



Akselerasi Peningkatkan Kinerja UMKM Pengrajin Bambu Melalui Digital Marketing

Murry Harmawan Saputra ✉, Murhadi

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Jl. KH. A. Dahlan 3 Purworejo, Jawa Tengah, 54111, Indonesia

| murryhs@umpwr.ac.id ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.3110> |

Abstrak

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilatarbelakangi situasi dan kondisi UMKM kerajinan bambu, di desa Sambeng, kecamatan Bayan, kabupaten Purworejo, yang sampai saat ini belum berkembang dan kurang produktif. Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pengusaha bambu di desa Sambeng adalah berkaitan dengan masalah produktifitas, masalah manajemen bisnis, dan masalah bidang pemasaran yang cakupannya masih sangat terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk pemberdayaan dan memecahkan masalah mitra secara tuntas, berdampak positif, bersifat komprehensif, dan berkelanjutan (sustainable). Target atau sasaran program PKM ini adalah kelompok usia produktif, pemuda/i, dan warga desa Sambeng yang mempunyai usaha sebagai pengrajin bambu yang tergabung dalam kelompok pengrajin bambu dengan nama paguyuban "Bambu Indah Sambeng/BIS". Solusi yang ditawarkan oleh program PKM ini adalah untuk mengatasi problem yang dihadapi oleh kelompok mitra yaitu dengan melaksana rangkaian kegiatan yang terstruktur, sistematis, dan terencana untuk mendukung para pelaku UMKM kengrajinan bambu dalam proses kemandirian ekonomi, melalui pelatihan ketrampilan digital marketing, optimalisasi produksi, inovasi produk dan promosi, serta memberikan pemahaman tentang bagaimana melakukan manajemen bisnis yang baik, sehingga produktifitas dan kinerja UMKM Bambu di desa tersebut dapat lebih ditingkatkan.

Kata Kunci: UMKM, Pemberdayaan, Kemitraan, Digital marketing



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Desa Sambeng merupakan salah satu desa vokasi yang berada di wilayah kecamatan Bayan, kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Warga desa Sambeng cukup heterogen, dengan berbagai latar belakang dan afiliasi, termasuk warga Muhammadiyah juga cukup banyak di desa tersebut. Secara ekonomi, desa ini merupakan desa agraris yang mempunyai potensi ekonomi cukup besar, dan sangat layak untuk diberdayakan dan dikembangkan. Salah satu potensi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang sangat penting untuk diberdayakan dan dikembangkan adalah UMKM kerajinan bambu. Produk yang dihasilkan adalah berupa mebel (meja, kursi, lemari, rak) dan berbagai kerajinan berbahan dasar bambu lainnya.

UMKM pengrajin bambu di desa ini konsisten dalam membuat produk berbahan dasar bambu, karena usaha tersebut sudah berlangsung secara turun temurun dan ketersediaan bahan bakunya mudah didapatkan. Di desa Sambeng terdapat komunitas atau paguyuban UMKM yang memproduksi kerajinan berbahan dasar bambu, hal tersebut menjadikan desa ini berpeluang besar untuk mempunyai satu komoditas unggulan khas daerah, sesuai program pemerintah yaitu program *One Village One Product* (OVOP). Komoditas ini bernilai ekonomi, sehingga dapat dijadikan sumber penghasilan dan meningkatkan kesejahteraan bagi para pelakunya. **Gambar 1** adalah visual potensi ekonomi UMKM di desa Sambeng, kecamatan Bayan.



Gambar 1. Produk Kerajinan Bambu di Desa Sambeng

Meskipun potensinya besar, namun fakta menunjukkan bahwa *home industry* pengrajin Bambu di desa Sambeng produktifitas dan kinerja pemasarannya masih sangat rendah dan cakupan pemasaran yang masih sangat terbatas. Problem klasik yang dihadapi oleh para pengusaha bambu di desa Sambeng ini berkaitan dengan masalah produktifitas, masalah manajemen bisnis, dan masalah pemasaran yang masih sangat terbatas. Mereka masih menggunakan metode pemasaran yang konvensional, produk yang kurang inovatif, belum memanfaatkan teknologi internet, dan belum memahami manajemen bisnis yang baik. Permasalahan pemasaran ini merupakan masalah umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kajian oleh (Subagio et al., 2022) mengungkapkan kendala pemasaran produk sehingga perlu inovasi pemasaran secara digital. Oleh karenanya, hasil yang didapatkan dari usaha tersebut belum optimal. Usaha yang mereka jalankan masih bersifat tradisional dan kurang menjanjikan, sehingga tidak mengherankan jika sebagian pengrajin bambu masih menjadikan usaha tersebut sebagai usaha sampingan meskipun potensinya besar.

Persaingan usaha saat ini semakin ketat, termasuk juga persaingan yang terjadi pada sektor usaha kecil dan menengah. Menyikapi fenomena tersebut sudah seharusnya para pelaku UMKM untuk berbenah diri, beradaptasi, berinovasi, melakukan modernisasi, dan menerapkan strategi pemasaran yang baik, agar usaha yang mereka tekuni dapat lebih menguntungkan, berkelanjutan, dan berdayasaing tinggi. Hasil-hasil penelitian telah menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing, sangat berdampak positif terhadap peningkatan kinerja UMKM (Djakasaputra et al., 2021; Nuseir & Aljumah, 2020; Saura, Palacios-Marqués, & Ribeiro-Soriano, 2021; Taiminen & Karjaluoto, 2015). Melalui pemasaran berbasis teknologi internet akan sangat membantu UMKM dalam memperluas cakupan pasar, mempercepat pelayanan pelanggan, dan meningkatkan jumlah pelanggan (Dlodlo & Mafini, 2014; Hamill & Gregory, 1997; Yusfiarto & Pambekti, 2019). Hal tersebut akan sangat berdampak terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan pelaku UMKM. Usulan program pengabdian PKM ini merupakan tindaklanjut dari hasil riset yang telah dilakukan oleh ketua tim pengusul, mengenai kesiapan pelaku UKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) (Saputra, 2015).

