif dalam setiap kegiatan pelatihan. Adapun materi yang akan diberikan pada saat pelatihan antara lain:

- Manajemen SDM
- Akuntansi Dasar
- Marketing Online

4. Bantuan Peralatan Produktif

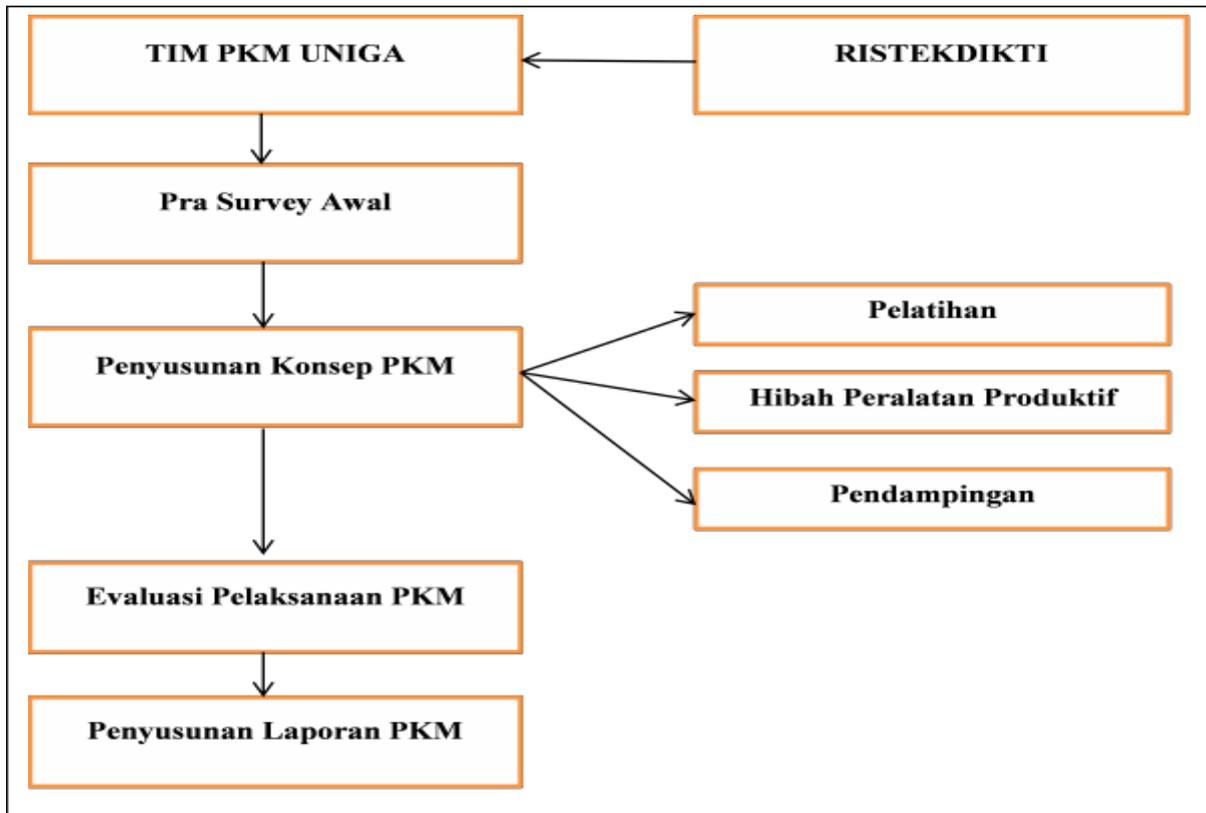
Guna optimalisasi praktek materi pelatihan, maka perlu diberikan bantuan peralatan yang sesuai dengan kebutuhannya. Bantuan peralatan produktif kepada pihak mitra PKM disesuaikan dengan kebutuhan prioritas pengrajin.

5. Pendampingan

Tahapan selanjutnya dari tahapan pelatihan adalah melakukan pendampingan kepada mitra PKM. Beberapa rangkaian kegiatan yang akan dilakukan dalam tahapan ini meliputi kegiatan konsultasi, monitoring dan melakukan evaluasi. Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 2 kali melalui kunjungan rutin kepada mitra kerja.

III.2. Model Kegiatan

Model pelaksanaan kegiatan ini dibuat untuk menggambarkan alur dari proses kegiatan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan PKM, adapun gambar alur model kegiatan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Alur Model Pelaksanaan PKM

Alur model pelaksanaan PKM diatas bukanlah syarat mutlak yang akan dikerjakan, akan tetapi merupakan beberapa rangkaian kegiatan yang akan dilakukan kepada calon mitra PKM dan tahapan pelaksanaan akan menyesuaikan dengan segala perkembangan yang akan ditemui di lapangan sehingga memungkinkan akan adanya beberapa perubahan dari tahapan yang direncanakan.

III.3. Partisipasi Mitra

Dalam proses pelaksanaan kegiatan PKM ini maka dibutuhkan kesediaan dan partisipasi aktif dari calon mitra PKM baik dari tahapan pelatihan hingga pelaksanaan pendampingan, selain itu wujud nyata yang dapat dilakukan oleh pihak mitra antara lain:

1. Memiliki komitmen yang besar dan bersedia untuk mengikuti segala rangkaian kegiatan PKM
2. Dapat menyediakan fasilitas yang layak saat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.
3. Dapat meluangkan waktu pada setiap tahapan pelaksanaan PKM

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

IV.1. Kinerja LPPM Selama 3 Tahun Terakhir

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) universitas Gajayana yang terbentuk pada awal tahun 1984 merupakan support utama dalam pelaksanaan tridharma perguruan tinggi oleh para dosen khususnya di lingkungan Universitas Gajayana. Dalam 3 tahun terakhir LPPM Universitas Gajayana bekerja sama dengan Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan RistekDikti melaksanakan beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

1. Pembinaan UMKM warung di desa Selorejo, Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang tahun anggaran 2015 dalam skema pendanaan Ipteks Bagi Masyarakat
2. Pelatihan kepada calon wirausaha untuk memproduksi Olahan Labu Kuning di desa Dongkol Kecamatan Singosari tahun anggaran 2015 dalam skema pendanaan Ipteks Bagi Masyarakat
3. Pelatihan peningkatan tata kelola koperasi melalui pendampingan berkelanjutan terhadap pengembangan Sistem Akuntansi dan Pelaporan Keuangan Berbasis Standart Akuntansi Keuangan (SAK) ETAP tahun anggaran 2015 dalam skema pendanaan Ipteks Bagi Masyarakat
4. Melaksanakan program IbM Peduli lingkungan melalui pemanfaatan limbah kertas untuk produk yang bernilai jual dan berdayaguna dalam bentuk topeng Malangan dan wayang kulit bagi anggota Posdaya “edel weis” dan teratai putih Gajayana tahun anggaran 2017.
5. Melaksanakan program IbM Kelompok usaha calon wirausaha dawis produk olahan talas/ mbote menggunakan teknologi agromanufakturing bagi kelurahan dasa wisma

desa Gondowangi dan desa Petung sewu Kecamatan Wagir Kabupaten Malang tahun anggaran 2017.

6. PKM Pengrajin miniatur kapal kayu berbahan dasar kayu dan kertas limbah industri desa Wringinrejo Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto tahun anggaran 2018.
7. PKM Pengrajin perak di Desa Gesang Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang tahun anggaran 2018.

IV.2. Kualifikasi Tim Pelaksana

Agar dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan bisa mencapai target yang optimal, maka tim pelaksana lapangan dan instruktur yang akan memberikan setiap materi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan tim dosen maupun instruktur yang berkompentensi dibidangnya. Pemilihan kepakaran sangat dibutuhkan untuk membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh calon mitra PKM, selain itu tim pelaksana PKM juga memiliki pengalaman dalam melakukan pendampingan dan manajemen perusahaan dimana gambaran kualifikasi tim dapat dilihat pada *curriculum vitae* terlampir.

IV.3. Nama Tim Pengusul dan Kepakaran

Tabel 2. Nama tim pengusul

No	Nama	Bidang Kompetensi	Uraian Tugas
1	Moh. Imron, S.E, M.M	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen SDM • Manajemen Pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Merencanakan, mengorganisir, mengkoordinir dan mengontrol pelaksanaan PKM • Penyusunan modul • Pelatihan, pendampingan dan Monev • Penyusunan laporan
2.	Rizqiyatul Khoiriyah, S.Kom., M.Kom	Sistem Informasi dan Komputer	<ul style="list-style-type: none"> • Mengkoordinasikan pelaksanaan dengan Mitra • Pelatihan, pendampingan • Membantu penyusunan laporan

BAB V

HASIL LUARAN YANG DICAPAI

V.1. Profil Usaha Mikro Kecil Industri Alen-alen

Usaha kecil Industri Alen-alen khas Trenggalek di desa Sumbergedong mulai dirintis oleh Suyadi pada tahun 2002 dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Desa Sumbergedong merupakan salah satu desa yang menghasilkan produk makanan ringan khas unggulan yang ada di Kabupaten Trenggalek. Sehingga sumber pendapatan yang diperoleh dari mata pencaharian masyarakat tidak hanya mengandalkan dari hasil kerja kuli bangunan, kuli batu, asisten rumah tangga dari rumah kerumah akan tetapi juga dari sektor industri. Hal ini untuk sektor industri yang berkembang secara pesat yaitu Industri Rumah Tangga, sehingga hampir 40% menyerap tenaga kerja lokal yang berada di desa tersebut. Keberadaan usaha industri makanan ringan khas Trenggalek yang berbahan dasar ubi kayu di desa Sumbergedong menjadi "pelopor" sehingga tidak ada pesaingnya

Berawal dari pendirian usaha ini 18 tahun yang lalu sampai dengan tahun 2019, sektor industri kecil ini perkembangannya berjalan cukup stabil. Pada saat ini UMKM mitra mampu memperkerjakan karyawan sebanyak 10 orang yang bekerja di tempat usaha.

Bahan baku untuk membuat kerajinan makanan alen-alen ini memanfaatkan ubi kayu yang sudah diambil air sari patinya yang sudah di endapkan selama 2-3 jam selanjutnya dicampurkan dengan bahan-bahan yang lain sampai adonan siap untuk di bentuk seperti cincin kecil-kecil dengan menggunakan mesin lanting. Selanjutnya untuk menjadi daya tarik konsumen produk dari KELAPA KUNIR ini memiliki berbagai macam varian rasa yang ditawarkan antara lain: alen-alen rasa bawang, rasa keju, rasa jagung manis, rasa jagung bakar, rasa pedas manis. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan konsumen tidak hanya dipasarkan di daerah kabupaten Trenggalek saja namun mulai merambah ke Kota-kota lain seperti: Kediri, Belitar, Malang, Surabaya. Yang sudah dibantu oleh 10 orang karyawan

bagian produksi dan administrasi. Harga jual produk alen-alen per kilonya di bandrol Rp. 60.000 dan jika di jual per bungkus Rp.12000, sehingga usaha alen-alen ini setiap harinya melakukan produksi semula hanya 7-9 Kg sekarang bisa meningkat menjadi 25 – 50 Kg per hari. Sampai dengan bulan Juli 2019. Omzet penjualan sekitar Rp. 10. 000.000.00 per bulan.

Meskipun dalam perjalanan bisnisnya masih terhambat dengan peralatan produksi dan sistem pemasaran, tetapi mereka masih tetap yakin akan terus berkembang dan bertahan untuk membesarkan usahanya karena semakin banyak permintaan pasar yang bertambah, serta para pesaing dalam usaha ini masih relative sedikit. Harapan yang kuat untuk selalu meningkatkan bisnis ini agar supaya bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitaran Desa Sumbergedong tersebut. ”Harapan untuk kedepannya kami berkeinginan bisnis dari KELAPA KUNIR ini bisa terus berkembang serta bisa bersaing di pasaran dan lebih dikenal lagi oleh masyarakat sehingga dapat menyediakan lapangan kerja bagi yang belum mempunyai pekerjaan di Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek.

V.2. Diskripsi Pelaksanaan

Deskripsi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dipaparkan dalam laporan ini, merupakan rangkaian pelaksanaan kegiatan mulai dari tahap survey pendahuluan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi pelatihan dan pendampingan, penyerahan hibah peralatan produksi, materi pelatihan. Adapun pemaparan secara lengkap masing-masing tahapan pelaksanaan PKM adalah sebagai berikut.

1. **Peninjauan lokasi Pengabdian** dilaksanakan pada tanggal 6 April 2019. Lokasi mitra merupakan desa yang dikenal dengan desa kreatif sentra UKM yang bergerak pada usaha (industri alen-alen). Pada tahap survei ini berhasil mendeskripsikan kegiatan pengelolaan UMKM mitra kerja dan juga mengidentifikasi sejumlah masalah yang telah dihadapi oleh mitra dalam tata kelola usahanya sehingga perlu dicarikan solusinya seperti peralatan pendukung produksi, tatakelola keuangan untuk meningkatkan omset penjualan dan pemasaran online sehingga pada pelaksanaan pembinaan dan pelatihan akan lebih efektif serta terfokus. Usaha kecil Industri alen-alen ini terletak di desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek.

2. Penyusunan Modul Pelatihan

Modul materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan UKM mitra kerja. Modul materi dirancang berdasarkan dari hasil pengamatan maupun wawancara secara pribadi dengan UKM mitra kerja. Modul disusun sesuai dengan tingkat kemampuan dan pengetahuan yang dikuasai oleh mitra kerja, sehingga kandungan isi modul dirancang dengan lugas agar mudah untuk dipahami peserta pelatihan serta bisa meningkatkan kapasitas produksi..

Modul pelatihan disusun oleh tim pelaksana PKM yang di sesuaikan dengan kebutuhan pengelolaan UKM mitra kerja dan mudah untuk dilaksanakan dalam praktek penunjang omset penjualan produk usahanya, sehingga kinerja pengusaha dalam mengelola bisnis menjadi lebih baik. Modul ini merupakan acuan bagi UKM mitra kerja dalam meningkatkan kemampuan dan pengetahuan untuk diterapkan dalam menunjang omset penjualan dan tatakelola keuangan serta pemasaran produknya. Modul disusun sesederhana mungkin agar mudah dipahami dan diimplementasikan oleh mitra PKM. Adapun modul pelatihan (terlampir) meliputi: manajemen sumber daya manusia, Akuntansi dasar dan pemasaran bisnis menggunakan *whatsap, Facebook, Instagram*.

3. Penyerahan Hibah Peralatan Produksi dan *Mobile Marketing*

Untuk mendukung optimalisasi hasil program PKM untuk mitra kerja, maka diperlukan bantuan peralatan proses produksi dan *mobile marketing*. Peralatan proses produksi dan *mobile marketing* ini sangat diperlukan oleh mitra kerja karena efisiensi dan dapat meningkatkan kapasitas produksi yang dibutuhkan dan meningkatkan pengetahuan dalam proses aplikasi. Hibah peralatan nantinya akan dimanfaatkan oleh pengelola usaha alen-alen dalam memproduksi serta melakukan pemasaran hasil produk yang berbasis teknologi informasi. Adapun hibah peralatan proses produksi dan *mobile marketing* meliputi : Mesin Lanting dan yang telah diserahkan kepada mitra UKM industri alen-alen pada tanggal 22 Juni 2019 sesuai berita penyerahan peralatan yang dihibahkan kepada mitra (terlampir). Untuk lebih jelasnya bukti penyerahan hibah peralatan mesin lanting dan *mobile marketing* kepada mitra dapat dilihat pada gambar 3



Gambar 3
Penyerahan Hibah Peralatan Proses Produksi
Kepada Mitra

Penyerahan peralatan untuk mendukung kinerja Mitra Kerja PKM diharapkan dapat memberikan efisiensi dan optimalisasi pada kegiatan operasional usahanya, guna untuk memperlancar proses produksi dan memasarkan produknya seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang ada pada masyarakat. Peralatan yang dihibahkan agar dapat mengatasi kelambanan pada proses produksi dan standarisasi produk serta akan memperlancar dan mengefektifkan pelaksanaan pelatihan yang membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dari mitra dalam menggunakan peralatannya. Pada proses pelatihan dilaksanakan, mitra akan diberikan kesempatan untuk bertanya dalam mempraktekkan peralatan proses produksi dan proses aplikasi marketing, sehingga akan mampu meningkatkan kapasitas produksi dan standar produk dalam operasional peralatannya. Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh mitra akan mampu untuk mendukung kemandirian mitra serta dapat mengatasi masalah pemasaran yang selama ini hanya bergantung pada tengkulak yang ada di wilayah Trenggalek saja.

Maka dari itu, Tim pelaksana PKM memberikan bantuan peralatan produksi dan *Mobile Marketing* guna membantu memberikan solusi atas kelambanan produktivitas yang selama ini mereka alami. Selanjutnya peralatan produksi dan *Mobile Marketing* tersebut diserahkan kepada mitra kerja setelah semua rangkaian kegiatan pelatihan dilaksanakan

dan beberapa kali pendampingan agar segera dapat dimanfaatkan untuk mendukung dalam menjalankan usahanya.

4. Pelaksanaan Pelatihan

Tahapan lanjutan yang akan dilaksanakan oleh Tim PKM adalah melakukan pelatihan yang diselenggarakan dalam 4 kali kegiatan pelatihan pada bulan April sampai September 2019. Penentuan Jadwal pelaksanaan pelatihan tersebut berdasarkan kesepakatan Mitra Kerja PKM dengan Tim pelaksana. Setelah tahapan pelatihan dilaksanakan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan pendampingan kepada mitra kerja yang pelaksanaannya dimulai pada bulan April 2019 dengan frekuensi 2 minggu sekali. Kegiatan pendampingan dilakukan dalam bentuk kunjungan kelokasi tempat usaha mitra kerja di Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek oleh Tim PKM dan instruktur dengan maksud melakukan monitoring maupun pemanduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan. Tidak sebatas pada kunjungan saja, namun tim PKM juga membuka akses konsultasi melalui telephon dan WA bilamana mitra kerja juga memerlukan panduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan.

Untuk lebih jelasnya secara teknis pelaksanaan pelatihan sesuai jadwal pada tabel 3.

Tabel 3. Jadwal dan materi pelatihan

Tanggal, Bln dan Tahun	Kegiatan	Materi	Sub-Materi
13 April 2019	Pelatihan Ke : 1	Manajemen Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian dan proses manajemen sumber daya manusia 2. Implementasi peramalan kebutuhan tenaga kerja pada industri alen-alen 3. Pengembangan karyawan dan implementasinya pada bisnis mitra
22 Juni 2019	Pelatihan Ke 2	Implementasi Akuntansi Dasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis kriteria laporan keuangan, ciri-ciri usaha dan akses pembiayaan bisnis mitra. 2. Implementasi membukukan transaksi keuangan, tahapan yang dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan sesuai bisnis mitra.

