

Pelatihan Usaha Ekonomi Produktif Anggota PKK Desa Rejoslamet, Kec. Mojoagung,
Kab. Jombang

Hartono ¹, Rahayu ², Adik Rudianto ³, Nersiwad ⁴
hartono.fe@unim.ac.id

Universitas Islam Majapahit

ABSTRACT

The purpose of conducting productive economic business training for PKK members, women home workers carried out by the Jombang Regency Women's Empowerment and Child Protection Service is to help improve the economy and family welfare. The training on productive economic business in the form of training on making wallets and bags from leather was attended by 25 participants consisting of: 1) PKK members, 2) Female cadres of Rejoslamet village, Mojowarno District, Jombang Regency. The training method is carried out by direct practice method by bringing in experts in making bags and wallets, and questions and answers. The results of the training on productive economic efforts for PKK members and female cadres, the training participants were very enthusiastic to participate and actively dialogued about how to implement the right marketing strategies for the results of their activities.

Keywords: Business training, marketing strategy

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya pelatihan usaha ekonomi produktif bagi anggota PKK, perempuan pekerja rumahan yang dilakukan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Jombang adalah dalam rangka membantu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan keluarga. Pelatihan usaha ekonomi produktif dalam bentuk pelatihan pembuatan dompet dan tas dari bahan kulit diikuti 25 peserta yang terdiri dari: 1) Anggota PKK, 2) Kader perempuan desa Rejoslamet Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Metode pelatihan dilakukan dengan metode praktek langsung dengan mendatangkan tenaga ahli pembuatan tas dan dompet, dan tanya jawab. Hasil pelatihan usaha ekonomi produktif bagi anggota PKK serta kader perempuan, Peserta pelatihan sangat antusias untuk mengikutinya serta aktif berdialog tentang bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang tepat bagi hasil kegiatannya.

Kata Kunci: Pelatihan usaha, strategi pemasaran,.

PENDAHULUAN

Tujuan pembangunan nasional adalah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mewujudkan kesejahteraan rakyat (Nersiwad, 2021). Di antara kunci keberhasilan pembangunan adalah meningkatkan sumber daya manusia yang disesuaikan

dengan beragam aspirasi dan hambatan bagi kemajuan kelompok masyarakat laki-laki dan perempuan.

Dalam rangka merampingkan dan mengoptimalkan upaya integrasi pengarusutamaan gender secara terpadu dan terkoordinasi, Pemerintah mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2000 tentang Penguatan peran Gender dalam Pembangunan Nasional. Disebutkan bahwa dalam rangka meningkatkan kedudukan, peran dan kualitas perempuan, serta upaya mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender dalam kehidupan keluarga, masyarakat, nasional dan bernegara perlu dilakukan strategi pengarusutamaan gender dalam seluruh proses pembangunan nasional.

Untuk menindaklanjuti program peningkatan partisipasi dan kesetaraan gender dalam pembangunan, Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Jombang membuat program pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan peran perempuan dalam pembangunan. Upaya peningkatan pendapatan keluarga dilakukan melalui Kegiatan Ekonomi Produktif, baik yang ditempuh oleh masing-masing keluarga maupun dalam kelompok seperti kelompok usaha ekonomi, kelompok tani, asosiasi kelompok tani, dan koperasi. Kegiatan Ekonomi Produktif adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rumah tangga atau kelompok usaha ekonomi dengan tujuan: 1) meningkatkan pendapatan keluarga; 2) menciptakan lapangan kerja; dan 3) ketahanan pangan bagi masyarakat. Kegiatan ekonomi produktif diwujudkan dalam bentuk program kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan bantuan penguatan modal usaha untuk kegiatan ekonomi produktif, pendampingan modal, dan pembinaan atau pelatihan kepada kelompok usaha kecil di masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pada Pembinaan perempuan dalam hal ini ibu PKK dan kader perempuan di desa Rejoslamet, dalam usaha ekonomi produktif (Pembinaan Perempuan). Kegiatan pelatihan dengan menggunakan praktek, metode ceramah, dan tanya jawab secara langsung.

a. Waktu dan Tempat Kegiatan

Tempat Kegiatan : Balai Desa Rejoslamet, Kec. Mojowarno, Kab. Jombang.

b. Peserta

- 1) Peserta pembinaan perempuan usaha ekonomi produktif berjumlah 25 orang yang berasal dari anggota PKK serta kader perempuan desa Rejoslamet Kec Mojowarno Kab Jombang
- 2) Status peserta pelatihan terdiri atas : a) Ibu Rumah Tangga, dan b) Kader Perempuan.

c. Maksud Kegiatan :

1. Memberikan pemahaman tentang teknik pemasaran yang tepat agar tas dan dompet yang ditawarkan merupakan jasa yang memiliki ciri khusus dan banyak diproduksi dengan berbagai variasi bahan.
2. Para peserta memahami bagaimana mengatasi segala bentuk kesulitan dalam variasi produk baik tas maupun dompet karena produk tersebut merupakan produk fashion, untuk itu harus menunjukkan kualitas bahan yang bagus dan desain yang unik dan elegan sehingga akan cepat memperoleh pangsa pasar dan posisi pasar

3. Para peserta memahami pentingnya manajemen pemasaran terutama tentang strategi pemasaran produk yang meliputi : harga, produk, promosi dan distribusi.
4. Para peserta memahami pentingnya peluang pasar dan posioning produk sehingga mudah menerapkan strategi bersaing yang tepat.



