

PEMBERDAYAAN KELOMPOK PEREMPUAN DALAM PENINGKATAN STRATEGI MARKETING DI KOTAWARINGIN

Tiara Ramadhani^a, Michael Jeffri Sinabutar, Ryand Daddy Setiawan, dan Miftahul Ulum

1) Universitas Bangka Belitung, Indonesia

^{a)} email: tiaramadhani30@yahoo.co.id

ABSTRAK

Adanya pandemi Covid 19 memberikan dampak bagi kehidupan dan penurunan ekonomi secara tidak merata, seperti tingkat daya beli masyarakat menurun yang diakibatkan karena adanya pembatasan sosial yang tidak memperkenankan masyarakat untuk saling berinteraksi, sehingga sangat mempengaruhi pendapatan hasil penjualan terutama pada pemasaran yang masih menggunakan dan mengandalkan sistem konvensional. Dalam hal ini diperlukan upaya alternatif untuk mengembalikan ekonomi secara stabil. Salah satunya dengan sosialisasi dan pendampingan untuk melakukan pemasaran secara digital yang bersifat online supaya lebih dikenal luas oleh masyarakat tanpa harus memasarkan secara langsung. Dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini, Salah satu produk UMKM yang dikembangkan masyarakat Desa Kotawaringin yang mayoritas pekerjaannya perempuan adalah produk Matahari, atap daun nipah dan sirup pedada. Selain itu, dalam memasarkan produk yang dihasilkan seperti produk matahari, sirup pedada, dan atap daun nipah, pelaku UMKM harus melakukan pembuatan konten yang menyajikan informasi produk dengan sistem pemasarannya melalui *e-commerce/platform* yang banyak digunakan oleh masyarakat seperti google, facebook, instagram, dan sebagainya. Dalam mengembangkan suatu produk, pelaku UMKM harus memperhatikan beberapa hal yang meliputi penyajian foto dan video produk, penggunaan influencer, Adjustment / Hubungan / Ikatan pada pihak tertentu, serta testimoni dan review dari konsumen. Penyajian informasi/promosi produk melalui foto dan video diharuskan menggunakan bahasa yang baik serta media sosial yang digunakan khusus untuk memasarkan produk.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Perempuan, Pendampingan Kelompok, Pengembangan, Pemasaran & Manajemen Usaha*

PENDAHULUAN

Desa Kotawaringin merupakan merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Puding Besar Kabupaten Bangka Provinsi Bangka Belitung yang memiliki luas 88,28 Km². Desa Kotawaringin terdiri dari 3 (tiga) dusun, yaitu Kotawaringin Timur, Kotawaringin Barat dan Sungai Dua. Berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Kotawaringin diantaranya sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya bangunan, sumber daya sosial dan beragam budaya yang terdapat di Desa Kotawaringin.

Desa Kotawaringin memiliki visi “Mewujudkan Kerjasama Pemerintah Desa dengan Masyarakat dalam Pembangunan Desa Secara Adil dan Bijak Serta Bermartabat”. Sejalan dengan Visi tersebut, Pemerintah Desa (Pemdes) Kotawaringin sudah memberdayakan potensi yang ada, salah satunya adalah buah pedada (buah bakau), anyaman piring lidi dan atap daun nipah. Berbagai inovasi dari potensi lokal yang ada di Kotawaringin dilakukan oleh Pemdes melalui inovasi bidang hasil pertanian dengan cara melibatkan masyarakat desa.

Inovasi yang saat ini dikembangkan untuk menjadi khas desa yakni buah pedada, yang diolah menjadi dodol dan sirup yang memiliki citarasa khas dan berkhasiat bagi kesehatan. upaya pengolahan budah pedada menjadi aneka poduk sudah mulai dilakukan tahun 2017 silam, yang dikelola langsung oleh PKK dan KWT. Buah pedada biasanya berbuah 3 kali dalam satu tahun. Sedangkan untuk pemasaran, sering ikut dalam acara pameran seperti Bangka Expo.

Selain buah pedada, Pemdes Kotawaringin membuat inovasi lidi kelapa menjadi piring lidi yang dikelola oleh PKK desa tersebut. Pada umumnya pembuatan piring menggunakan bahan rotan, namun dengan banyaknya pohon kelapa di desa ini maka inovasi lidi kelapa menjadi piring. Produk ini tentunya memiliki nilai jual jika dipasarkan dengan baik. Produk dan program inovasi desa merupakan wujud dari keinginan Pemdes Kotawaringin meningkatkan pemberdayaan wanita. Ini merupakan fokus peningkatan perekonomian Desa Kotawaringin. Selain itu KWT juga memiliki lahan kebun yang menanam tanaman hortikultura seperti sayur terong, kacang panjang, tomat, cabai, mentimun yang tumbuh subur .

