



## PENDAMPINGAN DAN PEMBINAAN PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN UMKM RENGGINANG DESA RANCAKOLE

**Hassan Mustapa<sup>1</sup>, Ikhsan Mubarok<sup>2</sup>, Kathrin Dien Ulfani<sup>3</sup>, Nenden Handayani<sup>4</sup>, Sheila Andiani<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Winaya Mukti, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Winaya Mukti, Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Winaya Mukti, Bandung, Indonesia

Email Penulis: <sup>1</sup>[hassan.febunwim@gmail.com](mailto:hassan.febunwim@gmail.com), <sup>2</sup>[ikhsanmbrk23@gmail.com](mailto:ikhsanmbrk23@gmail.com),

<sup>3</sup>[handayaninenden32@gmail.com](mailto:handayaninenden32@gmail.com), <sup>4</sup>[Kathrinul14@gmail.com](mailto:Kathrinul14@gmail.com) <sup>5</sup>[sheiladwi56@gmail.com](mailto:sheiladwi56@gmail.com)

### Article history

Received : 1 Oktober 2024

Revised : 5 Oktober 2024

Accepted : 11 Oktober 2024

**Kata Kunci:** *Pendampingan, UMKM, Pemasaran Digital*

**Keywords:** *Mentoring, UMKM, Digital Marketing*

### Abstrak

*Pendampingan dan pembinaan UMKM dilakukan berdasarkan hasil observasi dengan mengambil dua sampel dari total populasi 157. Tujuan adanya program pembinaan yang terarah dan berkelanjutan, diharapkan UMKM di Desa Rancakole dapat menjadi motor penggerak perekonomian desa yang tangguh dan mandiri. Hal ini tentunya akan berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Desa Rancakole. Jenis data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah data primer yang didapatkan oleh penulis secara langsung dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan langsung dengan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di Desa Rancakole dengan berfokus pada UMKM.*

### Abstract

*MSMEs are coached and mentored based on observations made by selecting two samples from the overall population of 157. A focused and long-lasting coaching program is intended to help MSMEs in Rancakole local become the engine of a robust and self-sufficient local economy. This is going to positively affect Rancakole Village's inclusive economic growth and welfare of the community. The author personally collected the primary data utilized in this activity, using methods of observation and interview as data gathering methodologies. With a focus on MSMEs, in-person interviews and field observations were undertaken to ascertain the true state of affairs in Rancakole Village.*

## PENDAHULUAN

Desa Rancakole merupakan salah satu desa di Kabupaten Bandung yang memiliki potensi besar dalam bidang ekonomi, terutama melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah perkembangan zaman dan dinamika ekonomi yang terus berubah, peran UMKM menjadi sangat vital dalam mendukung perekonomian desa serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Namun, meskipun memiliki potensi yang cukup besar, UMKM di Desa Rancakole masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan akses terhadap modal, kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha, terbatasnya akses pasar, serta minimnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Hal ini mengakibatkan perkembangan UMKM di desa ini masih belum optimal dan perlu adanya intervensi yang tepat untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.

Pembinaan UMKM di Desa Rancakole menjadi langkah strategis untuk memperkuat ekonomi desa sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Melalui program pembinaan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mereka secara lebih efektif dan efisien. Selain itu, pembinaan ini juga bertujuan untuk membuka akses yang lebih luas terhadap sumber daya, teknologi, dan pasar yang dapat membantu UMKM di desa ini tumbuh dan bersaing di tingkat yang lebih tinggi.

Dalam konteks ini, pembinaan UMKM juga akan berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan produk yang berdaya saing, serta penyediaan akses ke modal dan pasar yang lebih luas. Pembinaan ini dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti pelatihan manajemen usaha, pendampingan produksi, pemasaran digital, serta fasilitasi akses ke sumber daya finansial.

Dengan adanya program pembinaan yang terarah dan berkelanjutan, diharapkan UMKM di Desa Rancakole dapat menjadi motor penggerak perekonomian desa yang tangguh dan mandiri. Hal ini tentunya akan berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Desa Rancakole.

## BAHAN DAN METODE

Bahan dan Metode dalam jurnal ini berfokus pada elemen-elemen yang tentunya relevan dengan interaksi kedua belah pihak yaitu tim pendamping dan pelaku UMKM.

### Bahan

Jenis UMKM yang menjadi subjek penelitian ialah dari industri makanan dengan kriteria usaha yang tentunya belum memiliki legalitas, belum mengenal digital marketing serta kurang paham mengenai kemasan. Adapun pihak lain yaitu Ketua RW yang telah memberikan informasi terkait keberadaan UMKM yang ada di Desa Rancakole.