d. Metode Pelatihan

Pembinaan usaha ekonomi produktif yang dilakukan kali ini dengan memberikan pelatihan usaha ekonomi produktif dan kewirausahaan. Adapun secara keseluruhan kegiatan pelatihan ini materinya meliputi:

- 1) Pengarahan Kepala Dinas Kabupaten Jombang berkaitan dengan maksud dan tujuan dilaksanakan pelatihan tentang ekonomi produktif,
- 2) Pemberian pelatihan tentang usaha ekonomi produktif di tengah keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penyampaian materi pengembangan ekonomi lokal yang disampaikan narasumber telah mendapat respon yang cukup baik dari peserta, hal ini dapat dilihat dari hasil diskusi dan tanya jawab yang menunjukkan adanya pemahaman dalam diri peserta bahwa :

- a. Beberapa peserta menanyakan secara detail tentang pentingnya pengembangan ekonomi lokal dikaitkan dengan kemitraan yang difasilitasi oleh pemerintah agar IKM dapat berkembang dengan bermitra dengan berbagai institusi swasta sebagai sarana dalam suport dana / modal usaha, pemasaran, pelatihan SDM dan lain-lain. Selain itu para peserta juga memahami tentang mekanisme kemitraan yang harus ditempuh serta membina hubungan dengan para mitra.
- b. Beberapa pertanyaan juga mengarah pada strategi kemitraan (Hartono et al., 2020), pertanyaan mengarah pada bagaimana cara/ mekanisme menjalin hubungan dengan mitra yang bersedia mendukung usaha IKM, bermitra dengan pihak swasta dalam hal ini adalah perusahaan besar yang menyelenggarakan program PKBL (program Kemitraan dan Bina Lingkungan), apa langkah yang harus ditempuh IKM dan sistem binaan.
- c. Strategi pemasaran yang tepat untuk pemasaran produk tas dan dompet ditawarkan secara variatif dan kosumen / pelanggan di beri kebebasan untuk memilih sehingga produk yang diproduksi menyesuaikan berbagai permintaan pasar. Semakin variatif produk yang ditawarkan kepada pelanggan maka akan banyak memberikan berbagai tawaran yang akan dipilih oleh pelanggan maka akan meningkatkan kinerja dan potensi pasar bagi kelompok maupun kelangsungan usaha
- d. Menyadari betapa ketatnya persaingan produk ini maka semua peserta harus berusaha keras untuk dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat
- e. Memahami strategi pemasaran yang tepat untuk setiap variasi produk sehingga setiap peluang dapat dimasuki.
- f. Beberapa jaringan pemasaran yang dimiliki perlu pemahaman tentang perilaku pembelian untuk berbagai jenis produk (Hartono, Adik, 2021) karena hal tersebut sangat terkait erat dengan daya beli masyarakat. Selain itu peserta menyampaikan kesulitannya ketika berhadapan dengan konsumen yang memperlumahkan harga jual, bagaimana peserta harus meyakinkan bahwa produk tas dan dompet di Desa Rejoslamet, Kec. Mojowarno, Kab. Jombang adalah produk yang berkualitas untuk berbagai segmen pasar.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pemaparan serta hasil diskusi yang di sampaikan kepada peserta berkaitan dengan materi manajemen pemasaran serta hasil diskusi yang di sampaikan kepada peserta adalah pemahaman terhadap penerapan strategi pemasaran yang tepat agar volume penjualan dapat dicapai secara optimal. Kemampuan membaca strategi yang dilakukan pesaing juga perlu dilakukan untuk melakukan pembenahan strategi agar tidak kalah bersaing. Inovasi produk maupun strategi pemasaran harus selalu dilakukan karena konsumen bersifat fleksibel dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk, produk yang novatif dan memberikan manfaat yang lebih merupakan pertimbangan mendasar bagi konsumen dalam menentukan pilihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Adik, R. (2021). *Desain Komersialisasi Dan Promosi Produk Minuman Inovasi pada Lupa Waktu Caffe*. 3(1), 25–32. [Http://Ejurnal.Unim.Ac.Id/Index.Php/Abdimasnusantara/Article/View/1112/599](http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/abdimasnusantara/article/view/1112/599)
- Hartono, H., Rudiyanto, M. A., & Asj'ari, F. (2020). Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi Pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan). *Prive: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 72–84.
- Nersiwad, H. (2021). Alokasi Penanaman Modal Asing (Pma) Sektoral Pada Era Covid-19 Di Indonesia. [Http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/1764](http://journal.stiemb.ac.id/index.php/Mea/article/view/1764), 5(3), 2804–2816. [Http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/1764](http://journal.stiemb.ac.id/index.php/Mea/article/view/1764)
- Kementrian Pendidikan Nasional. 2010. *Bahan Pelatihan Untuk Calon Wirausaha “Modul 3 Manajemen Usaha Kecil”*. Jakarta.
- Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. 2012. *Kebijakan dan Strategi Peningkatan Produktifitas Ekonomi Perempuan (PPEP)*. www.kemenpppa.go.id.
- Kesetaraan gender : Perlu sinergi antar Kementrian / Lembaga Pemerintah Daerah dan Masyarakat. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1667/>.
- Soenyono. 2012. *Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat (Community empowerment)*. Jengala Pustaka Utama. Surabaya.
- Setiartiti, L. 2019. Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Bagi Masyarakat Miskin Kampung Keluarga Berencana (KB). *Seminar Nasional ABDIMAS II*.