24 Agustus 2019	Pelatihan Ke : 3	Penerapan Aplikasi <i>marketing online</i> untuk pemasaran produk.	1. Menyiapkan informasi yang menarik tentang <i>produk</i> yang siap untuk dipasarkan. 2. <i>Memasarkan</i> produk dengan menggunakan aplikasi yang ada di <i>whatsapp, Facebook, Instagram</i> .
7 September 2019	Pelatihan Ke : 4	Pengelolaan komunikasi dengan rekan bisnis dan pelanggan menggunakan aplikasi <i>whatsapp, Facebook, Instagram</i>	Membuat dan menentukan posting produk yang tepat serta melakukan evaluasi performa social media marketing untuk mengetahui apa yang dipertahankan dan ditingkatkan

Sumber: Data diolah Tahun 2019

Melihat dari data yang diperoleh pada saat awal melakukan *prasurvey*, maka penyampaian materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan karaktersistik peserta pelatihan. Untuk itu materi pelatihan dirancang dengan bahasa yang sederhana supaya mudah untuk dipahami dan dilaksanakan. Adapun materi yang diberikan kepada peserta secara lengkap bisa dilihat pada lampiran modul. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di lokasi tempat usaha UKM mitra kerja, yaitu di Kawasan Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek. Pilihan lokasi ini sesuai kesepakatan dengan pihak mitra kerja agar pelaksanaan pelatihan bisa berlangsung secara efektif dan efisien.

Penetapan jadwal pelaksanaan pelatihan disepakati pada tanggal 13 April 2019, 22 Juni 2019, 24 Agustus 2019 dan 7 September 2019. Pilihan waktu pelatihan ini menyesuaikan dengan jadwal kegiatan UKM mitra kerja dengan maksud agar kegiatan pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu aktivitas kerja mereka. Jadwal pelaksanaan bisa berubah sewaktu-waktu pada saat pihak UKM mitra kerja secara mendadak mengubah jadwal pelatihan maupun pendampingan dikarenakan mereka ada kegiatan usaha yang bersamaan waktunya dan tidak bisa ditinggalkan. Untuk itu materi pelatihan dirancang selugas mungkin melalui metode dua arah agar mudah untuk dipahami dan dilaksanakan. Sehingga kandungan materi pelatihan secara lengkap bisa dilihat pada lampiran modul.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diikuti oleh 1 orang pengelola usaha dan 9 orang karyawan. Sesuai dengan rancangan penerapan PKM ini, maka metode pelatihan yang dilaksanakan berupa ceramah dengan durasi waktu @ 90 menit. Selanjutnya dilakukan tanya jawab maupun peragaan materi selama \pm 60 menit. Melalui metode komunikasi dua arah ini diharapkan peserta pelatihan bisa lebih memahami materi yang diberikan sehingga lebih

memudahkan mereka dalam penerapannya. Kegiatan pelatihan ini dilakukan langsung ke lokasi usaha mitra kerja dengan jadwal sebagai berikut:

1. Pelatihan ke 1 terhadap mitra dilaksanakan pada tanggal 13 April 2019.

Pada pelatihan pertama ini, tim pelaksana PKM memperkenalkan tentang pengertian dan proses manajemen sumber daya manusia. Selama pelaksanaan pendampingan, tim pendamping PKM memberikan penjelasan materi dan sharing dengan studi kasus langsung pada proses manajemen sumber daya manusia pada industri alen-alen

2. Pelatihan ke 2 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2019

Pada pelatihan ke dua, tim pelaksana PKM 1 menjelaskan tentang mengalisis kriteria laporan keuangan yang perlu dianggarkan setiap kali melakukan proses produksi serta mengimplementasikan ciri-ciri usaha dan mengalokasikan akses pembiayaan bisnis mitra. Implementasi membukukan transaksi keuangan, tahapan yang dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan sesuai bisnis mitra. dimana mitra selama ini masih terbiasa menggunakan penghitungan secara perkiraan saja atau secara manual untuk menghitung pendapatan usahanya sehingga kurang efektif dan efisien. Untuk itu pembukuan keuangan usaha secara Akuntansi sekaligus dilakukan pada pelatihan kedua ini.

3. Pelatihan ke 3 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2019.

Pada pelatihan ketiga, tim pelaksana PKM memulai pemanduan kepada peserta untuk segera mengimplementasikan Aplikasi *mobile marketing whatsapp, facebook, Instagram* untuk pemasaran produk nya. Pelatihan dimulai dengan membuat informasi produk yang menarik dan siap untuk dipasarkan. Informasi tentang produk yang sudah dibuat kemudian dipasarkan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di *whatsapp, facebook, instagram* kepada para pelanggannya yang sudah menjadi mitra bisnis.

4. Pelatihan ke 4 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 7 September 2019.

Pada pelatihan yang terakhir ini, tim pelaksana PKM memantapkan kepada peserta betapa pentingnya mengelola komunikasi pada rekan bisnis dan para pelanggan. Untuk pengimplementasiannya pada aplikasi *whatsapp, facebook, instagram* setelah itu peserta pelatihan diajarkan cara membuat dan menentukan posting produk yang tepat serta melakukan evaluasi performa social media marketing untuk mengetahui apa yang dipertahankan dan ditingkatkan agar bisa membantu pelaku bisnis tetap terhubung ke

konsumen ketika mereka menanggapi secara langsung sebuah postingan baru pada waktu tertentu jika layanan sedang dibukak.

Selama pelatihan berlangsung, peserta merespon partisipasi dengan aktif, hal ini terbukti dari banyaknya pertanyaan maupun pernyataan dari para peserta tentang materi yang disampaikan. Mereka juga sangat antusias menanyakan tatacara pelaksanaan pembukuan yang benar dan teknis pemasaran, dalam melakukan pemasaran yang baik serta tata cara mengelola pelanggan yang baik dengan menggunakan aplikasi whatsapp, facebook, istagram. Suasana pelatihan terasa menjadi “hidup” dikarenakan instruktur dan peserta terlibat dalam diskusi yang intensif tentang materi pelatihan.

Para peserta pelatihan sudah mengetahui dengan aplikasi *whatsapp*, *facebook*, *instagram* maka peserta bisa memahami materi dengan cepat dan baik. Peserta pelatihan merasa memperoleh pengetahuan dan ketrampilan baru untuk dimanfaatkan dan meningkatkan pengelolaan usaha dan memperluas jaringan pemasaran produk. Adapun photo pelaksanaan kegiatan pelaksanaan pelatihan dapat dilihat pada gambar 4



Gambar 4. Pelaksanaan kegiatan pelatihan

5. Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan

Untuk dapat mengetahui seberapa tingkat keefektifan dan kemanfaatan pelatihan ini, maka dipandang perlu untuk melakukan evaluasi atas pelaksanaannya. Evaluasi dilaksanakan dengan cara wawancara dengan peserta untuk mengetahui keefektifan pelaksanaan pelatihan maupun berbagai rangkaian yang terkait dengan pelaksanaannya, seperti jadwal pelatihan, metode pelaksanaan, kompetensi instruktur terhadap materi, kemanfaatan dan tindak lanjut pelatihan itu sendiri. Adapun evaluasi pelaksanaan pelatihan dari jawaban mitra peserta dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil jawaban pelatihan dari mitra PKM

Indikator	Jawaban Peserta
Materi pelatihan	Sesuai dengan kebutuhan
Jadwal pelaksanaan	Sesuai dengan waktu yang direncanakan
Metoda penyampaian	Mudah dipahami
Penguasaan instruktur terhadap materi pelatihan	Instruktur Sangat menguasai
Durasi waktu tanya-jawab	Diberi waktu yang cukup untuk tanya jawab perihal materi pelatihan yang belum dipahami
Kemanfaatan pelatihan	Bermanfaat untuk upaya meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi dalam memperluas wilayah pemasaran
Keterserapan materi	Peserta memahami materi yang diberikan, tapi belum Optimal karena merupakan pengetahuan baru
Pendampingan	Sangat diperlukan untuk dipandu dalam Penerapan materi pelatihan .
Indikator	Jawaban Peserta.
Hibah peralatan	Bermanfaat sekali untuk meningkatkan kapasitas proses produksi

Sumber: Data primer diolah, Juni 2019

Jawaban yang telah di uraikan pada tabel 4 menunjukkan bahwa UMKM mitra kerja memberikan tanggapan positif terhadap kegiatan PKM dan merasa memperoleh manfaat dari kegiatan ini bagi upaya meningkatkan kinerja pengelolaan usaha utamanya pada bidang pemasaran, tatakelola keuangan yang baik serta meningkatkan kualitas produk.

Kegiatan pelatihan ini dirasakan telah memberikan nilai tambah bagi Industri Alen-alen, utamanya dalam bidang pemasaran yang baik. Respon positif dari mitra kerja PKM ini terlihat dari antusiasme selama pelatihan berlangsung dan disertai pula dengan keinginan mereka agar diadakan tindak lanjut pelatihan dalam bentuk pendampingan, baik dalam penerapan materi pelatihan sehingga dapat dilaksanakan dengan baik.

6. Pendampingan

Kegiatan pendampingan merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan dari kegiatan pelaksanaan PKM. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan sebagai instrument monitoring, pemanduan dan sharing secara langsung kepada UKM mitra kerja dalam menerapkan hasil pelatihan yang telah mereka peroleh. Pelaksanaan pendampingan ini kegiatannya meliputi:

- ✓ Konsultasi dan bimbingan tentang manajemen sumber daya manusia

- ✓ . konsultasi dan bimbingan dalam mengimplementasikan materi akuntansi maupun pemasaran produk.
- ✓ Konsultasi dan bimbingan dalam mengimplementasikan teknis penggunaan aplikasi pemasaran melalui *whatsapp facebook, istagram* dalam pelayanan kepada pelanggan.

Sesuai dengan rancangan awal kegiatan PKM, maka pendampingan dilakukan dalam bentuk kunjungan lapangan kepada mitra kerja (pengusaha industri alen-alen) untuk pemantauan dan pembimbingan kepada mereka secara periodik yang dilakukan sekurang-kurangnya 3 minggu sekali. Namun demikian, bilamana dirasa perlu, dapat dilakukan konsultasi diluar jadwal yang ditentukan, baik melalui konsultasi tatap muka maupun melalui telepon/Whatsapp. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan pendampingan dapat dilihat pada Tabel 5 tentang jadwal dan kegiatan pendampingan mitra industri alen-alen khas trenggalek

Tabel 5. Jadwal kegiatan pendampingan

Tanggal, Bln dan Tahun	Kegiatan	Uraian Pendampingan
13 Juli 2019	Pendampingan Ke : 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penjelasan kembali secara mendalam tentang materi pelatihan dan melakukan praktek secara langsung baik tentang manajemen pemasaran dan aplikasi mobile marketing. 2. Melakukan Evaluasi pada mitra tentang kemajuan dalam mengimplementasikan matrei pelatihan
28 September 2019	Pendampingan Ke: 2	Melakukan monitoring tentang UKM mitra dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan penerapan manajemen pemasaran berbasis teknologi informasi melalui pendekatan sosial media <i>mobile marketing waatsapp, facebook, iastagram</i> .

Sumber : Data diolah, 2019

Sesuai rancangan kegiatan awal pendampingan dilakukan dalam bentuk kunjungan lapang oleh Tim PKM dan instruktur dengan maksud melakukan pemantauan maupun pemanduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan. Tidak sebatas pada kunjungan saja, tim PKM juga membuka akses kemudahan komunikasi melalui telephon dan sms jika mitra kerja memerlukan panduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan.

Kunjungan kepada UKM mitra kerja dirancang dengan seksama dengan maksud agar bisa memantau secara langsung tentang sejauh mana mereka telah menerapkan materi pelatihan yang sudah diterima dalam bidang pemasaran online. Melalui *direct consulting* ini

diharapkan peserta binaan dapat dipandu oleh pendamping jika mengalami kesulitan dalam menerapkan materi pelatihan.

Sedangkan metode komunikasi telepon sengaja dipilih, mengingat UKM mitra berada dalam jarak yang relatif jauh dari tim pelaksana PKM, sehingga ketika mereka mengalami kesulitan menerapkan materi pelatihan, maka segera bisa menghubungi tim pelaksana kapanpun juga, tanpa harus menunggu dilakukan kunjungan langsung.

Kegiatan pendampingan dalam bentuk kunjungan langsung ke lokasi usaha mitra, dilaksanakan dengan jadwal sebagai berikut:

1. Pendampingan ke 1 kepada mitra kerja dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2019.

Pada pendampingan tahap awal ini, tim pelaksana PKM masih memfokuskan pada penjelasan kembali secara mendalam tentang materi pelatihan yang belum dipahami oleh mitra kerja, utamanya tentang penerapan manajemen sumber daya manusia, penerapan akuntansi dan efektifitas pemasaran berbasis teknologi informasi dengan menggunakan mobile marketing media sosial. Selama pelaksanaan pendampingan, tim pendamping PKM memberikan penjelasan materi melalui praktek langsung pada point materi yang belum dipahami oleh pengelola UMKM. Mitra kerja PKM masih merasa kesulitan dalam mengaplikasikan materi akuntansi dasar.

2. Pendampingan ke 2 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 28 September 2019.

Pada pendampingan ini, tim pelaksana PKM yang kedua kalinya memantau tentang UKM mitra dalam menerapkan akuntansi. Dalam hal tersebut tim pendamping hanya melakukan koreksi jika terdapat kekeliruan pada praktek dengan cara memperagakan secara langsung untuk aspek-aspek yang belum dikuasai dalam pembukuan anggaran keuangan hasil usaha secara benar. Pendampingan dilaksanakan mulai jam 09.00 s.d jam 16.00, tim pelaksana PKM memberi masukan dan berdiskusi banyak dengan mitra kerja mengenai tatacara dalam pembukuan yang baik dan benar, perlunya memperluas wilayah pemasaran dengan menggunakan mobile marketing, menerapkan pelayanan kepada konsumen agar keberlangsungan usaha semakin terus berkembang. Pada kunjungan kali ini sudah ada beberapa kemajuan pada UKM mitra kerja dalam mengimplementasikan materi pelatihan utamanya praktek akuntansi pembukuan dan pengaplikasian mobile marketing. tim pelaksana PKM banyak memberikan masukan kepada mitra kerja tentang pelayanan yang cepat terhadap konsumen dengan menggunakan mobile marketing, hal ini dikarenakan mitra kerja secara langsung dapat berkomunikasi dengan konsumen sehubungan dengan pembelian produk hasil produksi yang sudah dihasilkan. Pada pendampingan juga memberikan penjelasan

bahwa perlunya profesionalisme dalam kegiatan bisnis karena hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pada konsumen.

Selama melakukan pelaksanaan pendampingan dan memantau, tanggapan dari mitra kerja cukup baik, hal ini terbukti ada beberapa pertanyaan maupun pernyataan tentang penerapan materi pelatihan. Intensitas pertanyaan berfokus pada teknis operasional pembukuan akuntansi dan pengaplikasian *mobil marketing*. Pada kondisi ini menjadikan suasana pendampingan berlangsung secara komunikatif dikarenakan tim pendamping dengan UKM mitra kerja terlibat dalam diskusi yang intensif seputar masalah pada penerapan materi pelatihan yang sudah diterimanya, pengalaman selama menjalankan usaha, berbagai kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan materi pelatihan. Sehingga dengan demikian, melalui kegiatan pendampingan ini, Tim pelaksana PKM dapat mengetahui kondisi dan masalah yang sebenarnya sedang dialami oleh UKM baik dalam segi penerapan materi pelatihan ataupun kegiatan pada pengelolaan usaha.

7. Pembahasan

Sebagaimana telah dikemukakan pada paparan sebelumnya, bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bagi UKM industri Alen-alen ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja pengelola utamanya dalam tatakelola sumber daya manusia, tatakelola keuangan, kapasitas produksi serta jangkauan wilayah pada pemasaran dan pelayanan kepada konsumen. Untuk dapat membuahkan hasil yang diharapkan, memerlukan rangkaian kegiatan yang disusun secara sistematis baik metode pelatihan, materi yang disampaikan maupun metode pendampingannya. Ketiga rangkaian kegiatan tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi obyektif yang selaras dengan kebutuhan mitra kerja agar mudah dipahami dan diimplementasikan.

Pada tahap awal pelaksanaan pelatihan, instruktur menyampaikan tentang urgensi dan manfaat pelatihan bagi upaya memperbaiki tatakelola usaha dan pemasaran. Penjelasan awal ini dipandang penting untuk membuka wawasan berpikir mitra kerja yang selama ini terbiasa mengelola pemasaran dengan sistem tradisional. Pada tahap ini sudah nampak respons positif dari peserta yang ditunjukkan dengan kesungguhan dalam mengikuti seluruh rangkaian sesi pelatihan. Mereka menjadi pembelajar aktif yang secara antusias mengikuti proses pelatihan maupun pendampingan. Suasana pelatihan yang cukup kondusif ini, sangat membantu bagi instruktur untuk membangun komunikasi timbal balik dalam upaya memberikan penjelasan mendalam atas materi yang diberikan.

Dari sudut pandang normatif, aktivitas pelatihan seyogyanya dapat mengubah sistem berpikir dan perilaku individu peserta latihan. Namun secara faktual bisa jadi berbeda.

Perubahan sistem berpikir maupun perilaku individual peserta latihan terkadang bergerak agak lambat dan kurang sebangun dengan yang diharapkan. Kelambanan peserta dalam menginternalisasi materi pelatihan, disebabkan ada kesenjangan pengetahuan dan pengalaman antara instruktur dengan peserta latihan. Peserta latihan lebih banyak bertumpu pada pengalaman empiris selama mengelola usaha, sementara instruktur terkadang terjebak pada aspek teoritis-normatif.

Kesejangan tersebut muncul bukan terletak pada kualitas SDM yang rendah, melainkan lebih pada kurangnya pengetahuan tentang manfaat tatakelola keuangan dan metode pemasaran yang berbasis teknologi informasi melalui mobile marketing *whatsapp, facebook, instagram*. Sebab itu pengusaha juga menyadari bahwa mengelola usaha secara profesional sangat diperlukan bagi peningkatan kinerja bisnis ditengah persaingan yang ketat. Mereka paham benar bahwa usaha yang mereka kelola menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, kondisi tersebut membutuhkan komunikasi yang lancar dengan mitra kerja agar proses transformasi pengetahuan dan ketrampilan berlangsung efektif guna meningkatkan kemampuan pengelola industri Alen-alen.

Upaya untuk memahami peserta pelatihan dalam menerapkan materi bukanlah pekerjaan sederhana. sebab, mereka sudah terbiasa menerapkan pengelolaan usaha secara tradisional yang telah terbukti berhasil. Untuk itu, tim pelaksana PKM secara terus menerus dalam setiap kunjungan lapangan ataupun melalui kontak telepon berusaha memberi panduan kepada mitra kerja PKM atas materi yang belum dipahami.