Dengan berbagai potensi yang dimiliki oleh Kotawaringin tersebut, pada dasarnya menjadi kelebihan yang harus dikembangkan agar kedepannya Kotawaringin menjadi desa yang dapat mewujudkan visi dan dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Hanya saja kendalanya saat ini adalah dengan potensi yang ada tersebut, banyak masyarakat di luar Kotawaringin belum mengetahui potensi yang ada, seperti dodol, sirup, piring dari lidi kelapa, dan atap dari daun nipah. Artinya, saat ini hasil dari potensi lokal tersebut hanya diketahui dan dinikmati oleh masyarakat Kotawaringin saja. padahal jika dilihat produk-produk tersebut dapat memberikan nilai jual dan nilai tambah tidak hanya bagi masyarakat desa Kotawaringin, tetapi bagi Desa Kotawaringin secara keseluruhan. Tidak hanya ditingkatkan dalam segi ekonomi, tetapi masyarakat juga diberdayakan secara keseluruhan. tentunya tidak hanya satu pihak yang bekerja, tetap

harus ada kolaborasi antara berbagai pihak diantaranya Pemerintah Desa, Masyarakat dan kelompok sosial yang ada di Kotawaringin. Sinergi berbagai pihak tentunya akan mengantarkan Kotawaringin menjadi Desa maju dan sejahtera.

Adapun permasalahan yang dihadapi mitra dalam kegiatan pemberdayaan dan pendampingan kelompok perempuan adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya sinergitas berbagai pihak untuk mengembangkan produk olahan potensi lokal.
2. Kurangnya dukungan lingkungan baik internal dan eksternal untuk mengembangkan dan memasarkan produk olahan potensi lokal.
3. Kurangnya pelatihan kepada kelompok perempuan untuk memasarkan produk olahan potensi lokal.
4. Tidak adanya pendampingan terhadap kelompok perempuan dalam mengembangkan dan memasarkan produk olahan potensi lokal agar memiliki nilai tambah dan nilai jual.
5. Tidak tersedianya media baik pemasaran dan penjualan online maupun offline produk olahan potensi lokal.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra, maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan Sosialisasi dan pendampingan bagi Pemerintah Desa dan Kelompok Perempuan untuk Pengolahan, memasarkan dan manajemen usaha produk olahan potensi lokal agar dapat menghasilkan sesuatu yang bernilai tambah. Solusi permasalahan yang dapat dirumuskan dari rangkaian pemberdayaan dan pendampingan bagi Pemerintah Desa dan kelompok perempuan adalah dengan memberikan penyuluhan (sosialisasi) dan pendampingan yang bertujuan untuk pengembangan, memasarkan dan manajemen usaha produk olahan potensi lokal agar dikenal banyak orang dan memiliki nilai tambah serta nilai jual.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pemberdayaan dan pendampingan sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kotawaringin Kabupaten Bangka. Tahapan persiapan sampai dengan pelaksanaan kegiatan tersebut membutuhkan waktu sekitar 5 bulan (Mei - September 2022), sedangkan evaluasi kegiatan dilakukan pada bulan September 2022. Peserta kegiatan pemberdayaan dan pendampingan dalam pengembangan, pemasaran dan manajemen usaha produk olahan potensi lokal adalah Pemerintah Desa dan Kelompok.

Bahan dan alat diperlukan dalam pemberdayaan dan pendampingan dalam pengembangan, pemasaran dan manajemen usaha produk olahan potensi lokal meliputi spanduk kegiatan, ATK yang dapat memfasilitasi kegiatan pemberdayaan dan pendampingan.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pemberian materi tentang mengembangkan, memasarkan dan manajemen usaha produk olahan dengan metode ceramah dan diskusi dengan mendatangkan narasumber yang sesuai dengan bidangnya. Selanjutnya adalah pendampingan terhadap kelompok perempuan dalam memasarkan dan manajemen usaha produk olahan potensi lokal. Tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut terbagi menjadi tiga tahap yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan merupakan tahapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan pemberdayaan dan pendampingan. Persiapan yang dilakukan meliputi koordinasi dengan Pemerintah Desa dan kelompok perempuan yang ada di Kotawaringin untuk menentukan waktu dan lokasi pemberdayaan dan pendampingan.

