

**PENGUATAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN PEMASARAN
DAN MANAJEMEN PENGELOLAAN KEUANGAN PADA UMKM PUPUK BOKASHI
DI KECAMATAN GETASAN KABUPATEN SEMARANG****Azizah Azizah¹, Isnaini Nurkhaiyati², Endang Sulistiyani³, Jati Nugroho⁴**^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang³endangsulis15@polines.ac.id**Abstract**

The implementation of community service activities aims to help find solutions to problems faced by partner MSMEs in the areas of production, business development, promotion, marketing, and financial management. This is to improve product quality, expand marketing areas, and increase the income of partner MSMEs. The challenges faced by partner SMEs include the inability of SME operators to capitalise on business opportunities, master knowledge and technology, think creatively and innovatively in designing products, packaging, promotional tools, and marketing products, as well as the absence of adequate accounting records, resulting in limited marketing reach and low sales turnover. The solutions provided include assisting SMEs in diversifying and differentiating Bokashi fertilizer products, providing support in implementing attractive product and packaging designs, creating representative digital promotional tool designs, developing online marketing media designs, generating new ideas from online media, and assisting in the preparation of financial reports. Increased sales revenue for SMEs will lead to higher profits, thereby improving the living standards of partner SMEs. The application of product marketing technology using online marketing media for SME partners will result in expanded marketing areas, increased sales revenue, and improved SME profits, thereby enhancing their standard of living.

Keywords: *Technology application; Online Marketing; Business Opportunities; SMEs***Abstrak**

Pelaksanaan kegiatan pelayanan masyarakat bertujuan untuk membantu menemukan solusi atas masalah yang dihadapi oleh UMKM mitra di bidang produksi, pengembangan usaha, promosi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Hal ini guna meningkatkan kualitas produk, memperluas area pemasaran, dan meningkatkan pendapatan UMKM mitra. Masalah yang dihadapi oleh UMKM mitra meliputi ketidakmampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang bisnis, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, berpikir kreatif dan inovatif dalam merancang produk, kemasan, alat promosi, pemasaran produk, serta ketidakhadiran catatan pembukuan yang memadai, sehingga cakupan area pemasaran masih terbatas dan omzet penjualan masih rendah. Solusi yang diberikan yaitu membantu UMKM dalam mendiversifikasi dan mendiferensiasi produk pupuk Bokashi, memberikan bantuan dalam menerapkan desain produk dan kemasan yang menarik, menciptakan desain alat promosi digital yang representatif, menciptakan desain media pemasaran online, menciptakan ide-ide baru dari media online, dan membantu dalam pembuatan laporan keuangan. Peningkatan omzet penjualan UMKM akan berdampak pada peningkatan keuntungan UMKM, sehingga standar hidup mitra akan lebih baik. Penerapan teknologi pemasaran produk menggunakan media pemasaran online pada UMKM mitra akan berdampak pada perluasan area pemasaran, peningkatan omzet penjualan, dan peningkatan keuntungan UMKM, sehingga standar hidup mereka akan lebih baik.

Kata kunci: Penerapan teknologi; Pemasaran Online; Peluang Bisnis; UMKM

Submitted: 2025-05-30	Revised: 2025-06-10	Accepted: 2025-06-21
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang merupakan Wilayah Kecamatan yang luas wilayahnya kurang lebih 65.796 Km². Wilayah ini terdiri dari 13 Kelurahan yang meliputi; Kelurahan Getasan, Jetak, Batur, Kopeng, Ngrawan, Nogosaren, Manggihan, Polobogo, Samirono,

Sumogawe, Tajuk, Tolokan dan Wates. Penerima PKH, BPNT, KIP, PBI JKN dan BST pada kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang sebanyak 1.972 KPM. Jumlah penerima Program Keluarga Harapan (PKH) di kecamatan Getasan, menduduki peringkat ke 2 di Kabupaten Semarang. Keadaan ini yang melatar belakangi Tim pengabdian untuk melanjutkan melaksanakan kegiatan pengabdian bagi KPM PKH Graduasi Prokus Kecamatan Getasan, agar mereka dapat meningkatkan penghasilan dan kesejahteraannya, sehingga bisa mandiri secara ekonomi serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya.

