

Kemampuan Sumber Daya Manusia Dalam Beraktifitas Pengelolaan Usaha

Fiderius Ismanto, Akhmad Nurrofi, Sri Sulistyanyingsih*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Anindyaguna, Semarang, Indonesia

Email: akhmadnurrofi790@gmail.com

Abstrak—UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat bermitra dengan UMKM Popcron yang berlokasi di Desa Mangunharjo, Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. Masalah yang dihadapi oleh UMKM Popcorn ini adalah terbatasnya kreatifitas Sumber Daya Manusia dalam berkreatifitas yang disebabkan kurangnya kemampuan Sumber Daya Manusia dalam mengikuti perkembangan Teknologi. Metode kegiatan yang menjadi solusi untuk permasalahan mitra adalah dengan pendampingan berupa pelatihan yang berhubungan dengan sosial media. Kegiatan ini diarahkan untuk menanamkan pemahaman akan pentingnya sosial media bagi mitra sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mitra. Selain itu dilakukan juga kegiatan pendampingan yang berhubungan dengan inovasi kemasan produk popcorn yang merupakan bagian penting dari upaya pengelolaagar masyarakat tertarik terhadap produk UMKM Pak Ns. Dari kegiatan ini diharapkan dapat memperluas pasar bisnis mitra. Hasil dari pengabdian ini adalah terwujudnya kemasan baru, adanya akun bisnis yang dapat digunakan sebagai alat untuk promosi. Disamping itu pengabdian ini juga menghasilkan pemahaman mitra mengenai pembukuan sederhana.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia; Kreatifitas; UMKM; Popcorn; Social Media

Abstract—MSMEs that are partners in Community Service activities partner with Popcron MSMEs located in Mangunharjo Village, Pulokulon District, Grobogan Regency. The problem faced by Popcorn SMEs is the limited creativity of Human Resources in creativity due to the lack of ability of Human Resources to keep up with technological developments. The activity method that is the solution to partner problems is assistance in the form of training related to social media. This activity is directed at instilling an understanding of the importance of social media for partners so that they can expand the market and increase sales of partner products. Apart from that, mentoring activities related to popcorn product packaging innovation were also carried out, which is an important part of the management effort so that the community is interested in Mr. Ns' MSME products. From this activity it is hoped that it will expand the partner's business market. The result of this dedication is the realization of new packaging, the existence of a business account that can be used as a tool for promotion. Besides that, this service also produces partners' understanding of simple bookkeeping.

Keywords: Human Resources; Creativity; MSME; Popcorn; Social Media

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Desa Mangunrejo yaitu UMKM Popcorn Pak No.. Dari setiap jenis UMKM ada yang terpusat dan adapula yang terpisah, hal tersebut dapat dilihat dari segi produksi maupun tempat usaha. Permasalahan yang terjadi hampir pada setiap UMKM adalah dari segi Sumber Daya Manusia, dapat dilihat dari hasil peninjauan yang terjadi di lapangan bahwa masih kurangnya SDM dalam mengelola usaha Popcron. Selain itu, dari segi kreativitas yang masih terbatas dalam hal inovasi varian rasa dan kemasanyang dihasilkan. Dilihat dari segi keuangan, usaha masyarakat di desa Mangunrejo masih belum terkontrol dengan baik dikarenakan uang yang dimiliki untuk usaha masih tercampur dengan uang yang digunakan sehari-hari, sehingga akan mempersulit para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha tersebut. Inovasi melalui pengembangan varian rasa, melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan keripik pisang yang semula hanya satu rasa menjadi 2 rasa yaitu rasa coklat dan keju dengan cara menggunakan bubuk coklat tabur dan bubuk keju tabur yang berkualitas sehingga membuat rasa menjadi lebih enak (Yulita Triardiarti dkk, 2017)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Popcorn Pak No. Yang ada di Desa Mangunrejo Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan memasarkan produknya menggunakan sistem penjualan secara langsung (door to door) ditempat dimana mereka sudah memiliki pangsa pasar. Berdasarkan latar belakang yang ada dapat di simpulkan bahwa UMKM Popcorn Pak No. mengalami penurunan penjualan, maka diperlukan adanya inovasi produk, inovasi kemasan dan pemasaran online. Sedangkan Menurut (Shepherd, 2010) inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Menurut (Arifudin, 2020) dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Inovasi merupakan salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan, inovasi yang dijalankan oleh UMKM Popcron Pak No adalah Inovasi Kemasan atau di bisa dikatakan ganti kemasan, dengan ganti kemasan diharapkan dapat meningkatkan penjualan, Menurut Klimchuk, dkk (2007), tujuan desain kemasan adalah: 1). Menampilkan atribut unik sebuah produk 2). Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk 2). Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk 4). Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk 5). Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang

