

STRATEGI PEMASARAN DAN LITERASI SYARIAH DALAM Mendukung PEMBERDAYAAN UMKM MASYARAKAT

Ajeng Pipit Fitriani, Aldzu Pazeroma, Dwi Rahayu

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

ajengpipitfitriani@iainponorogo.ac.id

ABSTRAK

Desa Broto merupakan desa yang berada di Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo yang memiliki banyak asset desa yang berpotensi untuk dikembangkan terutama industri kecil pengolahan makanan ringan seperti olahan pisang, jagung dan obat keluarga (TOGA). Hasil dari industri kecil yang dapat dipasarkan saat ini adalah sale pisang, kripik pisang, marning jagung, serta berbagai olahan jamu TOGA. Namun, amat sangat disayangkan penjualan berbagai olahan makanan ringan ini belum terbilang maksimal, dikarenakan kurangnya dalam strategi pemasaran baik segi kemasan maupun dari segi promosi. Hal ini dikarenakan kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam hal branding, packaging, dan promosi baik offline maupun online. Berangkat dari asset para pelaku UMKM yang telah memiliki usaha kecil ini, seminar manajemen dan strategi pemasaran ini layak untuk dilaksanakan. Dalam pelaksanaan kegiatan seminar tersebut, antusiasme para pelaku UMKM sangat luar biasa. Mereka mengikuti kegiatan seminar dari awal hingga akhir. Pasca kegiatan seminar para pelaku UMKM juga berusaha untuk menerapkan ilmu yang telah didapat, dengan memperbaiki branding, packaging, mulai mempromosikan produknya melalui media sosial serta melakukan pencatatan penjualan di buku kas. Hasil evaluasi menunjukkan kemampuan para pelaku UMKM meningkat. Dan, tentunya akan diperlukan evaluasi serta pendampingan yang menyeluruh secara berkelanjutan kemudian hari.

Kata kunci: Pemasaran, Literasi, UMKM, Pemberdayaan

ABSTRACT

Broto Village is one of the villages in Slahung sub-district, Ponorogo district that has many village assets that have the potential to be developed, especially small snack food processing industries such as processed bananas, corn and family medicine (TOGA). The products of small industries that can be marketed today are sale of bananas, banana chips, corn marning, and various processed herbal medicine TOGA. However, it is very unfortunate that the sales of various processed snacks have not been maximized, due to the lack of marketing strategies both in terms of packaging and in terms of promotion. This is due to the lack of ability of Small and Medium Enterprize (UMKM) actors in terms of branding, packaging, and promotions both offline and online. Departing from the assets of the Small and Medium Enterprize (UMKM) actors who already have this small business, this management seminar and marketing strategy is feasible to carry out. In the implementation of the seminar, the enthusiasm of Small and Medium Enterprize (UMKM) actors was extraordinary. They participated in seminar activities from beginning to end. After the seminar, Small and Medium Enterprize (UMKM) actors also tried to apply the knowledge they had gained, by improving branding, packaging, starting to promote their products through social media and recording sales in the cash book. The results of the evaluation show the ability of Small and Medium Enterprize (UMKM) actors

to increase. And, of course, a comprehensive evaluation and ongoing assistance will be needed in the future.

Keywords: *Marketing, literacy, Small and Medium Enterprize (UMKM), empowerment*

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada saat ini tidak dapat dihilangkan ataupun dihindarkan dari masyarakat. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi bangsa. Dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, usaha semacam ini juga berperan dalam mendistribusikan hasil dari pembangunan. Jaringan UMKM sangat luas, tersebar ke berbagai pelosok negeri dan menghidupkan potensi masyarakat. UMKM menjadi kunci dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, data menunjukkan bahwa sektor ekonomi ini menyerap tenaga kerja sebesar 116.673.416 jiwa yaitu 97,02 persen dari seluruh sektor usaha di Indonesia. Jika diuraikan maka usaha mikro menyerap 89,17 persen, usaha kecil 4,74 persen dan usaha menengah menyerap 3,11 persen (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019).