Pada tahap pendampingan, tim melaksanakannya melalui 2 kali kunjungan kelokasi mitra kerja. Pendampingan dengan kunjungan langsung ini bertujuan agar dapat memantau secara langsung perkembangan kemampuan mitra kerja dalam menerapkan materi pelatihan. Selama melakukan pendampingan, tim PKM memfokuskan pada pemanduan tatacara menerapkan materi yang belum dipahami utamanya bidang akuntansi dan pemasaran berbasis teknologi informasi dengan menggunakan mobile marketing *whatsapp, facebook, instagram*. Materi ini memang memerlukan perhatian khusus selama pendampingan berlangsung, hal ini dikarenakan peserta pelatihan masih belum dapat menerapkan secara optimal dikarenakan keterbatasan waktu untuk mempelajarinya.

Upaya untuk meningkatkan kinerja industri secara optimal tidak cukup hanya dengan pelatihan dan pendampingan, akan tetapi industri juga diberikan bantuan peralatan produksi berupa mesin Lanting. Bantuan ini sudah terbukti bermanfaat bagi industri dalam meningkatkan kapasitas pada saat melakukan proses produksi serta melakukan pemasaran produk melalui sosial media dengan menggunakan mobile *marketing whatsapp, facebook,*

instagram, untuk efisiensi waktu dan biaya. Dalam hal kapasitas produksi dapat meningkat sebesar 20% sedangkan efisiensi waktu pengerjaan alen-alen meningkat sebesar 100 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan PKM melalui pelatihan, pendampingan kepada pengelola UKM diharapkan dapat mengoptimalkan usahanya menjadi lebih baik agar bisnis yang sudah ditekuni selama ini dapat tetap survive bahkan berkembang lebih maju.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Pada kesimpulan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema PKM bagi industri alen-alen yaitu sebagai berikut:

1. Industri Alen-alen sebagai mitra kerja merespons positif pada pelaksanaan kegiatan PKM dengan cara keterlibatan aktif selama proses pelatihan dengan kesediaan untuk mengikuti keseluruhan tahapan-tahapan pelatihan.
2. Industri alen-alen sebagai mitra kerja berpartisipasi aktif dalam tahap evaluasi, konsultasi dan pendampingan melalui kesediaan mengimplementasikan materi yang sudah didapatkan, membenahi tatakelola anggaran keuangan usaha serta memanfaatkan bantuan peralatan produksi dan pemasaran produk
3. Bantuan peralatan produksi yang modern (menggunakan mesin lanting) sudah terbukti mampu meningkatkan efisiensi proses produksi sebesar 100%, mampu meningkatkan kapasitas produksi sebesar 20% sehingga dapat menjadikan produk lebih berkualitas baik.
4. Pada kegiatan PKM target dapat tercapai, dalam hal ini menunjukkan dengan adanya peningkatan kemampuan dari pengusaha UKM sebagai mitra kerja untuk mengelola keuangan usaha, pemasaran produk berbasis online dengan menggunakan mobile marketing whatsapp, facebook, instagram sehingga bisa mengatasi masalah pemasaran yang selama ini sangat bergantung kepada pembeli di daerah trenggalek saja dan bersifat tradisional.

VI.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diuraikan supaya pelaksanaan PKM dapat lebih optimal dalam peningkatan kinerja UKM sebagai mitra kerja yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan pendekatan secara fleksibel; dalam artian metoda pelatihan, jalinan komunikasi maupun metoda pendampingan dikondisikan tidak terlalu formal serta ada kesediaan untuk menyesuaikan jadwal pelatihan maupun pendampingan dengan waktu luang mitra kerja.
2. Setelah pelatihan terhadap UKM dilaksanakan, perlu ada tindak berkelanjutan untuk melakukan komunikasi dengan mitra kerja meskipun kegiatan pelaksanaan

pendampingan sudah berakhir. Hal ini secara konsistensi diperlukan untuk dapat mengimplementasikan materi pelatihan dan memantau tanggung jawab dalam memanfaatkan serta merawat hibah peralatan produksi.

3. Tim pelaksana membantu berperan sebagai fasilitator supaya proses pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dapat berjalan efektif.

REFERENSI

- Firdaus F, Rif'ih M W & Maharani B, 2018. Internet Financial Reporting: Ditektor Eskalasi Pembiayaan Modal UMKM Berbasis Stakeholder Value Sebagai Implementasi Financial Technology. Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers - Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Hal 104-125
- Ayuprameishella N, Cahyono D, Syahfruddin A. 2018. Pengaruh Modal Dukungan Pemerintah Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers - Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Hal 401-410.
- Suci Y R. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1 Januari 2017.
- Elvani S. 2015. Analisis Nilai Tambah dan Pendapatan Serta Strategi Pengembangan Pada Agroindustri Alen-Alen dan Tiwul Instan di Kabupaten Trenggalek. Skripsi, Universitas Jember
- Fatimah T. 2011. Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Globalisasi. Econosains. Volume 9, Nomor 1 – Maret 2011.
- Sudaryanto, Ragimun & Wijayanti Rahma. 2014. Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. BFK. <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi%20pemberdayaan%20umkm.pdf>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Trenggalek Dalam Angka 2017
- Badan Pusat Statistik (BPS). Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997 - 2013. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30%2000:00:00/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997--2013.html>
- Republika, 18 Agustus 2017. Kontribusi UMKM untuk Pertumbuhan Ekonomi Diprediksi Menurun. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/08/18/ouvlqv382-kontribusi-umkm-untuk-pertumbuhan-ekonomi-diprediksi-turun>
- CNN Indonesia. 21 November 2016. Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>

LAMPIRAN I

MODUL PELATIHAN

MODUL

MANAJEMEN
SUMBER DAYA
MANUSIA
PROGRAM
KEMITRAAN
MASYARAKAT



oleh:

Bagus Pratama, S.E., M.B.A

UNIVERSITAS
GAJAYANA MALANG
2019

BAB I PENDAHULUAN

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) mempunyai arti sangat penting (signifikan), bukan saja dilihat dalam konteks manusia sebagai faktor terpenting dalam manajemen pada setiap organisasi atau lembaga (pemerintah, swasta atau LSM) melainkan dan terutama dilihat pada penerapan kualifikasi daya (energi) yang melekat pada manusia tersebut yang memiliki kemampuan (competency) untuk membangun ke arah kemajuan yang positif (maju-positif).

A. Deskripsi Singkat MSDM

Pengertian Sumber Daya Manusia (SDM) menekankan pada kata kuncinya. Daya (energi) yaitu kekuatan yang melekat pada manusia yang mempunyai kemampuan (competency) untuk membangun, dalam arti untuk maju ke arah yang positif.

Setiap orang dalam kehidupan pribadinya maupun dalam kedudukannya sebagai anggota masyarakat, serta dalam peranannya di dalam status kedinasannya baik instansi pemerintah maupun swasta, perlu memiliki daya atau kemampuan tersebut.

Lebih-lebih sebagai pemimpin (manager) ia harus memiliki kemampuan tersebut sehingga betul-betul menunjukkan jati dirinya sebagai pemimpin (leader yang berkualitas, yang bijak / wise) yang senantiasa memotivasi bawahannya untuk juga mampu maju positif.

Manusia yang memiliki daya seperti itu akan mampu mendapatkan pendidikan dan pelatihan yang baik dan sebagai manfaatnya ia dapat merebut peluang kerja yang tersedia di masyarakat, atau justru dia dapat menciptakan lapangan kerja sendiri. Itu semuanya berdampak sangat positif bagi anggota-anggota masyarakat lainnya yang memerlukan lapangan kerja.

Dengan demikian nampak bahwa SDM berkedudukan tidak saja sebagai objek melainkan juga sekaligus sebagai subyek. Untuk itu perlu dimantapkan perpaduan semua pihak terkait (baik pemerintah swasta maupun anggota masyarakat sendiri).

Untuk keberhasilan itu semua perlu diterapkan suatu konsep dari sistem manajemen yang tepat yang dikenal sebagai Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).

Dengan pemikiran seperti tersebut di atas, maka untuk substansi pembelajaran Manajemen SDM dapat diberikan deskripsi secara singkat sebagai berikut :

1. Bahwa arti pentingnya SDM pada instansi apapun (pemerintah maupun swasta), bahkan juga di masyarakat ialah pada kata kunci. Daya (energi) yakni kekuatan yang melekat pada diri manusia yang memiliki kemampuan (competency) untuk membangun dalam arti maju ke arah yang positif.
2. Bahwa untuk keberhasilan terwujudnya manusia yang memiliki daya seperti itu perlu diterapkan secara terpadu pembinaan dan peningkatan daya guna (efficiency) manusia sehingga memberikan manfaat positif bagi manusia itu sendiri dan bagi organisasi/ institusi dimana manusia tersebut berkarya, bahkan juga bagi masyarakat dimana manusia tersebut berada.

Manfaat positif harus dicapai secara seimbang bagi semua pihak (bagi manusianya sendiri, bagi organisasi/ institusinya, dan bagi masyarakat). Manajemen yang tepat dengan arahan manfaat seperti itu dikenal sebagai Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).

3. Konsekuensi logis dari dua hal tersebut di atas adalah bahwa setiap pimpinan harus merasa terpenggil (bahkan komited) untuk secara bijak (wise) senantiasa berupaya meningkatkan motivasi terhadap faktor SDMnya untuk semakin maju positif, semakin meningkat kualitasnya. Dari pihak SDMnya sendiri senantiasa termotivasi untuk maju positif sehingga kualitasnya semakin meningkat dan dapat merebut peluang (opportunity) kerja, bahkan juga peluang berusaha (business opportunity) yang berarti menciptakan lapangan kerja bagi anggota masyarakat dimana ia berada. Itulah makna

SDM sebagai objek dan sekaligus sebagai subyek dalam kegiatan-kegiatan untuk maju ke arah yang positif

B. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

MSDM adalah manajemen yang diharapkan secara terpadu terhadap pembinaan dan pengembangan kekuatan atau daya guna manusia, sehingga memberikan manfaat positif bagi manusia yang bersangkutan, organisasi dan masyarakat.

Sedangkan pengertian MSDM menurut **GR. Terry** adalah proses mendayagunakan manusia sebagai tenaga kerja secara manusiawi, agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya berfungsi maksimal bagi pencapaian tujuan organisasi/ lembaga/ badan usaha.

Pengertian MSDM menurut **GR. Terry** di atas, dilihat segi SDM sebagai :

1. Manusia yang bekerja di lingkungan organisasi
2. SDM adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan keberadaannya
3. SDM adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensinya secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan keberadaan organisasi

MSDM dapat juga diartikan sebagai berikut :

Ilmu yang mempelajari pengelolaan tenaga kerja agar bekerja secara efisien dan efektif dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen.

C. Beberapa Pendekatan Terhadap Masalah Personal

1. Pendekatan Mekanis

Perkembangan industri, dengan penerapan mesin-mesin dan alat-alat elektronika pada bidang industri telah membawa kemajuan yang sangat pesat dalam efisiensi kerja selama lebih dari seabad. Para manager telah menerapkan berbagai prinsip seperti : pemindahan pekerjaan dari manusia kepada mesin, prinsip dapat saling dipertukarkan antara komponen yang satu dengan komponen yang lain, spesialisasi pada mesin-mesin, peralatan, tata letak dan pabrik pada umumnya. Berbagai prinsip ini telah menunjukkan keberhasilannya dengan semakin meningkat output produksi. Karena itu tidaklah mengherankan apabila kemudian dicoba melakukan pendekatan yang sama, yakni pendekatan mekanis terhadap tenaga kerja. Apabila mesin-mesin dapat dibuat lebih produktif dengan melakukan spesialisasi yang ekstrim, maka hendaknya hal yang sama yang berlaku bagi manusia.

Pendekatan mekanis sering disebut juga sebagai pendekatan commodity atau konsep faktor produksi. Hal ini menunjukkan suatu sikap bahwa tenaga kerja haruslah dikelompokkan seperti modal dan tanah sebagai suatu faktor produksi, dan haruslah diperoleh dengan semurah mungkin dan dimanfaatkan semaksimal mungkin. Pertimbangan tenaga kerja sebagai manusia hampir sama sekali diabaikan, penarikan dan pemecatan karyawan hanya semata-mata didasarkan atas kebutuhan perusahaan. Pendekatan mekanis biasanya menimbulkan berbagai masalah manajemen, yaitu masalah personalia, antara lain :

1. Pengangguran teknologi

Tenaga kerja digantikan oleh mesin-mesin atau oleh inovasi manajemen yang menghasilkan jumlah tenaga kerja yang makin sedikit untuk menghasilkan output yang sama.

2. Keamanan

Berkurangnya keamanan ekonomis dalam artian seseorang kehilangan sumber penghasilannya, merupakan akibat lanjutan dari penggunaan teknologi.

3. Organisasi buruh

Karena sikap manajemen dalam menghadapi persoalan-persoalan, mengakibatkan timbulnya dorongan yang kuat untuk membentuk suatu organisasi yang melindungi karyawan dari sikap sewenang-wenang pihak manajemen.

D. Perbedaan Manajemen Personalia dengan Manajemen SDM

- ❖ Manajemen personalia : tenaga kerja dianggap sebagai faktor produksi
- Manajemen SDM : sebagai asset yang harus dipelihara keberadannya
- ❖ Manajemen personalia : konsep paternalis

Manajemen SDM : konsep partnership (kerjasama) dimana majikan bersama dengan karyawan untuk bekerja sehingga diperoleh hasil yang tinggi guna kepentingan kedua belah pihak seperti hubungan industrial Pancasila.

BAB II

PENGADAAN KARYAWAN

A. Pentingnya Pengadaan Karyawan

Pengadaan (*procurement*) adalah fungsi operasional pertama MSDM. Pengadaan karyawan ini merupakan masalah penting, sulit dan kompleks. Sedangkan pengertian pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang efektif dan efisien membantu tercapainya tujuan perusahaan.

Pengadaan harus mendapat perhatian yang serius serta berdasarkan pada analisis pekerjaan (*job analysis*), uraian pekerjaan (*job description*), spesifikasi pekerjaan (*job specification*), evaluasi pekerjaan (*job evaluation*), dan bahkan perlu mempertimbangkan pemerdayaan pekerjaan (*job enrichment*) persyaratan pekerjaan (*job requirement*).

Analisis pekerjaan (*job analysis*) selain menghasilkan *job description*, *job specification*, *job evaluation* juga berguna bagi :

1. Perekrutan dan seleksi
2. Kompensasi
3. Evaluasi jabatan
4. Prestasi kerja
5. Latihan
6. Promosi dan pemindahan
7. Organisasi
8. Pemerdayaan pekerjaan
9. Penyederhanaan pekerjaan
10. Penempatan
11. Peramalan dan perekrutan
12. Orientasi dan induksi

Persyaratan pekerjaan adalah persyaratan-persyaratan jabatan tentang ketrampilan yang dikehendaki. Proses atau langkah-langkah pengadaan perekrutan karyawan adalah:

1. Peramalan kebutuhan tenaga kerja
2. Penarikan
3. Seleksi
4. Penempatan, orientasi dan induksi karyawan

Keterangan :

1. Peramalan kebutuhan tenaga kerja

Peramalan kebutuhan tenaga kerja dimaksudkan agar jumlah kebutuhan tenaga kerja masa kini dan masa depan sesuai dengan beban pekerjaan, kekosongan-kekosongan dapat dihindarkan dan semua pekerjaan dapat dikerjakan. Peramalan kebutuhan tenaga kerja ini harus didasarkan kepada informasi faktor internal dan eksternal perusahaan.

Faktor internal dan eksternal perusahaan adalah :

- a. Jumlah produksi
- b. Ramalan-ramalan usaha

- c. Perluasan perusahaan
- d. Perkembangan teknologi
- e. Tingkat permintaan dan penawaran tenaga kerja

2. Penarikan tenaga kerja

Penarikan tenaga kerja adalah usaha mencari dan mempengaruhi tenaga kerja, agar mau melamar lowongan pekerjaan yang ada dalam suatu perusahaan.

Sedangkan proses penarikan karyawan yang baik adalah :

a. Penentuan dasar penarikan

Dasar penarikan calon karyawan harus terlebih dahulu ditetapkan supaya para pelamar yang memasukkan lamarannya sesuai dengan pekerjaan atau jabatan yang akan dijabatnya. Dasar penarikan harus berpedoman pada spesifikasi pekerjaan yang telah ditentukan untuk menjabat jabatan tersebut.

b. Penentuan sumber-sumber penarikan

1) Sumber internal

Yaitu karyawan yang akan mengisi lowongan kerja tersebut diambil dari dalam perusahaan, yaitu dengan cara memutasikan atau pemindahan karyawan yang memenuhi spesifikasi pekerjaan jabatan itu.

2) Sumber eksternal

Yaitu karyawan yang akan mengisi jabatan dilakukan dengan melakukan penarikan dari sumber-sumber tenaga kerja di luar perusahaan.

c. Metode-metode penarikan

1) Metode tertutup, yaitu dimana penarikan itu hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja.

2) Metode terbuka, yaitu penarikan diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media massa cetak maupun elektronik agar tersebar luas ke masyarakat.

d. Kendala-kendala penarikan

1) Kebijakan-kebijaksanaan organisasi

- ~ Kebijakan kompensasi dan kesejahteraan
- ~ Kebijakan promosi
- ~ Kebijakan status karyawan
- ~ Kebijakan sumber tenaga kerja

2) Persyaratan-persyaratan jabatan

3) Kondisi pasar tenaga kerja

4) Solidaritas perusahaan

5) Kondisi-kondisi lingkungan eksternal

3. Seleksi Penerimaan Karyawan

Seleksi adalah usaha pertama yang harus dilakukan perusahaan untuk memperoleh karyawan yang qualified dan kompeten yang akan menjabat serta mengerjakan semua pekerjaan pada perusahaan tersebut.

