



PENGUATAN PROFITABILITAS BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DAN KAUM MILENIAL DI DESA ANCARAN

Iman Teguh^{1*}, Chintia Fitriani², Yudi Febriansyah³

¹²³Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Indonesia

*Email: iman.teguh@uniku.ac.id

Corresponding author:

Nama: Iman Teguh

Institusi: Universitas Kuningan

iman.teguh@uniku.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu implementasi tri dharma perguruan tinggi dalam upaya meminimalisir kesenjangan kemampuan pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan dalam hal penjualan produk secara Online menggunakan marketplace Tiktokshop yang sedang digandrungi dalam dunia e-commerce. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi terkait penjualan produk di era digital dan untuk meminimalisir tingkat pengangguran terbuka di Kabupaten Kuningan. Metode pelaksanaan program ini dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dari focus group discussion, sosialisasi, hingga pelaksanaan program pelatihan bersama masyarakat Desa Ancaran. Hasil program pengabdian kepada masyarakat ini ialah terbentuknya akun-akun penjualan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di marketplace Tiktokshop, peningkatan wawasan masyarakat Desa Ancaran, dan Pemberdayaan kaum milenial dalam berwirausaha tanpa memiliki produk.

Kata Kunci: Digital Marketing; Ekonomi Rumah Tangga; Marketplac; UMKM.

ABSTRACT

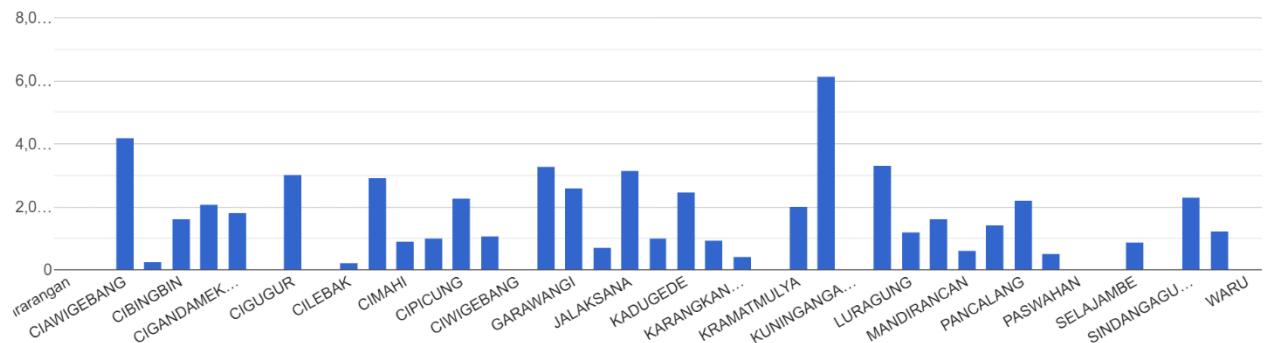
This community service program is one of the implementations of the tri dharma of higher education to minimize the gap in the capabilities of MSME actors in Kuningan Regency in terms of selling products online using the Tiktokshop marketplace which is currently popular in the world of e-commerce. This program aims to provide solutions related to product sales in the digital era and minimize the open unemployment level in Kuningan Regency. The method for implementing this program is carried out in several stages, from focus group discussions and socialization to implementing training programs with the Ancaran Village community. The results of this community service program are the formation of sales accounts owned by MSMEs in the Tiktokshop marketplace, increasing the insight of the people of Ancaran Village, and empowering millennials in entrepreneurship without owning a product.

Keywords: Digital Marketing; Home Economics; Marketplac; MSMEs.

PENDAHULUAN

Desa Ancaran merupakan salah satu desa di Kecamatan Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, yang sekaligus merupakan desa binaan Universitas Kuningan. Desa Ancaran juga merupakan salah satu desa di Kecamatan Kuningan yang turut berkontribusi pada program kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Kuningan yang merupakan kecamatan dengan jumlah UMKM tertinggi di Kabupaten Kuningan. Informasi tersebut disajikan dalam gambar 1 yang diperoleh dari *website* resmi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan, sebagai berikut.

