

PEMDAMPINGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM CUSTOMER RETENTION MARKETING PRODUK OYEK DI DESA SUKAMULIA

¹Firdaniaty, ²Hefriady

¹Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka

*Email: firaniaty@stisipolcandradimuka.ac.id

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Melalui Program ibu-ibu di desa Sukamulia. Pendampingan ini mengkaji bagaimana Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Customer Retention Marketing produk oyek di desa Sukamulia. Pembuatan produk oyek dilakukan pendampingan dengan ibu-ibu. Sementara itu produk oyek merupakan produk olahan yang di produksi oleh ibu rumah tangga. Dalam pendampingan ini, diharapkan bisa memberikan dampak dan meningkatkan perekonomian ibu-ibu dalam memasarkan produk oyek. untuk menggambarkan atau menerangkan tentang produk oyek yakni mengenai Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Melalui Program Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera di Desa sukamulia Kabupaten Banyuasin. Berdasarkan hasil pendampingan tersebut didapatkan bahwa Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Melalui Program Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera didesa sukamulia ditemukan di lapangan yang telah diungkapkan terlihat masyarakat khususnya ibu-ibu prasejahtera di Desa sukamulia puas dengan adanya program pendampingan yang berlangsung sekitar 3 bulan yang lalu pada bulan April 2020. Program pendampingan dianggap mampu memberikan bantuan usaha dan modal kepada mereka atau pelaku UMKM khususnya ibu-ibu prasejahtera dalam memasarkan produk oyek. Keberadaan pendampingan pengelolaan produk oyek terbukti mendapatkan tempat di hati masyarakat, dikarenakan masyarakat merasakan bahwa program pendampingan ini membawa efek yang baik dan bisa di rasakan setiap individu yang ikut di dalam binaanya melalui program pendampingan tersebut, Karena sampai akhir April 2021 sudah terdapat 85 lebih outlet-outlet produk oyek yang dikelola ibu- ibu prasejahtera setelah mengikuti pembinaan produk oyek dengan menggunakan strategi customer retention marketing.

Kata Kunci: Pendampingan, UMKM , Produk Oyek, Customer Retention Marketing

ABSTRACT

Empowerment of MSMEs (Small and Medium Micro Enterprises) Through the Program of mothers in sports villages. This assistance examines how the Empowerment of MSMEs (Small and Medium Micro Enterprises) in customer retention marketing of oyek products in sukamulia village. The pembuatan of oyek products is carried out assistance with mothers. Meanwhile, oyek products are processed products produced by housewives. In this assistance, it is expected to have an impact and improve the economy of mothers in marketing oyek products. to describe or explain about oyek products, namely empowering MSMEs (Small and Medium Micro Enterprises) through the Program to Build a Prosperous Family Economy in Sukamulia Village of Banyuasin Regency. Based on the results of the assistance, it was found that the Empowerment of MSMEs (Small and Medium Micro Enterprises) through the Program to Foster a Prosperous Family Economy in sukamulia was found in the field that has been disclosed by the community, especially pre-welfare mothers in Sukamulia Village, satisfied with the mentoring

program that took place about 3 months ago in April. 2020. Mentoring program is considered able to provide business and capital assistance to them or MSME actors, especially pre-welfare mothers in marketing oyek products. The existence of oyek product management assistance proved to get a place in the hearts of the community, because the community felt that this mentoring program brought good effects and could be felt by every individual who participated in its development through the mentoring program, because until the end of April 2021 there were already 85 more oyek product outlets managed by pre-country mothers after the end of April 2021. Follow the development of oyek products by using customer retention marketing strategies.

Keywords: Mentoring, MSMEs, Oyek Products, Customer Retention Marketing

Pendahuluan

Pelaksanaan pendampingan di Desa sukamulia ini hanya dikhususkan bagi wanita prasejahtera atau ibu rumah tangga produktif, namun prasejahtera yang membutuhkan dana bantuan untuk membuat usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Pemberdayaan masyarakat dalam hal ini yaitu program pembiayaan atau pemberian modal usaha, bukan untuk membuat masyarakat menjadi semakin tergantung pada berbagai program pemberian, karena pada dasarnya setiap apa yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri. Dengan demikian maka tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan, serta membangun kekuatan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik lagi. Dengan pernyataan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan pendampingan dalam tentang bagaimana pengelolaan dan pemasaran produk oyek.