2. Tahap Pemberian Materi/Sosialisasi

Tahapan yang kedua pada kegiatan ini adalah pemberian materi secara langsung kepada peserta, yang dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi. Materi yang diberikan pada saat sosialisasi meliputi pengembangan, pemasaran dan manajemen usaha produk agar dikenal banyak orang dan memiliki nilai tambah serta nilai jual.

3. Tahap Pendampingan

Selanjutnya adalah kegiatan pendampingan. Pada kegiatan pendampingan ini, peserta didampingi untuk memasarkan produk olahan potensi lokal agar dapat menghasilkan sebuah produk yang bernilai tambah dan bernilai jual. Pendampingan dilakukan dengan cara mendampingi kelompok perempuan dalam pemasaran dan manajemen usaha baik secara *online* maupun *offline*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pemberdayaan dan Pendampingan Kelompok Perempuan dalam Pengembangan, Pemasaran dan Manajemen Usaha Buah Pedada dan Kerajinan Atap Nipah di Kotawaringin Kabupaten Bangka” dilaksanakan pada tanggal 31 Mei 2022 di Kantor Desa Kotawaringin. Kegiatan pengabdian ini berbentuk sosialisasi dan pendampingan dengan peserta berjumlah sebanyak 35 orang yang terdiri dari perwakilan dari Pemerintahan Desa Kotawaringin, Kelompok PKK, Kelompok Wanita Tani dan Kelompok Matahari.

Peserta yang hadir dalam kegiatan pengabdian ini merupakan perwakilan dari kelompok – kelompok perempuan yang ada di Desa Kotawaringin yang memiliki usaha seperti Usaha dari daun nipah yaitu pembuatan kerajinan dari lidi nipah, atap nipah dan sirup dari buah pedada.

Rangkaian kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini terdiri dari :

1. Pembukaan / Sambutan

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan dibuka oleh MC kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari Kepala Desa Kotawaringin, Bapak Subryan dan Ketua Tim Pengabdian, Tiara Ramadhani. Dalam sambutannya, Kepala Desa menyampaikan bahwa dengan adanya kegiatan sosialisasi ini harapannya dapat membantu para kelompok usaha yang digeluti oleh ibu-ibu dalam mengembangkan usaha mereka, sehingga kedepannya usaha mereka dapat lebih baik lagi.

Sejalan dengan yang disampaikan oleh Kepala Desa Kotawaringin, ketua tim pengabdian juga menyampaikan harapannya dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat membantu memberikan pengetahuan dan peningkatan pemahaman bagaimana mengembangkan usaha dan strategy marketing untuk peningkatan hasil usaha kedepannya.

2. Penyampaian materi / sosialisasi

Kegiatan inti dalam pengabdian ini adalah penyampaian materi oleh narasumber. Narasumber dalam kegiatan ini adalah terdiri dari orang – orang yang ahli dalam bidangnya masing-masing yaitu bidang pemberdayaan perempuan dan manajemen usaha. Adanya pandemi Covid 19 memberikan dampak bagi kehidupan dan penurunan ekonomi secara tidak merata, seperti tingkat daya beli masyarakat menurun yang diakibatkan karena adanya pembatasan sosial yang tidak memperkenankan masyarakat untuk saling berinteraksi, sehingga sangat mempengaruhi pendapatan hasil penjualan terutama pada pemasaran yang masih menggunakan dan mengandalkan sistem konvensional.

Dalam hal ini diperlukan upaya alternatif untuk mengembalikan ekonomi secara stabil. Salah satunya dengan sosialisasi dan pendampingan untuk melakukan pemasaran secara digital yang bersifat online supaya lebih dikenal luas oleh masyarakat tanpa harus memasarkan secara langsung. Adanya sistem pemasaran secara digital dapat mempermudah calon konsumen untuk mengetahui produk yang ditawarkan penjual, serta promosi yang dilakukan juga menjadi lebih mudah dan murah dimana jangkauan pasarnya pun lebih luas (sampai ke luar daerah).