UMKM bermanfaat dalam penyebaran pendapatan masyarakat dan juga mampu menumbuhkan kreatifitas dalam usaha untuk mengembangkan potensi masyarakat setempat. Desa Broto merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Slahung yang memiliki potensi usaha yang luar biasa. Di wilayah ini terdapat berbagai macam industri pengolahan makanan ringan seperti olahan pisang, jagung, tanaman obat keluarga (TOGA) yang masih dapat terus diadakan pengembangan. Konsep Asset Based Community Development (ABCD) menjadi metode yang digunakan untuk pelaksanaan pengembangan potensi daerah.¹Hal pertama yang perlu diketahui dalam pelaksanaan konsep ini adalah pengetahuan mengenai aset yang dimiliki oleh desa, yaitu potensi yang dimiliki oleh masyarakat yang selanjutnya akan menjadi sarana untuk melakukan program pengembangan desa.

Konsep ABCD merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dengan cara fokus pada potensi aset sebagai kekuatan. Potensi yang dimiliki Desa Broto adalah industri rumahan dalam pengolahan makanan ringan. Industri rumahan ini mengolah bahan baku berupa jagung menjadi marning, pisang menjadi sale dan keripik serta TOGA menjadi berbagai olahan jamu. Berbagai macam usaha yang ada ini berpotensi untuk dapat meningkatkan segi perekonomian masyarakat di Desa Broto, karena kemudahan budidaya untuk bahan pokoknya yaitu jagung dan pisang, yang dapat terus tumbuh dalam berbagai musim. Adapun kendala yang dialami oleh beberapa pelaku usaha mikro kecil menengah dalam pengembangan usahanya, permasalahan mendasar yang dihadapi meliputi, kurangnya *branding* yang kuat dalam produk dan kurangnya inovasi dalam *packaging* serta kurang dalam manajemen dan strategi pemasaran terutama melalui *E-commerce*. Sebagaimana yang kita ketahui *E-commerce* saat ini berkembang sangat pesat dan

¹ Yuwana, Siti Indah Purwaning. *Pemberdayaan dan Peningkatan Kualitas SDM Masyarakat dengan menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD) di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso*. Jurnal Abdimas (Journal of Community Service): Sasambo Vol.4, No.3. (2022).

sangat diminati masyarakat dalam transaksi jual beli karena biaya murah, barang yang berkualitas, terpercaya, fasilitas yang lengkap, dan lain hal yang dapat memenuhi kebutuhan individu yang beragam (Rakhmawati et al., 2021). Beberapa permasalahan tersebut memerlukan perhatian yang lebih dari pemerintah Desa Broto supaya UMKM ini dapat berkembang lebih baik, dengan konsep penekanan ekonomi lokal dapat menekankan manfaat secara maksimal terhadap sumberdaya yang tersedia dengan sistem bekerjasama antara pemerintah masyarakat serta non pemerintah dalam mengoptimalkan dan juga mengembangkan perekonomian lokal agar dapat menjadi lebih baik (Endriastuti & Permatasari, 2018).

Konsep pengabdian masyarakat dengan menjadikan pelatihan manajemen sebagai sebuah solusi sudah banyak dijumpai di berbagai pengabdian oleh PTKIN, diantaranya yang dilakukan oleh Fitrianto, dkk (2020) dengan judul Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong. Dari penelitian tersebut para pemilik toko kelontong sudah bisa mengetahui secara efektif dan memobilisasi asset sendiri yang potensial untuk dikembangkan. Hal tersebut dibuktikan dengan ide untuk menjadikan toko kelontong lebih luas pangsa pasarnya melalui pembuatan brosur dan *banner* (Fitrianto et al., 2020).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Maulana, dkk (2021) dengan judul Pemberdayaan UMKM melalui Desain Grafis untuk Meningkatkan Daya Jual. Penelitian ini berisi pelaku UMKM diajak dan diberikan pelatihan desain grafis, dengan adanya pelatihan desain seperti ini diharapkan dari hasil pelatihan ini akan menghasilkan pamflet yang berkualitas supaya para pelaku UMKM bisa meneruskan dan mengembangkan kembali potensi yang mereka miliki. Hasil pamflet ini dapat mereka gunakan dalam memasarkan produk di media online karena pada masa seperti ini sektor ekonomi terutama di bidang UMKM mengalami penurunan daya jualnya maka dari itu perlu adanya inovasi (Maulana, 2021).