Pupuk Bokashi yang dihasilkan UMKM mitra dijual dengan harga Rp 4.500,- /5kg sedangkan harga pupuk Bokashi di pasaran adalah Rp 20.000/5kg (pada *market place shopee*). Strategi agar usaha UMKM mitra dapat lebih maju dan berkembang maka perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan. UMKM mitra harus dapat menangkap peluang usaha yang lebih besar dengan melakukan *diversifikasi* dan *diferensiasi* produk. *Diversifikasi* strategi adalah suatu usaha untuk mencari dan mengembangkan produk dan pasar yang terbaru, sedangkan *Diferensiasi* strategi adalah melakukan suatu usaha/tindakan untuk membuat kerangka atau merancang satu set perbedaan yang dipergunakan untuk memilah dan membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaing, atau bisa keduanya, dalam rangka meraih dan mengejar pertumbuhan, peningkatan, fleksibilitas, dan profitabilitas perusahaan (Kotler, 2023). Pada penerapan strategi ini UMKM dapat membidik segmen pasar yang berbeda, dengan menyediakan produk dengan kualitas, harga, ukuran yang berbeda guna memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM mitra, agar dapat memperluas wilayah pemasaran produknya dan mendapatkan segmen pasar sasaran yang lebih menguntungkan dengan penerapan teknologi pemasaran *online* melalui berbagai *Platform Digital Marketing*. Pelaku UMKM harus melakukan perubahan dalam cara memasarkan produknya dengan memanfaatkan teknologi informasi di dalam bisnisnya. Media sosial berpotensi untuk membantu UMKM mitra dalam memasarkan produknya. Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*, Stockdale, et al. (2012) dalam Periyadi (2020). Aplikasi media social menyediakan pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi- aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi *online* tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (*engage*) masyarakat. *People engagement* dapat mengarah kepada penciptaan profit.

Penerapan Teknologi pemasaran *online*, dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang tepat untuk peningkatan usaha UMKM mitra. Penerapan Teknologi pemasaran online selain biayanya murah juga tidak perlu memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mitra mengenai penerapan teknologi pemasaran online guna memperluas wilayah pemasaran dan peningkatan usaha sebagai dasar yang menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk memberikan pelatihan dan pendampingan penerapan teknologi pemasaran *online*. Pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan yaitu; Pelatihan membuat desain produk yang menarik dan representatif, pelatihan membuat desain alat promosi digital, dan desain media pemasaran *online*.

Digital Marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk kepada segmen pasar sasaran dengan memanfaatkan berbagai sosial media maupun *Market place*. Pasar sasaran dapat memperoleh informasi kapan saja mereka membutuhkan dan dimana pun mereka berada. Jumlah pengguna sosial media yang semakin banyak dapat berimplikasi pada semakin besarnya peluang bagi UMKM untuk memperluas wilayah pemasaran produknya dan mengembangkan usahanya. Sánchez-Franco et al., (2014) menyatakan "Pemasaran *digital* sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media *digital* untuk sebagian besar kegiatan pemasarannya". Saluran media *digital* memungkinkan perusahaan dan segmen pasar sasarannya melakukan komunikasi secara terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.

Permasalahan Mitra.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, serta identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM mitra, maka perumusan permasalahan yang dihadapi mitra, adalah sebagai berikut :

a. Masalah dibidang manajemen KWU

Masih kurangnya kemampuan UMKM mitra dalam mengenali peluang dan menangkap peluang usaha untuk mengembangkan usahanya. Belum melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk segmen pasar sasaran masih terbatas.

b. Masalah dibidang manajemen pemasaran

Wilayah pemasaran masih terbatas disekitar lokasi usaha dan segmen pasar sasaran yang dibidik mempunyai daya beli yang masih rendah. Belum menguasai Teknologi Pemasaran *online*, guna perluasan usaha dan pengembangan usaha.

c. Masalah manajemen pengelolaan keuangan

UMKM mitra belum memisahkan antara harta usaha dengan harta pribadi, belum melakukan pencatatan pembukuan yang memadai, sehingga mereka sering kehabisan modal dan terjerat dengan tengkulak, faktor tersebut menjadi acuan dasar untuk memberikan solusi guna mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Metode

Metode atau cara yang dipakai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: Pelatihan dan pendampingan praktik penerapan desain, kemasan produk, Alat promosi digital, dan desain media pemasaran *online* oleh UMKM mitra, yang disampaikan oleh praktisi dan dosen yang ahli dibidangnya serta mahasiswa yang kompeten di bidang *digital marketing*. Guna menyelesaikan persoalan di bidang produk, produksi, promosi dan perluasan wilayah pemasaran UMKM Pupuk Bokashi Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, tim pengabdian masyarakat memberikan beberapa solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi mitra.

