Pemberdayaan Paguyuban UMKM di Kampung Wisata Kuliner Pring Koening Kota Malang

Mochammad Rofieq[1], Aris Siswati[2], dan Muchammad Riza Fauzy[3]

Universitas Merdeka Malang[1,2,3]

e-mail: mochammad.rofieq@unmer.ac.id

ABSTRACT

The empowerment of UMKM associations in the Pring Koening Culinary Tourism Village is one of the community service activities funded by the Ministry of Technology. There are 3 types of training activities and forums group discussion (FGD) carried out in this community empowerment. The first is training related to UMKM business management, the second is training related to digital marketing, and the third is training related to an entrepreneurial mindset for resilient UMKMs. It is hoped that these three training activities can improve the ability of UMKM actors in the Pring Koening Culinary Tourism Village so that they can compete with other competitors. From the side of the service team, they also get an overview of the current conditions experienced by UMKM actors so that it can be a further study in the future. In addition, this activity also provides grants for several equipment needed by UMKMs there.

Kata kunci: *Pring Koening Culinary UMKMs, Business Management Management, Digital Marketing, Mindset Entrepreneur*

ABSTRAK

Pemberdayaan paguyuban UMKM di Kampung Wisata Kuliner Pring Koening merupakan salah satu kegiatan pengabdian masyarakat yang didanai oleh Kemeristekdisti. Ada 3 jenis kegiatan pelatihan dan *forum grup discussion* (FGD) yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat ini. Pertama pelatihan terkait manajemen pengolaan usaha UMKM, Kedua pelatihan terkait digital marketing, Ketiga pelatihan terkait *mindset enterpreneur* untuk UMKM tangguh. Diharapkan dengan ketiga kegiatan pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM yang ada di Kampung Wisata Kuliner Pring Koening sehingga bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Dari sisi tim pengabdian juga mendapatkan gambaran terkait kondisi terkini yang dialami oleh pelaku UMKM sehingga bisa menjadi studi lanjut kedepannya. Selain itu juga kegiatan ini juga memberikan hibah beberapa peralatan yang dibutuhkan oleh UMKM yang ada di sana.

Kata kunci: UMKM Kuliner Pring Koening, Manajemen Pengelolaan Usaha, Digital Marketing, *Mindset Enterpreneur*

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan konsep pembangunan ekonomi yang berprinsip kepada nilai-nilai sosial. Program pemberdayaan masyarakat bukan untuk membuat masyarakat selalu tergantung pada program pemberian bantuan (charity), akan tetapi memberikan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan kepada mereka untuk belajar mandiri agar dapat membangun dan memajukan diri kearah kehidupan yang lebih baik secara berkelanjutan (1). Beberapa sasaran pemberdayaan dalam masyarakat ialah: (a) meningkatkan kualitas dan mutu sumber daya masyarakat dan aparatur pemerintahan tingkat desa, lingkungan/dusun atau kelompok yang lebih kecil, (b) melakukan observasi, evaluasi dan penilaian desa-desa yang dianggap memiliki potensi dan sumber daya untuk berprestasi, (c) meningkatkan data potensi desa, (d) peningkatan program dengan penerapan metode dalam upaya pemberdayaan masyarakat desa (e) meningkatkan kerja sama dan membuka akses kerja sama antar lembaga[1].

Mitra pengabdian masyarakat pada penelitian ini ada di Kampung Wisata kuliner Pring Koening Kota Malang. Paguyuban UMKM Kampung Wisata Kuliner di RW.13 Kelurahan Bunulrejo ini dipilih sebagai mitra karena mengintegrasikan aspek produksi dengan pemasaran online, sebagai langkah agar bisa bangkit dari dampak terjadinya pandemi Covid-19. Beberapa

produk makanan / minuman (kuliner) yang dihasilkan oleh UMKM di kampung ini adalah warung kopi, pisang coklat, martabak, terang bulan, kue lumpur, sembako, roemah mie, nasi pecel, pizza *delivery*, risol mayo, rice bowl, soto ayam, burger mini, tempura, aneka minuman dan oleh-oleh khas Malang. Untuk mekanisme penjualannya mitra UMKM hanya sebatas menitipkan produknya ke pasar dan order by whatsapp.