Penelitian ini diawali dari sebuah asset atau potensi yang akan dikembangkan, bukan berangkat dari sebuah problem yang akan dipecahkan. Pengembangan masyarakat dengan berbasis aset diawali dengan anggapan bahwa sukses membangun komunitas dalam menemukan dan mobilisasi sumberdaya yang terdapat dalam komunitas (Rans, 2005). Paradigma ini lebih memberikan nilai positif pada sebuah subjek penelitian bukan negatif. Dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development* peneliti mengharapkan sebuah potensi berupa program UMKM yang ada di Desa Broto untuk dikembangkan menjadi lebih unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui kegiatan KPM ini kami dari kelompok 10 IAIN Ponorogo sebagai pihak eksternal akan membantu potensi masyarakat yang telah ada dalam pengembangan *branding* dan inovasi *packaging* serta membantu memberikan sosialisasi terkait Manajemen dan Strategi Pemasaran serta Pemasaran Produk

melalui *e-commerce*. Mengingat pada saat ini teknologi informasi memiliki peranan penting yang sangat berpengaruh dalam dunia ekonomi terutama dalam penjualan (Nidau, n.d.).

METODE PENELITIAN

Asset Based Community Development (ABCD)

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, dengan tujuan mengetahui apa yang diinginkan masyarakat, keahlian, kemampuan, ilmu serta sumber daya lainnya yang tersimpan yang belum diketahui atau bahkan terabaikan karena tidak terlalu menonjol (Barret, 2013). Kegiatan pengabdian ini menjadi aset dan potensi yang ada dan dimiliki oleh masyarakat Desa Broto sebagai prioritas. UMKM sale pisang merupakan aset paling utama di Desa Broto, hal ini dikarenakan pengelolaan yang baik serta kepemilikan sumber daya manusia memadai sehingga menjadikan industri ini sebagai salah satu potensi yang harus dikembangkan agar dapat menjadi lebih besar untuk kemajuan UMKM. Hal ini sesuai berbeda dengan metode lainnya yang mengembangkan masyarakat dengan melihat masalah yang dihadapi, sehingga melewati tahapan interaksi dan analisis yang dikemas dalam pohon masalah, selanjutnya pendekatan pada aset yang fokus pada kesuksesan yang telah dicapai, bertemu dengan berbagai pihak yang telah sukses dalam menjalankan usahanya dan memberikan penghargaan atas usaha pergerakan dalam integrasi kemampuan dengan aset yang dimiliki (Dureau, 2013).

Potensi yang dimiliki oleh UMKM sale pisang ini adalah produk sale pisang ibu Asih kini telah berkembang pendistribusiannya, mulai dari warung-warung kecil hingga minimarket daerah sekitar Ponorogo dan Madiun. Kami dari kelompok 10 berupaya mengembangkan UMKM yang dimiliki ibu Asih dari segi branding dan packaging dengan harapan jangkauan produk dapat menjangkau berbagai kalangan dan meluas ke kota-kota sekitar. Kami juga berupaya membantu memberikan pelatihan kepada ibu Asih bagaimana memasarkan produk menggunakan media sosial sehingga jangkauan produk lebih luas, mudah dan efisien. Namun, sebagai sebuah UMKM yang berdiri cukup lama juga memiliki kelemahan yang telah kita observasi di awal, diantaranya yaitu: *Pertama*, dari sisi *Packaging* masih terlalu sederhana, *Kedua*, belum terdapat *Branding* yang kuat pada label produk, *Ketiga*, belum mempunyai karyawan tetap, sehingga dengan beberapa kelemahan diatas usaha UMKM Ibu Asih belum dapat memenuhi permintaan pasar yang tinggi.

Berdasarkan pada seluruh tahapan observasi yang telah dilakukan, maka selanjutnya diambil keputusan untuk kegiatan yang akhirnya dilaksanakan dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan ini adalah dengan mengadakan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah untuk mendukung pemberdayaan UMKM masyarakat di desa Broto. Dalam metode ABCD memiliki lima langkah kunci untuk melakukan proses pendampingan.

Teknik-Teknik Pendampingan

Berikut adalah berbagai macam teknik yang digunakan sebagai alat mobilisasi aset dalam upaya pemberdayaan masyarakat menggunakan konsep *Asset Based Community Development* (ABCD).