Keberadaan pendampingan pengelolaan produk oyek terbukti mendapatkan tempat di hati masyarakat, dikarenakan masyarakat merasakan bahwa program pendampingan ini membawa efek yang baik dan bisa di rasakan setiap individu yang ikut di dalam binaanya melalui program pendampingan tersebut, Karena sampai akhir April 2021 sudah terdapat 85 lebih outlet-outlet produk oyek yang dikelola ibu-ibu prasejahtera setelah mengikuti pembinaan produk oyek dengan menggunakan strategi customer retention marketing.

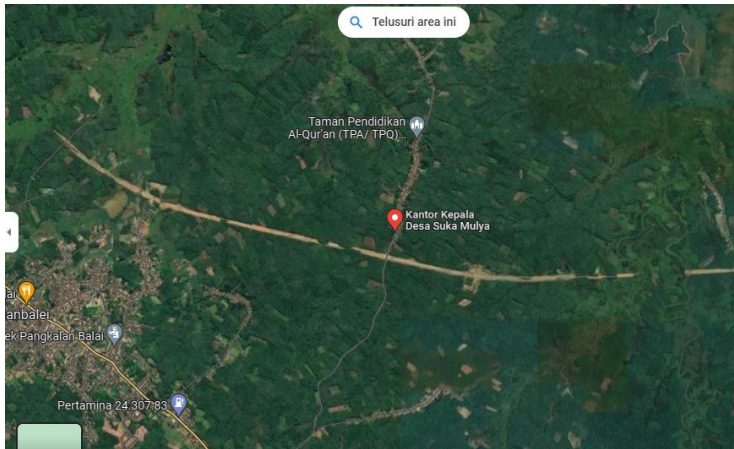
Randy R. Wrihatnolo dan Riant Nugroho Dwidjowijoto (2007 : 3) sudah dapat dijadikan acuan untuk pemberdayaan yang dilakukan oleh ibu-ibu dalam memperdayakan UMKM. Karena dalam proses yang dilakukan oleh pemberdayaan UMKM, adanya tahap penyadaran yang dimana pada tahapan ini petugas dari Mekaar menyadarkan para target yaitu wanita pra sejahtera pelaku usaha mikro, bahwa mereka mempunyai hak untuk mempunyai hal yang lebih besar dibandingkan sekarang. Ditahap ini petugas memberikan sedikit pengetahuan yang berkaitan tentang pemberdayaan yang dilakukan oleh ibu-ibu di desa Sukamulia.

Lalu pada tahap pengkapasitasan yang dimana pada tahap ini bisa di jadikan acuan untuk pemberdayaan yang dilakukan oleh ibu-ibu didesa sukamulia karena memberikan kapasitas kepada individu dan kelompok manusia untuk mampu menerima daya atau kekuasaan yang akan di berikan. Seperti pemberian informasi kepada kelompok, pembuatan kelompok, dan pemberitahuan tentang cara main atau prosedur yang harus diikuti. Untuk tahap-tahap pemberdayaan selanjutnya yang dikemukakan oleh Randy R. W dan Riant Nugroho seperti pemberian daya yang dilakukan cukup sesuai dengan apa yang dilakukan ibu-ibu yaitu dengan bantuan permodalan usaha produktif bagi rumah tangga untuk membuka atau meneruskan usaha yang sudah di jalankan sebelumnya.

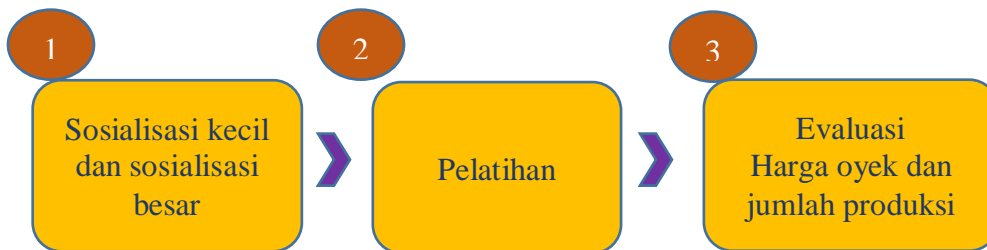
Metode Pelaksanaan

Desain pelaksanaa dalam pendampingan ini mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang pemberdayaan UMKM melalui program

pendampingan produk oyek. Pengabdian ini dilakukan di Desa Sukamulia Kabupaten Banyuasin. Adapun lokasi dan metode pelaksanaan dapat dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 1. Lokasi Desa Sukamulia Kabupaten Banyuasin
 Sumber: diolah oleh Penulis