Dasar-dasar seleksi penerimaan karyawan baru adalah :

- a. Kebijakan Perburuhan Pemerintah
- b. Job specification dari perusahaan/ jabatan itu.
- c. Ekonomis rasional
- d. Etika sosial

Tujuan seleksi penerimaan karyawan adalah untuk mendapatkan karyawan yang mempunyai ciri sebagai berikut :

- a. Karyawan yang qualified dan potensial
- b. Karyawan yang jujur dan berdisiplin
- c. Karyawan yang cakap dengan penempatannya yang tepat
- d. Karyawan yang terampil dan bergairah bekerja
- e. Karyawan yang memenuhi persyaratan UU Perburuhan
- f. Karyawan yang dapat bekerjasama baik secara vertikal maupun horizontal
- g. Karyawan yang dinamis dan kreatif
- h. Karyawan yang inovatif dan bertanggung jawab sepenuhnya
- i. Karyawan yang loyal dan berdedikasi tinggi
- j. Mengurangi tingkat absensi dan turn over karyawan
- k. Karyawan yang mudah dikembangkan pada masa depan
- l. Karyawan yang dapat bekerja secara mandiri
- m. Karyawan mempunyai perilaku dan budaya malu

❖ Cara Seleksi

Terdapat dua cara, yaitu :

- a. Non ilmiah atau tradisional

Yaitu seleksi yang dilaksanakan tidak didasarkan kepada kriteria atau standar atau spesifikasi kebutuhan nyata pekerjaan/ jabatan, tetapi hanya didasarkan kepada perkiraan dan pengalaman kerja. Unsur-unsur yang diseleksi yaitu :

- 1) Surat lamaran bermaterai
- 2) Ijasah sekolah dan daftar nilainya
- 3) Surat keterangan pekerjaan dan pengalaman
- 4) Referensi atau rekomendasi dari pihak yang dapat dipercaya
- 5) Wawancara langsung dengan pelamar bersangkutan
- 6) Penampilan dan keadaan fisik pelamar
- 7) Keturunan dari pelamar bersangkutan
- 8) Tulisan pelamar

- b. Metode Ilmiah

Yaitu seleksi yang didasarkan kepada *job specification* (ilmu pengetahuan) dan kebutuhan nyata jabatan yang akan diisi, serta berpedoman kepada kriteria dan standar-standar tertentu. Seleksi ilmiah hendaknya dilaksanakan dengan cara :

- 1) Metode kerja yang jelas dan sistematis
- 2) Berorientasi kepada prestasi kerja
- 3) Berorientasi kepada kebutuhan riil karyawan
- 4) Berdasarkan kepada job analysis, dan ilmu sosial lainnya
- 5) Berpedoman kepada UU Perburuhan

❖ Kualifikasi-kualifikasi seleksi

- a. Umur
- b. Keahlian
- c. Kesehatan fisik
- d. Pendidikan

- e. Jenis kelamin
- f. Tampang
- g. Bakat
- h. Temperamen
- i. Karakter
- j. Pengalaman kerja
- k. Kerjasama
- l. Kejujuran
- m. Kedisiplinan
- n. Inisiatif dan kreatif

❖ Sistem dan Prosedur Seleksi

Sistem seleksi yaitu :

- a. **Succesive-Hurdles** adalah sistem seleksi yang dilaksanakan berdasarkan urutan testing, yakni jika pelamar tidak lulus pada suatu testing maka ia tidak boleh mengikuti testing berikutnya dan pelamar tersebut dinyatakan gugur.
- b. **Compensatory-Appmach** adalah sistem seleksi yang dilakukan dimana pelamar mengikuti seluruh testing kemudian dihitung nilai rata-rata tes apakah mencapai standar atau tidak. Pelamar yang mencapai nilai standar dinyatakan lulus, sedang pelamar yang tidak mencapai standar dinyatakan gugur atau tidak diterima.

Prosedur seleksi atau langkah-langkah pelaksanaan seleksi yaitu :

- a. Seleksi surat-surat lamaran
- b. Pengisian blangko lamaran
- c. Pemeriksaan referensi
- d. Wawancara pendahuluan
- e. Tes-tes penerimaan
- f. Tes psikologi
- g. Tes kesehatan
- h. Wawancara akhir atasan langsung
- i. Memutuskan diterima atau ditolak

❖ Tingkat-tingkat Seleksi

- a. Seleksi tingkat pertama

Meliputi semua prosedur seleksi sejak dari surat lamaran sampai dengan pelamar dinyatakan diterima menjadi calon karyawan dengan status masa percobaan.

- b. Seleksi tingkat kedua

Dilakukan atas calon karyawan yang berstatus masa percobaan, dengan cara mengamati dan menilai mental, perilaku dan kemampuan nyata si calon dalam menyelesaikan pekerjaan serta disiplinnya.

- c. Seleksi tingkat ketiga

Dilakukan dengan mengikuti pra jabatan atau latihan yang diakhiri dengan ujian-ujian. Jika tahap ini lulus maka mereka akan diangkat/ dipromosikan menjadi karyawan tetap serta haknya akan diterima sepenuhnya.

❖ Kendala-kendala Seleksi

- 1. Tolok ukur
- 2. Penyeleksi

4. Penempatan, Orientasi dan Induksi Karyawan

- Penempatan Karyawan

Yaitu tindak lanjut dari seleksi yaitu penempatan calon karyawan yang diterima (lulus seleksi) pada jabatan/ pekerjaan yang membutuhkannya dan sekaligus mendelegasikan *authority* kepada orang tersebut. Dengan demikian calon karyawan itu akan dapat mengerjakan tugas-tugasnya di jabatan bersangkutan. Dengan penempatan yang tepat ini maka gairah kerja, mental kerja dan prestasi kerja akan mencapai hasil yang optimal bahkan kreativitas serta prakarsa karyawan dapat berkembang.

BAB Iii PENGEMBANGAN KARYAWAN

A. Arti Pentingnya Pengembangan Karyawan

Efisiensi suatu organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan anggota organisasi itu sendiri. Di dalam perusahaan yang berorientasi profit, tujuan ini dapat dicapai dengan baik kalau karyawan-karyawannya dilatih secara sempurna. Latihan-latihan yang baik diperlukan setiap saat baik karyawan baru maupun karyawan lama. Karyawan baru yang setiap kali ditarik oleh perusahaan, membutuhkan latihan-latihan sebelum mereka dapat menjalankan tugas-tugas yang menjadi kewajibannya. Sedangkan bagi karyawan lama, mereka membutuhkan latihan-latihan karena adanya tuntutan dari tugas-tugas yang sekarang, ataupun mempersiapkan dirinya berhubung akan ditransfer atau akan dipromosikan pada jabatan yang lain.

B. Tujuan Pengembangan Karyawan

Tujuan pengembangan karyawan adalah untuk memperbaiki efektifitas tugas karyawan dalam mencapai hasil-hasil kerja yang telah ditetapkan. Perbaikan efektifitas kerja dapat dilakukan dengan cara memperbaiki pengetahuan karyawan, keterampilan karyawan maupun sikap karyawan itu sendiri terhadap tugas-tugasnya.

C. Beberapa Istilah Tentang Pengembangan Karyawan

Istilah pengembangan diartikan sebagai sinonim dari istilah pendidikan untuk kalangan industri. Istilah-istilah yang dipakai dalam buku maupun praktek ada tiga macam yaitu : ***“Pengembangan, Latihan dan Pendidikan”***.

Arti dari pengembangan sering diartikan dengan usaha-usaha untuk meningkatkan keterampilan maupun pengetahuan umum bagi karyawan agar pelaksanaan pencapaian tujuan lebih efisien. Dalam pengertian ini maka istilah pengembangan akan mencakup pengertian latihan dan pendidikan yaitu sebagai sarana peningkatan keterampilan dan pengetahuan umum bagi karyawan.

Arti latihan ialah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan kerja seseorang dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi. Latihan membantu karyawan dalam memahami suatu pengetahuan praktis dan pengetrapannya, guna meningkatkan keterampilan, kecakapan dan sikap yang diperlukan oleh organisasi dalam usaha mencapai tujuannya.

Arti pendidikan ialah suatu kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan umum seseorang termasuk di dalamnya peningkatan penguasaan teori dan keterampilan, memutuskan terhadap persoalan-persoalan yang menyangkut kegiatan mencapai tujuan.

Dalam prakteknya organisasi-organisasi khususnya di kalangan industri banyak dipergunakan istilah "**training**". Hal ini dapat dilihat dalam bagian-bagian atau nama departemen-departemen yang ada dalam struktur organisasi.

D. Latihan Untuk Karyawan Operasional

Pada umumnya latihan untuk karyawan operasional bertujuan agar :

1. Meningkatkan produktivitas
2. Memperbaiki moral
3. Mengurangi pengawasan
4. Mengurangi kemungkinan terjadi kecelakaan
5. Meningkatkan kestabilan dan keluwesan organisasi

Kestabilan organisasi menunjukkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan efektifitasnya meskipun kehilangan karyawan-karyawan kunci. Keluwesan organisasi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan variasi jangka pendek akan volume pekerjaan, dimana karyawan dimungkinkan ditransfer dari satu bagian ke bagian yang lain.

E. Prinsip-prinsip Latihan

1. Motivasi

Semakin tinggi motivasi seorang karyawan, semakin cepat ia akan mempelajari keterampilan atau pengetahuan baru tersebut.

Latihan sebagai alat haruslah dihubungkan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh para karyawan (seperti upah yang lebih baik, kedudukan yang lebih baik dan lain sebagainya).

2. Laporan kemajuan

Laporan kemajuan diperlukan untuk mengetahui seberapa jauh seorang karyawan lebih memahami pengetahuan yang baru.

3. Praktek

Mempraktekkan apa yang dipelajari, jelas merupakan hal yang sangat penting, sedapat mungkin para karyawan yang dilatih bisa mempraktekkan keterampilan tersebut pada suasana pekerjaan yang sebenarnya.

4. Perbedaan individual

Meskipun latihan kelompok sering mempunyai kelebihan ekonomi, perlulah disadari bahwa pada hakekatnya karyawan itu berbeda antara satu dengan yang lainnya, karenanya latihan yang efektif hendaknya menyesuaikan kecepatan dan kerumitan dengan kemampuan masing-masing individu.

F. Berbagai Sistem/ Metode Latihan Operasional

Secara umum bentuk/ metode latihan untuk karyawan-karyawan operasional bisa dikelompokkan menjadi 4 (empat) macam yaitu :

1. On The Job Training

Merupakan metode latihan yang paling banyak digunakan. Sistem ini terutama memberikan tugas kepada atasan langsung dari karyawan yang baru dilatih, untuk melatih mereka. Karena itu para manajemen sering beranggapan bahwa sistem ini merupakan sistem yang ekonomis (hemat) karena tidak perlu menyediakan fasilitas khusus untuk latihan. Tetapi hendaknya kita perlu menyadari bahwa meskipun sistem ini mungkin merupakan sistem yang hemat, keberhasilan sistem ini perlu juga dipertimbangkan.

2. Vestibule School

Merupakan bentuk latihan dimana pelatihnya bukanlah para atasan langsung, tetapi pelatih-pelatih khusus (*staff specialist*). Alasannya terutama adalah untuk menghindari para atasan langsung tersebut dengan tambahan kewajiban dan memusatkan latihan hanya kepada para ahli dalam bidang latihan.

3. Apprenticeship (magang)

Biasa dipergunakan untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan (skill) yang relatif lebih tinggi. Program “apprenticeship” biasa mengkombinasikan on the job training dan pengalaman dengan petunjuk-petunjuk di kelas dalam pengetahuan-pengetahuan tertentu

4. Kursus-kursus Khusus

Merupakan bentuk pengembangan karyawan yang lebih mirip pendidikan daripada latihan. Kursus-kursus ini biasanya diadakan untuk memenuhi minat dari para karyawan dalam bidang-bidang pengetahuan tertentu

DAFTAR PUSTAKA

- Henry Simamora, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta
- T. Hani Handoko, 2007, *Manajemen Personalia dan Sumber daya Manusia*, BPFE Yogyakarta
- Criner, 2005, *Perencanaan Tenaga Kerja*, Erlangga, Jakarta

MODUL

AKUNTANSI
DASAR
PROGRAM
KEMITRAAN
MASYARAKAT
(PKM)



oleh:
Yuni Kusuma Arumsari., SE.,
MM.,CRP., Ak

UNIVERSITAS
GAJAYANA MALANG
2019

AKUNTANSI UNTUK USAHA MIKRO

Kriteria Usaha Mikro

Pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 menyebutkan bahwa:

Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Ciri-Ciri Usaha Mikro

- a. Jenis usaha/komoditi usahanya tidak selalu tetap. sewaktu-waktu dapat berganti;
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usahanya;
- d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- e. Umumnya belum pernah mengakses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah mengakses ke lembaga keuangan non bank (bank titil dan sebagainya);
- f. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP,

Akses Pembiayaan Usaha Mikro

Kurangnya akses pembiayaan merupakan hambatan utama bagi pertumbuhan dan pengembangan usaha mikro karena lembaga keuangan formal atau komersial ragu untuk mengucurkan pinjaman kepada mereka. Lembaga keuangan formal menganggap jaminan yang diberikan oleh pengusaha mikro tidak layak. Hal ini dikarenakan keadaan produksi sering kali beresiko dan tidak stabil sehingga dapat berakibat pada kegagalan pelunasan kredit. Lembaga keuangan formal atau komersial lebih cenderung menyalurkan kredit kepada perusahaan yang berskala besar dan beresiko rendah. (Arsyad, 2008:14).

Membukukan Transaksi Keuangan

Informasi pembukuan atau akuntansi dasar mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha bagi pemilik, pengelola, dan pegawai usaha mikro. Informasi akuntansi dapat menjadi dasar yang andal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha mikro. Kebanyakan pelaku usaha hanya mencatat jumlah uang yang diterima dan dikeluarkan, jumlah barang yang dibeli dan dijual, dan jumlah piutang/utang. Namun pencatatan itu hanya sebatas pengingat saja dan tidak dengan format yang memudahkan untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku.

Dari kebiasaan-kebiasaan mencatat kegiatan usaha secara sederhana tersebut, dapat diarahkan untuk mencatat transaksi keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi secara lengkap dan rapih. Tentunya dengan format yang sederhana dengan mempertimbangkan alokasi tenaga dan waktu yang terbatas. Pencatatan transaksi usaha adalah kegiatan mencatat setiap transaksi yang berhubungan dengan lalu lintas keuangan aktifitas usaha. Secara standar, transaksi yang perlu dicatat adalah transaksi yang berhubungan dengan kas, pembelian (tunai dan kredit), penjualan (tunai dan kredit), piutang dan utang. Mencatat setiap transaksi yang terjadi sangat penting sebagai bahan untuk menyusun laporan keuangan. Tanpa adanya catatan transaksi usaha, mustahil laporan keuangan dapat dibuat. Tentunya setiap transaksi juga harus disertai bukti transaksi, sebagai bukti bahwa transaksi tersebut benar-benar terjadi.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada periode akuntansi yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan berguna bagi pihak bank, kreditor, pemilik dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam menganalisis serta menginterpretasikan kinerja keuangan dan kondisi perusahaan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009). Laporan keuangan (financial statements) merupakan produk akhir dari serangkaian pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi tertentu.

Dalam memenuhi tujuannya, laporan keuangan juga dapat menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya (SAK ETAP,2009).

Tahapan yang dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan:

1. Pisahkan Rekening Pribadi dan Bisnis
2. Format Pencatatan Menyiapkan Dokumen Pendukung ; Nota penjualan dan atau Tagihan / invoice
3. Menyiapkan Buku Pencatatan :
 - Pencatatan Kas / Uang kas Keluar Masuk
 - Pencatatan Piutang
 - Pencatatan Hutang
 - Pencatatan Stock Keperluan jenis catatan keuangan berdasarkan jenis usahanya, bisa ada jenis / format pencatatan yang tidak perlu atau bahkan ada pencatatan yang harus ditambahkan. Misalkan usaha yang bergerak di bidang jasa maka tidak di butuhkan Buku Stock

Ilustrasi Sederhana Laporan Keuangan untuk Usaha Mikro

Untuk membuat laporan keuangan, seperti yang sudah diuraikan di awal , harus dipersiapkan beberapa buku catatan transaksi keuangan, di antaranya: Buku Kas, Buku Persediaan Barang, Buku Pembelian Barang, Buku Penjualan, Buku Biaya, Buku Piutang, Buku Utang. Siapkan tujuh buku dengan kegunaannya masing-masing untuk mencatat tujuh poin di atas. Karena pada prinsipnya untuk satu transaksi, akan melibatkan minimal dua buku, seperti saat mencatat pengeluaran biaya maka akan mencatat di buku kas dan buku biaya. Begitu juga saat ada transaksi penjualan atau pembelian, akan melibatkan beberapa buku untuk mencatat transaksi tersebut. Untuk lebih jelasnya, transaksi penjualan dan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Transaksi Penjualan

Buku yang dilibatkan saat transaksi penjualan

PENJUALAN TUNAI	PENJUALAN KREDIT
1. Buku penjualan	1. Buku penjualan
2. Buku Kas	2. Buku Kas
3. Buku Persediaan barang	2. Buku Persediaan barang

Transaksi Pembelian

Buku yang dilibatkan saat transaksi pembelian

PEMBELIAN TUNAI	PEMBELIAN KREDIT
1. Buku Pembelian	1. Buku Pembelian
2. Buku Kas	2. Buku Kas
3. Buku Persediaan barang	3. Buku Persediaan barang

Setelah memahami gambaran di atas, yang harus dilakukan pertama kali adalah menghitung jumlah modal dan utang. Ini diperlukan untuk membuat neraca awal. Hitung jumlah modal dan utang secara sederhana seperti contoh berikut ini.

1. Uang tunai sekarang misalnya Rp 6.000.000
2. Persediaan barang Rp30.000.000
3. Utang total sejumlah Rp10.000.000
4. Modal sebesar Rp26.000.000

Setelah itu, baru bisa membuat neraca awal. Dari angka di atas, dapat membuatnya seperti berikut

AKTIVA	SALDO	PASIVA	SALDO
KAS	Rp 6.000.000	UTANG	Rp 10.000.000
PERSEDIAAN BARANG	Rp 30.000.000	MODAL	Rp 26.000.000
SALDO	<u>Rp</u> <u>36.000.000</u>	SALDO	<u>Rp</u> <u>36.000.000</u>

Dengan begitu, dapat diketahui bahwa kondisi neraca awal berada pada titik seimbang di angka **Rp 36.000.000**. Langkah selanjutnya adalah mengisi atau membuat buku kas, buku penjualan, buku biaya, dan lain-lain seperti yang telah

disebutkan pada tujuh jenis buku di atas. Untuk menyusun tiap-tiap buku laporan, perlu dibuat kerangka atau tabel seperti berikut ini.

JUDUL (MISAL , BUKU KAS)

AL	TANGG	KETER	DEBET	KREDIT	SALDO
		ANGAN			

Langsung pada contoh kasus, misalnya pemilik usaha mikro “ABADI” yang berkonsentrasi pada usaha dagang kebutuhan pokok.

Pada tanggal 6 Januari 2018, melakukan transaksi penjualan dengan seorang pelanggan bernama Bapak Abdulah dan berhasil menjual 1 ton beras, 1 ton gula pasir, dan 100 botol kecap dengan harga keseluruhan Rp17.000.000.

Pada tanggal 7 Januari 2018 pemilik usaha membayar tagihan telepon dan rekening listrik sebesar Rp 450.000.