Gambar 1 Produk Kuliner Paguyuban UMKM Wisata Kuliner Pring Koening

Kondisi mitra sebelum pengabdian lebih menitikberatkan penjualan kue basah karena keterbatasan kondisi dan peralatan. Bahkan untuk memenuhi orderan dari pelanggan dengan skala besar, mitra kesulitan untuk memenuhinya. Seperti penjelasan diatas gambar bahwa mekanisme penjualan mitra masih sebatas menitipkan produknya di pasar sehingga mitra tidak bisa mendapatkan penghasilan yang optimal. Terlebih lagi produk mitra harus bersaing dengan kompetitor lainnya agar laku di jual. Beberapa permasalahan tersebut yang melatarbelakangi dilakukan pengabdian masyrakar ini agar mitra dapat mengembangkan jualannya hingga bisa berjualan sendiri.

METODE PELAKSANAAN

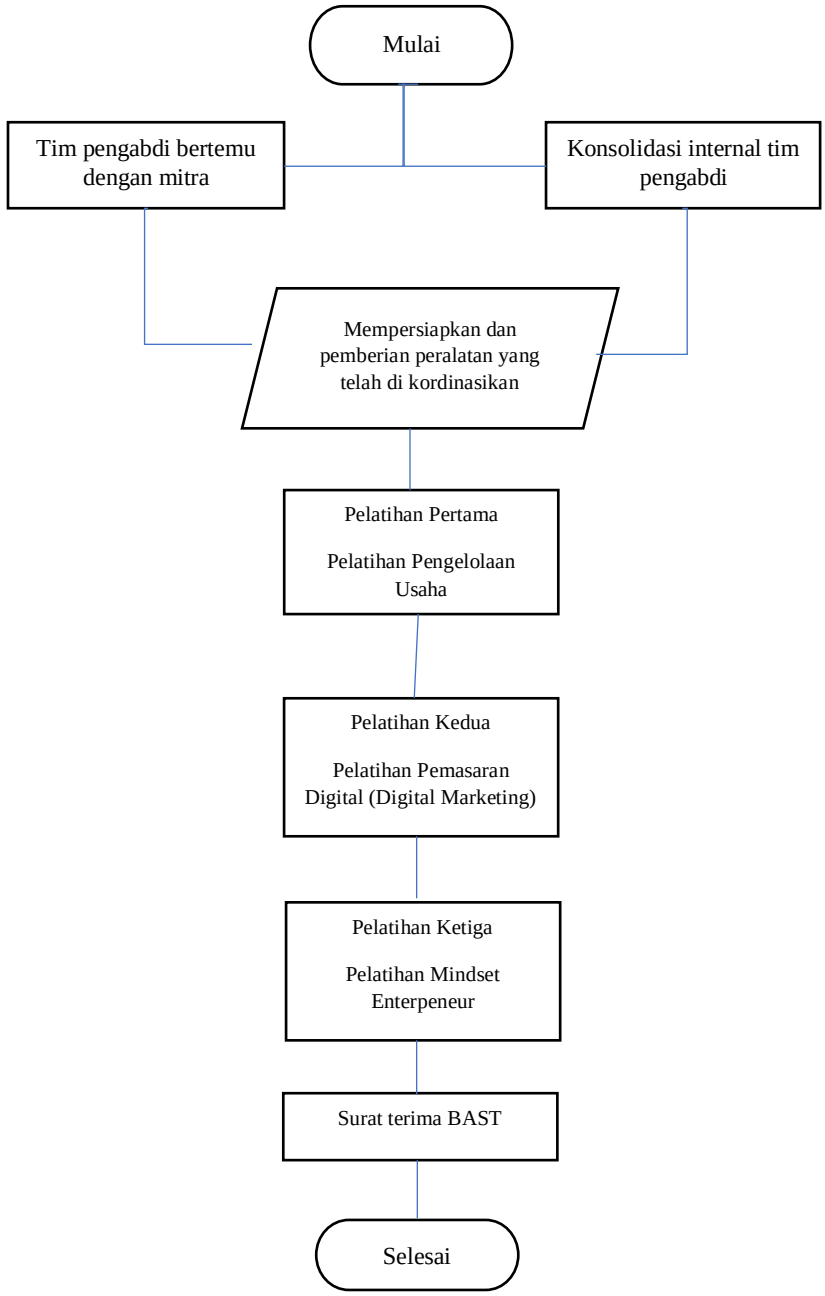
Sebelum ketiga pelatihan yang telah dilakukan, tim pengabdian melakukan kordinasi awal atau forum group discussion (FGD) untuk merumuskan dan menetapkan jadwal kegiatan pelatihan. Tujuan utama metode FGD adalah untuk memperoleh interaksi data yang dihasilkan dari suatu diskusi sekelompok partisipan/responden dalam hal meningkatkan kedalaman informasi menyingkap berbagai aspek suatu fenomena kehidupan, sehingga fenomena tersebut dapat didefinisikan dan diberi penjelasan[2]. Kordinasi awal ini juga membahas teknis acara pelatihan dengan perawakilan pelaku UMKM Pring Koening. Diharapkan dengan kordinasi awal ini bisa membuat pelatihan berjalan lancar.