Gambar 2. Metode Pelaksanaan
 Sumber: diolah oleh Penulis

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

| September | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Sosialisasi kecil dan sosialisasi besar | | | | |
| Pelatihan | | | | |
| Evaluasi harga oyek dan jumlah produksi | | | | |

Sumber: diolah oleh Penulis

Hasil dan Pembahasan

Melakukan dua kegiatan yaitu Sosialisasi Kecil dan Sosialisasi Besar yang digunakan sebagai sarana transfer informasi kepada UMKM bahwa UMKM tersebut perlu diberdayakan. Adapun kegiatan dapat dilihat pada Gambar di bawah ini.



Gambar 3. *Pengemasan Oyek*
Sumber: diolah oleh Penulis

1. Sosialisasi Kecil

Dalam proses Sosialisasi Kecil ini, dilakukan dengan beraktivitas keliling di wilayah perdesaan atau perorangan yang menjadi tempat target potensial. Proses dilakukan oleh Petugas lapangan atau Senior Petugas lapangan bahkan kadang Kepala Cabang ikut turun tangan dalam sosialisasi kecil

2. Sosialisasi Besar

Sosialisasi besar adalah sosialisasi tahap kedua yang berbentuk kelompok dimana petugas lapangan di hubungi oleh calon nasabah yang di datangi sebelumnya, ibu-ibu memperlihatkan minatnya untuk bergabung dalam program serta membicarakan kepada tetangga maupun saudaranya yang memiliki keadaan sosial-ekonomi yang sama.

Proses selanjutnya setelah sosialisasi adalah Pengkapsitasan sebelum berlanjut kepada tahapan penerimaan dana program mekaar, ibu-ibu atau wanita prasejahtera harus melalui tahapan pengkapsitasan antaranya verifikasi/survei dan persiapan pembiayaan. Untuk diberikan daya atau kuasa dalam hal ini adalah dana berupa bantuan produktif.

Pada tahap ini pemberian daya kepada UMKM, UMKM diberikan daya, modal, kekuasaan atau peluang. Para ibu-ibu pra sejahtera diberikan modal untuk membangun perekonomian keluarga agar menjadi lebih baik lagi dan menyejahterakan keluarganya.

Program UMKM dengan menggunakan customer retention marketing sendiri dalam menyadarkan para target yaitu ibu-ibu atau pelaku usaha mikro dalam memberdayakan UMKM pada tahap pencerahan ini melakukan dua kegiatan yaitu Sosialisasi Kecil dan

Sosialisasi Besar yang digunakan sebagai sarana transfer informasi kepada UMKM bahwa UMKM tersebut perlu diberdayakan. Program dengan customer retention marketing memberikan dua tahap sosialisasi sebelum melakukan kegiatan kepada ibu-ibu calon nasabah, Sosialisasi kecil meliputi sosialisasi secara berkeliling dan berbicara kepada ibu-ibu yang berada di depan rumah, warung dagangan, maupun ibu-ibu yang ada di lingkungan tersebut sambil menyebarkan brosur produk, memberikan penjelasan tentang program pendampingan produk oyek dan memberikan motivasi terhadap calon nasabah. Sosialisasi Besar adalah sosialisasi tahap kedua yang berbentuk kelompok dimana para petugas di hubungi oleh calon nasabah yang di datangi sebelumnya, dan memberikan informasi yang sama dengan sosialisasi kecil agar ibu-ibu yang sebelumnya belum ikut di sosialisasi kecil juga ikut mengetahui program mekaar.

Proses selanjutnya setelah sosialisasi adalah Pengkapsitasan sebelum berlanjut kepada tahapan penerimaan dana program UMKM dengan customer retention marketing , ibu-ibu atau wanita prasejahtera harus melalui tahapan pengkapsitasan diantaranya verifikasi atau survei dan persiapan pembiayaan. Untuk diberikan daya atau kuasa dalam hal ini adalah dana berupa bantuan produktif, dengan adanya pengkapsitasan ibu-ibu atau wanita prasejahtera diharapkan mampu mengerti tugas serta fungsi di suatu kelompok dan mengetahui kegiatan yang dilakukan di setiap pertemuan. Untuk meningkatkan kemampuan para calon nasabah dalam mengetahui secara jelas tentang kegiatan program mekaar, tahap kegiatan oleh mekaar ada 2 tahap dalam program tersebut yaitu Uji Kelayakan dan Verifikasi.

