

Scale Up UMKM Bakiak Desa Sukogidri dengan Model Project Based Learning Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan

Deasy Wulandari ^{1*}, Salma Fauziyyah ², Nurhayati ³,
Alif Mirzania ⁴, Imam Suroso ⁵

¹⁻⁵ Universitas Jember

* deasywulandari@unej.ac.id

Abstrak

Sukogidri merupakan desa di kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. Perekonomian nasional tidak dapat dipisahkan dari perekonomian pedesaan karena sebagian besar masyarakat tinggal di pedesaan. Dengan potensi yang sangat besar yang harus didukung oleh kegiatan pasar, dan letaknya yang jauh dari perkotaan, maka perlu dirancang suatu strategi untuk meningkatkan pendapatan dari produk yang dihasilkan oleh desa Sukogidri. Salah satu mata pencaharian utama masyarakat Sukogidri adalah pengrajin sandal bakiak dengan skala bisnis UMKM. Untuk meningkatkan kesejahteraan Desa Sukogidri, UMKM sandal bakiak dijadikan sebagai salah satu penggerak perekonomian desa. Pemasaran produk UMKM Bakiak di Desa Sukogidri masih menggunakan cara tradisional yaitu promosi dari mulut ke mulut. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat difokuskan untuk meningkatkan kesejahteraan pengusaha sandal bakiak Sukogidri melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan metode PBL. Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan tersebut meningkatkan jangkauan pemasaran sandal bakiak dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Sidogidri.

Kata Kunci: *Scale Up UMKM, sandal bakiak, project based learning, peningkatan penjualan*

Pendahuluan

Usaha mikro kecil dan menengah atau biasa dikenal dengan UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau sebuah badan usaha yang sudah memenuhi kriteria dari sebuah usaha. Dari awal kehadirannya, UMKM di Indonesia memiliki peranan penting yakni menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM pada stabilitas perekonomian Indonesia terbukti pada saat Indonesia mengalami krisis ekonomi pada tahun 1997 dan Covid-19 (Fauziyyah et al., 2022). UMKM di Indonesia terbukti mampu menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dimana saat itu banyak perusahaan besar yang mengalami kebangkrutan. Badan Pusat Statistik atau BPS mencatat, penyerapan tenaga kerja tahun 1997 oleh usaha kecil saat itu menjadi yang tertinggi hingga 57,40 juta atau 87,62%. Pada tahun 1998, saat inflasi berada di angka 88%, defisit 13% dan cadangan devisa kurang US\$17 miliar, sektor usaha kecil mikro tetap mampu bertahan (Dewi et al., 2021).

Hingga saat ini UMKM menjadi pilar terpenting dalam menyangga perekonomian Indonesia. Kontribusi sektor usaha ini pada tahun 2020 terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) yaitu sebesar 61,97% dari total PDB nasional atau dalam jumlah nominal sebesar Rp.8.500 triliun. Sektor usaha ini berbanding lurus atau seimbang dengan kebutuhan lapangan kerja, dari hal tersebut mengakibatkan penyerapan tenaga kerja UMKM sangat besar. Tercatat 975 tenaga kerja mampu diserap oleh UMKM pada tahun 2020. Selain itu UMKM mampu menyerap kredit sebesar Rp. 1 triliun pada tahun 2018. Namun sangat disayangkan upaya peningkatan kualitas produk UMKM serta tata Kelola manajemen usahanya masih belum merata khususnya pada UMKM yang ada di desa tertinggal.

Desa Sukogidri merupakan desa yang berada di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. Desa Sukogidri termasuk dalam kategori desa yang tertinggal (BPS, 2017). Desa ini memiliki jumlah penduduk 3.588 dengan mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai buruh tani tembakau dan cabai serta pengrajin sandal bakiak. Berdasarkan data empiris, kondisi Desa Sukogidri mengalami kesenjangan sosial, hal ini terlihat dari posisi pemukiman warga yang terkotak-kotak yang tidak merata.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Sidogidri Kecamatan Ledokombbo, Kab. Jember.
Sumber: Data diolah (2022)

Melimpahnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Desa Sukogidri sangat disayangkan kegiatan pengembangan UMKM masih sangat minim, sedangkan potensinya cukup tinggi salah satunya yaitu kerajinan sandal bakiak. Bakiak merupakan alas kaki berbentuk sandal yang terbuat dari kayu yang beratnya ringan dan pengikat terbuat dari ban atau karet pentil yang dipaku pada kedua sisinya. Bakiak sendiri merupakan kerajinan berbasis media campuran antara seni dan juga penggunaan, oleh karena itu Bakiak bisa menjadi barang yang bersifat komersil.