Solusi pemecahan masalah yang dihadapi UMKM mitra sebagai berikut:

- Memberikan pemahaman pentingnya pengembangan dan peningkatan usaha, melatih cara menangkap peluang usaha dengan melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari segmen pasar sasaran.
- Melakukan pelatihan dan pendampingan penerapan pemasaran *on-line* pada media sosial (*Whatsapp, Facebook, Instagram, Website*) dan *Marketplace*
- Melatih cara-cara mendapatkan ide-ide kreatif yang murah dari media sosial
- Meningkatkan ketrampilan menggunakan media sosial guna meningkatkan kreatifitas dan keinovasian.
- Pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan serta memberikan sumbangan peralatan.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik, lancar dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang disediakan oleh penyelenggara pelatihan. Metode yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk sesuai dengan kebutuhan segmen pasar sasaran, membuat *lay out* dan *display* produk yang menarik agar dapat menimbulkan *impulse buying*, penerapan Teknologi Pemasaran Produk menggunakan media *online* (pembuatan akun berjualan pada *social media* dan *market place*) oleh UMKM guna memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan, serta adanya laporan keuangan sederhana agar UMKM mitra dapat melakukan evaluasi terhadap usahanya. Selain dengan memberikan pelatihan dan pendampingan materi manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, kami juga memberikan motivasi untuk para peserta, agar lebih berani dalam berinovasi, sehingga produk lebih diminati oleh segmen pasar sasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan hasil

kerjasama dengan pihak Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada hari Sabtu, tanggal 31 Agustus 2024, jam 09.00 WIB s/d 15.30 WIB, bertempat di Rumah ibu Dwi Soerati, Kp. Gowongan, RT. 04, RW. 02, Ds. Manggihan, Kec. Getasan, Semarang Semarang, Jawa Tengah. Pembukaan dan sambutan dilaksanakan oleh: Ketua Tim Azizah, S. Kom, M. Kom, dan Ketua UMKM Pupuk Bokashi di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Dwi Soerati. Kegiatan Pengabdian dihadiri oleh 5 UMKM Pupuk Bokashi, yang merupakan KPM PKH Graduasi Prokus Kec. Getasan, Semarang dan 4 Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, serta 3 Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang.

Hasil luaran kegiatan sebagai berikut:

- a. Adanya pengembangan usaha dengan adanya *diversifikasi* dan *differensiasi* produk.
- b. Penerapan Teknologi Pemasaran *online* oleh UMKM Mitra, menggunakan Media *online*: *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Website* dan akun berjualan di *Marketplace*.
- c. Peningkatan wilayah pemasaran, omzet penjualan, pengembangan usaha, dan tingkat keuntungan UMKM mitra.
- d. UMKM Mitra membuat laporan keuangan sederhana meliputi Laporan Arus Kas, Neraca dan Laporan Laba/Rugi.

Dampak kegiatan

Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan pengabdian adalah semakin dikenalnya produk "Pupuk Bokashi" padat produksi UMKM KPM PKH Graduasi Prokus Kecamatan Getasan yang berkualitas dan dikenal secara nasional, sebagai *icon* produk local Getasan yang memiliki nilai potensial strategis.
- b. Dampak pemberian nilai tambah pada produk "Pupuk Bokashi" padat produksi Kecamatan Getasan adalah meningkatnya penyerapan tenaga kerja pada masyarakat sekitar UMKM, peningkatan kualitas produk, nilai jual produk dan wilayah pemasaran produk yang dapat menjangkau wilayah pemasaran nasional.

Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan P3M Polines, sehingga semakin dikenalnya Lembaga dan Unit P3M Polines pada wilayah Jateng dan sekitarnya.

