



**PKM PENGEMBANGAN TEKNOLOGI PRODUKSI DAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL
PADA UKM PENGERAJIN BESI UD PANDE DJEGOG DI KELURAHAN PENATIH
DENPASAR TIMUR**

Oleh

I Wayan Putu Sucana Aryana¹, I Made Adi Suwandana², Gede Sumarda³

¹Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai

³Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Ngurah Rai

Email: [1sucanaaryana67@gmail.com](mailto:sucanaaryana67@gmail.com)

Article History:

Received: 07-11-2020

Revised: 16-12-2021

Accepted: 22-12-2021

Keywords:

Pemberdayaan UKM, Inovasi
Produk, Pemasaran Digital

Abstract: *Mengawali tahun 2020, Indonesia diresahkan dengan adanya pandemi virus corona atau Covid-19 (Corona Virus Disease-19). Salah satu yang terkena dampaknya adalah sektor UKM. Di masa Pandemi sektor UKM mengalami penurunan omset penjualan yang sangat signifikan yang menyebabkan masyarakat khususnya pemilik UKM mengalami kesulitan finansial. Salah satu usaha yang terdampak pandemi virus Covid-19 ini adalah UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog di Kelurahan Penatih Denpasar Timur. UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog merupakan usaha yang bergerak di bidang industri alat-alat pengolahan pakan ternak dan alat-alat penunjang pertanian. Melihat kondisi tersebut, melalui Program Kemitraan Masyarakat Universitas Ngurah Rai hadir membawa solusi untuk membantu UKM yang terdampak pandemi Covid-19 ini. Solusinya yaitu dengan membuat program kerja UKM Melawan Pandemi, dimana proker ini memiliki tujuan yakni menciptakan ketersediaan penomoran untuk badan mesin guna melengkapi bahan pengajuan paten dan hki produk. Kemudian memasarkan hasil kerajinan pot tersebut melalui pemasaran digital dengan memanfaatkan internet dan platform media sosial. Selain itu dalam program kerja ini juga memberikan edukasi, simulasi, pendampingan dan evaluasi mengenai manfaat internet sebagai media pemasaran yang diharapkan dapat mendongkrak perekonomian UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog tersebut agar dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Usaha kecil, dan menengah (UKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Namun dengan semakin banyaknya UKM yang bermunculan,



maka dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan produk hingga memasarkan produk. Beberapa permasalahan yang dapat dijumpai pada bisnis UKM adalah seperti kesulitan pemasaran, keterbatasan SDM, kesulitan bahan baku, keterbatasan inovasi dan teknologi—bagaimana para pelaku UKM membangun strategi pemasaran? Apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah tepat dan terbukti ampuh? Atas dasar inilah tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) fokus pada pengembangan pemasaran pada UKM, tepatnya pemasaran online yang dijalankan oleh UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog, di Kelurahan Penatih, Denpasar Timur. UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog yang diawali oleh Guru Pande Djegog dan dikembangkan oleh Mitra (Made Sudiani, SE) adalah atas dasar kebutuhan parapeternak dan petani sekitar penatih untuk mempercepat proses pembuatan pakan ternak. Permasalahan yang ditemukan pada mitra, yaitu memiliki keterbatasan kualifikasi keahlian SDM dalam bidang pemasaran, khususnya promosi online untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Selain itu, adanya masalah Hak Cipta/ Paten menyebabkan promosi yang dijalankan mitra menjadi terhambat.