1. Penemuan Apresiatif

Penemuan apresiatif disebut juga sebagai *Appreciative Inquiry* (AI) merupakan salah satu cara yang digunakan untuk melakukan perubahan organisasi yang didasarkan pada asumsi sederhana. Asumsi tersebut adalah bahwa setiap organisasi memiliki sesuatu yang dapat berkeja dengan baik. Selain itu juga sesuatu yang menjadi organisasi berjalan efektif, berhasil dan mampu menghubungkan organisasi tersebut dengan stakeholder dengan positif (Salahudin et al., 2015). Penemuan apresiatif lebih fokus pada bagaimana meningkatkan hal-hal positif dalam organisasi, jadi bukan pada analisis akar masalah dan solusinya. Tahapan dalam penemuan apresiatif terbagi menjadi menjadi 4, yaitu sebagai berikut:

- a. *Discovery* (Menemukan)
- b. *Dream* (Impian)
- c. *Design* (Merancang)
- d. *Destiny* (Tujuan)

2. Pemetaan Komunitas

Pemetaan komunitas dilakukan dengan cara pendekatan untuk memperluas akses pada pengetahuan kondisi lokal. Pemetaan komunitas dapat menunjukkan visualisasi pengetahuan dan persepsi yang berbasis pada masyarakat untuk mendorong adanya pertukaran informasi. Hal ini dapat menyetarakan masyarakat untuk semuanya dapat berpartisipasi dalam kegiatan yang dapat memberikan perubahan pada lingkungan dan juga kehidupan mereka (Dureau, 2013).

3. Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Pengertian dari asosiasi adalah sebuah proses interaksi yang menjadi dasar terbentuknya berbagai macam lembaga sosial, dimana harus ada beberapa faktor yang dipenuhi. Pertama kesadaran pada kondisi yang sama, kedua terdapat relasi sosial, dan ketiga memiliki orientasi yang telah ditentukan

4. Pemetaan Aset Individu

Pemetaan aset individu dalam sebuah wilayah dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu kuesioner, interview maupun *Focus Group Discussion*. Tahapan pemetaan aset individu ini dapat membantu membangun ladsan untuk memberdayakan masyarakat, membantu menciptakan hubungan baik dengan masyarakat, dan juga dapat membantu melakukan identifikasi bakat dan keterampilan.

5. Sirkulasi keuangan

Dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak terlepas dari perputaran ekonomi dalam bentuk barang maupun jasa. Kekuatan perputaran ekonomi dapat menjadi salah satu tolok ukur sejauh mana tingkat dinaminitas dalam perkembangan ekonomi lokal. Analisa dan

pemahaman yang cermat dibutuhkan untuk dapat mengenali, mengembangkan dan juga memobilisasi berbagai macam aset dalam sebuah komunitas. Pendekatan yang digunakan dalam hal ini yaitu melalui *leacky bucket* (Dureau, 2013).

6. Skala Prioritas

Langkah terakhir yaitu menentukan skala prioritas. Langkah ini diambil ketika masyarakat telah mengetahui berbagai macam aset yang dimiliki yaitu berupa potensi, kekuatan, maupun peluang. Berbagai informasi yang telah diperoleh, melakukan pemetaan aset, penelusuran wilayah, pemetaan komunitas dan target impian yang telah disusun maka langkah selanjutnya yaitu bagaimana strategi untuk mewujudkannya bersama. Tidak semua hal dapat diwujudkan sekaligus dalam waktu yang bersamaan, oleh karena itu harus dibuat skala prioritas untuk memudahkan berbagai pihak untuk mampu mengambil langkah yang tepat.

Langkah Pendampingan

1. Mempelajari dan Mengatur Skenario

Pada metode ABCD terdapat kegiatan pengamatan dengan tujuan atau *purposeful reconnaissance* atau disebut juga dengan *define*. Terdapat dua elemen kunci di dalamnya yaitu memanfaatkan dan menentukan. Memanfaatkan berarti mengatur waktu secara efisien agar mampu mengenal orang dan tempat dimana akan melakukan perubahan. Kedua yaitu menentukan fokus program yang akan dijalankan. Terdapat empat agenda dalam tahapan ini (Dureau, 2013), yaitu:

- a. Tempat
- b. Orang
- c. Fokus Program
- d. Informasi tentang Latar Belakang

Sebelum melakukan pengerjaan program kerja, Kelompok 10 KPM Mono Disiplin IAIN Ponorogo terlebih dahulu melakukan adaptasi dan pengenalan kepada masyarakat. Melalui tahap inkulturasi, anggota Kelompok 10 KPM Mono Disiplin mulai menjalin relasi dengan banyak pihak diantaranya Kepala Desa, Ketua RT, Kepala Dusun (Kamituwo), Pemuda Desa, Tokoh Agama dan Masyarakat Umum. Tujuan dari perkenalan dari berbagai pihak ini yakni untuk menjalin kedekatan dan membangun sebuah kenyamanan satu sama lain, berdiskusi dan juga sharing-sharing terkait sumber Daya Alam/Manusia (Aser) dan potensi yang ada di Desa Broto.