Sejak adanya perkembangan zaman dan dampak covid 19, masyarakat yang bekerja di sektor ekonomi tidak hanya laki-laki saja, tetapi perempuan juga ikut berpartisipasi. Padahal konstruksi masyarakat dulu menyebutkan bahwa laki-laki adalah tulang punggung keluarga. Hal ini menyebabkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dalam rumah tangga yang mulanya dari laki-laki menjadi perempuan mengalami pergeseran yang menciptakan kesetaraan gender. Adanya kesetaraan gender dalam bidang ekonomi, pemberdayaan bagi perempuan sangat penting dilakukan apalagi terlihat saat ini 30% pekerja pada sektor UMKM yang memberikan dampak ekonomi adalah perempuan.

Dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini, Salah satu produk UMKM yang dikembangkan masyarakat Desa Kotawaringin yang mayoritas pekerjaannya perempuan adalah produk Matahari, atap daun nipah dan sirup pedada. Salah satu peserta yang ikut dalam sosialisasi ini mengatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan dalam mengembangkan produk yang dihasilkan, seperti Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas, harga produk, dan pemasaran yang dilakukan. Dalam pemaparan diskusinya, Bapak Ryand Daddy Setyawan, M. B. A menyampaikan bahwa ketiga produk di atas sebaiknya dimuat branding dan segera di patenkan dengan didaftarkan pada Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Adanya merek atau brand tersebut penting untuk didaftarkan sebagai bentuk dari hak kekayaan intelektual akan produk yang diciptakan. Dalam hal ini bertujuan untuk mengklaim bahwa hak paten dan hak cipta dari merek atau brand yang dimiliki supaya terhindar dari adanya pencurian ide dan hak oleh pihak lain.

Terkait adanya SDM yang terbatas, produk yang dihasilkan setidaknya memiliki harga jual yang sesuai dengan tenaga yang dikeluarkan pengrajin dalam proses pembuatan produk. Hal ini dapat dijadikan sebagai upaya alternatif dalam mengajak masyarakat sebagai

pengrajin produk UMKM karena hak upah yang didapatkan sesuai dengan kewajiban yang ia lakukan. Selanjutnya, pada sistem pemasaran produk, apabila manajemen produknya baik tetapi pemasaran kurang baik maka hasil yang didapat tetap kurang baik. Sehingga strategi penjualan sangat diperlukan sebagai upaya pemasaran produk dimana strategi penjualan ini merupakan komponen esensial yang mampu mengendalikan keberhasilan penjualan produk di masyarakat luas.

Selain itu, dalam memasarkan produk yang dihasilkan seperti produk matahari, sirup pedada, dan atap daun nipah, pelaku UMKM harus melakukan pembuatan konten yang menyajikan informasi produk dengan sistem pemasarannya melalui e-commerce/platform yang banyak digunakan oleh masyarakat seperti google, facebook, instagram, dan sebagainya. Dalam mengembangkan suatu produk, pelaku UMKM harus memperhatikan beberapa hal yang meliputi penyajian foto dan video produk, penggunaan influencer, Adjustment / Hubungan / Ikatan pada pihak tertentu, serta testimoni dan review dari konsumen. Penyajian informasi/promosi produk melalui foto dan video diharuskan menggunakan bahasa yang baik serta media sosial yang digunakan dalam melakukan pemasaran bukan milik pribadi dan tidak memuat informasi yang bersifat privacy, melainkan media sosial tersebut dibuat khusus untuk memasarkan produk.

Pengabdian melalui Sosialisasi dan pendampingan ini merupakan langkah untuk berkontribusi di tengah masyarakat yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat terutama kepada pelaku UMKM dalam menyusun dan meningkatkan strategi marketing pada pemasaran produk yang dihasilkan terkhususnya pada Kelompok Perempuan Di Desa Kotawaringin sebagai upaya pengoptimalan UMKM agar tetap berkelanjutan.



Gambar 1. Penyampaian Materi

3. Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah penyampaian materi oleh narasumber, dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Dalam sesi diskusi dan tanya jawab, peserta mempertanyakan bagaimana memasarkan produk dengan baik sehingga dapat meningkatkan hasil usaha. Selain itu, peserta juga mempertanyakan bagaimana memperoleh Haki untuk produk mereka. Narasumber memberikan jawaban yang sangat membantu para peserta, dan diakhir peserta akan didampingi oleh narasumber dan tim pengabdian untuk pengurusan Haki.



Gambar 2. Diskusi dan Tanya Jawab

4. Penutupan

Kegiatan sosialisasi ditutup dengan penyerahan sertifikat dan foto Bersama peserta pengabdian.