Dengan transaksi tersebut, buku yang akan dipengaruhi, antara lain: **Buku Kas, Buku Penjualan, Buku Persediaan, Buku Biaya Jika ditulis dalam bentuk laporan**, akan tergambar seperti berikut

BUKU KAS

AL	TANGG	KETER	DEBET	KREDI	SALDO
		ANGAN		T	
	5/1/201	SALDO	Rp		Rp
8		AWAL	6.000.000		6.000.000
	6/1/201	Penjuala	Rp		Rp
8		n tunai	17.000.000		23.000.000

BUKU PENJUALAN

AL	TANGG	KETER	DEBET	KREDI	SALDO
		ANGAN		T	

8	6/1/201	Penjuala n tunai	Rp 17.000.000		Rp 17.000.000

BUKU PERSEDIAAN

TAN GGAL	NAMA BARANG	SA TUAN	DIBE LI	DIJU AL	SISA BARANG
018	6/1/2 S	BERA Kg	1500	1000	500
		GULA Kg	1500	1000	500
	P	KECA Bot ol	150	100	50

Setelah satu hari kemudian, pemilik usaha mengeluarkan biaya untuk membayar tagihan telepon dan rekening listrik sebesar Rp 450.000. Buku yang dipengaruhi adalah sebagai berikut.

1. Buku Kas

AL	TANGG	KETER ANGAN	DEBET	KREDI T	SALDO
8	5/1/201	SALDO AWAL	Rp 6.000.000		Rp 6.000.000
8	6/1/201	Penjuala n tunai	Rp 17.000.000		Rp 23.000.000
8	7/1/201	Bayar telpon		Rp 200.000	Rp 22.800.000
		Bayar Listrik		Rp 250.000	Rp 22.550.000

2. Buku Biaya

TANGGAL	KETERANGAN	JUMLAH
---------	------------	--------

7/1/2016	BAYAR TELPON	Rp 200.000
7/1/2016	BAYAR LISTRIK	Rp 250.000

Dari semua laporan tersebut, jika Anda ingin menghitung pendapatan, caranya sangat mudah sekali yaitu dengan menggunakan rumus berikut ini.

Harga Pokok = Saldo Persediaan Awal + Pembelian – Persediaan Akhir

Laba Kotor = Penjualan – Harga pokok pembelian

Laba Bersih = Laba Kotor – Biaya

Dengan mengetahui prinsip dasar laporan keuangan sederhana untuk UKM seperti uraian di atas, setidaknya akan mendapatkan gambaran lebih mudah dan jelas posisi keuangan usaha. Selain itu, Anda juga mengetahui bagaimana harus menjalankan bisnis dalam menghadapi persaingan ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Hubeis, Musa. (2012). *Penerapan Sistem Akuntansi Sederhana Pada UKM Cireng*

Cageur Group Bogor. Institut Pertanian Bogor

Hermon dan Elisabeth, *Penyusunan Laporan Keuangan Untuk UKM Berbasis SAK ETAP*.

Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), 2009, *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa*

Akuntabilitas Publik, Jakarta

Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil.

MODUL

MOBILE MARKETING MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)

oleh:

Rizqiyatul Khoiriyah, S.Kom., M.Kom



**UNIVERSITAS GAJAYANA
MALANG 2019**

BAB I PENGENALAN MEDIA SOSIAL

1.1 Whatsapp Messenger

WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, jika dilihat dari fungsinya WhatsApp hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa Anda gunakan di ponsel lama. Tetapi WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. WhatsApp Messenger merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena WhatsApp Messenger menggunakan paket data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain. Dengan menggunakan WhatsApp, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

Meskipun merupakan aplikasi pesan instan, ada yang unik dari WhatsApp. Jadi, sistem pengenalan kontak, verifikasi dan pengiriman pesan tetap dilakukan melalui nomor ponsel yang sudah terlebih dahulu didaftarkan.

WhatsApp mempunyai beberapa fitur:

- Mengirim pesan teks
- Mengirim foto dari galeri ataupun dari kamera
- Mengirim video
- Mengirimkan file atau yang lainnya
- Menelpon melalui suara, termasuk mengirim pesan suara Anda yang dapat didengarkan oleh penerima setiap saat.
- Berbagi lokasi memanfaatkan GPS
- Mengirimkan kartu kontak
- WhatsApp juga mendukung beberapa emoji.

1.2 Instagram Business

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram

sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada perangkat *mobile*.

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi, dan Windows Phone.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar.

Instagram memiliki beberapa fitur yaitu :

- Berbagi foto dan video
- Respon pada foto atau video dengan komentar atau menyukai.
- Mengirim pesan
- Membuat status

1.3 Facebook Business

Facebook, Inc. adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei Consumer Reports bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

Facebook dapat diakses melalui website facebook.com atau menggunakan *smartphone*. Dalam tulisan ini, kita akan membahas facebook untuk *smartphone*. Berikut beberapa fitur yang ada pada facebook :

- Update status
- Berbagi foto atau video
- Mencari teman
- Membuat atau mengikuti grup

- Membuat atau mengikuti sebuah halaman
- Mengirim pesan pribadi

BAB II MARKETING DENGAN MEDIA SOSIAL

Media sosial marketing atau pemasaran media sosial kini tidak dapat dipandang sebelah mata. Bahkan media sosial menjadi ujung tombak pemasaran saat ini. Sebab di media sosial lah Anda bisa menemukan konsumen yang tepat dan membangun citra perusahaan. Social media marketing adalah kegiatan mempromosikan produk atau layanan di platform media sosial menggunakan strategi tertentu. Definisinya memang cukup sederhana, yaitu mempromosikan produk atau layanan di media sosial. Akan tetapi, inti sebenarnya dari media sosial marketing terletak pada strateginya.

Mengelola media sosial tanpa strategi sama saja bekerja tanpa rencana. Tidak jelas target apa yang ingin dicapai, siapa yang ingin dijangkau, dan masalah apa yang ingin diselesaikan. Menjalankan social media marketing tanpa strategi akan berakibat negatif terhadap bisnis Anda. Oleh karena itu, langkah pertama social media marketing adalah menyusun strategi. Berikut adalah langkah-langkah menyusun strategi untuk kampanye media sosial Anda :

1. Riset audiens

Seperti yang sudah saya sebutkan di awal, Anda tidak bisa menggunakan semua platform untuk kampanye media sosial Anda. Sebab masing-masing bisnis memiliki target konsumen yang berbeda dan setiap platform media sosial juga memiliki karakteristik pengguna masing-masing.

Bagaimana menentukan media sosial yang cocok untuk bisnis Anda? Jawabannya adalah riset. Anda perlu melakukan riset audiens untuk menentukan media sosial mana yang paling cocok untuk bisnis Anda.

Salah satu cara metode riset audiens yang efektif adalah teknik Bulls Eye yang dikembangkan oleh Gabriel Weinberg dan Justin Mares untuk memetakan strategi pemasaran di media sosial, yaitu :

- Brainstorming. Buat daftar semua media sosial yang mungkin digunakan dan tulis ide-ide yang bisa diaplikasikan
- Rank. Kelompokkan semua media sosial sebelumnya ke dalam tiga kategori, yaitu inner circle, potensial dan long shot.
- Prioritize. Fokus pada kategori inner circle dan harus ada tiga media sosial di kategori inner circle, tidak lebih dan tidak kurang.
- Test. Terapkan uji coba pada media sosial di kategori inner circle secara bersamaan.
- Focus on. Tahap test akan menunjukkan satu media sosial yang paling efektif. Maksimalkan pemasaran di satu media sosial tersebut.

2. Buat goals yang jelas

Strategi apa pun jika tidak memiliki goals atau tujuan yang jelas tidak dapat disebut sebagai strategi yang baik. Begitu juga dengan strategi social media marketing. Anda harus menentukan tujuan social media marketing terlebih dahulu sebelum memulai kampanye di media sosial.

Goals social media marketing Anda harus spesifik dan terukur. Jika ini adalah kali pertama Anda menyusun strategi social media marketing, mungkin Anda masih bingung tujuan seperti apa yg harus Anda tetapkan. Salah satu contoh tujuan social media marketing adalah meningkatkan Brand Awareness

Media sosial adalah platform di mana konsumen Anda menghabiskan sebagian besar

waktunya di internet. Menurut riset APJII, pengguna internet Indonesia menghabiskan 87,13 persen waktunya di internet untuk mengakses media sosial.

Hal ini tentu sebaiknya dimanfaatkan untuk membangun persona brand Anda di platform media sosial. Jangan fokus pada konten-konten promosi saja, tetapi isi media sosial bisnis Anda dengan konten yang mampu menunjukkan persona merek Anda sehingga konsumen Anda selalu mengingat merek Anda.

3. Gunakan metrik yang jelas

Dari dua langkah pertama, Anda sudah mendapatkan goals dan target audiens social media marketing Anda. Agar bisa selalu mengevaluasi performa strategi social media marketing, Anda perlu menetapkan metrik yang jelas dan terukur.

Metrik berguna untuk mengukur goals atau tujuan strategi social media marketing Anda. Jadi Anda bisa mengetahui apakah goals Anda sudah tercapai atau belum melalui metrik ini.

Berikut adalah beberapa metrik yang sering digunakan di kampanye media sosial: Berikut adalah beberapa metrik yang sering digunakan di kampanye media sosial:

- *Reach*
Reach adalah jumlah *unique user* yang melihat postingan Anda di media sosial
- *Engagement*
Engagement adalah jumlah interaksi di konten media sosial Anda.
- *Hashtag and Keyword Performance*
Hashtag dan Keyword Performance adalah performa konten media sosial Anda di *hashtag* dan *keyword* tertentu

4. Riset kompetitor

Hampir semua pemilik bisnis kini memanfaatkan media sosial untuk pemasarannya. Begitu juga dengan kompetitor Anda. Supaya bisa memenangkan kompetisi di media sosial, Anda perlu melakukan riset terhadap kompetitor bisnis Anda.

Pelajari seperti apa bentuk kampanye media sosial kompetitor Anda. Keyword apa yang mereka gunakan, hashtag apa yang mereka gunakan, hingga konsep konten seperti apa yang mereka terapkan. Bukan berarti Anda mencuri ide kompetitor, tetapi lebih sebagai analisis untuk pertimbangan dalam menjalankan strategi media sosial Anda.

5. Buat konten yang menarik dan relevan

Setelah menentukan platform media sosial yang cocok, menemukan target audiens, dan menetapkan goals, kini saatnya Anda membuat konten.

Ada beberapa hal yang perlu Anda perhatikan sebelum membuat konten. Sebab ada beberapa konten yang bukannya mendatangkan keuntungan, bahkan bisa membuat orang unfollow atau unlike media sosial bisnis Anda.

6. Tentukan waktu posting yang tepat

Kelebihan media sosial dari platform-platform marketing lainnya adalah memungkinkan Anda untuk memiliki komunikasi dua arah dengan konsumen. Hal ini

juga menuntut Anda untuk selalu hadir di media sosial setiap saat.

Untuk menemukan waktu yang tepat untuk merilis konten media sosial juga memerlukan riset dan percobaan. Sebab setiap bisnis punya karakteristik dan kebiasaan konsumen yang berbeda-beda. Selain itu, masing-masing platform media sosial juga memiliki kebiasaan pengguna yang berbeda-beda.

Setelah menemukan waktu terbaik untuk merilis konten media sosial, sebaiknya buat juga jadwal konten media sosial. Dengan adanya jadwal, Anda bisa mengatur konten apa saja yang perlu diproduksi dalam kurun waktu tertentu. Anda bisa membuat jadwal konten media sosial mingguan, bulanan, atau tahunan.

7. Evaluasi performa

Langkah terakhir yang tidak kalah penting adalah evaluasi performa strategi social media marketing Anda. Tanpa evaluasi Anda tidak bisa mengetahui apa yang perlu dipertahankan, apa yang perlu ditiadakan, dan apa yang perlu ditingkatkan.

Agar evaluasi strategi social media marketing lebih efektif, Anda memerlukan bantuan aplikasi pengelola media sosial. Kebanyakan aplikasi pengelola media sosial memang berbayar, tetapi penting untuk keberlangsungan strategi social media marketing Anda.

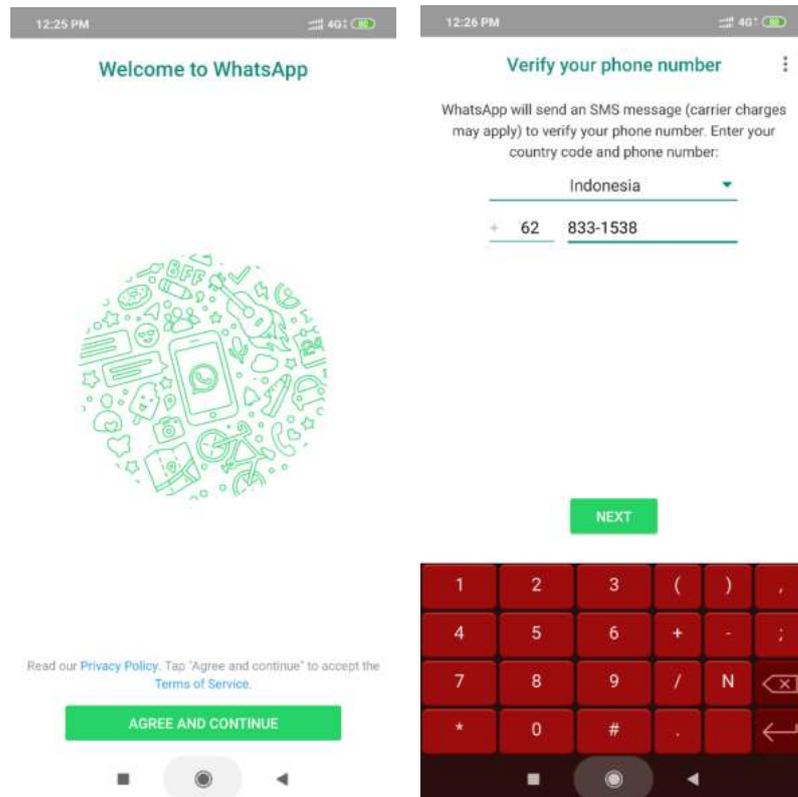
BAB III CARA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Pada bab tiga ini kita akan membahas tentang cara menggunakan beberapa media sosial yaitu, whatsapp, instagram, dan facebook.

a. Whatsapp

1. Mendaftar akun whatsapp

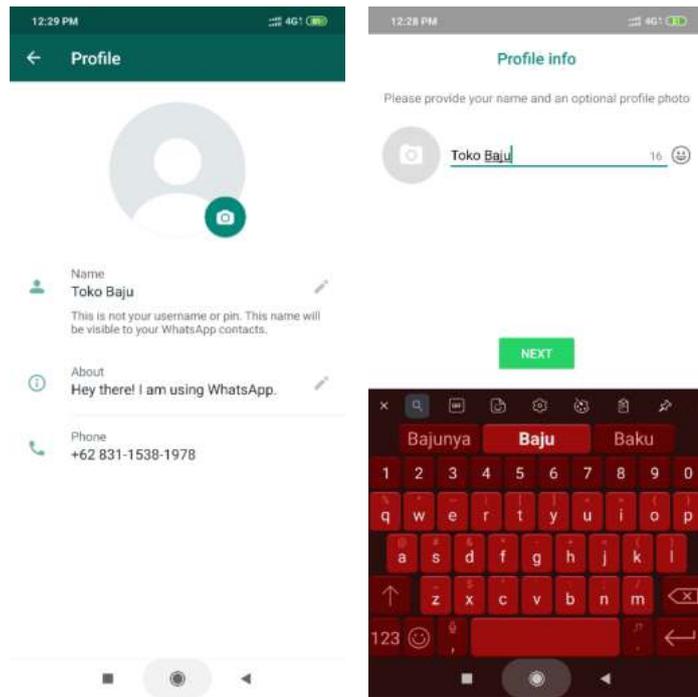
Untuk mendaftar akun whatsapp sangatlah mudah, pertama kita unduh aplikasi whatsapp di playstore untuk android atau appstore untuk iphone. Setelah itu kita buka aplikasi whatsapp tersebut kemudian tekan tombol persetujuan dan masukkan nomor handphone yang akan kita daftarkan seperti gambar di bawah ini.



Masukkan kode yang diberikan whatsapp dari sms kemudian tekan tombol *continue* atau selanjutnya. Selanjutnya anda akan diminta untuk memberikan nama untuk profil, ini berfungsi sebagai identitas anda pada sebuah grup jika anggota grup belum menyimpan nomor *handphone* anda dalam kontakannya.

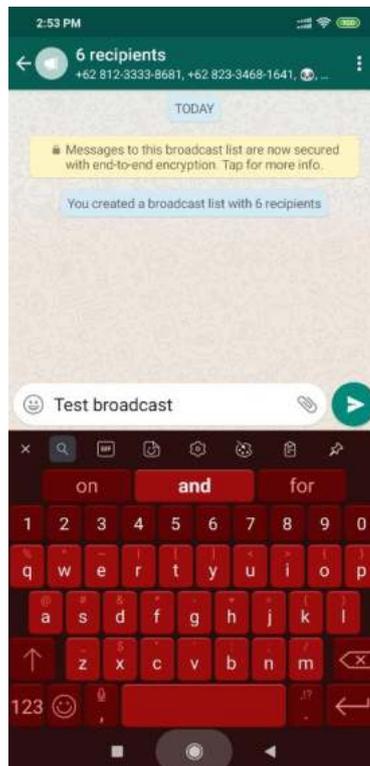
2. Mengubah profil whatsapp

Untuk merubah nama profile silahkan pilih menu dan tekan tombol *setting* atau pengaturan. Tekan gambar anda dan silahkan isi nama profil atau mengganti foto anda.