Berdasarkan potensi yang dimiliki Desa Sukogidri serta kondisi bisnis usaha bakiak yang belum terkelola dengan baik, maka perlu dilakukan kegiatan pendampingan terhadap UMKM kerajinan bakiak. Hasil penelitian mengenai implementasi *Project Based Learning* telah memberikan bukti yang meyakinkan mengenai keefektifan model pembelajaran *Project Based Learning* untuk meningkatkan prestasi belajar. Penelitian oleh Rismayawati (2020) menunjukkan bahwa terjadi peningkatan hasil belajar kewirausahaan dalam membuat desain produk dan menyelesaikan soal yang diberikan kepada 32 peserta didik setelah penerapan model pembelajaran *Project Based Learning*. Penelitian oleh Utarini (2022) menunjukkan bahwa penerapan model pembelajaran *Project Based*

Learning dapat menginkatakan keaktifan dan hasil belajar peserta didik kelas XII BDP 1, semester V SMK Negeri I Kota Bogor. Dengan begitu dari beberapa faktor – faktor tersebut, maka *Scale Up* UMKM ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilik UMKM dan masyarakat sekitar akan pentingnya Digital Marketing dan Packaging Produk guna meningkatkan nilai penjualan produk. Pada dinamika persaingan pasar yang ketat serta produk UMKM yang dihasilkan bukan termasuk produk *fast move*, pelaku UMKM Bakiak Desa Sidogidri perlu mengetahui secara rinci hal-hal yang menimbulkan daya tarik untuk membeli produk yang dibuat.



Gambar 2. Sandal Bakiak Produksi Desa Sidogidri
Sumber: Data Diolah (2022)

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan uraian pada bagian pendahuluan, dalam pengabdian ini mendiskripsikan kondisi usaha dalam *scale up* UMKM (Bakiak). Dengan menggunakan metode *Project Based Learning* dimana kegiatan diawali dengan menetapkan tema, menetapkan konteks belajar, merencanakan, memproses, dan diakhiri dengan penerapan aktivitas. Pengabdian yang diawali dengan melakukan observasi secara langsung pada pengrajin bakiak. Dilanjutkan dengan metode wawancara melalui diskusi dengan pelaku usaha mengenai seluruh pokok yang berhubungan dengan proses packaging dan pemasaran produk, didukung dengan dokumentasi sebagai pelengkap dari metode observasi dan wawancara. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sukogidri, Ledokombo pada tanggal 30 Mei – 28 Juni 2022. Untuk melaksanakan pengabdian tersebut dilakukan beberapa tahap *mentoring* yang berupa PBL (*Project Based Learning*) yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana cara meningkatkan *brand awareness* yang meliputi tahap persiapan, perencanaan, analisis resiko, hingga evaluasi. Tahap selanjutnya dengan menjaring mitra sebagai bentuk kerjasama dengan pihak lain dalam memperluas pemasaran sehingga produk dapat menembus pasar nasional hingga internasional.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian dalam upaya meningkatkan *brand awareness* & pendapatan masyarakat telah dilakukan dengan melaksanakan beberapa kegiatan yaitu observasi potensi, perencanaan program, membuat kelompok usaha pengrajin bakiak, *project-based learning branding & packaging*, serta menjangkau dan memperkuat hubungan dengan mitra.

Observasi Potensi

Melakukan observasi di Desa Sukogidri, dengan terjun melakukan jajak pendapat dan mengidentifikasi potensi UMKM yang ada di Desa Sukogidri, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. Hasil dari kegiatan observasi ini ditemukan banyak pengrajin sandal bakiak yang ada di Desa Sukogidri. Selain itu juga, dilakukan identifikasi permasalahan pelaku UMKM pengrajin bakiak. Berdasarkan hasil observasi, teridentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Kurangnya *Brand Awareness*