2. Menemukan Masa Lampau

Pendekatan yang fokus pada aset pada umumnya dimulai dengan mengungkap berbagai macam cerita kesuksesan di masa lampau dan bagaimana kondisi yang terjadi dalam komunitas sampai pada saat ini (Dureau, 2013). Kesuksesan UMKM sale pisang yang dimiliki Ibu Asih sampai saat ini dan mampu untuk terus berkembang menunjukkan bahwa terdapat suatu hal yang harus diperhatikan. Dalam tahapan ini, yang pertama harus dilakukan adalah melakukan pengungkapan cerita kesuksesan tersebut melalui sumber

hidup dalam komunitas. Selanjutnya menelaah setiap faktor maupun elemen dan juga sifat khusus apa yang mampu mengantarkan pada kesuksesan melalui telaah cerita yang disampaikan komunitas.

Keberadaan UMKM pada saat ini tidak dapat dihilangkan ataupun dihindarkan dari masyarakat. UMKM bermanfaat dalam penyebaran pendapatan masyarakat, lain daripada itu UMKM juga dapat menciptakan kreatifitas untuk mempertahankan juga mengembangkan adat masyarakat setempat. Adapun kendala yang dialami oleh beberapa pelaku usaha mikro kecil menengah dalam pengembangan usahanya, permasalahan mendasar yang dihadapi meliputi, kurangnya branding yang kuat dalam produk dan kurangnya inovasi dalam packing serta kurang dalam manajemen dan strategi pemasaran terutama melalui E-commerce.

3. Mengetahui Aset dan Mengidentifikasi Peluang

Informasi mengenai aset yang dimiliki oleh suatu komunitas dapat digunakan sebagai pelajaran untuk mampu mengetahui kekuatan apa yang dimiliki. Kemampuan apa yang dimiliki komunitas, sumber daya alam dan juga keterampilan masyarakat. Selanjutnya dapat dipertemukan dalam sebuah agenda pertemuan untuk dapat saling berbagi kekuatan demi keberlangsungan dan juga perkembangan seluruh komunitas. Desa Broto merupakan desa yang memiliki Perekonomian Kreatif, di samping Ekonomi kreatif ada juga di bidang pertanian dan peternakan. Masyarakat Desa Broto memiliki industri perumahan dalam berbagai bidang yaitu pembuatan tahu tempe, pembuatan tas daur ulang, anyaman bambu, penjahit, toko kelontong, dan produksi makan kecil. Dalam bidang pertanian di dukung oleh Gapoktan dan BUMDes Desa Broto dalam bersinergi melakukan pengembangan serta pembangunan.

4. Mendukung Keterlaksanaan Program Kerja

Dalam tahap ini perlu dilakukan pemantapan dan penegasan tujuan yang akan dicapai. Hal lain yang diperlukan yaitu memberikan motivasi untuk menumbuhkan semangat dalam komunitas agar memiliki semangat juang dalam mewujudkan masing-masing impian (*dream*) yang telah ditentukan. Ketika sebuah komunitas sudah memiliki satu tujuan yang sama yaitu mencapai kesuksesan komunitas, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan yang diaplikasi sesuai dengan potensi. Hal ini dapat memberikan kesimpulan yang berbeda pada setiap orang dengan berbagai mimpinya, tapi masih dalam satu jalur yang sama yaitu tercapainya masing-masing mimpi dalam komunitas. (Al-Kautsari, 2019)

5. Pemantauan, Pembelajaran, dan Evaluasi

Ketika setiap langkah sudah ditempuh dan dilaksanakan maka selanjutnya adalah dilakukan pemantauan terhadap perkembangan dan kinerja akhir. Pembelajaran dalam tahap ini adalah untuk mampu menemukan dan melakukan mobilisasi aset. Mobilisasi aset harus dapat dilaksanakan secara produktif untuk dapat mendekati tujuan bersama sebuah komunitas. Menjadi Desa Broto sebagai sebuah “Desa Ekonomi Kreatif” membutuhkan perjuangan yang besar, dimana pasti akan menemui berbagai tantangan

dan hambatan dari berbagai pihak internal maupun eksternal. Sinergi antar berbagai pihak diperlukan guna mendorong tercapainya tujuan tersebut. Evaluasi juga perlu dilakukan untuk melihat dan menjawab berbagai tantangan yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian

Tahap awal yang dilaksanakan adalah observasi desa Broto dengan melihat kondisi aset yang dimiliki desa tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya diputuskan bahwa apa yang menjadi aset utama Desa Broto. Kegiatan pengabdian yang selanjutnya dilaksanakan yaitu seminar strategi pemasaran dan literasi syariah yang bertempat di balai desa. Pertimbangan menggunakan balai desa dikarenakan tempat tersebut layak digunakan untuk kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah, dengan alasan luasnya tempat serta adanya ketersediaan alat dan media untuk memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah.