sesuai dengan kategori 6). Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas. Untuk meningkatkan penjualan tidak hanya ganti kemasan saja melainkan adanya perluasan sistim Promosi. Menurut Kotler & Keller (2013) promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauranp romosi “promotional mix”.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ceramah, demonstrasi, diskusi kelompok dan evaluasi. Ceramah menyampaikan materi mengenai proses pembuataninovasi produk, membuat desain produk baru dan tantangan pengelolaan menjalankan usaha; memahami situasi pasar, situasi kompetitor; memilih peluang usaha dan sumber pendanaan serta analisa usaha melalui materi yang telah disiapkan dalam bentuk slide Power Point, Demonstrasi dalam pelatihan ini langsung praktek dan media sosial untuk promosi produk yang sekiranya dapat digunakan sebagai peluang bisnis, Diskusi kelompok bisa memberikan kesempatan bertanya bagi peserta pelatihan dan diakhir pelatihan dilakukan evaluasi. meliputi materi, fasilitator, fasilitas dan snack/konsumsi. Pada bagian ini berisi tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian serta digambarkan. Bagian berisikan tentang kajian kajian teoritis dari apa yang dilangsungkan pada kegiatan yang ada. Tim pelaksana memilih pelatihan sebagai metode dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pelatihan ini disesuaikan dengan solusi yang diharapkan mitra, yaitu:

1. Tahap pertama untukmemberikan pemahaman mengenai pengelolaan usaha secara umum yang dapat digunakan sebagai dasar untuk rencana dalam menjalankan usaha.
2. Tahapan kedua adalah pelatihan hal-hal teknis. Tim pengabdian dalam tahap ini melakukan:
3. Memberikan pemahaman mengenai pengelolaan Manajemen dalam pengelolaan Usaha
4. Tahapan ketiga adalah memberi praktek secara teknis. Oleh Tim pengabdian
5. Memberikan pengetahuan tentang peluang dalam menjalankan Bisnis Konveksi
6. Pemberian pengetahuan tentang Sumber Dana permodalan dalam menjalankan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian,maka diperoleh beberapa capaian, serta Pelatihan ini diharapkan memberikan nilai dan kesan positif bagi lembaga Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Anindyaguna mengenai komitmen untuk mencerdaskan dan memajukan ilmu dimasa sekarang ini.Berikut ini hasil dari pemberdayaan melalui pelatihan kepada masyarakat, dapat dilihat dari tabel 1:

Tabel 1. Kegiatan dan yang dicapai Masyarakat

No	Judul Kegiatan	Outcome
1.	Penyuluhan promosi baik cetak maupun social media untuk UMKM	Mengenalkan kepada UMKM fungsi-fungsi dari sosial media.Dengan adanya pengenalan ini diharapkan UMKM dapat mempergunakan social media dalam menjalankan promosi. Dengan materi cara menggunakan fasebook, instagram, twitter, telegram dll
2	Penyuluhan pengemasan untuk produk UMKM	Memberikan pemahaman bahwa kemasan produk dapat membuat produk lebih bernilai jual tinggi. Dengan adanya penyuluhan materi inovasi kemasan maka diharapkan produk akan lebih baik lagi sehingga masyarakat tertarik dengan produk yang dimasarkan.
3.	Inovasi Rasa Produk	Memberikan pemahaman inovasi Rasa dan Inovasi Kemasan, tambahnya rasa produk diharapkan masyarakat semakin berminat untuk merasakan produk yang dikelolaoleh UMKM yang ada di Kecamatan Pulokulon.
4.	Pelatihan Sederhana Akuntansi	Memberi pemahaman agar bisa memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi, pelatihan akuntansi dasar kepada pengelola UMKM diharapkan pengelola mampu memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan UMKM yang di kelolanya sehingga, sehingga pengelola dapat mengetahui keuntungan yang dicapai. Pembukuan sederhana terdiri dari : 1. Buku kas masuk (debet) dan

No	Judul Kegiatan	Outcome
		kas keluar (kredit) 2. Pembuatan Laporan Laba rugi, 3. Pembuatan Neraca dan lain-lain dan kami ajarkan juga dalam menggunakan Aplikasi Akuntansi sederhana.

Sebagai contoh, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Desa Mangunrejo yaitu UMKM Popcorn Pak No.. Dari setiap jenis UMKM ada yang terpusat dan adapula yang terpisah, hal tersebut dapat dilihat dari segi produksi maupun tempat usaha. Permasalahan yang terjadi hampir pada setiap UMKM adalah dari segi Sumber Daya Manusia, dapat dilihat dari hasil peninjauan yang terjadi di lapangan bahwa masih kurangnya SDM dalam mengelola usaha Popcorn. Selain itu, dari segi kreativitas yang masih terbatas dalam hal inovasi varian rasa dan kemasan yang dihasilkan. Dilihat dari segi keuangan, usaha masyarakat di desa Mangunrejo masih belum terkontrol dengan baik dikarenakan uang yang dimiliki untuk usaha masih tercampur dengan uang yang digunakan sehari-hari, sehingga akan mempersulit para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha tersebut. Inovasi melalui pengembangan varian rasa, melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan keripik pisang yang semula hanya satu rasa menjadi 2 rasa yaitu rasa coklat dan keju dengan cara menggunakan bubuk coklat tabur dan bubuk keju tabur yang berkualitas sehingga membuat rasa menjadi lebih enak (Yulita Triadiarti dkk, 2017)



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pengabdian

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat maka dapat disimpulkan Pengelola UMKM bisa mengembangkan pengetahuan tentang manfaat inovasi produk, inovasi kemasan. Dengan inovasi produk, inovasi rasa, inovasi kemasan maka diharapkan dapat bertambahnya minat dari pada konsumen. Disarankan kepada mitra-mitra pengabdian masyarakat setempat berbagai persoalan sosial yang ada, masyarakat perlu mengadakan pembaharuan dalam beberapa hal, diantaranya 1) masyarakat diharapkan lebih meningkatkan pemahaman mengenai internet, agar dapat mempermudah usaha penjualan di usaha Popcorn Pak No di Desa Mangunrejo tersebut. 2) Peningkatan pemahaman mengenai SDM (Sumber daya manusia) yang harus masih lebih ditingkatkan lagi. 3) Pemahaman mengenai protokol kesehatan yang masih belum menjadi kebiasaan masyarakat.

REFERENCES

- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong di Subang Jawa Barat. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, 4(1) 21–36.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Krasovec, Sandra A. 2007. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K.L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Sari, S. W. dan R. M. (2015). Pendampingan Pengembangan Geblek Pedas Pada Usaha Pembuatan Geblek Di Dusun Dusun Balong V, Desa Banjarsari, Kecamatan Samigaluh, Kulon Progo, Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(3) 206–210.
- Yulita Triadiarti, dkk. (2017). Pengembangan varian rasa produk kripik pisang industri rumah tangga di kecamatan percut sei tuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Volume 23 No. 4*.