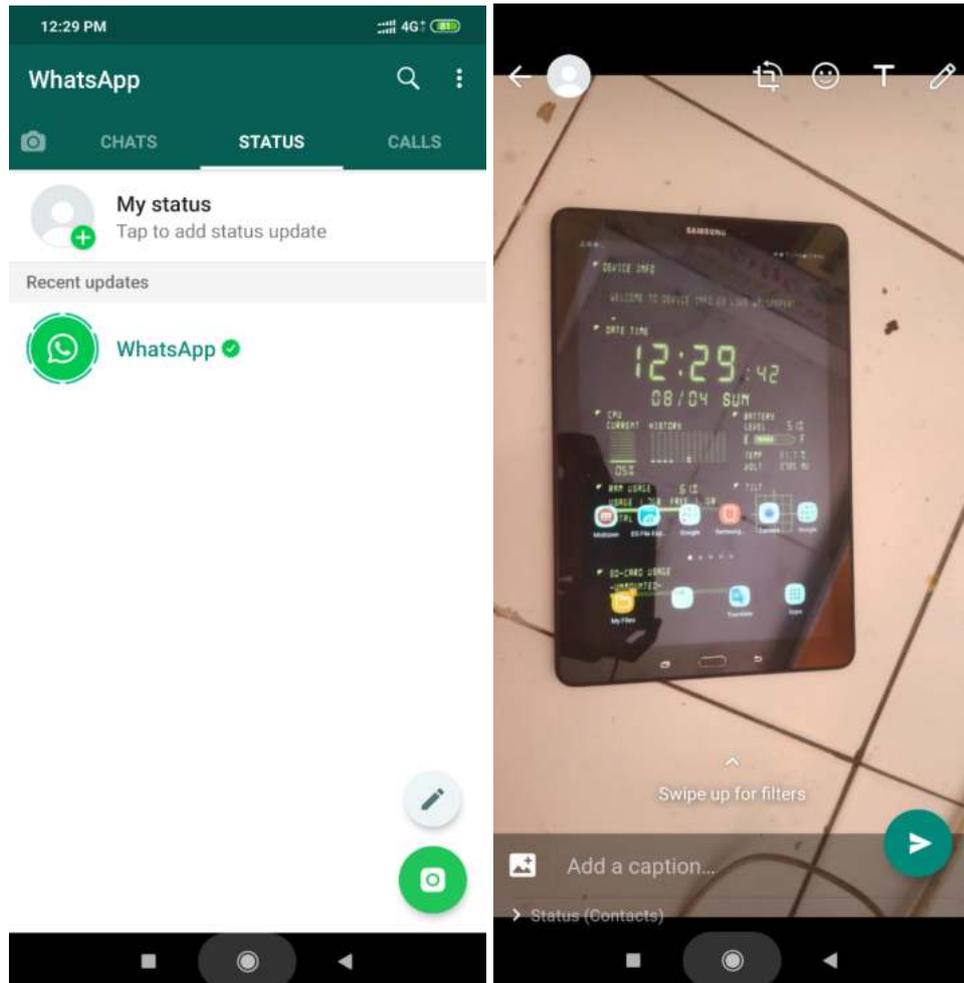
3. Membuat pesan broadcast

Pesan broadcast sangat berguna untuk mempromosikan produk yang anda jual, tetapi perhatikan waktu dan tujuan pada siapa anda broadcast pesan anda, karena jika waktu tidak tepat atau orang yang anda kirim tidak tertarik dengan barang yang anda tawarkan mereka akan merasa terganggu. Untuk membuat pesan broadcast anda cukup tekan menu new broadcast kemudian pilih atau dengan cara memberikan tanda centang pada kontak anda sebagai nomor tujuan. Anda juga dapat menambahkan foto dalam pesan broadcast ini.



4. Membuat pesan status

Salah satu cara untuk mempromosikan barang anda dengan whatsapp yaitu dengan status. Status ini merupakan fitur whatsapp yang terbaru, dengan status ini anda dapat mempromosikan barang yang anda jual tanpa mengganggu kesibukan pelanggan anda karena tidak akan ada notifikasi yang terkirim pada handphone pelanggan anda. Untuk membuat pesan status anda cukup pilih menu “status” atau geser ke kiri tampilah whatsapp anda dan tekan tombol pensil untuk membuat status dengan teks atau tombol kamera untuk membuat status dengan gambar atau foto.



Setelah anda menyiapkan teks atau foto yang ingin anda posting untuk promosi, silahkan tekan tombol kirim yang berlogo seperti tanda panah ke kanan. Jika berhasil maka akan nampak tulisan atau foto yang anda posting pada halaman status anda.

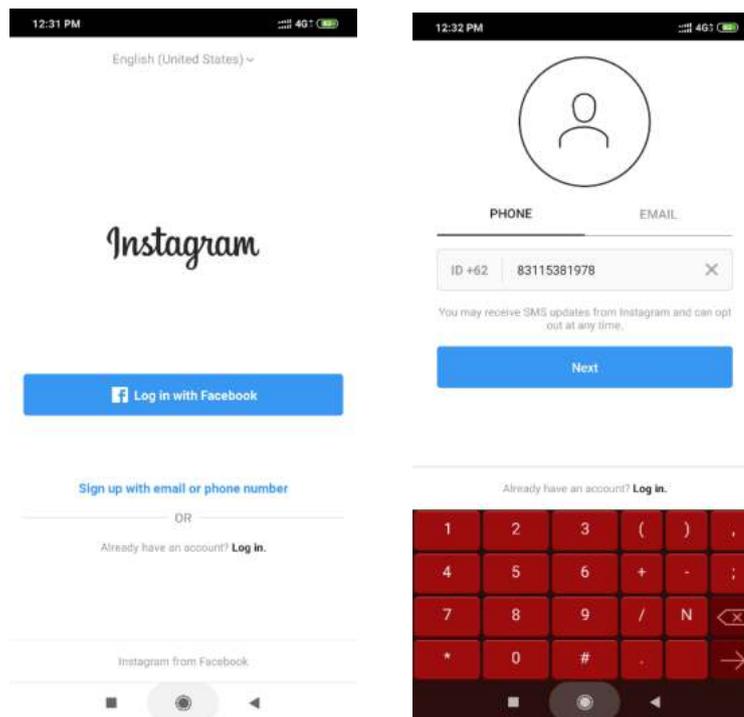


Kini Anda hanya tinggal menunggu hingga pelanggan anda menanyakan barang yang anda jual.

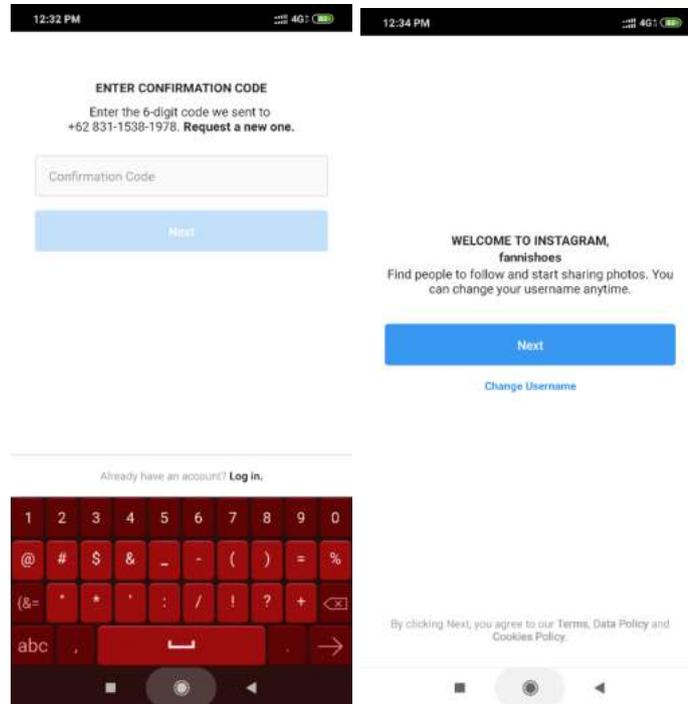
b. Instagram

1. Mendaftar akun instagram

Untuk mendaftar akun instagram sangatlah mudah, pertama kita unduh aplikasi instagram di playstore untuk android atau appstore untuk iphone. Setelah itu kita buka aplikasi instagram tersebut kemudian tekan tombol sign up dan masukkan nomor handphone atau email.

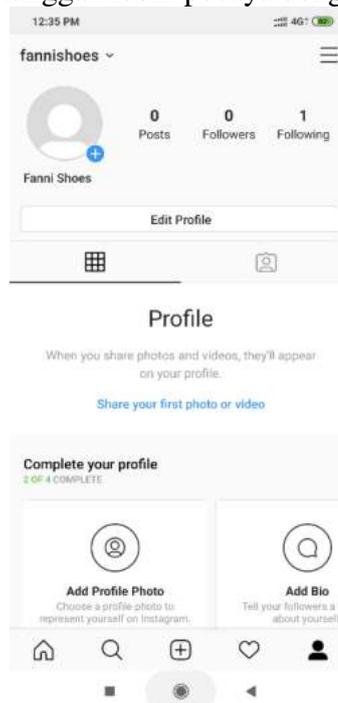


Tunggu sebentar dan masukkan kode verifikasi yang dikirim ke nomor *handphone* yang anda daftarkan jika berhasil anda akan diminta untuk memberikan nama sebagai profil anda. Anda juga boleh memberikan nama toko untuk profil instagram anda.



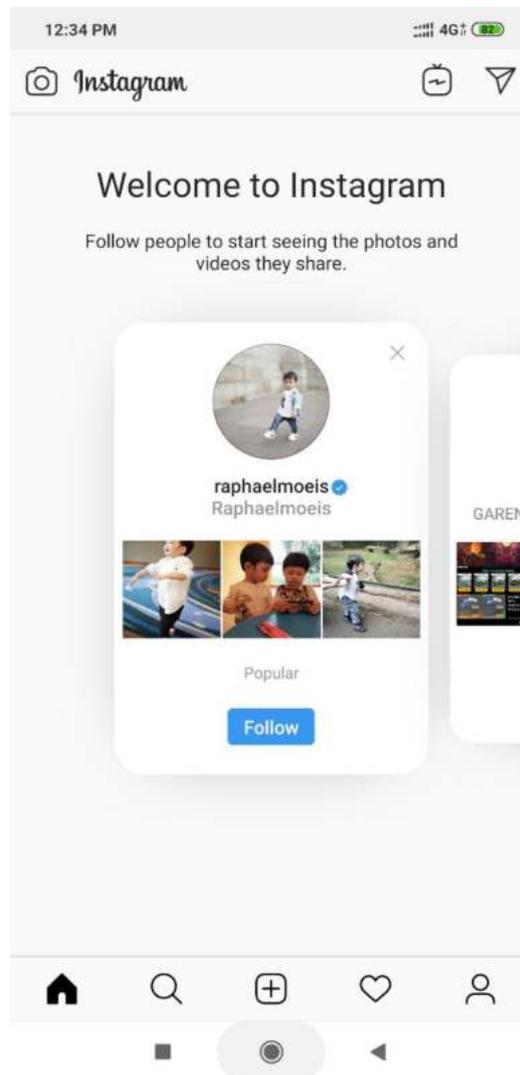
2. Mengubah profile instagram

Untuk merubah profile anda silahkan masuk menu profil dengan logo orang pada pojok kanan bawah. Kemudian masukkan foto atau informasi profil apa saja yang ingin anda bagikan. Sebaiknya anda memberikan informasi yang lengkap tentang profil anda supaya calon pelanggan lebih percaya dengan anda.



3. Follow akun instagram

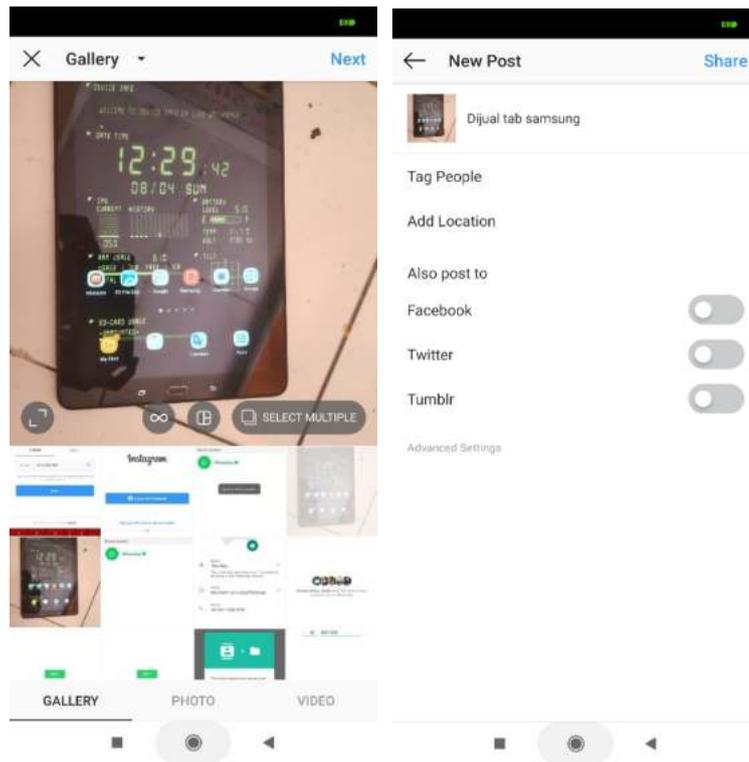
Berbeda dengan whatsapp atau facebook, di intagram tidak ada pertemanan namun ada follow dan follow back, jadi semakin banyak follower maka semakin banyak juga kemungkinan produk kita dilihat ketika kita posting barang untuk promosi kita. Agar kita mendapatkan follower yang banyak, kita pancing dengan follow akun orang lain terlebih dahulu. Caranya mudah tinggal buka akun orang dan tekan tombol follow atau ikuti.



4. Share foto atau video

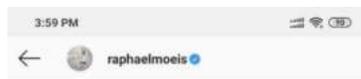
Apabila kita sudah mendapatkan banyak follower selanjutnya kita posting barang atau jasa yang ingin kita promosikan. Dengan banyaknya follower kita, iklan kita akan dilihat oleh follower kita.

Caranya mudah, cukup tekan tombol yang bersimbol tambah, kemudian pilih foto atau video yang akan kita posting kemudian berikan informasi apa saja tentang foto atau video kita dan tekan tombol *share* atau bagikan.



5. Direct message atau pesan langsung

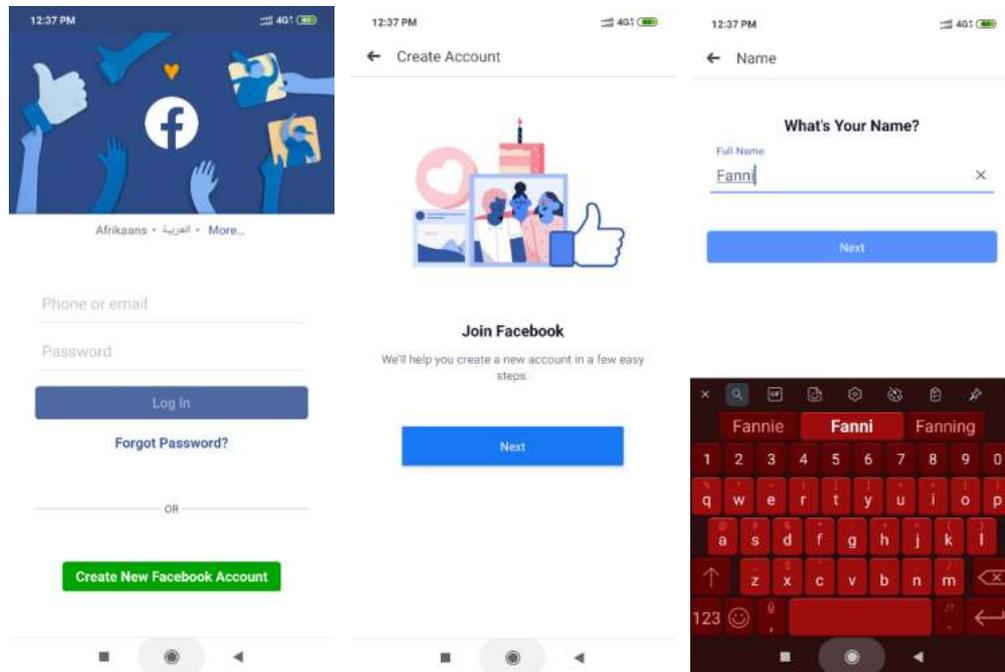
Biasanya calon pelanggan yang tertarik dengan produk yang kita tawarkan akan menghubungi kita melalui *direct message* atau pesan langsung. Fungsi *direct message* ini adalah untuk saling membalas pesan layaknya sms.



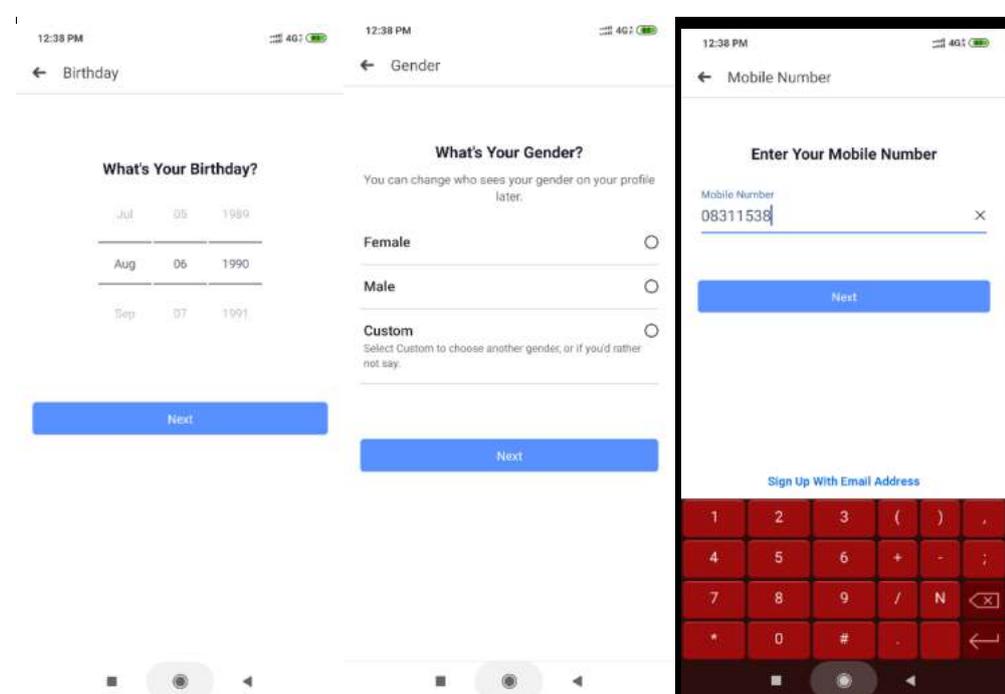
c. Facebook

1. Mendaftar akun facebook

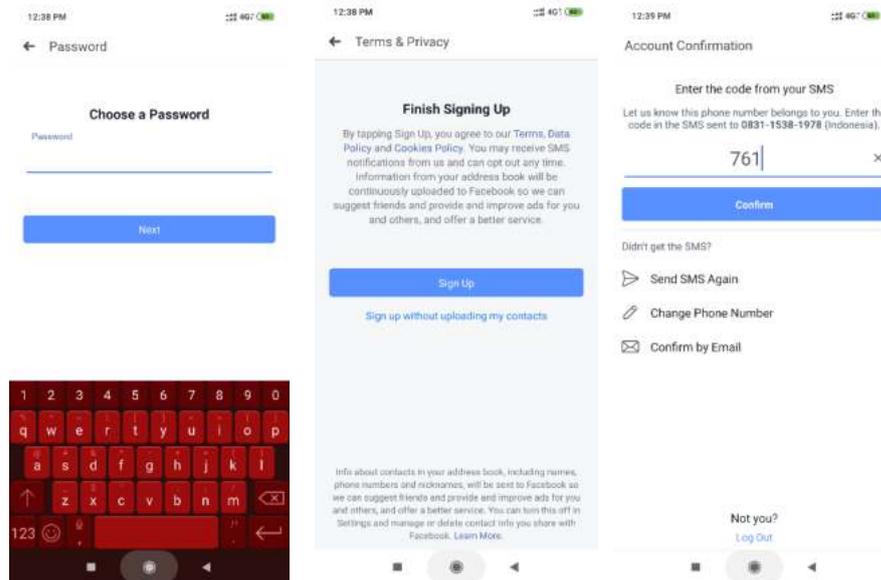
Untuk mendaftar akun facebook sangatlah mudah, pertama kita unduh aplikasi facebook di playstore untuk android atau appstore untuk iphone. Setelah itu kita buka aplikasi facebook tersebut kemudian tekan tombol *create new facebook account* atau buat akun facebook baru dan masukkan nama anda.



