

EDUKASI PENGEMBANGAN USAHA UMKM “DAPUR MBAK WIED TULUNGAGUNG” DI KABUPATEN MALANG

Yoan Santosa Putra, Arien Anjar Puspitosari Suharso, Andi Nu Graha

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang

Email : yoan.santoso@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini melakukan kajian untuk menjawab berbagai persoalan yang terjadi dalam pengembangan usaha pada UMKM. Secara spesifik Edukasi ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif tentang perbaikan manajemen usaha melalui aspek pemasaran, Solusi yang diberikan pada permasalahan aspek pemasaran adalah perluasan jangkauan pasar secara "offline" serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran "online melalui e-marketplace" dan aplikasi sosial media. Selain itu penggunaan merk dalam wujud "sticker atau label" juga membantu memperluas pangsa pasar. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pengamatan langsung, edukasi oleh tim pengabdi berupa dukungan terpadu yang dimulai dengan pemberian informasi penjelasan komprehensif, diskusi berupa tanya jawab terhadap mitra / pelaku usaha yang berhubungan dengan pengembangan usaha mitra. Hasil yang ingin dicapai dari aktivitas pengabdian ini adalah dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat, terutama para pelaku usaha (Dapur Mbak Wied Tulungagung). Mereka diharapkan dapat menerapkan metode pemasaran yang efisien dan baru, sehingga dapat bersaing dengan usaha kecil dan menengah sejenis. Pada akhirnya, hal ini akan berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup.

Kata kunci: Strategi marketing, pengembangan usaha,

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi lokal. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB negara serta menyerap hampir 97% dari jumlah total tenaga kerja (KemenkopUKM, 2023). Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses pasar, modal, serta rendahnya literasi digital dan manajerial.

Dalam konteks tersebut, edukasi dan pendampingan menjadi elemen penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Salah satu contoh nyata penerapan edukasi dalam pengembangan usaha UMKM dapat dilihat pada Dapur Mbak Wied Tulungagung, sebuah usaha kuliner lokal yang turut serta dalam kegiatan pelatihan dan pemberdayaan UMKM di wilayah Kabupaten Malang. Meski berasal dari Tulungagung, pelaku usaha ini aktif memperluas jaringan dan berbagi praktik baik di berbagai daerah, termasuk Malang, sebagai bagian dari kolaborasi lintas kabupaten untuk mendorong pertumbuhan UMKM.

Pembelajaran yang diberikan mencakup berbagai aspek, mulai dari manajemen usaha, inovasi produk, strategi pemasaran digital, hingga pemanfaatan media sosial untuk branding. Kegiatan ini mendapat dukungan dari berbagai pihak, termasuk dinas terkait, komunitas UMKM, serta lembaga pelatihan yang mendorong transformasi digital dan penguatan kapasitas

pelaku usaha lokal (Rahman, 2022; Widiyastuti & Nugroho, 2021). Melalui pengabdian ini Tim pengabdian berupaya mengulas bagaimana proses edukasi dan pembinaan yang dilakukan oleh dan terhadap “Dapur Mbak Wied Tulungagung” mampu memberikan dampak nyata bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Malang. Harapannya, praktik ini dapat menjadi inspirasi dan model yang dapat direplikasi di daerah lain.

2. METODE PENGABDIAN

Dalam pengabdian ini, metode yang digunakan adalah Observasi langsung, pelatihan tim pengabdian melalui dukungan penting yang dimulai dengan penjelasan rinci, dan diskusi tanya jawab tentang pengembangan usaha mitra dan pelaku usaha.

Langkah- langkah kegiatan pengabdian sebagai berikut:

Penyampaian materi edukasi ini, langkah kegiatannya sebagai berikut :

Langkah pertama: Tim pengabdian menampilkan konten materi yang telah disusun oleh pengabdian untuk memenuhi kebutuhan pelaku bisnis saat observasi awal.

Langkah kedua: Tanya Jawab, yang digunakan untuk menentukan sejauh mana pelaku usaha memahami konten atau materi yang disampaikan oleh pengabdian.

Langkah ketiga: Diskusi, yang digunakan untuk memecahkan masalah dan meminta masukan dari pelaku usaha.

Langkah Akhir : Praktik Pendampingan langsung kepada platform Digital Marketing

3. HASIL PENGABDIAN

Secara keseluruhan, program pengabdian yang dijalankan melalui pelatihan dan pendampingan untuk kemajuan usaha "Dapur Mbak Wied Tulungagung" telah menunjukkan hasil yang positif. Hal ini dapat dilihat dari tingginya semangat pemilik usaha saat berpartisipasi dalam kegiatan, serta banyaknya pertanyaan dan diskusi yang muncul selama sesi tanya jawab hingga acara berakhir. Pemilik usaha menunjukkan minat dan ketertarikan yang besar untuk memperoleh wawasan dan informasi mengenai cara tepat dalam strategi pemasaran untuk usahanya, apa yang seharusnya dilakukannya, serta Upaya apa untuk memastikan bahwa usaha miliknya dapat bertumbuh dan survive dalam era digitalisasi ini.