Gambaran Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan mencakup tiga tahapan. Tahapan pertama yaitu *assessment*, tahap kedua kegiatan inti seminar dan tahap terakhir yaitu evaluasi pasca pelatihan. Kegiatan *Assessment* lapangan dilaksanakan hari Selasa, 5 Juli 2022. Dari hasil *assessment* diperoleh gambaran dan informasi mengenai calon peserta seminar, lokasi pelaksanaan kegiatan, dan uraian kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah. Langkah berikutnya yaitu sosialisasi kepada masyarakat melalui undangan yang diberikan secara langsung pada setiap calon peserta. Panitia melakukan konsultasi dengan pihak pemerintah desa Broto untuk mengajukan permohonan izin mengenai kegiatan KPM yang akan dilaksanakan.

Kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah dilaksanakan pada hari Sabtu, 23 Juli 2022 yang bertempat di Balai Desa Broto dengan narasumber Faruq Ahmad Futaqi, M.E. Selanjutnya anggota kelompok 10 berperan sebagai fasilitator dalam kegiatan tersebut. Pelatihan tersebut diikuti oleh 28 peserta dari UMKM, BUMDES, perangkat desa, masyarakat umum. Acara seminar strategi pemasaran dan literasi syariah dimulai pada pukul 19.30 WIB dan berakhir pada pukul 21.50 WIB. Setelah peserta melakukan absensi, diadakan pembukaan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah yang diikuti peserta Tim Pengabdian, Kepala Desa, dan DPL kelompok 10. Pembukaan acara sekitar 30 menit yang berisi sambutan atau pengarahan dari Bapak Lurah Desa Broto sekaligus membuka acara seminar strategi pemasaran dan literasi syariah tersebut.

Setelah pembukaan selesai, dilanjutkan dengan acara inti Seminar Strategi Pemasaran dan literasi Syariah: Manajemen dan Strategi Pemasaran Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat di Desa Broto dengan pemateri Faruq Ahmad Futaqi, M.E. dosen dari IAIN Ponorogo. Berikut rangkaian acara yang dijelaskan secara detail dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Rundown Kegiatan Seminar Strategi Pemasaran dan Literasi Syariah

Hari/ Tanggal	Pukul	Acara	Tempat	Pemandu	PJ
Sabtu/23 Juli 2022	19:30-20:00	Pembukaan - MC - Sambutan: Bapak Lurah	AULA	- Ajeng - Bapak Lurah	Devisi kegiatan
	20:00-21:20	Moderator Strategi Pemasaran dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat di Desa Broto	AULA	- Pipit - Faruq Ahmad Futaqqi	Devisi kegiatan
	21:20-21:50	Sesi tanya jawab	AULA	Faruq Ahmad Futaqqi	Devisi kegiatan
	21:50	PENUTUP (Moderator) - Pembacaan doa	AULA	- Pipit - Bapak Dakun	Devisi kegiatan

Sumber: Data diolah, 2022



Gambar 1. Pelaksanaan Seminar dan Literasi Syariah

Pasca kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah dilaksanakan maka selanjutnya dilaksanakan evaluasi. Evaluasi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meninjau sejauh mana tingkat keberhasilan acara yang dilihat melalui 4 indikator yaitu:

1. Ketercapaian target kehadiran dan jumlah peserta
2. Tercapainya tujuan pelaksanaan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah
3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi yang disampaikan
4. Kepuasan peserta terhadap seluruh rangkaian kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah melalui wawancara dan kuesioner.

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dimulai semenjak diterimanya usulan pengabdian kepada masyarakat. Pemahaman tentang manajemen dan strategi pemasaran harus diperkuat pada UMKM masyarakat di Desa Broto. Keberadaan UMKM sudah menjadi bagian dari masyarakat sekitar. Perkembangan dari tahun ke tahun menjadikan tumbuhnya pelaku UMKM. Setidaknya ada beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Manajemen dan strategi pemasaran menjadi basis utama pemberdayaan UMKM masyarakat di desa Broto. Faktor internal yaitu UMKM masyarakat di desa Broto yang meliputi aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek produksi, dan aspek pemasaran yang sudah memadai. Kedua faktor eksternal yaitu adanya keinginan masyarakat untuk membuka usaha karena dorongan ekonomi.