Metode pelaksanaan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pelatihan dan workshop pemasaran/promosi secara online, dan pemahaman tentang peraturan-peraturan (aspek hukum) dalam e-commerce, serta pendampingan usaha dalam pembuatan akun e-commerce maupun media online lainnya yang akan meningkatkan product branding serta penjualan. Hasil yang telah dilakukan dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini diantaranya adalah optimalisasi tenaga kerja (SDM) melalui kegiatan pemasaran melalui media online (website dan social media), akun media sosial yang aktif, peningkatan kapasitas jumlah produksi. Namun, mitra masih belum memiliki keberanian untuk melakukan pemasaran online tersebut dikarenakan alasan legalitas yang belum rampung. Dengan demikian, tahap selanjutnya disarankan untuk melakukan pendampingan proses ijin legalitas usaha secara lebih intensif kepada mitra.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM Pengembangan UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog di Kelurahan Penatih, Denpasar Timur melibatkan tim pengusul yang berjumlah satu orang ketua dan dua orang anggota, 22 orang mahasiswa serta mitra Pengerajin Besi UD Pande Djegog (ibu Made Sudani, SE). Adapun pelaksanaan kegiatan ini direncanakan dalam waktu 2 bulan yaitu dari bulan Nopember sampai dengan Desember 2021. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Analisis Kebutuhan Pada tahap ini yang dilakukan adalah mengidentifikasi ruang lingkup yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dari kegiatan PKM ini agar tercapainya tujuan yang diharapkan. Pengumpulan data dilakukan secara langsung berupa foto-foto situasi di bengkel. Mitra PKM dalam hal ini berperan aktif dalam menyediakan data-datayang diperlukan tersebut.
2. Tahap Perancangan Pada tahapan ini dilakukan perancangan gambar pekerjaan fisik yang direkomendasikan sebagai solusi dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra PKM yang terdiri dari:
 1. Pekerjaan Fisik Pembuatan berupa mesin pembuat nomor pada rangka atau mesin plong sebagai pembeda mesin produksi mitra dan pesaing.



2. Perancangan teknologi pembuatan website, e-commerce, akun media social Instagram dan facebook
3. Tahap Pendampingan dan Implementasi Pada tahapan ini dilakukan pendampingan dan implementasi yaitu:
 1. Pendampingan pengurusan kelengkapan dokumen pengurusan hak cipta paten produk. Pendampingan ini dilakukan oleh tim pengusul Dr. I Wayan Putu Sucana Aryana, SE., SH., MH
 2. Pendampingan pekerjaan fisik yaitu Pembuatan berupa mesin pembuat nomor pada rangka atau mesin plong. Pendampingan pekerjaan fisik dilakukan oleh tim pengusul Ir. Gede Sumarda, MT
Pendampingan pembuatan website UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog, akun media social instagram, facebook dan pelatihan *Product Branding* dan *Supply Chain* dilakukan oleh tim pengusul I Made Adi Suwandana, SE., MM. Setiap kegiatan pendampingan dan implementasi yang dilakukan juga melibatkan mahasiswa sebagai pembantu lapangan dan pelaksana teknis. Mitra UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog dalam hal ini juga berperan dalam membantu perijinan kegiatan di tingkat banjar, menyediakan lokasi pelaksanaan pendampingan dan implementasi
4. Tahap Evaluasi Setelah melakukan pendampingan dan implementasi teknologi sebagai solusi persoalan mitra UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog, tim pengusul melakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan efektif. Pelaksanaan evaluasi dilakukan menggunakan pre test dan post test melalui penyebaran kuesioner evaluasi yang di rancang.