Faktor - faktor yang mendukung pada saat kegiatan pengabdian ini berlangsung yaitu :

- 1) Mitra yaitu Pemilik usaha “ Dapur Wied Tulungagung” menunjukkan keinginan yang besar untuk meningkatkan pengetahuannya tentang Strategi marketing, Manajemen Usaha , Inovasi Produk, Branding, Legalitas serta Digitalisasi.
- 2) Tersedianya tempat yang nyaman untuk kegiatan pendampingan
- 3) Mitra terlihat menunjukkan komitmen /tanggung jawab yang tinggi terhadap janji yang telah dibuat dalam mengikuti kegiatan Abdimas pendampingan guna pengembangan usaha miliknya.

Kendala yang dihadapi pada saat kegiatan berlangsung Jaringan WIFI yang sempat terputus karena listrik mati.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dihasilkan dari aktivitas pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan hasil yang baik..Mitra pengabdian yaitu pemilik usaha : “ Dapur Mbak Wied Tulungagung ” mengerti dan memahami tentang pemahaman dasar tentang strategi pengembangan UMKM. Melalui pemaparan materi, pada kegiatan ini menjadikan mitra memiliki peningkatan pengetahuan bukan hanya Strategi marketing tetapi juga inovasi produk, Branding (riset Pasar dan labeling), pentingnya menjalankan Digitalisasi atau E- Commercee. Kegiatan pengabdian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah yang tidak hanya terbatas pada

lingkungan kampus, tetapi juga memiliki dampak yang nyata bagi kehidupan masyarakat secara keseluruhan.

Saran yang ada bahwasanya Setelah kegiatan Pengabdian ini selesai, rekomendasi yang muncul justru dari pemilik Usaha “ Dapur Mbak Wied Tulungagung”, dimana meminta kepada tim pengabdian agar kegiatan pengabdian dosen dijalankan secara berkelanjutan. Sebagai mitra pengabdian, pelaku bisnis bersedia menerima Tim kembali dengan memberikan informasi lain yang dapat mendukung usaha mereka. Rekomendasi team ABDIMAS untuk pemilik usahaini adalah untuk tetap memantau pesaing melalui alat-alat Digital marketing yang telah dipelajari.

DAFTAR PUSTAKA

- KemenkopUKM. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. www.kemenkopukm.go.id
- Rahman, A. (2022). *Strategi Digital Marketing untuk UMKM Kuliner di Masa Pandemi*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 7(2), 45–53.
- Widiyastuti, R., & Nugroho, A. (2021). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan dan Digitalisasi*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 5(1), 20–30.

Foto foto dokumentasi kegiatan

Foto BACK DROP terbaru “ DAPUR MBAK WIED TULUNGAGUNG “
Design : By Tim Pengabdian



Foto Tim Pengabdi bersama Pelaku Usaha
“ DAPUR MBAK WIED TULUNGAGUNG “



Foto Digitalisasi “ DAPUR MBAK WIED TULUNGAGUNG “
Penggunaan QRIS dan metode pembayaran digital



Media Sosial melalui Platform marketplace di WhatsApp, instagram

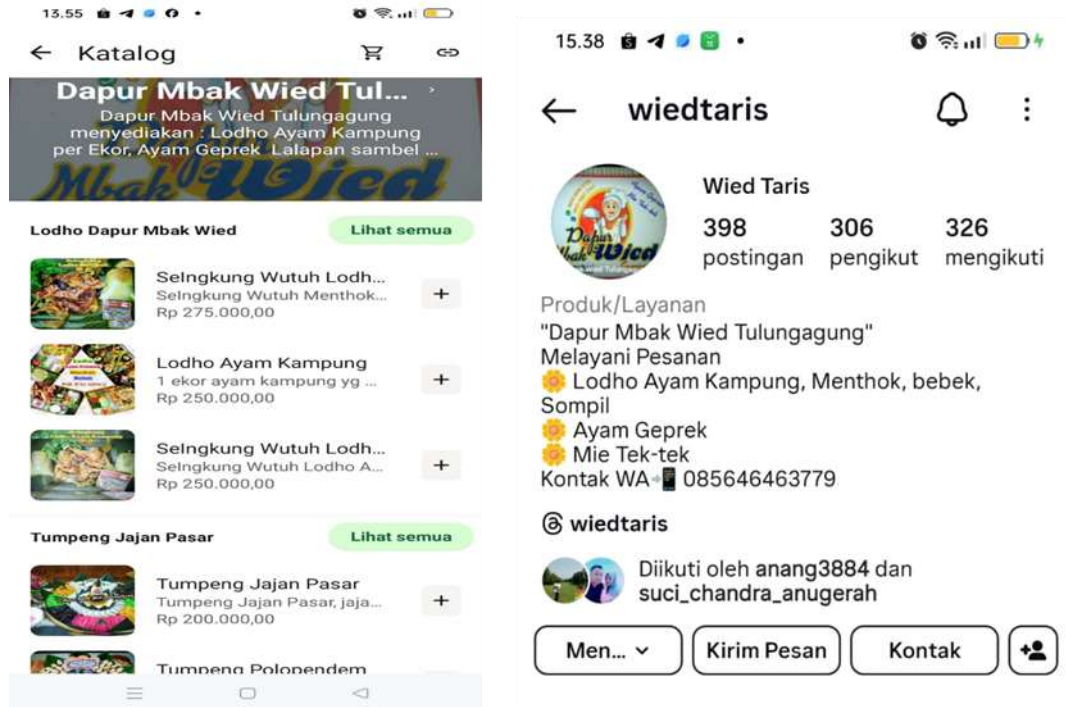


Foto LABEL “ DAPUR MBAK WIED TULUNGAGUNG “

