

SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA KADUR

Variza Aditiya¹, Aldi Iswandi², Ary Wahyudi³, Ayu Lestari⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lancang Kuning¹²³⁴

Email: varizaaditiya@stia-lk-dumai.ac.id¹ Aldiiswandi@gmail.com² Arywahyudi@gmail.com³ Ayulestari@gmail.com⁴

Abstrak

KEYWORDS

*Sosialisasi,
Kewirausahaan,
Pemberdayaan,
Ekonomi*

Desa Kadur merupakan desa yang perlu menjadi perhatian terutama dalam peningkatan sumber daya manusia baik dari aspek pendidikan, ekonomi dan sosial. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya sumber daya manusia yang ada di desa tersebut. Peningkatan sumber daya manusia di desa Kadur membantu dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan menjunjung tinggi visi kabupaten Bengkalis. Dengan demikian kegiatan PKM diselenggarakan berupa sosialisasi mengenai legalitas usaha khususnya mengenai merek dan legalitasnya serta sosialisasi mengenai manajemen usaha khususnya mengenai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha

1. Pendahuluan

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang akan Tim kami laksanakan berlokasi di Desa Kadur. Masyarakat di Desa Kadur tidak sedikit pula yang berprofesi sebagai pengusaha khususnya pelaku usaha UMKM. Dalam upaya untuk mendorong pemberdayaan masyarakat, khususnya masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diperlukan dukungan yang komprehensif dari lembaga keuangan (H. Hildawati & Suri, 2020). Terdapat pelaku usaha UMKM yang masih bersifat merintis kegiatan usaha namun ada pula pelaku usaha yang telah lama melakukan kegiatan usaha namun usahanya belum dapat berkembang dengan baik (Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, 2022). Berdasarkan ilustrasi tersebut, pelaku usaha UMKM membutuhkan pemahaman mengenai manajemen dan legalitas usaha untuk mendukung kegiatan usaha agar dapat berkembang dengan baik kedepannya. Keandalan (Reability) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen,

sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Variza Aditiya, Lili Suryani, 2022). Berbagai perbedaan yang muncul akan mengarah pada tingginya gejolak sosial. Untuk itu, menjadi sangat penting bagi perusahaan agar dapat melakukan penyesuaian dengan masyarakat sekitar dan menjalin hubungan yang 'mutualis' untuk menciptakan social equilibrium. (D. A. Hildawati, 2007)

Dengan demikian pelaku usaha UMKM di Desa Kadur perlu diberikan penyuluhan terkait dengan manajemen usaha yaitu strategi pemasaran, karena mayoritas pelaku usaha belum memahami bagaimana strategi dalam memasarkan produk barang maupun jasa agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang sejenis (Variza Aditiya, Refdi Saidina Ali, 2022). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai hal, seperti dari pengalaman pembelian sebelumnya, teman dan informasi pasar. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas atau citra yang tinggi pelanggan (Variza Aditiya, Muhalida Zia Ibar, 2022). Setiap perusahaan yang berorientasi dengan laba, akan berupaya pelayanan dengan

baik yang sesuai dengan bukti amper dengan besarnya tarif yang di bebankan kepada pelanggan (E. Maznah Hijeriah, Lili Suryani, 2022). Selanjutnya, pelaku usaha juga perlu diberikan penyuluhan mengenai pentingnya pemberian merek pada produk barang/jasa yang dimiliki, karena selain sebagai tanda pembeda, merek juga memiliki fungsi penting sebagai hak kepemilikan agar merek yang dimiliki terhindar dari penjiplakan/peniruan oleh pelaku usaha lain. Kepuasan pelanggan menurut Husein Umar (2005:65) ialah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan harapannya. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa (Aditiya & , Yulianda sari, 2022). The progress of the times has made the order and dimension of community values in various fields more complex (Hildawati, Nurmala Sari, 2022). Fungsi inilah yang belum diketahui oleh pelaku usaha sebagai legaitas merek, Karen berdasarkan pemahaman pelaku usaha merek hanya sekedar tanda pembeda saja. agen perubahan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga tanggung jawab moral dan sosial memberikan keuntungan kepada seluruh stakeholder (H. Hildawati, 2020). Pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan fokus pada pelaku usaha UMKM di Desa Kadur sebagai target program dengan tujuan agar pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman mengenai legalitas (merek) dan manajemen usaha (manajemen pemasaran) sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan.

2. Metode

Metode yang diterapkan dalam kegiatan PKM ini adalah Penyuluhan/ Pelatihan dan Simulasi (education approach). Menurut Samsudin (1987), penyuluhan adalah sistem pendidikan nonformil tanpa paksaan menjadikan seseorang sadar dan yakin bahwa sesuatu yang diajarkan itu akan membawa ke arah perbaikan

dari hal-hal yang dikerjakan atau dilaksanakan sebelumnya Teknik penyuluhan yang digunakan adalah teknik komunikasi informatif dan teknik komunikasi persuasif. Upaya atau tindakan yang harus dilakukan untuk mewujudkan harapan pelanggan ke dalam desain dan standar kepuasan pelanggan, akan efektif hanya bila pihak manajemen memiliki filosofi komitmen dan ketulusan kehendak untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Variza Aditiya, Yulianda Sari, 2022).