Adapun hasil dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sbb:

- a. Pelatihan menangkap peluang usaha
Setelah pelatihan peserta dapat menangkap peluang usaha dan mengembangkan usaha dengan melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk.
- b. Pelatihan manajemen pengelolaan usaha, pemasaran dan keuangan
Setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat menjalankan usaha dengan manajemen pengelolaan usaha yang baik dan termotivasi untuk lebih mengembangkan usahanya sehingga berimplikasi terhadap peningkatan wilayah pemasaran, omzet penjualan, pengembangan usaha, dan tingkat keuntungan UMKM Mitra. Adanya laporan keuangan sederhana oleh UMKM mitra, sehingga mereka dapat melakukan evaluasi terhadap usahanya.
- c. Pelatihan penerapan teknologi pemasaran *online* oleh UMKM Mitra
Setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat menerapkan teknologi pemasaran *online* dengan menggunakan *social media* dan *Market Place Shopee*.
- d. Menjadi pemakalah dalam pertemuan ilmiah tahun 2024.
- e. Adanya publikasi ilmiah pada jurnal ilmiah tahun 2024.

Kesimpulan

Dari seluruh kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat adalah 5 UMKM Pupuk Bokashi yang merupakan KPM (Kelompok Penerima Manfaat) PKH (Program Keluarga Harapan) Graduasi Prokus (Program Kewirausahaan Sosial) Kecamatan Getasan.
- b. Materi yang diberikan yaitu: Pelatihan dan pendampingan pembuatan Akun Bisnis di media sosial dan Akun pada Market Place Shopee agar UMKM mampu memasarkan produknya secara *online*, melatih cara mendapatkan ide-ide kreatif yang murah dari media sosial, meningkatkan ketrampilan menggunakan media sosial guna meningkatkan kreatifitas dan keinovasian.
- c. Kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik.
- d. Bantuan Peralatan dan bahan yang diberikan berupa:
 - a. HP android merk OPPO.
 - b. Alat press plastic ukuran 30 cm.
 - c. Plastik kemasan ukuran 30 cm x 40 cm
 - d. EM4 dan tetas tebu

Diharapkan pada tahun yang akan datang, dapat dilakukan pelatihan dan pendampingan penerapan Digital Marketing menggunakan berbagai media.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH., dan Irawan (2008) "*Manajemen Pemasaran Modern*", Edisi Kedua, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Buchari Alma (2007), "*Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*", Edisi Keempat, CV. Alfabeta, Bandung
- , Alma (2005), "*Kewirausahaan*", Edisi Kesembilan, Alfabeta Bandung
- Chabib, Lutfi., Yosi Febrianti, Bambang Subekti, Abdul Hakim, dan Muhammad Safarullah (2016), "*Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. (Desa Harjobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta)*", *AJIE – Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol.01, No. 03(e-ISSN: 2477-0574; p-ISSN: 2477-3824).
- Hunaepi, Dharmawibawa D.I., Samsuri T. 2014. Pemanfaatan Limbah Media Jamur Sebagai Pupuk Organik (IbM Kelompok Tani). *Jurnal Ilmiah IKIP Mataram*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007), "*Manajemen Pemasaran*", Buku 1, Edisi 12, PT Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2023), , "*Manajemen Pemasaran*", Buku 2, Edisi 12, PT Indeks, Jakarta
- Nasir, Mohamad dan Agus Handoko (2007), "*Pengaruh orientasi wirausaha terhadap kinerja perusahaan kecil dengan lingkungan strategi sebagai variable moderat (studi kasus pada industry aneka di Kota Semarang)*", *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol.12, No. VIII, pg, 89-100
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.

Sulaiman D, (2011), "Efek kompos limbah baglog jamur tiram putih terhadap sifat fisik tanah serta pertumbuhan bibit markisa kuning". Bogor : intitut pertanian bagor diakses melalui repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/53343/1/A11dsu.pdf

Suwahyono, U. (2011). "*Petunjuk Praktis Penggunaan Pupuk Organik Secara Efektif danEfisien*". Penebar Swadaya. Depok.

Thomas W, Norman M . (2009), "*Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*," Salemba Empat2009

Yuniwati, dkk. (2012), "Optimasi kondisi proses pembuatan kompos dari sampah organik dengan cara fermentasi menggunakan EM4". *JurnalTeknologi* 5(2):172181.