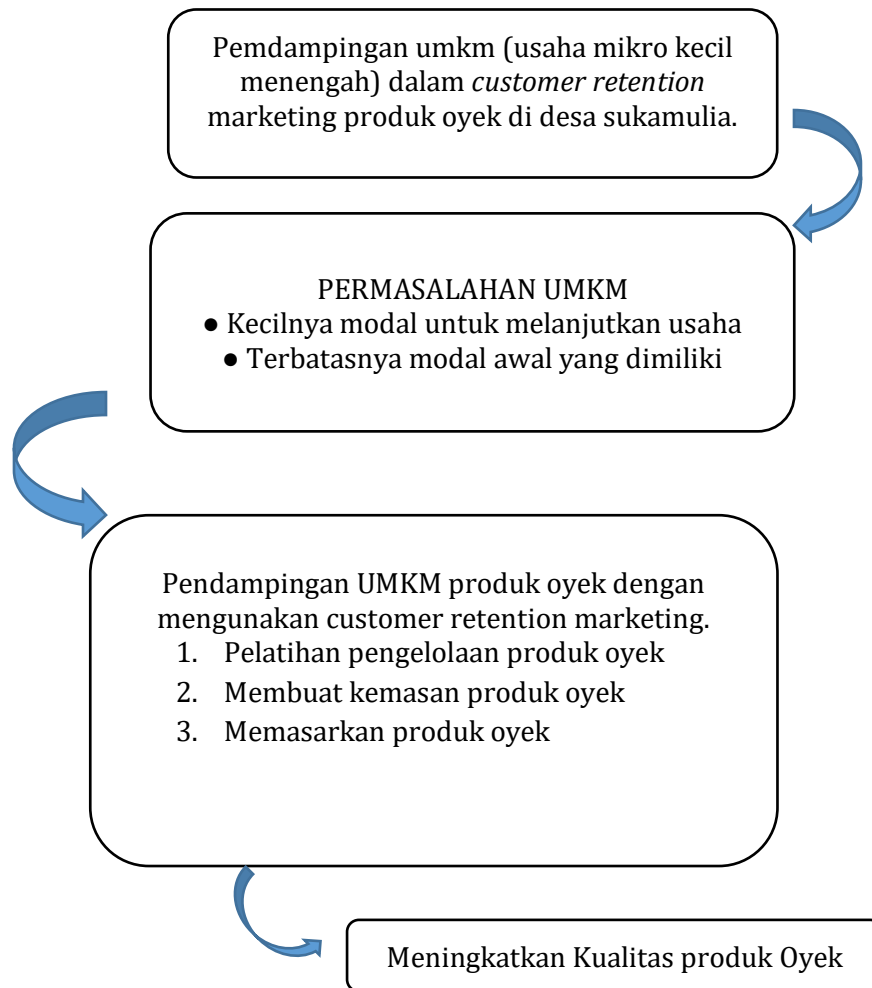
Uji Kelayakan dan Verifikasi adalah mencari informasi yang berhubungan dengan calon nasabah serta mewawancarai secara langsung dan melakukan pengambilan berkas. Jika uji kelayakan dan verifikasi sudah dilakukan oleh petugas di desa sukamulia serta syarat yang diberikan sudah terkumpul semua maka tahap selanjutnya persiapan pembiayaan. Persiapan pembiayaan ini adalah suatu aktivitas yang wajib di ikuti oleh setiap calon nasabah didesa sukamulia yang sudah di nyatakan lulus dari tahap uji kelayakan dan verifikasi, setelah itu di tentukan waktu dan tempat pelaksanaan persiapan pembiayaan maka calon nasabah harus hadir mengikuti persiapan pembiayaan tersebut. Persiapan pembayaran yang bertujuan untuk menciptakan landasan kredit yang baik dan memastikan seluruh calon nasabah mengerti dengan prosedur aturan dengan customer retention marketing .