Teknik komunikasi informatif adalah proses penyampaian pesan yang sifatnya "memberi tahu" atau memberikan penjelasan kepada orang lain. Sasarannya yaitu seluruh pegawai kantor lurah dan perwakilan dari Masyarakat. Sedangkan Teknik komunikasi persuasif merupakan suatu teknik komunikasi yang dilakukan agar orang lain bersedia menerima sustu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain sebagainya sesuai dengan yang diharapkan Melalui pendekatan komunikatif diharapkan terjalin interaksi sosial yang interaktif antara Tim PKM dan Peserta yang konstruktif, kondusif, dan dinamis selama kegiatan.

Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan, meliputi: a) Perkenalan; b) Penyajian Materi oleh Narasumber/Pemakalah; c) Penyampaian Informasi Terkini tentang Pelayanan Publik; d) Interaktif Tanya Jawab; dan e) Foto Bersama dan Ramah tamah

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Kadur Kecamatan Rupa Utara Kabupaten Bengkalis dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2020 diikuti oleh 20 (dua puluh) peserta yang terdiri dari Kepala desa dan perangkatnya, serta masyarakat setempat.



Foto Kegiatan PKM

Susunan Acara

No	Tahapan	Waktu	Kegiatan	
			Pemberian Materi	Sasaran
1	Pembukaan	20 Menit	a. Pembukaan b. Sambutan Kepala Desa c. Doa d. Salam Perkenalan Narasumber e. Memperkenalkan diri f. Menjelaskan tujuan	➢ Menjawab salam ➢ Mendengarkan
2	Penyajian Materi	60 Menit	Narasumber/ Pemakalah	➢ Menyimak ➢ Mendengarkan ➢ Memahami
3	Simulasi	30 Menit	Narasumber dan Peserta	➢ Atraktif Audiens
4	Interaktif/ Tanya Jawab	60 Menit	a. Interaktif b. Berbagi Pengalaman/ Informasi c. Pemecahan Kasus	➢ Tanya Jawab ➢ Berbagi Pengalaman
5	Penutup	10 Menit	a. Penutupan b. Foto Bersama c. Ramah Tamah	➢ Interaksi ➢ Dokumentasi

4. Simpulan dan Saran

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah memberikan sosialisasi mengenai legalitas usaha khususnya mengenai merek dan legalitasnya serta sosialisasi mengenai manajemen usaha khususnya mengenai

strategi pemasaran dalam kegiatan usaha. Sosialisasi tersebut disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM di Desa Kadur. Hal ini agar pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman mengenai legalitas (merek) dan manajemen usaha (manajemen pemasaran) sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan.

Disarankan kepada Aparatur Kantor Desa Kadur Kecamatan Rupert Kabupaten Bengkalis perlu mengenai legalitas (merek) dan manajemen usaha (manajemen pemasaran) sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan.

5. Daftar Pustaka

Samsudin, S. 1987. *Manajemen Penyuluhan Pertanian*. Binacipta. Bandung

Aditiya, V., & Yulianda sari, L. agustin. (2022). Kepuasan Pelanggan Hotel Comforta Dumai Variza. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 2663–2670. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd.k.v4i3.6469>

E. Maznah Hijeriah, Lili Suryani, L. K. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PDAM Tirta Dumai Bersemai Kota Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6430–6443. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd.k.v4i4.6500>

Hildawati, Nurmala Sari, M. A. (2022). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6444–6456. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd.k.v4i4.6501>

Hildawati, D. A. (2007). *Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT . Pertamina RU II Dumai COMMUNITY SATISFACTION WITH THE IMPLEMENTATION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM OF PT . PERTAMINA RU II DUMAI (Corpo. 14.*

- Hildawati, H. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kelompok Nelayan Tuna Terhadap Program CSR PT Pertamina RU II Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, VI(2), 151–165. [https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(2\).5964](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(2).5964)
- Hildawati, H., & Suri, D. M. (2020). Potensi UEK-SP Kelurahan Rimba Sekampung Untuk Transformasi Menjadi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Di Kota Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 24–42. [https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(1\).4939](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(1).4939)
- Variza Aditiya, Lili Suryani, R. R. S. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6023–6032. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd k.v4i4.6437>
- Variza Aditiya, Muhalida Zia Ibhar, N. A. N. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Agung Automall Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 5728–5743. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd k.v4i4.6390>
- Variza Aditiya, Refdi Saidina Ali, D. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Individu PT Sekato Pratama Makmur (SPM) Bukit Batu. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 2671–2683. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd k.v4i3.6471>
- Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, F. N. (2022). Fungsi Kepemimpinan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 2650–2662. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd k.v4i3.6466>
- Variza Aditiya, Yulianda Sari, D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6212–6224. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpd k.v4i4.6480>