Aset yang dimiliki oleh para pelaku UMKM di desa Broto masih belum terlaksana secara baik. Dapat dikatakan bahwa manajemen dan pemasaran para pelaku UMKM di desa Broto masih belum tertata dengan rapi, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan pada permasalahan tersebut. Melihat kondisi tersebut menjadikan pertimbangan untuk melakukan upaya dalam mengembangkan UMKM dengan mengadakan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah dalam mendukung pemberdayaan UMKM masyarakat di desa Broto. Hasil pelaksanaan kegiatan kegiatan pengabdian secara garis besar dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut:

1. Ketercapaian tujuan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah

Tujuan kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM dan masyarakat. Melalui pengembangan manajemen dan strategi pemasaran dalam mendukung pemberdayaan UMKM masyarakat di desa Broto. Materi yang telah direncanakan, antara lain: strategi pemasaran untuk meningkatkan omset, *branding* untuk membangun *image*, *budgeting* untuk mengatur keuangan serta peran perbankan syariah dan zizwaf dalam mendukung kesejahteraan masyarakat. Semua materi seminar strategi pemasaran dan literasi syariah telah disampaikan kepada peserta dengan baik, namun alokasi waktu tidak berjalan sesuai *rundown* acara.

2. Kemampuan peserta dalam menguasai materi seminar

Waktu pelaksanaan pelatihan relatif singkat, namun materi yang diberikan narasumber sudah disesuaikan dengan durasi waktu. Dalam pelaksanaan seminar strategi pemasaran dan literasi beberapa materi disampaikan secara garis besar karena banyaknya materi dan keterbatasan waktu. Secara umum kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi ini meningkatkan pengetahuan peserta mengenai manajemen dan strategi pemasaran dalam mendukung pemberdayaan UMKM masyarakat.

Evaluasi pemahaman peserta terhadap materi dilakukan melalui evaluasi, wawancara dan kuisioner yang diberikan melalui *googleform*. Dari hasil evaluasi terhadap kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah diketahui bahwa pemahaman peserta seminar strategi pemasaran dan literasi bervariasi dari kategori memuaskan hingga sangat memuaskan. Kategorisasi kriteria dilakukan berdasarkan pengelompokan sport peserta seminar strategi pemasaran dan literasi dengan skala 0 sampai dengan 150. Dari hasil analisis diketahui nilai tertinggi 100 dan nilai terendah yaitu 68, serta nilai rata rata 86. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 16 orang dari jumlah peserta termasuk dalam kategori memuaskan, dan 13 orang dari jumlah peserta termasuk dalam kategori pemahaman materi sangat memuaskan.

Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dievaluasi untuk mengetahui seberapa keberhasilan kegiatan seminar ditinjau dari tingkat kepuasan pelayanan dalam kegiatan seminar. Kepuasan pelayanan yang dimaksud ditinjau dari segi narasumber/ pemateri, fasilitas kegiatan serta sarana dan prasana. Hal tersebut sangat diperlukan guna meningkatkan layanan pada kegiatan- kegiatan pengabdian sejenis. Kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan seminar melalui kuesioner yang diberikan pada peserta setelah mengikuti seminar. Setiap peserta mengisi kuesioner dan memberikan tanggapan terhadap pelayanan kegiatan dilihat dari berbagai aspek serta pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan baik dari segi materi, pematri, konsumsi seminar, fasilitas seminar, pelayanan administrasi seminar, maupun penyelenggaraan seluruh seminar.

Kriteria penilaian kepuasan menggunakan 5 kategori kriteria, yakni tidak memuaskan (TM), kurang memuaskan (KM), cukup memuaskan (CM), memuaskan (M), dan sangat memuaskan (SM). Hasil evaluasi terhadap kegiatan seminar menunjukkan bahwa secara umum peserta merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh panitia kegiatan seminar baik dari kesesuaian materi, alokasi waktu setiap materi, cara penyampaian narasumber, kesempatan pengajuan pertanyaan, inetraksi narasumber dengan peserta dalam seminar, maupun sistematika penyampaian materi.