JUMLAH UKM & IKM PER KECAMATAN



Gambar 1. Diagram Data UMKM per Kecamatan di Kabupaten Kuningan

Disamping data UMKM tersebut, Kabupaten Kuningan memiliki Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi di Provinsi Jawa Barat pada klaster pemerintah kabupaten (Badan Pusat Statistik, 2024a, 2024b). Hal ini merupakan masalah serius untuk Pemerintah Kabupaten Kuningan yang perlu diatasi bersama. Pada beberapa kasus, angka pengangguran meningkat disebabkan oleh meningkatnya jumlah lulusan sekolah menengah atas yang tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi dan belum bekerja. Dalam mengatasi masalah ini, peran UMKM sangat jelas untuk menyerap masyarakat yang menganggur khususnya yang disebabkan oleh peningkatan lulusan sekolah menengah atas yang tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi (Prasetya Wibawa & Anggitaria, 2020). Peran UMKM tidak hanya sebatas mengatasi angka pengangguran, akan tetapi juga berperan dalam meminimalisir kemiskinan (Indika & Marliza, 2019; Purnama Nasrun et al., 2022).

Pada era saat ini, digitalisasi telah berkembang pesat, tidak terkecuali dalam pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pemasaran produk yang dilakukan secara digital, akan sangat membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya (Trulline, 2021). Akan tetapi, perlu diingat bahwa pemasaran produk UMKM secara digital juga dituntut untuk lolos persyaratan seperti labelisasi Halal dan lain sebagainya (Putro et al., 2022). Saat ini, desa juga dituntut untuk melakukan digitalisasi agar mampu untuk memaksimalkan potensi yang dimilikinya (Malik et al., 2022). Hal ini diimplementasikan oleh pemerintah desa di Indonesia, seperti pemerintah desa di Jawa Barat (Jabar Digital Service, 2019).

Berdasarkan hasil penggalan masalah melalui *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pihak Desa Ancaran, Masyarakat, dan salah satu duta digital dari pemerintah pusat untuk desa Ancaran, diperoleh informasi terkait detail permasalahan yang dialami oleh mitra. Berikut kami uraikan dua masalah prioritas yang dialami oleh mitra.

Pertama, UMKM di Desa Ancaran sudah cukup banyak dan beragam jenis usahanya. Kecenderungan UMKM di Desa Ancaran lebih cenderung pada industri makanan dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya. Pada dasarnya pemilihan industri makanan ini sudah cukup tepat karena Kabupaten Kuningan sangat kaya dengan potensi alamnya. Salah satunya ialah penghasil ubi jalar yang melimpah. Akan tetapi, permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yang bersangkutan ialah belum mampu beradaptasi sepenuhnya dengan era digital saat ini, sebagai contohnya pada sektor pemasaran produk.

Kedua, Mayoritas UMKM di Desa Ancaran dijalankan oleh Ibu-Ibu. Berdasarkan hasil FGD tersebut, masyarakat pelaku UMKM perempuan sangat tertarik dengan *digital marketing*, khususnya pemasaran produk UMKM melalui marketplace yang diharapkan menjadi solusi peningkatan produktifitas UMKM di Desa Ancaran. Akan tetapi, dalam melangkah untuk mencoba digital marketing, seringkali merasa gagap teknologi (gaptek).

Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut dengan tujuan agar pelaku UMKM di Desa Ancaran mampu bersikap adaptif di era digital, produktifitas UMKM meningkat dengan merambahnya pangsa pasar melalui *marketplace*, dan meminimalisir pengangguran terbuka di Kabupaten Kuningan melalui penguatan profitabilitas bagi para pelaku UMKM dan kaum milenial.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tiga metode, yaitu yang pertama Focus Group Discussion (FGD). Focus Group Discussion (FGD) yang dimaksud merupakan studi pendahuluan mengenai permasalahan dan kebutuhan mitra dari beberapa pihak yang mencakup pemerintah desa, UMKM, Masyarakat umum secara acak khususnya generasi milenial yang belum memiliki pekerjaan tetap dan siap bekerja.