a) Kordinasi dengan perwakilan mitra b) Kordinasi Tim Pengabdian

Gambar 2 Kordinasi dan Forum Group Discussion (FGD)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain dokumentasi kegiatan tim pengabdi dengan mitra, ada juga diagram alir terkait proses kegiatan terutama 3 pelatihan yang telah selesai dilakukan. Adapun dibawah ini merupakan alur kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 3 Diagram Alur Kegiatan

Pelatihan Manajemen Pengolaan Usaha

Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bisnis UMKM yang ada disana berjalan dengan lancar, sumber daya yang digunakan optimal, dan tujuan tercapai. Banyak hal yang dibahas dalam

pelatihan ini mulai dari merencanakan usaha, pengelolaan keuangan, manajemen operasional, manajemen SDM, layanan pelanggan, aspek hukum serta perizinan. Tujuan pengelolaan usaha adalah agar semua sumber daya yang ada seperti orang, peralatan atau fasilitas suatu perusahaan dapat dikendalikan sedemikian rupa sehingga tidak terjadi kerugian waktu, tenaga dan materi untuk mencapai keinginan yang diharapkan[3].

Pada kenyataan yang dialami oleh pelaku UMKM disana, mereka kesulitan untuk melakukan pengelolaan usaha karena pendapatan tidak menentu dan juga pengelolaan masih bercampur dengan kebutuhan rumah tangga. Dan itu menjadi bahan diskusi antara tim pengabdian dengan pelaku UMKM, untuk menemukan solusi kedepannya. Tetapi ada nilai positif yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM yaitu memaksimalkan layananan pelanggan. Salah satu layanan pelanggan yang dilakukan adalah mengingat semua nama konsumennya. Hal itu sangat efektif karena pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai oleh pembeli. Dasar konsep ini adalah "pembeli adalah raja" sehingga untuk memuliakan pelanggan salah satunya caranya mengingat namanya.



Gambar 3 Pelatihan Manajemen Pengolaan Usaha
Sumber: Dokumen Pribadi

Pelatihan Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Pada pelatihan ke 2 ini bertema pemasaran digital (Digital Marketing) untuk UMKM di Kampung Wisata Kuliner Pring Koening. Digital marketing adalah konsep strategi pemasaran dengan menggunakan media digital untuk mempromosikan produknya Pelatihan ini berfokus pada implementasi pemasaran digital dengan platform media sosial. Media sosial yang digunakan mulai whatssapp, instagram dan facebook[4].

Feedback yang diberikan oleh pelaku UMKM adalah mereka agak kesulitan untuk menggunakan teknologi sehingga mereka menyarankan untuk diajarkan terkait pengambilan gambar atau foto produk. Hal itu menjadi konsen mereka karena banyak kompetitor membuat foto produk yang bagus sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Padahal jika dibandingkan dengan rasa maupun kualitas, produk UMKM wisata kuliner Pring Koening tidak kalah dengan kompetitor bahkan ada beberapa produk yang lebih enak juga. Dan itu menjadi konsen tim pengabdian masyarakat untuk melakukan coaching klinik terkait pengambilan foto produk.



Gambar 4 Pelatihan Digital Marketing
Sumber: Dokumen Pribadi

Pelatihan Mindset Entreprenuer

Pelatihan terakhir terkait *Mindset Entreprenuer* kepada pelaku UMKM di kampung wisata kuliner Pring Koening. Dalam pelatihan ini lebih berfokus faktor yang mempengaruhi *mindset enterprenur* hingga cara mengembangkannya. Entrepreneurial mindset yaitu cara berfikir seseorang yang berorientasikan wirausaha seperti lebih memilih mengambil risiko dan ketidakpastian daripada menghindarinya. Penggerak wirausaha tidak hanya sebatas pada pola pikir wirausaha, tetapi ada faktor lainnya yaitu lingkungan yang positif dalam berwirausaha[5].

