

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Tujuan dari pendampingan program pemasaran pada produk UMKM adalah untuk mengedukasi anggota Kelompok Tani Sepakat Tani guna meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam memahami pemasaran produk UMKM, serta bisa menghasilkan pendapatan yang besar pada Kelompok Tani Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Alasan melakukan pengabdian di Desa Pagar karena ketertarikan penulis terhadap Desa Pagar yang memiliki hasil alam yang melimpah, serta melihat dari segi lokasi/wilayah. Pagar adalah daerah di Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu yang memiliki jarak tempuh 2 jam dari Bandara Kota Bengkulu menggunakan mobil/motor, menjadikan Desa Pagar, memiliki keterbatasan dalam memperoleh informasi tentang pemasaran. Minimnya akses transportasi ke Ulu Talo membuat penulis merasa pengabdian sangat dibutuhkan di lokasi ini.

Hal ini merupakan *output* dari kegiatan pendampingan berupa pendampingan produk UMKM, kegiatan pendampingan pemasaran produk UMKM pada Kelompok Tani Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo, pembahasan teori tentang pemahaman pemasaran produk

UMKM pada Kelompok Tani Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo Optimalisasi pendampingan produk UMKM dihadapkan dengan beberapa kendala termasuk kurangnya pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip pemasaran produk UMKM, keterbatasan akses terutama di daerah tertentu, persepsi negatif, kurangnya pendidikan formal, ketidakpastian regulasi, kesulitan finansial individu, dan tantangan teknologi. Untuk mengatasi hal ini, perlu dilakukan upaya edukasi yang insentif, integrasi pendidikan keuangan syariah dalam kurikulum, peningkatan akses terhadap produk dan layanan, serta pembangunan regulasi yang jelas dan mendukung perkembangan sektor pemasaran. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidik, dan masyarakat juga krusial dalam mendorong pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip pemasaran produk UMKM ditingkat masyarakat.¹

Keterbatasan akses, terutama di wilayah terdalam, dan terpencil seperti di Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo, merupakan hambatan signifikan bagi masyarakat di desa terdalam, dalam memperoleh pemahaman yang memadai mengenai pemasaran produk UMKM. Faktor geografis dan infrastruktur yang terbatas di daerah tersebut menghambat

¹ Romi Adetio Setiawan, 'Avoidance Of Riba-Based Loans And Enhancement Of Quality Of Life: An Indonesian Context Analysis' , Relegions,14.11(2023)<<https://doi.org/10.3390/rel114111376>>

aksesibilitas terhadap lembaga pemasaran produk UMKM dan informasi terkait, sehingga menyulitkan penduduk

setempat untuk memanfaatkan produk dan layanan pemasaran produk UMKM secara efektif. Pemecahan kendala ini memerlukan strategi khusus yang melibatkan peningkatan infrastruktur, peningkatan akses informasi, serta pendekatan inklusif untuk memastikan bahwa manfaat pemasaran produk UMKM dapat diakses secara merata diseluruh wilayah, termasuk daerah terpencil, terdalam, tertinggal seperti daerah Ulu Talo. Indonesia merupakan Negara agraris yang sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah bercocok tanam atau sebagai petani. Indonesia memiliki beragam kekayaan alam, termasuk kekayaan di sektor pertanian seperti padi, dan jagung. Sektor pertanian merupakan ujung tombak dalam ketersediaan pangan.² Peran pertanian di era pandemic Covid 19 menjadi sangat Strategis karena menyumbang kontribusi tertinggi bagi APBN. Peranan sektor pertanian dalam perekonomian nasional sangat penting dan strategis.

Hal ini terutama karena sektor pertanian masih memberikan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar penduduk yang ada di pedesaan dan menyediakan bahan pangan bagi penduduk. Pada kegiatan pendampingan ini, di temukan sebuah produk yang sangat menarik untuk di

² Wuri Azwita Handayani, Tenten Tedjaningsih, And Betty Rofatin, ' Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Produktivitas Usahatani Padi' , *Jurnal AGRISTAN*, 1.2(2019), 80-88

kembangkan yaitu Kripik talas. Ketersediaannya yang melimpah membuat produksi dapat dilakukan secara berkelanjutan tanpa ketergantungan pada bahan baku dari luar daerah Umbi talas merupakan bahan lokal yang tumbuh dengan baik di wilayah pedesaan seperti Desa Pagar Jika dijual dalam bentuk mentah, harga talas relatif rendah.

Namun setelah diolah menjadi produk seperti keripik, nilai jualnya meningkat signifikan. Artinya, pengolahan talas memberikan nilai tambah ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan kelompok tani Pengolahan talas menjadi keripik tidak memerlukan teknologi canggih maupun modal besar. Peralatan yang digunakan sederhana dan dapat dijangkau oleh masyarakat desa, sehingga risiko usaha lebih kecil Produk olahan seperti keripik termasuk dalam kategori makanan ringan yang banyak diminati masyarakat dari berbagai kalangan Pemanfaatan talas sebagai produk unggulan dapat menjadi ciri khas desa dan membuka peluang usaha baru, sehingga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara bertahap.