3 Pemberian Daya

Proses pemberian daya yang dilakukan oleh program UMKM dengan customer retention marketing ini masyarakat harus melaksanakan kegiatan pencairan dana. Dengan kurung waktu 2 hari setelah dilakukanya persiapan pembiayaan. Pencairan dana pun dilakukan dengan modal usaha sebesar Rp. 2.000.000 yang diberikan langsung kepada para nasabah untuk mengembangkan usaha mereka dan mensejahterakan keluarga mereka. Pada pencairan dana petugas datang langsung ketempat ibu-ibu nasabah, syaratnya membawa ktp asli serta materai Rp. 10.000. Pencairan tersebut harus disaksikan seluruh nasabah anggota kelompok, apabila salah satu berhalangan hadir saat pencairan maka nasabah tersebut di tunda satu minggu pencairan dana. Setelah tahap pencairan ini para

nasabah tidak melakukan kegiatan pertemuan selama dua minggu untuk fokus mengelolah dana tersebut terhadap usaha masing-masing.

Pemberia daya, dalam tahap pemberian daya UMKM dengan strategi customer retention marketing memberikan dana bantuan permodalan produktif bagi ibu-ibu rumah tangga atau wanita prasejahtera untuk mengembangkan atau meneruskan usahanya serta memajukan kesejahteraan keluarga melalui kegiatan pencairan dana.



Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pendampingan dapat diambil kesimpulan bahwa Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam customer retention marketing produk oyek di Desa Sukamulia. sebagaimana proses pelatihan dan pendampingandengan cara melatih para ibu-ibu di wilayah persedesaan sambil memberikan brosur, penyampaian infomasi dan memberikan motivasi kepada masyarakat sekitar terutama ibu-ibu wanita pra sejahtera. serta meliat kondisi rumah nasabah, tingkat pendapatan keluarganya serta mencari informasi yang berhubungan dengan calon nasabah. Untuk verifikasi petugas akan datang langsung kepada nasabah untuk pengecekan ulang dan menilai bahwa calon

nasabah tersebut bisa lanjut atau tidak dalam tahap tersebut, dan sekaligus petugas mengambil berkas yang sudah di beritahukan kepada calon nasabah.

Selanjutnya kegiatan Persiapan Pembiayaan dilakukan dengan cara menjelaskan secara rinci tentang mekanisme dari pelatihan tersebut. Calon nasabah sangat antusias dalam tahap ini dikarenakan adanya rasa kekeluargaan dalam kelompok, bisa mengenal satu sama lainnya untuk mendapatkan jangkauan perkembangan usaha mereka masing-masing.

Ibu-ibu prasejahtera untuk mengembangkan atau meneruskan usahanya serta memajukan kesejahteraan keluarga melalui kegiatan pencairan dana. Dalam tahap pencairan dana tidak ada hambatan karena proses dalam kegiatan ini cukup mudah sehingga membuat para calon nasabah tidak mengalami kesulitan. Dari temuan di lapangan yang telah diungkapkan terlihat masyarakat khususnya ibu-ibu prasejahtera di Desa sukamulia sangat antusias dalam pelatihan tersebut.

Saran

Dari hasil pengabdian kepada masyarakat di atas peneliti memberikan saran yaitu:

1. Dalam sosialisasi para petugas harus memberikan secara jelas apa itu program pelatihan UMKM dengan strategi customer retention marketing dan memotivasi calon nasabah sebaik mungkin hingga akhirnya calon nasabah tertarik dengan program UMKM dengan informasi yang sangat jelas diberikan oleh petugas.
2. Para Petugas harus mengelolah waktu dengan baik jangan sampai ada kegiatan program UMKM tidak tertuju oleh calon nasabah dan memberikan pengetahuan tentang program UMKM lebih terinci agar calon nasabah dapat mengerti secara jelas.

Ucapan Terima Kasih

Permohonan ampun dan terima kasih kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas ridho dan rahmat-Nya kami telah menyelesaikan pengabdian kepada masyarakat, serta kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada kami, Pemerintah Desa Sukamulia dan masyarakat sekitar kami ucapkan terima kasih. Semoga pengabdian ini dapat bermanfaat, berguna di masa mendatang, serta dapat memberikan informasi sekaligus menjadi solusi jangka panjang bagi semua.

Daftar Pustaka

Tambunan, Tulus. (2002). Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Salemba Empat.
Wrihatnolo Randy R dan Riant Nugroho Dwidjowijoto. (2007). Manajemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat. PT Elex Media Komputindo.