Metode yang kedua yaitu metode sosialisasi. Demi efektifitas sosialisasi, sebelum dilaksanakan sosialisasi, terlebih dahulu menghubungi pihak pemerintah Desa Ancaran untuk mengurus administrasi perizinan dengan pemerintah desa. Selain itu, diskusi dengan pemerintah desa mengenai fasilitas berupa tempat yang akan digunakan beserta ketersediaan jadwal untuk pelaksanaan program pengabdian. Setelah diperoleh kesepakatan bersama pemerintah desa, selanjutnya pelaksanaan sosialisasi dengan pemerintah desa, UMKM, dan masyarakat umum. Peserta sosialisasi terdiri dari 3 orang perangkat desa, 10 orang masyarakat umum yang terdiri dari 6 orang pelaku UMKM dan 4 orang generasi milenial.

Metode yang ketiga yaitu metode pelatihan. Pelatihan yang dimaksud didalam program ini ialah pelatihan pemasaran produk melalui *marketplace*. Pelatihan tersebut diawali dengan membuka ruang seluas-luasnya untuk seluruh masyarakat Desa Ancaran yang berminat berjualan secara *online*. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produktifitas masyarakat secara umum dengan benefit yang diharapkan ialah mampu meminimalisir TPT di Kabupaten Kuningan. Selain itu, para pelaku UMKM yang sering kali merasa gagap teknologi disarankan untuk melibatkan putra-putrinya yang sudah memahami pengoprasian komputer meskipun mendasar dengan tujuan untuk mengatasi kekurangan orang tua mereka sebagai pelaku UMKM yang merasa gagap teknologi, sekaligus menanamkan jiwa wirausaha kepada generasi milenial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Minggu, 24 Desember 2023 bertempat di aula Balai Desa Ancaran. Peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 20 orang, yang terdiri dari 10 orang pelaku UMKM, 5 orang masyarakat generasi milenial yang bukan pelaku UMKM namun memiliki minat untuk memanfaatkan marketplace dan sosial media yang dimiliki, serta 5 orang putra/putri pelaku UMKM.

Kegiatan ini diawali dengan diskusi ringan mengenai pemilihan marketplace yang akan didalami. 100% masyarakat memilih untuk mendalami dan meminta pelatihan untuk berjualan di *marketplace* Tiktok Shop dari beberapa *marketplace* ternama dan terbesar di Indonesia. Masyarakat memilih Tiktok Shop dikarenakan setiap masyarakat yang mengikuti program ini memiliki akun personal Tiktok sebagai media sosial mereka dan tentunya sudah merasa familiar, serta menyadari adanya peluang yang harus dimanfaatkan. Selain itu, beberapa pelaku UMKM mengakui telah mencoba *marketplace* yang lainnya namun belum merambah ke Tiktok Shop. Berikut merupakan tahapan pelatihan yang dilakukan pada program tersebut:

1. Peserta diberikan pembekalan berupa tambahan wawasan mengenai era digital, cara pandang baru dalam berjualan, pentingnya beradaptasi di era digital, dan peluang besar yang bisa jadi belum disadari dalam benak setiap peserta.
2. Masyarakat tidak dibatasi untuk menggunakan laptop, melainkan diberikan keleluasaan untuk memanfaatkan sepenuhnya performa *smartphone* yang dimiliki masing-masing yang tentunya didalamnya terdapat media sosial yang biasa digunakan sehari-hari.
3. Masyarakat diinstruksikan untuk menginstal aplikasi Tiktok Shop.
4. Setelah aplikasi terinstal, peserta diinstruksikan untuk mengisi setiap formulir yang diminta dalam aplikasi tersebut, sesuai arahan instruktur.
5. Setelah semua peserta berhasil mengisi seluruh formulir dan melakukan verifikasi, seluruh peserta dipastikan untuk berhasil terverifikasi. Bagi peserta yang belum berhasil, dalam pelatihan tersebut dipandu hingga berhasil terverifikasi.
6. Selanjutnya, bagi pelaku UMKM diarahkan untuk mengupload produk mereka sebaik mungkin, memberi nama produk, dan mengisi spesifikasi produk selengkap mungkin. Pada tahapan ini, peserta diberikan wawasan mengenai bagaimana pembuatan judul produk yang baik, konten produk (foto dan video) yang berkualitas sesuai dengan ketentuan, pentingnya mempelajari *Search Engine Optimization* (SEO), dan hal-hal lain yang mampu meningkatkan visibilitas produk.
7. Semua pelaku UMKM yang menjadi peserta program tersebut dipastikan terlebih dahulu untuk bisa mengupload minimal satu produk dengan informasi yang lengkap.
8. Setelah semua pelaku UMKM dipastikan mampu mengupload produk dengan baik dengan minimal satu produk, selanjutnya seluruh peserta program pelatihan termasuk peserta yang bukan pelaku UMKM diinstruksikan untuk menautkan akun Tiktok Shop dengan akun Tiktok media sosial masing masing. Putra-putri pelaku UMKM berperan untuk terus mendampingi orang tuanya untuk mengatasi kebingungan yang dihadapi dalam setiap prosesnya.
9. Bagi peserta yang bukan pelaku UMKM, tahapan nomor 8 bermanfaat untuk membuka akun afiliasi. Pada tahapan ini, setelah semua akun penjualan dipastikan tertaut dengan akun tiktok sosial media, semuanya diarahkan (baik pelaku UMKM maupun bukan pelaku UMKM) diarahkan untuk daftar afiliasi pada pusat afiliasi. Pendaftaran tersebut tidak hanya bermanfaat untuk peserta yang tidak memiliki produk, melainkan juga untuk para pelaku UMKM yang memiliki produk. Hal ini jelas peluang besar untuk keduanya. Bagi peserta yang bukan pelaku UMKM, akan mampu memiliki penghasilan dari hasil memasarkan produk orang lain secara digital. Penghasilan ini diperoleh saat ada produk

yang berhasil terjual dan biasa dinamakan dengan komisi afiliasi. Bagi para pelaku UMKM yang memiliki produk sendiri, juga bisa memasarkan produk orang lain secara digital, baik produk sejenis atau tidak tentunya tergantung strategi masing-masing.

Dengan memberikan arahan untuk beradaptasi dengan era digital dalam pemasaran suatu produk dan memberikan solusi bagi masyarakat yang berminat untuk berbisnis namun tidak memiliki produk, hal ini diharapkan mampu memberikan motivasi yang baik untuk masyarakat di semua lapisan, membuka pola pikir baru untuk masyarakat, memberikan lahan seluas-luasnya untuk generasi milenial dalam berwirausaha, dan yang paling penting ialah meningkatkan kapasitas UMKM dan meminimalisir angka pengangguran.



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan teknis



Gambar 3. Pembekalan wawasan teoritis

Para pelaku UMKM di Desa Ancaran yang terlibat kedalam program tersebut telah berhasil melakukan uji coba pendaftaran akun dan mendaftarkan produk kedalam *marketplace* tiktokshop untuk dipasarkan secara *online*. Berikut merupakan daftar UMKM yang telah berhasil melalui semua tahapan program tersebut.