Selain itu pemateri dalam pelatihan ini juga membagikan pengalamannya terkait enterprenur yang pernah dijalani. Dari pengalaman tersebut ada point yang perlu ditekankan yaitu keberanian mengambil resiko. Keberanian ini sangat penting dilakukan terlebih pelaku usaha terutama pelaku UMKM. Meskipun begitu perlu ada analisa resiko sebelum mengambil keputusan agar meminimalisir kerugian. Dalam pelatihan ini juga menghasilkan diskusi yang menarik antara pemateri dengan para pelaku UMKM. Dari pengalaman yang pernah dirasakan oleh pemilik UMKM, mereka mencoba untuk mengambil resiko tapi sering gagal sehingga mereka tidak berani untuk mengambil resiko lagi.



Gambar 5 Pelatihan Mindset Entrepenuer
Sumber: Dokumentasi Pribadi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pelatihan pengabdian ada beberapa luaran yang diharapkan bisa dirasakan oleh mitra pelaku UMKM di Kampung Wisata Pring Koening. Pelatihan pertama, diharapkan mitra dapat membedakan pengeluaran pokok dengan pengeluaran usaha. Hal ini akan berpengaruh terhadap pengembangan usaha kedepannya jika tetap menjadi satu pengeluaran. Dan selain itu mengoptimalkan layanan pelanggan yang telah dilakukan oleh mitra seperti mengingat nama konsumennya. Luaran dari pelatihan kedua, mitra mendapatkan kesulitan terkait memasarkan produk mereka secara digital. Kesulitan ini didasari oleh ketidakcakapan mitra dalam mengoperasikan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Sehingga untuk pelatihan kedua ini menitikberatkan konten atau cara memfoto produk kuliner mitra. Pelatihan terakhir, mengajak mitra untuk berani mengambil resiko untuk mengembangkan usahanya lebih baik lagi. Ini didasari mindset pelaku UMKM kebanyakan yang tidak berani ambil resiko untuk bisa improve usahanya. Meskipun segala tindakan yang diambil perlu dianalisis resikonya agar mengurangi kerugiannya.

Selain ketiga pelatihan tersebut, tim pengabdi juga memberikan beberapa peralatan untuk menunjang usaha UMKM di Kampung Wisata Pring Koening. Ada beberapa peralatan yang dibutuhkan seperti lemari pendingin, freezer, showcase warmer, hingga tenda kerucut. Diharapakan dengan pemberian peralatan ini, mitra dapat memaksimalkan penjualan hingga membuat produk inovasi seperti makanan beku (*frozen food*).



Gambar 6 Peralatan yang dibutuhkan Mitra

Sumber: Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan paguyuban di UMKM Kampung Wisata Pring Koening ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdi dari Universitas Merdeka Malang. Dari kegiatan ini mitra banyak mendapatkan manfaatnya mulai dari ilmu, pengalaman, tukar pikiran (brainstroming) hingga peralatan untuk menunjang usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

[1] E. Sudarmanto, E. Revida, N. Zaman, and S. Purba, *Konsep Dasar Pengabdian Kepada Masyarakat: Pembangunan dan Pemberdayaan*, vol. 1, no. 69. 2020.

[2] Y. Afiyanti, "Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," *J. Keperawatan Indones.*, vol. 12, no. 1, pp. 58–62, 2008, doi: 10.7454/jki.v12i1.201.

[3] Rohiat, "Manajemen, Teori dan Praktik," p. 29, 2017, [Online]. Available: https://etheses.iainkediri.ac.id/2627/3/931304218_bab2.pdf

[4] et Abdul Rauf, *Digital Marketing Digital Marketing*, no. September. 2016. [Online]. Available: http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7

[5] R. Rosmiati, N. Siregar, and N. Efni, "Pola Pikir Kewirausahaan," *Edukatif J. Ilmu Pendidik.*, vol. 4, no. 4, pp. 5668–5673, 2022, doi: 10.31004/edukatif.v4i4.3152.