Selanjutnya masukkan tanggal lahir, jenis kelamin, dan nomor handphone yang akan anda daftarkan.

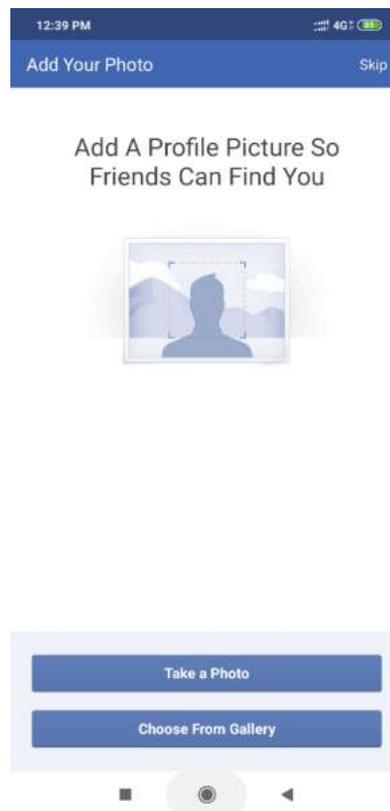


Setelah memasukkan nomor handphone, masukkan password atau kata sandi. Kemudian tekan tombol sign up atau daftar dan masukkan kode sms yang dikirim oleh facebook.



2. Mengubah profile facebook

Tahap selanjutnya adalah memberikan foto pada profil anda supaya akun facebook anda terlihat bagus dan dipercaya oleh orang lain, karena dalam pemasaran di dunia media sosial akun kita harus dapat dipercaya oleh orang lain. Anda dapat menambahkan foto profil dengan mengambil foto atau ambil dari foto yang tersimpan di dalam galeri.



3. Mencari dan menambah teman

Agar kita dapat menawarkan produk kita dengan kepada orang lain, kita harus memiliki banyak teman untuk kita tawarkan produk kita dengan cara posting foto

atau video dari produk yang kita tawarkan. Cara menambahkan cukup mudah, tinggal cari orang yang ingin kita tambahkan dan klik add friend atau tambah teman dan tunggu respon dari orang untuk menyetujui permintaan pertemanan dari kita.



4. Berbagi foto atau video

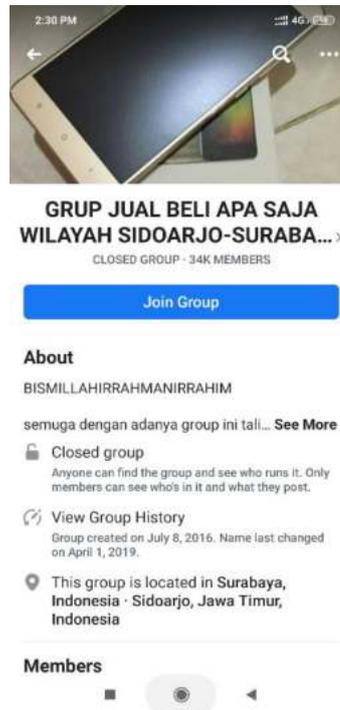
Setelah kita memiliki teman facebook yang cukup banyak, kita posting foto atau video yang ingin kita promosikan. Caranya tekan pada form “apa yang anda pikirkan” kemudian pilih foto yang ingin kita posting dan berikan keterangan tentang apa yang kita posting, kemudian tekan tombol post.



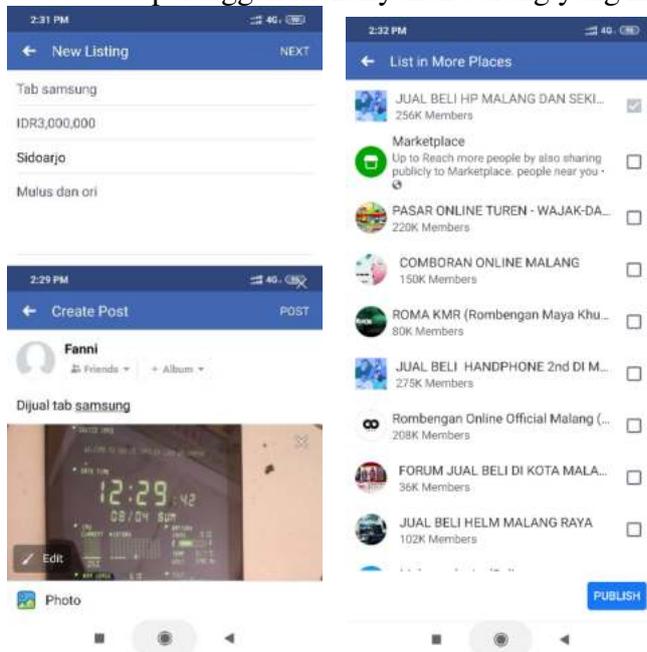
5. Mengikuti grup jual beli

Salah satu kelebihan pada facebook yaitu adanya grup, terutama grup jual beli. Sebaiknya pemasaran pada facebook dilakukan di dalam grup jual beli, kita bisa

lebih mudah dalam mencari calon pelanggan karena grup di facebook biasanya telah ditentukan grup jual beli dengan kategori barang atau jasa apa atau wilayah kota tertentu, contohnya jual beli barang baru atau bekas.



6. Posting di dalam group
Setelah kita diterima untuk bergabung dalam sebuah grup jual beli, selanjutnya kita posting barang yang kita tawarkan. Selanjutnya kita tinggal menunggu calon pelanggan menanyakan barang yang kita tawarkan.



LAMPIRAN 2

BERITA ACARA PENYERAHAN HIBAH PERALATAN KEPADA MITRA

Lampiran 2.

BERITA ACARA SERAH TERIMA

Nomor : 029/SP2H/PPM/L7/2019

Berdasarkan Surat Perjanjian Penugasan Nomor : 05/SIMLITABMAS/UNIGA/III/2019 yang bertanda tangan di bawah ini:

I. Nama : Moh. Imron, S.E., M.M.
NIP/NIDN/NIDK : 0710118703
Jabatan : Ketua Pelaksana PKM
Alamat : Jl. Banyu Legi RT.12 RW.02 Putat Lor Gondanglegi
Kabupaten Malang

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama tim pelaksana Program Pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "PKM Sentra industry Alen-Alen Khas Trenggalek Desa Sumbergedong Kab. Trenggalek Jawa Timur" yang selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**

II. Nama : S U Y A D I
Jabatan : Mitra 1 PKM
Alamat : Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek
yang selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Dengan telah selesainya pekerjaan Kegiatan Program Pengabdian kepada masyarakat, sepakat untuk melakukan serah terima hasil pelaksanaan kegiatan pekerjaan tersebut, dengan ketentuan sebagai berikut:

Pasal 1

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA** telah melakukan program Pengabdian kepada masyarakat dan mengimplementasikan produk/peralatan berupa : "Mesin Lanting Alen - Alen" yang diperoleh dari kegiatan Program Pengabdian kepada masyarakat dan berjalan atau berfungsi dengan baik.

Pasal 2

- (1) **PIHAK PERTAMA** menyerahkan kepada **PIHAK KEDUA** hasil KEGIATAN Program Pengabdian kepada masyarakat berupa "Mesin Lanting Alen - Alen", sebagaimana terinci dalam Lampiran;
- (2) **PIHAK KEDUA** menerima penyerahan sebagaimana tersebut pada ayat (1) dari **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 3

Berita Acara Serah Terima ini dibuat dengan sesungguhnya, bermeterai cukup, dandalam rangkap 2 (dua) dimana satu berkas dipegang oleh **PIHAK PERTAMA** dan satu berkas lainnya dipegang oleh **PIHAK KEDUA** yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK KEDUA,
Yang Menerima.

SUYADI



PIHAK PERTAMA,
Yang Menyerahkan,

(MOH. IMRON, S.E., M.M)
NIDN 0710118703

Mengetahui/Menyetujui
Kepala LEMBAGA LITBANG PERGURUAN TINGGI



Lampiran 3

Lampiran Berita Acara Serah Terima Barang

Nomor : -
 Tanggal : 27 April 2019
 Judul : PKM Sentra industry Alen-Alen Khas Trenggalek Desa Sumbergedong
 Kab. Trenggalek Jawa Timur
 Ketua : Moh. Imron, S.E., M.M.
 Luaran Produk : Mesin Lanting Alen - Alen
 Alokasi Dana Kontrak : Rp. 38.100.000

Penempatan Barang Inventaris :

No	Peralatan					
	Nama Barang	Spesifikasi	Tahun Perolehan	Volume	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Mesin lanting alen-alen	Mesin cetak bentuk dan ukuran alen - alen. Merk	2019	1	Rp. 8.550.000	Rp. 8.550.000

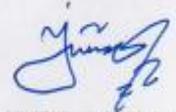
PIHAK KEDUA,

Yang Menerima,

 6000
 SUYADI

PIHAK PERTAMA,

Yang Menyerahkan,


 (MOH. IMRON, S.E., M.M)
 NIDN. 0710118703

Mengetahui/Menyetujui
 Kepala LEMBAGA LITBANG PERGURUAN TINGGI


 (ADHIGUNA Mulyono., M.M.)
 NIP/NIDN/NIDK 0708106402

LAMPIRAN 3

DRAFT ARTIKEL JURNAL CELEBES ABDIMAS LL- DIKTI IX

DRAFT ARTIKEL

Upaya Peningkatan Produksi Alen-alen Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Trenggalek Melalui Pelatihan dan Pemanfaatan Mesin Produksi Berdaya Guna

JURNAL CELEBES ABDIMAS LL – DIKTI IX

Moh. Imron: imron@unigamalang.ac.id Universitas Gajayana
Rizqiyatul Khoiriyah: rizqiyatul.k@gmail.com Universitas Gajayana

Abstrak

Program kemitraan masyarakat merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pengelola UMKM, dalam bidang tatakelola sumber daya manusia, tatakelola keuangan dan pemasaran produk berbasis online. Target kegiatan ini meliputi: peningkatan kemampuan pengelola UMKM Industri Alen-alen dalam tatakelola keuangan dan pemasaran berbasis online. Luaran yang diharapkan berupa jasa pelatihan, modul dan panduan penerapan tatakelola keuangan dan tatakelola pemasaran produk berbasis online. Metode pelaksanaan menggunakan kombinasi antara pelatihan klasikal, evaluasi, pendampingan dan hibah peralatan untuk membantu UMKM Industri alen-alen dalam mengimplementasikan materi pelatihan. Hasil pelaksanaan pendampingan menyimpulkan bahwa dengan adanya pemanfaatan mesin produksi berdaya guna, pemasaran produk berbasis online dan peningkatan kemampuan tatakelola keuangan usaha maka jumlah produksi alen-alen dan kinerja pengelola UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Kata kunci: Produksi, Mesin Produksi; Pelatihan; Pemasaran Online, Tata Kelola.

1. PENDAHULUAN

Ketika kita mendengar tentang usaha mikro kecil dan menengah, maka asumsi dan pikiran kita adalah sebuah industri kecil yang berkembang dari sebuah produk rumah tangga atau usaha skala kecil yang berkembang dan dapat menyerap tenaga kerja. Jika menelisik sejarah panjang dari usaha kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang banyak dikaitkan dengan masalah ekonomi dan sosial, contohnya di Indonesia pembangunan ekonomi yang lambat sering didasarkan pada strategi pembangunan yang tidak pro-rakyat tetapi lebih bertumpuh pada industri dan perusahaan besar. Berdasarkan data yang dirilis oleh BPS tentang peranan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian mencapai 61.41 persen dan menyerap jumlah tenaga tenaga kerja UMKM setidaknya mencapai hampir 97 persen dari total tenaga kerja nasional dengan Jumlah UMKM telah mencapai 65 juta unit (Prameishella Dkk, 2018).

Sejarah pernah mencatat bagaimana krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998 yang menghancurkan berbagai perusahaan besar hingga mengalami kebangkrutan akan tetapi disisi lain usaha kecil dan menengah masih banyak yang terus bertahan dan eksis sampai saat ini. BPS sempat merilis sebuah fakta yang menarik terjadi setelah krisis ekonomi moneter dimana jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya dan bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sejak krisis moneter sampai tahun 2012 dengan jumlah pengusaha UMKM sebanyak 56.534.592 unit (Suci, 2017).

UMKM memiliki potensi unggulan sehingga dapat bertahan dari berbagai guncangan krisis ekonomi antara lain :

- e. Sebagian besar jenis bahan baku yang digunakan bersifat lokal dan padat karya
- f. Membutuhkan modal yang relatif kecil untuk memulai usaha
- g. Dapat memaksimalkan segala sumberdaya lokal yang ada
- h. Tidak membutuhkan teknologi yang relatif tinggi untuk dilakukan oleh kalangan yang berpengetahuan terbatas.

Akan tetapi dari segala potensi yang ada UMKM juga memiliki beberapa kendala dan kendala terbesar yang sering dihadapi oleh industri kecil dan menengah adalah sektor permodalan, kebijakan pemerintah dan kompetensi sumber daya manusia. Dari data tahun 2017, total pembiayaan yang diberikan kepada UMKM sebesar 14,3 juta rekening, yang artinya hanya 76% dari seluruh UKM yang tercatat di Bank BI dan Ikatan Akuntan Indonesia yang mendapatkan akses permodalan dari bank (Firdaus Dkk, 2018). Kemacetan pembiayaan permodalan banyak disebabkan karena UMKM tidak mampu melengkapi segala data dan informasi laporan keuangan sesuai standar yang diberlakukan oleh pihak perbankan (Bank Indonesia, 2015).

Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan pengembangan sektor UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif para pelaku dunia usaha diharapkan dapat ikut mewujudkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri sehingga para pelaku ekonomi tersebut dapat mengambil perannya dalam perekonomian nasional untuk meningkatkan daya saing pengusaha nasional di pasar dunia (Abdul Rosyid, 2014). Perpanjangan tangan pemerintah melalui Departemen Koperasi yang bertugas untuk mengatur segala bentuk pergerakan dan perkembangan kemajuan dari usaha mikro, kecil dan menengah, dalam hal ini Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Bappenas, BUMN yang merupakan institusi keuangan baik bank maupun non bank diharapkan dapat mewujudkan kebijakan diatas.

Peningkatan kualitas SDM dalam hal ini dapat diberikan melalui pelatihan dasar, pelatihan karakter dan pelatihan lanjutan dengan ikut melibatkan unsur pendidik, peningkatan kualitas kompetensi SDM dalam hal ini adalah pengetahuan (knowledge), ketrampilan (soft skill), sikap (ability) dan kemampuan (attitude) dalam berwirausaha. Keterlibatan dunia pendidikan dalam dapat digunakan dalam membantu pihak pelaku usaha dalam meningkatkan produktivitas perusahaan industri kecil.

Kabupaten Trenggalek sebagai salah satu daerah yang berkontur pegunungan dan terletak dibagian selatan dari Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki ratusan lebih pelaku UMKM yang tersebar di beberapa kecamatan ataupun desa yang membentuk sebuah sentra industri dengan berbagai macam aneka produk komoditas. UMKM di Kabupaten Trenggalek telah menyumbang lebih dari 70% jumlah PDRB pada 3 tahun terakhir (BPS, 2017).

Banyaknya jumlah produksi ubi kayu di Kabupaten Trenggalek membuka peluang baru munculnya industri kecil dalam mengolah ubi kayu menjadi berbagai produk seperti bahan olahan makanan (tepung tapioka) maupun produk jadi seperti makanan (tiwul instan). Rata-rata jumlah hasil pertanian ubi kayu di Kabupaten Trenggalek mencapai 23,123 ton/ha dalam 5 tahun terakhir dan dapat dikatakan ideal. Ubi kayu yang telah diolah dapat menambah daya simpan dan menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi dibanding ubi kayu yang masih segar. Kandungan gizi pada ubi kayu sangatlah tinggi diantaranya adalah protein, kalori, zat besi, karbohidrat, lemak, kalsium, fosfor, vit A, vit B1, vit C, dan air (Rukmana,1997)

Salah satu usaha olahan makanan yang berasal dari ubi kayu yang cukup terkenal dan sering menjadi buah tangan khas Kabupaten Trenggalek adalah alen-alen. Alen-alen adalah makanan ringan yang berbahan dasar ubi kayu yang dialuskan menjadi tepung tapioka dan campuran bahan bumbu masak lainnya yang memiliki cita rasa yang renyah dan gurih. Pelaku UMKM alen-alen di daerah Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek memiliki berbagai macam aneka rasa.

Besarnya manfaat yang dapat dihasilkan dari sektor ini dalam memajukan perekonomian masyarakat sekitar, maka jenis usaha ini harus dapat dan terus diberdayakan serta dikembangkan melalui perbaikan kualitas SDM khususnya dalam tata kelola keuangan dan pemasaran dengan cara memberikan pelatihan untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola industri kecil menjadi industri kreatif dan berkembang. Selain itu yang menjadi permasalahan lain dan membutuhkan perbaikan adalah *upgrade* proses produksi yang selama ini masih dikerjakan oleh tangan manusia dengan menambahkan mesin produksi yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah hasil produksi dan memperbaiki mutu produksi.

2. METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan PKM yang akan dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:

4. Persiapan Awal dan Pra Survey

Dalam persiapan awal ini kegiatan survey pendalaman guna menggali informasi sebagai dasar penyusunan materi pelatihan, bentuk pelatihan, pendampingan dan peralatan produktif. Hal ini dimaksudkan agar pelaksanaan pelatihan dan pembinaan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mitra kerja.

5. Pembuatan Modul Pelatihan

Modul pelatihan yang akan dibuat akan disesuaikan dengan kebutuhan dan pengetahuan yang dimiliki oleh calon mitra PKM. Materi dan modul akan disusun oleh tim kepakaran sesuai dengan survey pada tahapan awal.

6. Pelatihan

Model pelatihan akan dilaksanakan dengan melibatkan pihak mitra PKM dan diharapkan mitra dapat berperan aktif dalam setiap kegiatan pelatihan. Adapun materi yang akan diberikan pada saat pelatihan antara lain:

- Manajemen SDM
- Akuntansi Dasar
- Marketing Online

4. Bantuan Peralatan Produktif

Guna optimalisasi praktek materi pelatihan, maka perlu diberikan bantuan peralatan yang sesuai dengan kebutuhannya. Bantuan peralatan produktif kepada pihak mitra PKM disesuaikan dengan kebutuhan prioritas pengrajin.