HASIL

Pendampingan Pengembangan Proses Produksi

Pengembangan proses produksi, harus didasari dengan perhitungan yang baik agar hasil produksi bisa ditekan dari segi biaya namun kualitas tetap terjaga. Tingginya persaingan bisnis membuat para pelaku bisnis ini mulai bersaing dari segi harga, disamping dampaknya pada kualitasnya yang akan menurun pula. Perlunya langkah yang baik agar terciptanya produk yang berkualitas dan memiliki jangkauan pasar yang besar hingga ke seluruh negeri. Untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi produksi dilakukan dengan langkah-langkah berikut: 1) Persiapan pemilihan Bahan baku memastikan bahan merupakan yang terbaik. 2) Proses Finishing harus dilakukan secara hati-hati untuk memastikan permukaan produk menjadi halus. Proses finishing umumnya dilakukan sebanyak 5 kali menggunakan media cat minyak. 3) Labeling kode produksi pada badan mesin menggunakan mesin plong sederhana dengan bantuan hidrolik dapat memberikan identitas keabsahan milik desain produk. 4) Packing Produk merupakan tahap akhir setelah produk telah siap untuk dipasarkan, hasil produksi kemudian dimasukkan sesuai besaran packing yang tersedia. Setiap produk yang selesai wajib untuk dilakukan packing produk untuk memberikan identitas resmi bagi produknya dengan tambahan label produk.

Pengembangan Pemasaran berbasis digital

Pendampingan pengembangan pemasaran bagi UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog juga diberikan untuk memastikan produknya bisa dipasarkan secara nasional. Melalui e-



commerce Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia. Perkembangan ecommerce indonesia didukung penuh oleh tingginya promosi yang dilakukan, menggunakan endorser, melalui media televisi maupun sosial media dan media cetak. Maraknya promosi yang dilakukan secara besar-besaran ini membuat pemahaman masyarakat tentang apa itu ecommerce menjadi tinggi. Didukung dengan adanya jaminan dan gratis biaya pengiriman, ketertarikan semakin tinggi untuk mencoba berbelanja online. Berkembangnya sektor dari sistem pembayaran digital perusahaan franchise seperti indomart, jasa perbankan yaitu e-banking menjadi dongkrak utama yang bisa memberikan kemudahan bertransaksi. Pembayaran produk yang dibeli kemudian dapat dilakukan dimana saja dan kapanpun, disamping itu juga jaminan-jaminan keamanan transaksi yang diberikan membuat perasaan khawatir untuk ditipu menjadi berkurang. Berikut model transaksi melalui e-commerce antara penjual dan pembeli :



Gambar 1. Framework e-commerce

Manfaat yang bisa diambil oleh UKM Pengrajin Besi UD Pande Djegog ini tersebut dalam pemasaran diantaranya:

1. Model produk, yaitu bagaimana model suatu produk agar menarik perhatian konsumen untuk membelinya, hal yang terkandung dalam model ini termasuk bentuk mesin yang inovatif menjadi beberapa macam bentuk terbaru atau berbeda dengan yang lainnya.
2. Harga jual produk, yaitu dengan menyesuaikan antara total biaya produksi dan laba yang direncanakan maka akan mengetahui harga jual produk yang sesungguhnya kemudian untuk menjadi pertimbangan apakah harga yang ditawarkan bisa bersaing di pasar atau tidak.
3. Promosi, yaitu langkah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Langkah pemanfaatan teknologi adalah yang paling tepat, media pemasaran online sangat membantu untuk mempercepat proses pemasaran produk. Beberapa cara pemasaran yang diajarkan diantaranya yaitu dengan media sosial facebook, Instagram, Whatsapp, toko online di Bukalapak, tokopedia dan shopee.
4. Distribusi, yaitu bagaimana membuat produk bisa sampai pada konsumen, penjualan bisa dengan cara direct selling atau penjualan langsung dan bisa juga dengan agen. Langkah-langkah pengenalan produk dengan cara langsung tersebut merupakan hal yang paling



mudah untuk dilaksanakan bagi usaha-usaha di masyarakat yang kemudian akan semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat banyak. Jika menggunakan media penjualan online maka jasa pengiriman dibutuhkan seperti JNE, J&T dan Pos Indonesia.

Pendampingan tentang Hukum Bisnis

Pelatihan tahap ini materi yang diberikan tentang pemasaran usaha dan bentuk-bentuk badan hukum serta persyaratan-persyaratan untuk pendiriannya. Untuk usaha perorangan bisa melakukan perijinan meskipun belum berbadan 35 hukum UD atau PT. Oleh sebab itu melalui pelatihan ini diharapkan bisa meningkatkan kedisiplinan untuk mentaati peraturan tentang industri rumah tangga. Disamping itu juga diberikan tentang persyaratan-persyaratan kelengkapan dokumen untuk pengajuan paten/ hki.