Peralatan yang telah digunakan selama pendampingan dan pembinaan kepada pelaku UMKM tersebut yaitu menggunakan perangkat lunak untuk pembuatan akun e-commerce.

### Metode

Program kegiatan ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan metode observasi yang berfokus pada eksplorasi potensi yang dimiliki UMKM yang diulas secara terperinci dan mendalam dalam bentuk pertanyaan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Rancakole, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung dengan jangka waktu 5 minggu. Sampel pada pembinaan ini yaitu 2 UMKM dari jumlah populasi UMKM 157. Pengambilan sampel berdasarkan potensi UMKM yang telah memenuhi Kriteria berdasarkan pertimbangan yang berfokus pada tujuan.

Jenis data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah data primer yang

didapatkan oleh penulis secara langsung dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan langsung dengan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di Desa Rancakole dengan berfokus pada UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari hasil observasi di Desa Rancakole didapat bahwa 85% UMKM belum memiliki legalitas, kurang pahamnya penggunaan kemasan yang menarik dan ketidak tahuan tentang pemasaran digital.

Kegiatan pendampingan dan pembinaan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki UMKM dengan memberikan nilai tambah pada produk dengan perbaikan kualitas kemasan, logo sebagai branding produk, dan legalitas yang akan membantu dalam perluasan pangsa pasar yang diupayakan dengan pemasaran digital.

Pelaksanaan pendampingan dan pembinaan UMKM dalam program KKN memerlukan pendekatan yang terstruktur agar dapat memberikan dampak positif bagi UMKM yang dibina.



Gambar 1. Pelaksanaan pendampingan inovasi logo kemasan

Pada pelaksanaan kegiatan dilakukan secara intensif dengan mengunjungi UMKM secara berkala, memberikan saran dan memantau perkembangan.

Pelatihan ini diberikan materi terkait peluang dari pemanfaatan media sosial sebagai media jual beli di era milenial ini. Menurut Irianto (2018), pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu offline marketing atau pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan dengan pertemuan secara langsung dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai online marketing.

Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu contoh online marketing. Online marketing telah merubah beberapa UMKM yang telah memanfaatkan media sosial, karena dirasa telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang besar untuk mengenalkan dan memasarkan produk layanan yang ditawarkan. Salah satu faktor penting untuk menunjang proses tersebut adalah dengan penggunaan sarana teknologi informasi yang salah satunya adalah penggunaan social media pada UMKM di Indonesia (Dentoni et al 2009).



Gambar 2. Pelaksanaan pembinaan pemasaran produk untuk penjualan online

Terkait dengan kegiatan yang telah dilaksanakan, pelaku UMKM mampu mengembangkan produk yang dihasilkan oleh UMKM setelah mengikuti program pembinaan. Selain itu, pelaku UMKM sudah memiliki legalitas berupa NIB (Nomor Izin Berusaha) dan dengan adanya pendampingan penggunaan teknologi pelaku UMKM tersebut mulai memanfaatkan teknologi digital dalam

operasioanl bisnis, seperti pemasaran digital, platform e-commerce.



**Gambar 3. Pelaksanaan pembuatan NIB untuk legalitas UMKM**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, kegiatan ini memberikan hasil bahwa pelaku UMKM sangat antusias dengan adanya pendampingan ini terutama dengan adanya digitalisasi produk. Sehingga pemahaman terhadap *branding* dalam strategi pemasaran mulai bertambah terutama tentang pemasaran digital. Sebelumnya para pelaku UMKM hanya mengemas produknya dengan kemasan biasa tanpa logo dan hanya di pasarkan pada hari tertentu dan sesuai dengan adanya pesanan.

Setelah dilakukan pendampingan dan pembinaan ini para pelaku UMKM memiliki kemasan yang menarik dengan memiliki logo dan legalitas serta pemasaran yang lebih luas, kemudian mulai mengidentifikasi kebutuhan dari konsumen, menentukan target potensial, mengidentifikasi pesaing, memilih sarana bersaing dan memilih penggunaan media dalam promosi. Selanjutnya, peserta juga telah memahami terkait media elektronik sebagai sarana promosi agar lebih menjangkau pasar yang lebih luas. Setelah adanya pendampingan UMKM diharapkan banyak masyarakat Desa Rancakole, Kecamatan Arjasari yang termotivasi untuk membuka dan mengembangkan UMKM lebih baik lagi di masa mendatang, sehingga mampu berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Desa Rancakole.