Gambar 3. Foto Bersama dengan Peserta Pengabdian

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema **“Pemberdayaan dan Pendampingan Kelompok Perempuan dalam Pengembangan, Pemasaran dan Manajemen Usaha Buah Pedada dan Kerajinan Atap Nipah di Kotawaringin Kabupaten Bangka”** bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan agar kelompok perempuan yang ada di Kotawaringin yang mengelola produk olahan potensi lokal seperti buah pedada menjadi sirup dan dodol, kerajinan atap nipah serta anyaman piring dapat mengembangkan, memasarkan dan manajemen usaha mereka agar dikenal banyak orang tidak hanya oleh masyarakat Kotawaringin, selain itu agar pemasaran produk mereka lebih luas yang dilakukan secara *offline* dan *online*, serta membantu mereka dalam manajemen usaha mereka sehingga teradministrasi dengan baik.

Pengabdian melalui Sosialisasi dan pendampingan ini merupakan langkah untuk berkontribusi di tengah masyarakat yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat terutama kepada pelaku UMKM dalam menyusun dan meningkatkan *strategi marketing* pada pemasaran produk yang dihasilkan terkhususnya pada Kelompok Perempuan Di Desa Kotawaringin sebagai upaya pengoptimalan UMKM agar tetap berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema **“Pemberdayaan dan Pendampingan Kelompok Perempuan dalam Pengembangan, Pemasaran dan Manajemen Usaha Buah Pedada dan Kerajinan Atap Nipah di Kotawaringin Kabupaten Bangka”** bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan agar

kelompok perempuan yang ada di Kotawaringin yang mengelola produk olahan potensi lokal seperti buah pedada menjadi sirup dan dodol, kerajinan atap nipah serta anyaman piring dapat mengembangkan, memasarkan dan manajemen usaha mereka agar dikenal banyak orang tidak hanya oleh masyarakat Kotawaringin, selain itu agar pemasaran produk mereka lebih luas yang dilakukan secara *offline* dan *online*, serta membantu mereka dalam manajemen usaha mereka sehingga teradministrasi dengan baik.

Pengabdian melalui Sosialisasi dan pendampingan ini merupakan langkah untuk berkontribusi di tengah masyarakat yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat terutama kepada pelaku UMKM dalam menyusun dan meningkatkan strategi marketing pada pemasaran produk yang dihasilkan terkhususnya pada Kelompok Perempuan Di Desa Kotawaringin sebagai upaya pengoptimalan UMKM agar tetap berkelanjutan.

REFERENSI

- Aswiyati, Indah. (2016). Peran Wanita dalam Menunjang Perekonomian Rumah Tangga Keluarga Petani Tradisional Untuk Penanggulangan Kemiskinan di Desa Kuwil Kecamatan Kalawat. *Jurnal Holistik Jurusan Ilmu Sejarah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sam Ratulangi* diakses melalui ejournal.unsrat.ac.id.
<http://kecpudingbesar.bangka.go.id/detail-berita/desa-kotawaringin-terbaik-se-puding-besar-calon-duta-kabupaten-bangka>
- Mardikanto, Totok, Soebiato. 2013 *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Nugroho, Rivo. 2017 Keberdayaan Perempuan Pasca Pelatihan Mengolah Sampah bagi Kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4 (2), 146-156 diakses melalui <http://journal.uny.ac.id/index.php/jppm>.
- Pratama, Crisvi. 2013 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Pemberdayaan Perempuan Desa Joho di Lereng Gunung Wilis. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1 (1), 12-19.
- Satria, Arif. 2015 *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulaiman, & Lestari, R. D. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro. *Jurnal Adminika*, 6(Januari-Juni), 135–143.
- Suryana, Sawa. 2010. *Pemberdayaan Masyarakat*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Widjajanti, Kesi. (2010). Resource Based View dan Pemberdayaan. *Ekobis*, 11(2), 527 – 540.
- Theresia, Andini, Dkk. 2015. *Pembangunan Berbasis Masyarakat. Acuan bagi Praktisi, Akademisi, dan Pemerhati Pengembangan Masyarakat*. Bandung : Alfabeta.
- Wijaya, W., Yulianeu, Syaifuddin, T., & Wulan, H. S. 2017 Strategi Pengembangan Usaha CV Steba Advertising Semarang dalam Meningkatkan

Pendapatan. Journal of Management : Jurnal Ilmiah
Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Pandanaran,
53(9), 1689–1699.