Evaluasi Kegiatan

Kegiatan evaluasi dilaksanakan sebagai monitoring atas hasil yang dicapai atas beberapa kegiatan sebelumnya apakah terdapat kendala yang dihadapi dalam melaksanakan proses produksi hingga pemasarannya. Kegiatan evaluasi ini sangat bermanfaat untuk mengukur kemampuan pengabdian dalam menyerap sehingga mempermudah proses pendampingan pada tahap berikutnya. Luaran Yang Dicapai Berikut luaran yang telah dicapai atas Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini yaitu: a) Menumbuhkan Jiwa wirausahaan yang maju dan berinovatif. Inovasi menjadi penting agar mampu bertahan di masa pandemic dan era persaingan saat ini yang sangat cepat, jika mampu menyesuaikan makan akan bertahan dan tetap maju bisnisnya. b) Meningkatkan pengetahuan pentingnya teknologi, stimulus pemahaman perdagangan digital perlu dilakukan untuk menopang tingginya transaksi berbasis daring. c) Meningkatkan pengetahuan pemasaran online dengan media e-commerce sehingga meningkatkan pangsa pasar produknya Penjualan online sudah menjadi trend saat ini, untuk itu seluruh anggota kelompok usaha ini telah memiliki kesiapan dan mampu untuk memasarkan produknya melalui e-commerce. Dengan meningkatnya jaringan pemasaran melalui jaringan internet diharapkan nantinya akan berdampak terhadap perekonomian para pelaku industri tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan Kegiatan ini merupakan pembinaan dalam bentuk perbaruan metode produksi dan pemasaran dengan langkah yang lebih efektif dan efisien. Minimnya pengetahuan para pelaku usaha untuk bisa menghasilkan produk berkualitas. Pembinaan ini dilakukan dengan melalui metode Penerapan Mesin Produksi, Pelatihan Teknis Pemotongan, Penghalusan, Dan Finishing, Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital dan Pendampingan akhir. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah Menumbuhkan Jiwa wirausahaan yang maju dan berinovatif, Meningkatkan pengetahuan pemasaran online dengan media e-commerce sehingga meningkatkan pangsa pasar produknya, Meningkatkan kesejahteraan UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog.

Saran Saran yang bisa diberikan atas pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) kepada kedua mitra yaitu:

1. Perlunya niat dan semangat untuk memulai usaha dan mengembangkannya khususnya produk UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog agar program peningkatan jiwa wirausaha menjadi terwujud dengan baik.



2. Untuk bisa mewujudkan menjadi seorang wirausahawan sejati, diperlukan kedisiplinan dan fleksibilitas dalam hal ide baru agar produk-produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kami ucapkan kepada Universitas Ngurah Rai sebagai pemberi hibah dan UKM Pengerajin Besi UD Pande Djegog yang sebagai mitra dalam kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abdullah, Maskur. 2005. Lilitan Masalah Usaha Mikro kecil, Menengah (UMKM) dan Kontroversi Kebijakan. Medan: Bitra Indonesia.
- [2] Anoraga, Panji. 2002. Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil. Jakarta: Rineka Cipta
- [3] Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025. Jakarta: Departemen Perdagangan
- [4] Diyan Ivanov (2012) The impact of e-commerce on small-size companies in Swede : Karistad University : swedan
- [5] A Industri, Tokopedia.com Catat Pertumbuhan Transaksi 200%. Diakses pada tanggal 17 Desember 2017. <http://industri.bisnis.com>, E-COMMERCE:
- [6] LPPM Universitas Ngurah Rai. 2021. Pedoman Hibah Internal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ngurah Rai”