No	Tanggal	Kegiatan
1	06-Agu-24	Kunjungan dan observasi ke UMKM renginang Ibu Cucu
2	07-Agu-24	Observasi lanjutan sekaligus konfirmasi kepada Ibu Cucu untuk melakukan penampungan dan pembinaan UMKM
3	14-Agu-24	Penampungan dan pembinaan UMKM minggu pertama (Tahap produksi)
4	22-Agu-24	Pendampingan pembuatan kemasan dan logo produk
5	26-Agu-24	Verifikasi akun e-commers
6	27-Agu-24	Foto produk dan melengkapi profil e-commers
7	28-Agu-24	Pembuatan NIB bersama DPMPSP Kabupaten Bandung
8	02-Sep-24	Verifikasi e-commers
9	03-Sep-24	Praktek pembelian produk secara online

Tabel 1. Pelaksanaan pendampingan dan pembinaan

## KESIMPULAN

Setelah kegiatan pendampingan dan pembinaan, pelaku UMKM mampu dan lebih siap bersaing di pasar dengan melalui penguatan peningkatan kualitas produk maupun penguatan dalam pemasaran digital. Pendampingan penggunaan teknologi digital membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan tren pasar dari waktu ke waktu, seperti peningkatan penjualan melalui e-commerce.

Namun, durasi pendampingan yang mungkin terlalu singkat menjadi keterbatasan dalam penelitian ini sehingga tidak dapat melihat pertumbuhan hasil jangka panjang dari UMKM tersebut. Oleh karena itu, program pendampingan dan pembinaan perlu dilanjutkan dengan pendekatan yang lebih terfokus pada kebutuhan yang lebih spesifik dari UMKM itu sendiri.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan KKN-PM ini, diantaranya:

1. Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., SIP., MM., CHRA selaku Rektor Universitas Winaya Mukti.
2. Dr. Hj. Winna Roswinna, SE., MM., CPM. Selaku Dekan Universitas Winaya Mukti
3. Dr. Ir. Syapril Janizar, MT., MM., IPM., ACPE., ASEAN., Eng. Selaku Ketua LPPM Universitas Winaya Mukti
4. Nana Suhana, SE., MM., Selaku Koordinasi Kecamatan Arjasari
5. Tasdik Suryana Selaku Kepala Desa Rancakole dan seluruh masyarakat yang telah

menerima dan berkolaborasi dalam setiap kegiatan.

6. Rekan – rekan kelompok atas kerja sama dan semangat tim yang telah ditunjukkan
7. Serta pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam berbagai bentuk.

Kami juga mengucapkan terimakasih atas kerjasamanya semoga dengan kegiatan KKN-PM UNWIM Desa Rancakole dapat membawa perubahan serta implementasi ilmu yang bermanfaat untuk lingkungan Desa Rancakole.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggaraeni, A. F., Anisarida, A. A., Janizar, S., & Amijaya, D. T. (2024). Kualitas Sistem Informasi Manajemen Dan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Konstruksi Di Jawa Barat Dari Perspektif: Teknologi Informasi, Manajemen Pengetahuan Dan Pengendalian Internal. *Jurnal Teknik Sipil Cendekia (Jtsc)*, 5(2), 1018-1039
- Rahayu DP. 2016. *Kajian Keberhasilan Program Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umk) Pangan Direktorat Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan dalam Penerapan Prinsip Keamanan Pangan*. [SKRIPSI]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor
- Alifa Fidela dkk. 2020. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*, *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor
- Indirahma Putri Zahra dkk. 2020. *Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan*

- Menengah (Ukm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur
- Janizar, S., Priatna, D. K., Roswinna, W., Anisarida, A. A., & Yulianti, M. L. (2023). The Influence of Leadership Style and Work Environment on Motivation and Its Implications on Performance PT. Nuansa Citramandiri. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 253-269
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- OECD. (2002). *Tax administration: Supporting SMEs to get tax right series strategic planning*. Paris: OECD Paris.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKIS
- Pelangi Aksara. Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES. Tersedia dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=%29.+Usaha+Mikro+Kecil+dan+Menengah+di+Indonesia%3A+Isu-Isu+Penting&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=%29.+Usaha+Mikro+Kecil+dan+Menengah+di+Indonesia%3A+Isu-Isu+Penting&btnG=)
- Sugiyono. (2015). *Metodologi penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Tersedia dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Metodologi+Penelitian+Pendidikan%3A+Pendekatan+Kuantitatif%2C+Kualitatif%2C+dan+R%26D&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Metodologi+Penelitian+Pendidikan%3A+Pendekatan+Kuantitatif%2C+Kualitatif%2C+dan+R%26D&btnG=)
- Yin, R. K. (2003). *Studi Kasus: Disain dan Metode*. M. Djauzi Mudjakir (Penerjemah). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Tersedia dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Studi+Kasus%3A+Desain+dan+Metode.%2C+M.+Djauzi+Mudjakir+%28Penerjemah%29&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Studi+Kasus%3A+Desain+dan+Metode.%2C+M.+Djauzi+Mudjakir+%28Penerjemah%29&btnG=)
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121–126. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>