Dari data yang terkumpul, dapat diketahui bahwa secara umum kepuasan peserta berada pada kategori sangat memuaskan dengan rincian Tidak Memuaskan (TM) 0,40%, Kurang Memuaskan (KM) 1,12%, Cukup Memuaskan (KM) 4,54%, memuaskan (M) 40,96%, Sangat Memuaskan (SM) 52,99%. Dari tanggapan peserta secara langsung terhadap kegiatan seminar, peserta merasa puas dengan kegiatan yang diadakan tim pengabdi karena

memberikan manfaat yang besar, antara lain: meningkatkan pengetahuan tentang manajemen dan strategi pemasaran UMKM.

Berdasarkan penilaian evaluasi diatas, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian berjudul “Strategi Pemasaran dan Literasi Syariah dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat di Desa Broto Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo” dapat dikatakan berhasil dan dinilai baik. Sebagai bahan monitoring dan pendampingan pasca kegiatan tersebut, juga dilakukan rencana tindak lanjut dengan melakukan pendekatan dan sosialisasi lebih intens dengan mendatangi para pelaku usaha/UMKM untuk memberikan pelatihan terkait manajemen keuangan dalam bentuk buku kas umum sekaligus tanya jawab diskusi terkait pemahaman materi pasca dilakukannya kegiatan program kerja utama.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

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

1. Faktor Pendukung
 - a. Dukungan dari Kepala Desa Broto terhadap kegiatan seminar mengenai Manajemen dan Strategi pemasaran UMKM.
 - b. Ketersediaan UMKM di Desa Broto yang memiliki produk-produk unggulan yang mampu dikembangkan.
 - c. Ketersediaan kemampuan ilmu dari panitia dalam bidang Ekonomi.
 - d. Antusiasme para UMKM yang tinggi dilokasi pengabdian dalam mengikuti kegiatan seminar manajemen dan strategi pemasaran.
2. Faktor Penghambat
 - a. Kendala waktu pelaksanaan seminar yaitu ada keterlambatan selama 30 menit dari jadwal yang telah ditentukan karena menunggu kehadiran pemateri.
 - b. Sesi diskusi mengalami perpanjangan waktu karena peserta antusias untuk bertanya sehingga kesempatan bertanya yang dibatasi dengan 3 pertanyaan menjadi 7 pertanyaan.
 - c. Mengingat materi yang disampaikan sangat padat sehingga UMKM belum menguasai terkait pencatatan buku kas, terkait hal tersebut akan di dampingi dalam pelatihan pencatatan buku kas.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan, yang pertama yaitu kegiatan pengabdian dapat meningkatkan pengetahuan UMKM terkait strategi pemasaran dalam mengembangkan aset yang dimiliki. Kedua dapat menambah wawasan UMKM dalam meningkatkan penjualan melalui *branding* dan *packaging* produk, serta dapat membantu UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana terkait penjualan. Pelaksanaan kegiatan seminar strategi pemasaran dan literasi syariah berjalan lancar dan

sukses dilihat dari tingkat pemahaman para peserta terhadap materi yang disampaikan dalam kegiatan seminar. Selanjutnya dilihat pada tingkat kepuasan peserta terhadap pelayanan dari panitia, nara sumber dan pelaksanaan kegiatan seminar secara keseluruhan.

REFERENSI

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Barret, A. (2013). *Asset Based Community Development: A Theological Reflection*. Birmingham: Vicar of Hodge Hill Church.
- Dureau, C. (2013). *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II*. 216.
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan M-Commerce pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56. <https://doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Fitrianto, A. R., Amaliyah, E. R., Safitri, S., Setyawan, D., & Arinda, M. K. (2020). Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 579–591. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.120>
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2019). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan Eksyar_Preview.pdf
- Maulana, Y. I. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui Desain Grafis untuk Meningkatkan Daya Jual. *Jurnal Bisma*, 1(3).
- Nidau, F. (n.d.). Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19. *Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu Dalam Pemberdayaan Remaja Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Rans, S. A. (2005). *Hidden Treasures: Building Community Connections by Engaging The Gifts Of People On Welfare, People With Disabilities, people With Mental Illness, Older Adults, Young people*. Evanston: A Community Building Workbook.
- Salahudin, N., Safriani, A., Ansori, M., Eni, P., Hanafi, M., Naili, N., Zubaidi, A. N., Safriani, R., Umam, M. H., Ilahi, W., Taufiq, A., & Swasono, E. P. (2015). *Panduan KKN ABCD*. LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.