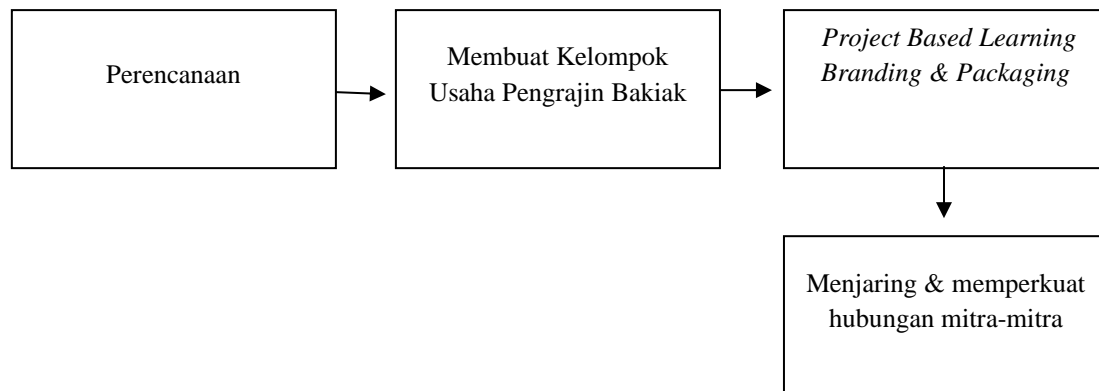
Potensi pengrajin bakiak di Desa Sukogidri sangat besar, tapi dalam model pemasaran yang dilakukan masih cenderung tradisional & konvensional. Sehingga produk unggulan Desa Sukogidri masih belum bisa tersampaikan dalam pasar yang lebih luas. Pemahaman tentang atribut yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk sangat dibutuhkan oleh sebuah usaha agar dapat membantu memperbaiki dan meningkatkan keberadaan merknya dalam bersaing dipasar (Hardian & Sari, 2018). Berdasarkan yang ditemukan perlu langkah untuk memperkuat *branding* dari produk bakiak

2. Keterbatasan SDM dalam Pemasaran Modern

Saat ini internet dapat membawa perubahan dalam suatu bisnis yang dijalankan, dimana praktek marketing, pemasaran, atau jual beli dapat dilakukan secara elektronik tanpa harus bertemu langsung di tempat (Pratiwi et al., 2021). Selain itu, dukungan kompetensi SDM yang kuat menjadi salah satu faktor penting dalam memanfaatkan dan mengelola bisnis UMKM. Adanya peningkatan kompetensi yang dimiliki SDM melalui baik dari unsur pengetahuan dan keterampilan akan menjadi kunci dalam peningkatan kinerja UMKM (Widjaja et al., 2018). SDM pada Desa Sukogidri dalam mengoperasikan model pemasaran modern mengalami kendala, dikarenakan masyarakat desa yang masih kurang mengoperasikan model pemasaran modern melalui media sosial. Oleh karenanya kegiatan yang berorientasi dalam peningkatan pemahaman bagi pelaku UMKM di Sukogidri sangat diperlukan, khususnya untuk peningkatan pemasaran modern pada bisnis UMKM Bakiak Sukogidri.

Perencanaan Program

Setelah melakukan observasi potensi dan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Sukogidri. Perencanaan dimulai dari mengumpulkan informasi-informasi yang telah terhimpun, lalu membuat model *road plan* untuk mengatasi permasalahan UMKM yang ada di Desa Sukogidri.



Gambar 3. Skema Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Membuat Kelompok Usaha Pengrajin Bakiak

Dalam proses *Scale-Up* UMKM dengan produk unggulan yaitu Bakiak, perlu dilakukan secara terorganisir dengan membentuk kelompok usaha. Dalam pembentukan kelompok usaha pengrajin bakiak tersebut tentunya diperlukan struktur organisasi, sehingga terbentuknya sistem kerja dan sistem organisasi yang baik sesuai dengan tugas pokok fungsi per divisinya. Divisi dalam kelompok ini terdiri dari 4 yaitu, divisi pemasaran, divisi operasional, divisi keuangan, dan divisi sumber daya manusia.

Project Based Learning Branding & Packaging

Setelah kelompok usaha terbentuk, berikutnya yaitu membekali kelompok usaha tersebut dengan model *Project Based Learning* (PBL) dengan topik pentingnya branding & packaging. *Project Based Learning* (PBL) adalah model pembelajaran berbasis proyek yang diawali dengan menetapkan tema proyek, menetapkan konteks belajar, merencanakan aktivitas, memproses aktivitas, dan diakhiri dengan penerapan aktivitas, selain itu *Project Based Learning* juga merupakan suatu strategi pembelajaran yang menggunakan proyek/kegiatan sebagai sarana pembelajaran untuk mencapai kompetensi sikap, pengetahuan dan keterampilan (Suryadi et al., 2021).