5. Pendampingan

Tahapan selanjutnya dari tahapan pelatihan adalah melakukan pendampingan kepada mitra PKM. Beberapa rangkaian kegiatan yang akan dilakukan dalam tahapan ini meliputi kegiatan konsultasi, monitoring dan melakukan evaluasi. Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 2 kali melalui kunjungan rutin kepada mitra kerja.

3. DISKRIPSI PELAKSANAAN

Deskripsi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dipaparkan dalam laporan ini, merupakan rangkaian pelaksanaan kegiatan mulai dari tahap survey pendahuluan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi pelatihan dan pendampingan, penyerahan hibah peralatan produksi, materi pelatihan. Adapun pemaparan secara lengkap masing-masing tahapan pelaksanaan PKM adalah sebagai berikut:

4. **Peninjauan lokasi Pengabdian** dilaksanakan pada tanggal 6 April 2019. Lokasi mitra merupakan desa yang dikenal dengan desa kreatif sentra UKM yang bergerak pada usaha (industri alen-alen). Pada tahap survei ini berhasil mendeskripsikan kegiatan pengelolaan UMKM mitra kerja dan juga mengidentifikasi sejumlah masalah yang telah dihadapi oleh mitra dalam tata kelola usahanya sehingga perlu dicarikan solusinya seperti peralatan pendukung produksi, tatakelola keuangan untuk meningkatkan omset penjualan dan pemasaran online sehingga pada pelaksanaan pembinaan dan pelatihan akan lebih efektif serta terfokus. Usaha kecil Industri alen-alen ini terletak di desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek.

5. **Penyusunan Modul Pelatihan** Modul materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan UKM mitra kerja. Modul materi dirancang berdasarkan dari hasil pengamatan maupun wawancara secara pribadi dengan UKM mitra kerja. Modul disusun sesuai dengan tingkat kemampuan dan pengetahuan yang dikuasai oleh mitra kerja, sehingga kandungan isi modul dirancang dengan lugas agar mudah untuk dipahami peserta pelatihan serta bisa meningkatkan kapasitas produksi..

Modul pelatihan disusun oleh tim pelaksana PKM yang di sesuaikan dengan kebutuhan pengelolaan UKM mitra kerja dan mudah untuk dilaksanakan dalam praktek penunjang omset penjualan produk usahanya, sehingga kinerja pengusaha dalam mengelola bisnis menjadi lebih baik. Modul ini merupakan acuan bagi UKM mitra kerja dalam meningkatkan kemampuan dan pengetahuan untuk diterapkan dalam menunjang omset penjualan dan tatakelola keuangan serta pemasaran produknya. Modul disusun sesederhana mungkin agar mudah dipahami dan diimplementasikan oleh mitra PKM. Adapun modul pelatihan (terlampir) meliputi: manajemen sumber daya manusia, Akuntansi dasar dan pemasaran bisnis menggunakan *whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*.

6. **Penyerahan Hibah Peralatan Produksi dan *Mobile Marketing*** Untuk mendukung optimalisasi hasil program PKM untuk mitra kerja, maka diperlukan bantuan peralatan proses produksi dan *mobile marketing*. Peralatan proses produksi dan *mobile marketing* ini sangat diperlukan oleh mitra kerja karena efisiensi dan dapat meningkatkan kapasitas produksi yang dibutuhkan dan meningkatkan pengetahuan dalam proses aplikasi. Hibah peralatan nantinya akan dimanfaatkan oleh pengelola usaha alen-alen dalam memproduksi serta melakukan pemasaran hasil produk yang berbasis teknologi informasi. Adapun hibah peralatan proses produksi dan *mobile marketing* meliputi : Mesin Lanting dan PC Tablet yang telah diserahkan kepada mitra UKM industri alen-alen.

7. **Pelaksanaan Pelatihan** Tahapan lanjutan yang akan dilaksanakan oleh Tim PKM adalah melakukan pelatihan yang diselenggarakan dalam 4 kali kegiatan pelatihan pada bulan April sampai September 2019. Penentuan Jadwal pelaksanaan pelatihan tersebut berdasarkan kesepakatan Mitra Kerja PKM dengan Tim pelaksana. Setelah tahapan pelatihan dilaksanakan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan pendampingan kepada mitra kerja yang pelaksanaannya dimulai pada bulan April 2019 dengan frekuensi 2 minggu sekali. Kegiatan pendampingan dilakukan dalam bentuk kunjungan kelokasi tempat usaha mitra kerja di Desa Sumbergedong Kabupaten Trenggalek oleh Tim PKM dan instruktur dengan maksud melakukan monitoring maupun pemanduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan. Tidak sebatas pada kunjungan saja, namun tim

PKM juga membuka akses konsultasi melalui telepon dan WA bilamana mitra kerja juga memerlukan panduan dalam mengimplementasikan materi pelatihan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diikuti oleh 1 orang pengelola usaha dan 9 orang karyawan. Sesuai dengan rancangan penerapan PKM ini, maka metode pelatihan yang dilaksanakan berupa ceramah dengan durasi waktu @ 90 menit. Selanjutnya dilakukan tanya jawab maupun peragaan materi selama ± 60 menit. Melalui metode komunikasi dua arah ini diharapkan peserta pelatihan bisa lebih memahami materi yang diberikan sehingga lebih memudahkan mereka dalam penerapannya. Kegiatan pelatihan ini dilakukan langsung ke lokasi usaha mitra kerja dengan jadwal sebagai berikut:

1. Pelatihan ke 1 terhadap mitra dilaksanakan pada tanggal 13 April 2019.

Pada pelatihan pertama ini, tim pelaksana PKM memperkenalkan tentang pengertian dan proses manajemen sumber daya manusia. Selama pelaksanaan pendampingan, tim pendamping PKM memberikan penjelasan materi dan sharing dengan studi kasus langsung pada proses manajemen sumber daya manusia pada industri alen-alen

2. Pelatihan ke 2 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2019

Pada pelatihan ke dua, tim pelaksana PKM 1 menjelaskan tentang menganalisis kriteria laporan keuangan yang perlu dianggarkan setiap kali melakukan proses produksi serta mengimplementasikan ciri-ciri usaha dan mengalokasikan akses pembiayaan bisnis mitra. Implementasi membukukan transaksi keuangan, tahapan yang dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan sesuai bisnis mitra. dimana mitra selama ini masih terbiasa menggunakan penghitungan secara perkiraan saja atau secara manual untuk menghitung pendapatan usahanya sehingga kurang efektif dan efisien. Untuk itu pembukuan keuangan usaha secara Akuntansi sekaligus dilakukan pada pelatihan kedua ini.

3. Pelatihan ke 3 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2019.

Pada pelatihan ketiga, tim pelaksana PKM memulai pemanduan kepada peserta untuk segera mengimplementasikan Aplikasi *mobile marketing whatsapp, facebook, Instagram* untuk pemasaran produk nya. Pelatihan dimulai dengan membuat informasi produk yang menarik dan siap untuk dipasarkan. Informasi tentang produk yang sudah dibuat kemudian dipasarkan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di *whatsapp, facebook, instagram* kepada para pelanggannya yang sudah menjadi mitra bisnis.

4. Pelatihan ke 4 kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 7 September 2019.

Pada pelatihan yang terakhir ini, tim pelaksana PKM memantapkan kepada peserta betapa pentingnya mengelola komunikasi pada rekan bisnis dan para pelanggan. Untuk pengimplementasiannya pada aplikasi *whatsapp, facebook, instagram* setelah itu peserta pelatihan diajarkan cara membuat dan menentukan posting produk yang tepat serta melakukan evaluasi performa social media marketing untuk mengetahui apa yang dipertahankan dan ditingkatkan agar bisa membantu pelaku bisnis tetap terhubung ke konsumen ketika mereka menanggapi secara langsung sebuah postingan baru pada waktu tertentu jika layanan sedang dibukak.

4. INDIKATOR KEBERHASILAN

Selama pelatihan berlangsung, peserta merespon partisipasi dengan aktif, hal ini terbukti dari banyaknya pertanyaan maupun pernyataan dari para peserta tentang materi yang

disampaikan. Mereka juga sangat antusias menanyakan tatacara pelaksanaan pembukuan yang benar dan teknis pemasaran, dalam melakukan pemasaran yang baik serta tata cara mengelola pelanggan yang baik dengan menggunakan aplikasi whatsapp, facebook, istagram. Suasana pelatihan terasa menjadi “hidup” dikarenakan instruktur dan peserta terlibat dalam diskusi yang intensif tentang materi pelatihan.

Para peserta pelatihan sudah mengetahui dengan aplikasi *whatsapp*, *facebook*, *instagram* maka peserta bisa memahami materi dengan cepat dan baik. Peserta pelatihan merasa memperoleh pengetahuan dan ketrampilan baru untuk dimanfaatkan dan meningkatkan pengelolaan usaha dan memperluas jaringan pemasaran produk.

5. METODE EVALUASI

Untuk dapat mengetahui seberapa tingkat keefektifan dan kemanfaatan pelatihan ini, maka dipandang perlu untuk melakukan evaluasi atas pelaksanaannya. Evaluasi dilaksanakan dengan cara wawancara dengan peserta untuk mengetahui keefektifan pelaksanaan pelatihan maupun berbagai rangkaian yang terkait dengan pelaksanaannya, seperti jadwal pelatihan, metode pelaksanaan, kompetensi instruktur terhadap materi, kemanfaatan dan tindak lanjut pelatihan itu sendiri. Adapun evaluasi pelaksanaan pelatihan dari jawaban mitra peserta dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel
Hasil Jawaban Pelatihan dari Mitra PKM

Indikator	Jawaban Peserta
Materi pelatihan	Sesuai dengan kebutuhan
Jadwal pelaksanaan	Sesuai dengan waktu yang direncanakan
Metoda penyampaian	Mudah dipahami
Penguasaan instruktur terhadap materi pelatihan	Instruktur Sangat menguasai
Durasi waktu tanya-jawab	Diberi waktu yang cukup untuk tanya jawab perihal materi pelatihan yang belum dipahami
Kemanfaatan pelatihan	Bermanfaat untuk upaya meningkatkan kemampuan mengelola usaha, pemanfaatan teknologi dalam memperluas wilayah pemasaran
Keterserapan materi	Peserta memahami materi yang diberikan, tapi belum Optimal karena merupakan pengetahuan baru
Pendampingan	Sangat diperlukan untuk dipandu dalam Penerapan materi pelatihan .
Hibah peralatan	Bermanfaat sekali untuk meningkatkan kapasitas proses produksi

Sumber: Data primer diolah, Juni 2019

Jawaban yang telah di uraikan pada tabel menunjukkan bahwa UMKM mitra kerja memberikan tanggapan positif terhadap kegiatan PKM dan merasa memperoleh manfaat dari kegiatan ini bagi upaya meningkatkan kinerja pengelolaan usaha utamanya pada bidang pemasaran, tatakelola keuangan yang baik serta meningkatkan kualitas produk.

Kegiatan pelatihan ini dirasakan telah memberikan nilai tambah bagi Industri Alen-alen, utamanya dalam bidang pemasaran yang baik. Respon positif dari mitra kerja

PKM ini terlihat dari antusiasme selama pelatihan berlangsung dan disertai pula dengan keinginan mereka agar diadakan tindak lanjut pelatihan dalam bentuk pendampingan, baik dalam penerapan materi pelatihan sehingga dapat dilaksanakan dengan baik.

6. HASIL dan PEMBAHASAN

Sebagaimana telah dikemukakan pada paparan sebelumnya, bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bagi UKM industri Alen-alen ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja pengelola utamanya dalam tatakelola sumber daya manusia, tatakelola keuangan, kapasitas produksi serta jangkauan wilayah pada pemasaran dan pelayanan kepada konsumen. Untuk dapat membuahkan hasil yang diharapkan, memerlukan rangkaian kegiatan yang disusun secara sistematis baik metode pelatihan, materi yang disampaikan maupun metode pendampingannya. Ketiga rangkaian kegiatan tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi obyektif yang selaras dengan kebutuhan mitra kerja agar mudah dipahami dan diimplementasikan.

A. Kegiatan 1

Pada tahap awal pelaksanaan pelatihan, instruktur menyampaikan tentang urgensi dan manfaat pelatihan bagi upaya memperbaiki tatakelola usaha dan pemasaran. Penjelasan awal ini dipandang penting untuk membuka wawasan berpikir mitra kerja yang selama ini terbiasa mengelola pemasaran dengan sistem tradisional. Pada tahap ini sudah nampak respons positif dari peserta yang ditunjukkan dengan kesungguhan dalam mengikuti seluruh rangkaian sesi pelatihan. Mereka menjadi pembelajar aktif yang secara antusias mengikuti proses pelatihan maupun pendampingan. Suasana pelatihan yang cukup kondusif ini, sangat membantu bagi instruktur untuk membangun komunikasi timbal balik dalam upaya memberikan penjelasan mendalam atas materi yang diberikan.



Gambar 1 Pelaksanaan Pelatihan

B. Kegiatan 2

Pada tahap pendampingan, tim melaksanakannya melalui 2 kali kunjungan kelokasi mitra kerja. Pendampingan dengan kunjungan langsung ini bertujuan agar dapat memantau secara langsung perkembangan kemampuan mitra kerja dalam menerapkan materi pelatihan. Selama melakukan pendampingan, tim PKM memfokuskan pada pemanduan tatacara menerapkan materi yang belum dipahami utamanya bidang akuntansi dan pemasaran berbasis teknologi informasi dengan menggunakan mobile marketing *whatsapp*, *facebook*, *instagram*. Materi ini memang memerlukan perhatian khusus selama pendampingan berlangsung, hal ini dikarenakan peserta pelatihan masih belum dapat menerapkan secara optimal dikarenakan keterbatasan waktu untuk mempelajarinya.

C. Keberhasilan dalam Kegiatan Pendampingan pada Mitra kerja PKM

Upaya untuk meningkatkan kinerja industri secara optimal tidak cukup hanya dengan pelatihan dan pendampingan, akan tetapi industri juga diberikan bantuan peralatan produksi berupa mesin Lanting dan PC Tablet. Bantuan ini sudah terbukti bermanfaat bagi industri dalam meningkatkan kapasitas pada saat melakukan proses produksi serta melakukan pemasaran produk melalui sosial media dengan menggunakan mobile *marketing whatsapp*, *facebook*, *instagram*, untuk efisiensi waktu dan biaya. Dalam hal kapasitas produksi dapat meningkat sebesar 20% sedangkan efisiensi waktu pengerjaan alen-alen meningkat sebesar 100 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan PKM melalui pelatihan, pendampingan kepada pengelola UKM diharapkan dapat mengoptimalkan usahanya menjadi lebih baik agar bisnis yang sudah ditekuni selama ini dapat tetap survive bahkan berkembang lebih maju.

7. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema PKM bagi industri alen-alen yaitu sebagai berikut:

1. Industri Alen-alen sebagai mitra kerja merespons positif pada pelaksanaan kegiatan PKM dengan cara keterlibatan aktif selama proses pelatihan dengan kesediaan untuk mengikuti keseluruhan tahapan-tahapan pelatihan.
2. Industri alen-alen sebagai mitra kerja berpartisipasi aktif dalam tahap evaluasi, konsultasi dan pendampingan melalui kesediaan mengimplementasikan materi yang sudah didapatkan, membenahi tatakelola anggaran keuangan usaha serta memanfaatkan bantuan peralatan produksi dan pemasaran produk
3. Bantuan peralatan produksi yang modern (menggunakan mesin lanting) sudah terbukti mampu meningkatkan efisiensi proses produksi sebesar 100%, mampu meningkatkan kapasitas produksi sebesar 20% sehingga dapat menjadikan produk lebih berkualitas baik.
4. Pada kegiatan PKM target dapat tercapai, dalam hal ini menunjukkan dengan adanya peningkatan kemampuan dari pengusaha UKM sebagai mitra kerja untuk mengelola keuangan usaha, pemasaran produk berbasis online dengan menggunakan mobile marketing whatsapp, facebook, instagram sehingga bisa mengatasi masalah pemasaran yang selama ini sangat bergantung kepada pembeli di daerah trenggalek saja dan bersifat tradisional.

REFRENSI

- Firdaus F, Rif'ih M W & Maharani B, 2018. Internet Financial Reporting: Ditektor Eskalasi Pembiayaan Modal UMKM Berbasis Stakeholder Value Sebagai Implementasi Financial Technology. Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers - Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Hal 104-125
- Ayuprameishella N, Cahyono D, Syahfruddin A. 2018. Pengaruh Modal Dukungan Pemerintah Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers - Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Hal 401-410.
- Suci Y R. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1 Januari 2017.
- Elvani S. 2015. Analisis Nilai Tambah dan Pendapatan Serta Strategi Pengembangan Pada Agroindustri Alen-Alen dan Tiwul Instan di Kabupaten Trenggalek. Skripsi, Universitas Jember
- Fatimah T. 2011. Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Globalisasi. Econosains. Volume 9, Nomor 1 – Maret 2011.
- Sudaryanto, Ragimun & Wijayanti Rahma. 2014. Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. BFK.

<https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi%20pemberdayaan%20umkm.pdf>.

Badan Pusat Statistik (BPS). Trenggalek Dalam Angka 2017

Badan Pusat Statistik (BPS). Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997 - 2013.

<https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30%2000:00:00/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997--2013.html>

Republika, 18 Agustus 2017. Kontribusi UMKM untuk Pertumbuhan Ekonomi Diprediksi Menurun.

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/08/18/ouvlqv382-kontribusi-umkm-untuk-pertumbuhan-ekonomi-diprediksi-turun>

CNN Indonesia. 21 November 2016. Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>

POSTER (PKM)



PKM SENTRA INDUSTRI ALEN - ALEN KHAS TRENGGALEK Desa Sumbergedong Kab. Trenggalek Jatim

Oleh :
Moh. Imron, S.E., M.M.
Rizqiyatul Khoiriyah, S.Kom., M.Kom.

Permasalahan Mitra

- * Keterbatasan jumlah produksi alen - alen karena kurangnya jumlah SDM.
- * Proses produksi dan cetak secara manual sehingga bisa berbeda bentuk dan kurang efisiensi waktu.
- * Pemenuhan hasil produksi yang belum optimal khususnya bila banyak pesanan pada musim - musim tertentu.

Metode Pelaksanaan



Hasil Kegiatan

- * Peningkatan kapasitas produksi sebesar 20%
- * Peningkatan efisiensi proses produksi sebesar 100%
- * Kualitas hasil produksi lebih baik (bentuk sama & teratur)
- * Peningkatan kemampuan dari mitra usaha berupa pemasaran online, dan pengelolaan keuangan usaha.

Hasil Produk & Luaran Pelaksanaan



Foto Pelaksanaan