Produk ini memiliki potensi jika dikembangkan menggunakan metode pemasaran yang baik. Dalam pengembangan produk ini, memiliki kendala yaitu kurangnya pemahaman masyarakat mengenai metode pemasaran. Pada kegiatan program pemasaran ini, menggunakan pemasaran *online* dan *offline* dalam memasarkan produk yang sangat

menarik untuk di Pemasaran usaha yang baik akan memberikan manfaat besar bagi Kelompok Tani. Dengan menerapkan pemasaran usaha yang baik, dapat mengetahui kondisi keuangan sekaligus perkembangan usahanya dan fluktuasi laba dapat diketahui dengan mudah sehingga dapat membantu Kelompok Tani. Pemasaran usaha yang baik juga akan memperbaiki aspek pengendalian usaha, dimana Kelompok Tani dapat mengetahui apakah rencana pemasaran tercapai atau tidak serta membantu mencari tahu penyebabnya. Begitu juga dengan aspek permodalan, dengan memiliki manajemen usaha yang baik akan memudahkan dalam pengajuan pinjaman modal kepada pihak bank atau lembaga keuangan lainnya.³

Pemasaran di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, namun rendahnya pemasaran membuat potensi menjadi kurang optimal. Program strategis harus dilakukan guna mengembangkan pemasaran produk UMKM, terutama optimalisasi promosi pemasaran produk UMKM guna meningkatkan literasi dan preferensi masyarakat. Hal ini dikarenakan pemasaran produk UMKM masyarakat Indonesia saat ini masih tergolong rendah, perbandingannya kira-kira dari 10 orang, hanya 2 orang yang tahu pemasaran produk UMKM.⁴ Pemasaran produk UMKM merupakan kecakapan

³ Juni, 'pengabdian kepada masyarakat', 1.1(2021), 41-45

⁴ Anriza Witi Nasution, ' Analisis Factor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah' ,

mencerna dan mengimplementasikan konsep dalam pemasaran produk kemudian mampu menggunakan dan mengatur keuangan yang tersedia guna menggapai target yang diharapkan bersumber pada asas-asas syariah. Dalam rangka merangsang warga agar lebih menggunakan pemasaran produk UMKM, masyarakat perlu sosialisasi tentang pemasaran agar tumbuh minat untuk memanfaatkan pemasaran produk UMKM. Pemasaran produk UMKM berperan penting bagi warga guna memilih dan menggunakan produk UMKM sesuai dengan kebutuhannya.⁵

B. Permasalahan di Lokasi

Berdasarkan survey yang dilakuakn kepada Kelompok Tani, Sepakat Tani Desa Pagar, keberadaan Kelompok Tani Sepakat Tani menjadi salah satu pertimbangan untuk menyalurkan inisiatif masyarakat Desa, mengembangkan potensi desa mengelolah dan memanfaatkan potensi sumber daya alam, Desa mengoptimalkan sumber daya manusia (warga Desa) dalam pengelolahannya dan adanya penyertaan modal dari pemerintah dalam bentuk bantuan yang diserahkan untuk dikelolah. Namun dalam pelaksanaannya salah satu masalah yang dihadapi pengelolah Kelompok Tani adalah kekurangan tenaga sumber daya manusia dalam pemasaran. Pendampingan

Equilibrium: *Jurnal Ekonomi Syariah* , 7.1(2019), 40<<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>>

⁵ Mochamad Reza Adiyanto And Arie Setyo Dwi Pornomo, ' Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah ' , *Jurnal Administrasi Kantor* , 9.1(2021), 1-12

dan pelatihan pemasaran produk UMKM ini dibutuhkan sebab Kelompok Tani perlu diarahkan dan diberi fasilitas untuk menjalankan pemasaran produk UMKM. Sehingga nantinya berdampak bagi kebaikan desa juga. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pada pengurus Kelompok Tani Sepakat Tani Desa Pagar tentang pemasaran produk UMKM.

C. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengedukasi pengurus Kelompok Tani Sepakat Tani guna meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam bidang pemasaran produk UMKM, serta bisa menghasilkan pendapatan yang besar Pada pengurus Kelompok Tani Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo Kabupaten Seluma.

D. Manfaat Kegiatan

1. Manfaat Teoritis

Untuk perkembangan keilmuan dalam bidang pemasaran produk UMKM, khususnya pada kajian pemasaran pada pengurus Kelompok Tani, Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan mengenai pendampingan pemasaran produk UMKM dan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi

penulis karena atas bantuan pengurus Kelompok Tani, Sepakat Tani Desa Pagar. Penulis bisa mendampingi dalam pendampingan pemasaran produk UMKM Pada Kelompok Tani, Sepakat Tani Desa Pagar Kecamatan Ulu Talo.

b. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan memberikan tambahan referensi bagi pembaca dalam mengaplikasikan di kehidupan nyata.

