

PEMBINAAN USAHA BOUQUET IBU-IBU USIA PRODUKTIF DALAM MEMBANGUN PEREKONOMIAN PASCA COVID-19

Indra Kurniawan, Afrida Novita Sari
STIE PGRI Dewantara Jombang
Korespondensi: *indra.k@stiedewantara.ac.id

Abstrak

Salah satu fokus kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa yang diselenggarakan di Desa Kesamben yaitu kegiatan yang berupaya dalam mengatasi dampak covid-19 khususnya di bidang ekonomi. Desa kesamben merupakan desa yang memiliki potensi pada sumber daya manusia, khususnya ibu-ibu usia produktif. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya organisasi masyarakat yang rata-rata di ikuti oleh ibu-ibu usia produktif. Namun ibu-ibu ini rata-rata masih minim *skill* untuk membuat keterampilan yang bisa menghasilkan uang demi bertahan hidup pasca covid-19. Untuk itu, penulis bersama team dan mahasiswa melakukan kegiatan untuk membantu menyelesaikan kendala yang dihadapi oleh ibu-ibu usia produktif di Desa Kesamben yaitu dengan mengadakan pelatihan bouquet serta pelatihan pemasaran produk. Kegiatan tersebut telah dilaksanakan dengan baik oleh tim.

Kata kunci: Ibu-ibu usia produktif, pelatihan bouquet, pelatihan pemasaran produk

Abstract

One focus of lecturer and student service activities held in Kesamben Village is activities that seek to overcome the impact of Covid-19, especially in the economic field. Kesamben village is a village that has potential in human resources, especially women of productive age. This can be seen from the many community organizations that on average women of reproductive age participate in. However, these mothers on average still lack the skills to make skills that can generate money to survive after Covid-19. For this reason, the authors along with the team and students carried out activities to help solve the obstacles faced by productive age mothers in Kesamben Village, namely by holding bouquet training and product marketing training. This activity was carried out well by the team.

Keywords: Productive age mothers, bouquet training, product marketing training

A. PENDAHULUAN

Di era pasca covid-19 seperti saat ini, masyarakat khususnya para ibu memiliki peran strategis dalam mempercepat pemulihan ekonomi desa. Dengan membekali mereka pendidikan atau pelatihan tentang cara menciptakan produk, strategi pemasaran yang efektif, pendampingan usaha, dan lain lain, diharapkan mampu mendongkrak perekonomian desa Kesamben pada masa pemulihan pasca Covid-19. Menurut data potensi sosial ekonomi desa/ kelurahan tahun 2019 yang ada di tabel 1.1, Desa Kesamben memiliki jumlah masyarakat dengan usia produktif sekitar 1.110 orang. Dengan hal ini, Desa Kesamben memiliki potensi pada masyarakat usia produktif khususnya para ibu rumah tangga.

Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya *skill* atau keterampilan serta pemahaman yang dimiliki oleh para ibu usia produktif di Desa Kesamben mengenai berwirausaha dan memasarkan produk. Program pelatihan untuk para ibu biasanya dilakukan hanya ketika ada program yang dilaksanakan desa sedangkan pada saat pandemi kemarin, masyarakat tidak diperbolehkan untuk berkumpul. Melihat permasalahan tersebut, penulis membagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk melakukan pembinaan kepada para ibu melalui kegiatan pelatihan pembuatan bouquet serta pemasaran produknya.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. Desa Kesamben memiliki potensi pada masyarakat usia produktif khususnya para ibu rumah tangga.

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)
1.	<1 Tahun	60
2.	1-4 Tahun	451
3.	5-14 Tahun	1.204
4.	15- 39 Tahun	1.110
5.	40-64 Tahun	811
6.	65 Tahun Keatas	153

Tabel 1.1 Sumber Data: Data Potensi Sosial Ekonomi Desa/Kelurahan Tahun 2019

Profil Mitra Binaan

Ibu-ibu usia produktif yang mengikuti pembinaan merupakan ibu rumah tangga yang ada di Desa Kesamben dengan rentang usia 15-39 tahun. Kebanyakan dari mereka tidak memiliki pekerjaan tetap dan hanya membantu suaminya bekerja. Tim pengabdian mengajak beberapa ibu di beberapa desa yang ada di Kesamben yaitu Desa Sumberbeji dan Desa Padar karena wilayahnya cukup luas sehingga jumlah masyarakat di sana lebih banyak.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Nasution (2011:1), Kapasitas atau kemampuan individu adalah kesanggupan atau kecakapan yang berarti bahwa seseorang yang memiliki kecakapan atau kesanggupan untuk mengerjakan sesuatu yang diwujudkan melalui tindakannya untuk meningkatkan produktifitas kerja. Sumber daya manusia merupakan salah satu unsur yang sangat berperan dalam menjamin keberlangsungan suatu organisasi. Menurut Sutrisno (2010:4), sumber daya manusia dapat diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia yang dapat didayagunakan oleh organisasi. Berdasarkan pengertian sumber daya manusia di atas, bisa di pahami bahwa manusia mempunyai kekuatan yang dapat terus ditingkatkan kualitasnya agar dapat menjadikan organisasi lebih unggul.

Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Isoto, 2016), menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang berantai dengan produk lain. Menurut Kotler dan Keller (2007), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi. Strategi pemasaran menurut Swasta (2008:5) adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari pengertian di atas, strategi pemasaran erat kaitannya dengan segmentasi pasar, positioning dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 7P. Menurut Kotler dan Fox, bauran pemasaran terdiri dari 7 alat pemasaran yang dikenal 7p yaitu *product, price, place, promotion, process, physical evident, and people*. Ketujuh elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:62), Promosi (Promotion) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau

jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Menurut Kotler dan Keller (2016:582) bauran promosi terdiri dari 8 unsur yakni *advertising, sales promotion, event and experience, public relation and publicity, online and social media marketing, mobile marketing, direct and data base marketing* dan *personal selling*. Untuk bauran promosi yang dapat melalui online and social media marketing, bisa menggunakan media sosial instagram, whatsapp dan media sosial lainnya.

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pembinaan ini melibatkan semua tim pengabdian di desa Kesamben, 1 pelatih pembuatan bouquet serta 14 peserta yang merupakan ibu-ibu usia produktif di Desa Kesamben. Kegiatan pembinaan ini dilaksanakan di Ruang Pertemuan Balai Desa Kesamben. Pembinaan yang akan diberikan kepada ibu-ibu usia produktif di Desa Kesamben dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai cara pembuatan usaha bouquet beserta bagaimana cara pengembangan usahanya. Tahapan pelaksanaan pembinaan ini terdiri dari 3 tahap, antara lain:

1. Tahap persiapan: Tim melakukan peninjauan lokasi, kemudian berdiskusi dengan tokoh masyarakat yang ada di desa Kesamben mengenai permasalahan yang ada di sana. Setelah tim memiliki rumusan masalah dan mendiskusikannya, tim melakukan koordinasi teknis kembali dengan tokoh masyarakat Desa Kesamben mengenai target para Ibu yang akan diberikan pembinaan, konsep pembinaan serta jadwal pelaksanaan pembinaan. Kemudian tim juga berkoordinasi dengan pelatih untuk bekerja sama melakukan kegiatan pembinaan.
2. Tahap pelaksanaan. Kegiatan pelatihan bouquet beserta sosialisasi pemasaran produk dilakukan pada tanggal 16 Juli 2022 dan dilaksanakan di ruang pertemuan Desa Kesamben. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 14 orang yang berasal dari dusun Padar dan dusun Sumber Beji. Rincian kegiatan yang dilakukan pada saat pelatihan bouquet antara lain memperkenalkan jenis-jenis bouquet, memperkenalkan alat dan bahan yang digunakan untuk membuat bouquet, praktik membuat bouquet snack. Untuk rincian kegiatan sosialisasi pemasaran produk antara lain memperkenalkan macam-macam media sosial, memberikan pemahaman cara membuat akun instagram dan contoh isi kontennya untuk pemasaran bouquet.
3. Tahap evaluasi. Pada tahap akhir kegiatan akan dilakukan evaluasi terhadap kegiatan pelatihan dan sosialisasi yang telah diberikan. Evaluasi akan menyangkut apakah para ibu binaan telah berhasil membuka usaha bouquet dengan baik.



Gambar 1 pelatihan pembuatan bouquet



Gambar 2 sosialisasi mengenai pemasaran produk

D. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pembinaan kepada para ibu usia produktif di Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang telah berjalan dengan baik. Tim penulis berharap agar kegiatan yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat yang baik untuk masyarakat desa Kesamben khususnya para ibu usia produktif yang ada di sana.

E. PENUTUP

Kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa yang dilaksanakan kurang lebih satu bulan dari tanggal 29 Juni-28 Juli di Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang telah berjalan dengan lancar dan baik. Tim penulis berharap agar kegiatan yang telah dilaksanakan dapat terus dilanjutkan warga serta memberi manfaat positif untuk warga kesamben Ngoro Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- Tim KKN Universitas Diponegoro. Kegiatan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid 1oleh mahasiwKKN tim 1 Undip 2021/2022 <https://kkn.undip.ac.id/?p=297098> . di akses pada 12 Februari 2022
- Sugiyani, Y, Munandar & Harsiti (2017). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Usia Produktif Melalui Pembinaan Wirausaha Mandiri Mini Konveksi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (1), 33-38
- Basnawi, Choiriyah (2017). Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Pengelolaan Keuangan Daerah Melalui Clinic Center Oleh Unit Pelaksana Teknislaboratorium Pengelolaan Keuangan Daerah (UPT-LPKD) Jawa Timur. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 5 (3), 5-6
- Dianto, Amsari. Syahrul (2021). Pembinaan di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Dalam Membangun Perekonomian Umat Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3 (2) 225-226