Dalam model PBL ini, kelompok usaha menjadi objek yang mengikuti pelatihan dengan membedah strategi pemasaran produk dan sekaligus juga menghasilkan packaging produk bakiak yang baru. Dalam kegiatan ini kelompok usaha menghasilkan nama produk, pembuatan platform *e-commerce*, membuat logo produk, membuat akun sosial media, melakukan foto produk dan sekaligus juga menghasilkan packaging produk yang menarik konsumen. Langkah awal untuk meningkatkan *brand awareness* itu sendiri yaitu dengan memperkuat *brand identity* itu sendiri.

Pelatihan sistem pemasaran yang tidak hanya berfokus kepada menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun bisa secara proaktif melakukan promosi melalui media online. Pelatihan dalam memanfaatkan aplikasi *e-commerce* berbasis web yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap barang dalam transaksi online dengan mengaplikasikan dalam kegiatan pelatihan (Rachman & Ramdani, 2016). Skema penjualan produk yaitu, dengan melakukan penjualan secara *offline & online* Penjualan online dilakukan melalui sosial media dan *e-commerce*, sedangkan penjualan

offline dilaksanakan dengan membuka stand di beberapa event dan pesta rakyat yang berada di tengah kota hal ini juga merupakan upaya *Launching Product* dalam rangka memperkenalkan dan mempromosikan produk khas Sukugodri. Selain itu, kegiatan penjualan ini dapat dijadikan sebagai momentum dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yang terlibat.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Sukogidri
Sumber: data diolah (2022)

Menjaring dan Memperkuat Hubungan Mitra

Dalam berjalannya proses penjualan, diperlukan saluran-saluran pemasaran, selain itu juga perlu diperkuat melalui kerjasama-kerjasama dalam memasarkan produk bakiak. Diantara lain menjalin kerjasama dengan *Jember Creative Lab*, dan beberapa pusat oleh-oleh jember. Hal ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan juga memperkuat *brand identity*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan dalam pengabdian tersebut pentingnya Mentoring dan Project Based Learning yang dilakukan kepada pelaku UMKM Bakiak dengan harapan dapat memahami segala aspek dalam menjalankan suatu usaha, dari proses produksi hingga pendistribusian. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan pelatihan/training, melainkan tahap mentoring untuk mendorong masyarakat supaya dapat memaksimalkan potensi SDM dan mengembangkan keterampilan yang kemudian dapat meningkatkan kinerja dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya.

Referensi

- BPS. (2017). *Kabupaten Jember Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik.
<https://jemberkab.bps.go.id/publication/2017/08/20/1fa125a3b5ed88703dc88f1a/kabupaten-jember-dalam-angka-2017.html>
- Dewi, S. R., Sriyono, S., & Sumartik, S. (2021). Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 95–101.
<https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i1.5267>
- Fauziyyah, S., Wulandari, D., Subagio, N. A., Nurhayati, N., & Priyono, A. (2022). Capacity Building Mitra Dalam Ceruk Pasar Kerajinan Untuk Meningkatkan Exposure Produk Etnik. *Madaniya*, 3(2), 214–220.
- Hardian, & Sari, D. K. (2018). Perancangan Desain Kemasan Produk Minuman Teh Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknik Industri*, 5(1), 36–47.
- Ni Kadek Nora Utarini. (2022). Penerapan Model Project Based Learning (PJBL) Dengan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Peserta Didik Kelas XII BDP 1 SMK Negeri 1 Negara Best Practice: Penelitian Tindakan Kelas (PTK). *Widyadari Jurnal Pendidikan*, 23(1), 105–114.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6390990>
- Pratiwi, F. D., Wulandari, A., & Astuti, R. P. (2021). Scale-Up Produk Ikan Asin “Yulia Bahari” Berbasis E-Commerce. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 2(2), 52–60.
<https://doi.org/10.36590/jagri.v2i2.160>
- Rachman, A. N., & Cecep Muhamad Sidik Ramdani. (2016). IbM Pelatihan pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran global untuk peningkatan penjualan produk kelom geulis (Studi kasus: UKM Kelom Geulis Tamansari Tasikmalaya). *Jurnal Siliwangi*, 2(1), 64–68. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jps/article/view/59>
- Rismayawati, E. (2020). Penerapan Model Pembelajaran Based Project Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Materi Desain Produk. *Journal of Education Action Research*, 4(1), 62.
<https://doi.org/10.23887/jear.v4i1.23440>
- Suryadi, S., Djajanto, L., & Afiatin, Y. (2021). Analisis Faktor Sikap Sosial, Motivasi, Keaktifan Pelaksanaan Project Base Learning Manajemen Pemasaran. *Adbis: Jurnal Administrasi ...*, 15(2). <http://j-adbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/129>
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476.