Tabel 1. Daftar Peserta UMKM Desa Ancaran

Nama	Jenis Usaha	Merek	Akun Tiktokshop
Atik Rahmawati	Makanan	Butik Rasa	Cita_Rasaku
Vivi Nurwanti	Makanan	Selam Balap	Balap Selam Pempek
Mamah Rohimah	Makanan	Basreng Love	Cimilaneka
Rina Riana	Makanan	Riang Snack	Riang Snack id
Kokom Komalaningsih	Fashion	Mukenakuningan	Mukenakuninganori
Yeyet	Makanan	Jahe	Jahemerah_jos
Sulasiyati	Makanan	Kencana Snack	Olahan_mamah
Nining Cahyani	Kreatif	-	Serba_Pernik
Babam Nurzaman	Pertanian	-	Benih_desaku
Neng Ratna	Fashion	Shanaya	Shanaya_Shop

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan peserta sebanyak 20 peserta yang terdiri dari 10 peserta pelaku UMKM, 5 peserta bukan pelaku UMKM namun memiliki minat tinggi untuk berwirausaha dengan memanfaatkan *marketplace*, dan 5 peserta merupakan putra-putri pelaku UMKM generasi penerus dalam berwirausaha yang bertugas untuk mendampingi orang tuanya selaku pelaku UMKM dan bertujuan untuk mengatasi gagap teknologi yang dialami oleh orang tuanya selaku pelaku UMKM.

Secara umum, program pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar. Peserta mampu mengikuti arahan dari instruktur, bahkan mampu mengeksplor fungsi menu dalam aplikasi secara mandiri. Berawal dari mencoba, hingga akhirnya menyadari adanya peluang besar dihadapan mata. Program ini tidak terlepas dari peran penting pemerintah desa yang mampu bekerja sama dengan baik mendorong masyarakatnya. Selain itu, program ini didukung oleh adanya peran duta digital yang ditugaskan untuk mendampingi UMKM di Kabupaten Kuningan, khususnya di Desa Ancaran.

Kepuasan peserta terlihat dari seberapa antusias mereka selama mengikuti program tersebut. Peserta sangat interaktif dalam mengikuti langkah demi langkah instruksi dalam setiap tahapan program yang dilaksanakan. Peserta mengakui bahwa bermain telepon genggam sekaligus menghasilkan keuntungan dalam bentuk moneter, tentunya menyenangkan, meskipun pada mulanya masih bingung dan terbata-bata. Peserta sudah dibekali dasar-dasar dalam berjualan secara *online* di *marketplace Tiktokshop*, dan selanjutnya diberikan arahan untuk mengikuti semua kesempatan webinar yang diadakan dan diundang oleh *marketplace* tersebut, dengan tujuan agar semakin terampil dalam melakukan penjualan secara *online*.



DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik. (2024a). *KUNINGAN DALAM ANGKA KUNINGAN REGENCY IN FIGURES*.
Badan Pusat Statistik. (2024b). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2024*.
- Indika, M., & Marliza, Y. (2019). Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Mengatasi Kemiskinan Di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. *MBIA*, 18(3), 49.
- Jabar Digital Service. (2019). *Optimalisasi Potensi Desa Jawa Barat Lewat Program Desa Digital*.
- Malik, P. K., Singh, R., Gehlot, A., Akram, S. V., & Kumar Das, P. (2022). Village 4.0: Digitalization of village with smart internet of things technologies. *Computers & Industrial Engineering*, 165, 107938. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.107938>
- Prasetya Wibawa, R., & Anggitaria, N. R. (2020). KONTRIBUSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM MENGURANGI TINGKAT PENGANGGURAN. In *Ilmiah Pendidikan Ekonomi* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>
- Purnama Nasrun, A., Nujum, S., & Sufri, M. (2022). TATA KELOLA Pengaruh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengatasi Kemiskinan Dan Pengangguran Di Kota Makassar. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata>
- Putro, H. S., Fatmawati, S., Purnomo, A. S., Rizqi, H. D., Martak, F., Nawfa, R., Pamela, E., Putra, C. A., Tsani, I. M., Salsabila, A., Wasatya, S., Adinata, M. F., & Sari, F. L. (2022). Peningkatan Nilai Produk dan Pendampingan dalam Proses Sertifikasi Halal untuk UMKM di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo. *Sewagati*, 6(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.131>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>