Pada hasil riset tersebut merekomendasikan bahwa para pelaku UKM perlu terus meningkatkan kapasitas dan kapabilitas mereka, agar dapat memenuhi tuntutan pasar (konsumen) usaha sehingga kinerja bisnisnya dapat ditingkatkan.

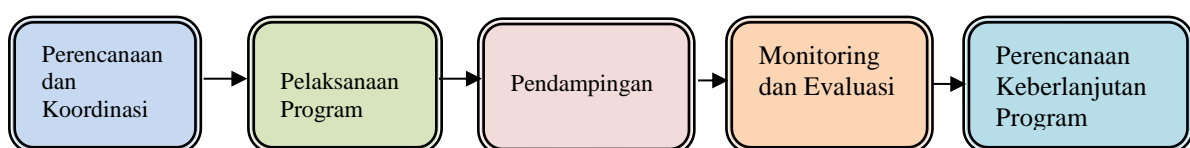
Berdasarkan hasil observasi langsung, diskusi dengan kepala desa Sambeng, dan wawancara terhadap kelompok UMKM pengrajin bambu yang dijadikan mitra, maka masalah yang menjadi kendala utama usaha mereka adalah sebagai berikut: 1) produktifitas dan kinerja UMKM masih rendah yang ditandai dengan jumlah penjualan produk dan pendapatan yang rendah; 2) produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kurang inovatif dan kurang bervariasi; 3) belum memahami manajemen bisnis yang baik; 4) pelaku UMKM masih gaptek; 5) cakupan pemasaran produk yang masih sangat terbatas; dan 6) pembukuan usaha tercampur antara pembukuan bisnis dan rumah tangga, menyebabkan ketidakjelasan keuntungan (profit) pada usaha mereka.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi, maka tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Purworejo memandang perlu untuk melakukan serangkaian program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat desa, membangun kemandirian UMKM, meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan UMKM, sehingga dapat meningkatkan kapasitas usaha dan tingkat kesejahteraan kelompok masyarakat sasaran (mitra). Tujuan khusus dari program PKM ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pemasaran produk UMKM pengrajin bambu di desa Sambeng, melalui implementasi *digital marketing*, sehingga produktifitas dan kinerja UMKM anggota kelompok Bambu Indah Sambeng dapat ditingkatkan.

2. Metode

Kelompok sasaran dalam kegiatan PKM ini adalah kelompok usia produktif yang merupakan para pengrajin bambu di desa Sambeng, yang tergabung dalam kelompok Bambu Indah Sambeng (BIS). Waktu pelaksanaan kegiatan PKM yaitu pada bulan November 2022 sampai dengan Maret 2023. Mentor dan pendamping-pendamping yang berkontribusi dalam kegiatan ini diantaranya adalah Dr. Murry Harmawan Saputra, S.E., M.Sc, Murhadi, S.Pd.T, M.Eng, Mahendra Galih Prasaja, S.E., M.M, dan Mislam (Praktisi Bambu).

Metode pelaksanaan program yang akan dilakukan adalah: (1) Identifikasi potensi dan analisis SWOT (2) Perumusan masalah utama mitra, (3) Pelaksanaan program kemitraan untuk memberikan solusi, (4) Pelatihan, pendampingan, workshop, dan pemberian stimuli kepada mitra, (5) Monitoring dan evaluasi (6) Pendampingan keberlanjutan program. Semua tahap metode ini merupakan satu kesatuan dari program PKM ini. Agar pelaksanaan program PKM ini sesuai output yang diinginkan, terukur, dan sesuai dengan tujuan program, maka rangkaian kegiatan (alur kegiatan) yang dilakukan seperti Gambar 2.



Gambar 2. Alur Kegiatan Program PKM

Tahap pertama adalah perencanaan dan koordinasi tim. Tim PKM merencanakan tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian Program PKM di desa Sambeng dengan melaksanakan rapat koordinasi dengan anggota tim, kepala desa dan mitra. Selanjutnya tim mempersiapkan sarana prasarana dan materi program pelatihan yang perlu diberikan kepada kelompok sasaran. Proses ini telah diawali dengan melakukan profiling kelompok mitra. Tahap berikutnya adalah membuat jadwal pelaksanaan kegiatan program PKM di desa Sambeng.

Tahap kedua adalah pelaksanaan program dan pendampingan. Tindakan-tindakan dalam bentuk program yang akan dilaksanakan untuk mencapai hasil yang diharapkan dari program PKM yang diajukan, yaitu: 1) *Entrepreneurship Motivation*; 2) melakukan analisis SWOT pada kelompok mitra; 3) pelatihan manajemen bisnis; 4) pelatihan dan workshop Pemanfaatan *digital marketing*; 5) membuat Berbagai platform media sosial untuk pemasaran Produk UKM; 6) workshop teknik pemanfaatan sosial media untuk promosi; 7) pelatihan manajemen pembukuan sederhana untuk UMKM; 8) pelatihan inovasi desain produk; 9) pemberian stimuli usaha berupa peralatan dan bahan baku berkualitas untuk mendukung proses produksi UMKM kerajinan bambu; dan 10) pengembangan *Networking* untuk kepentingan jaringan pemasaran.

Tahap ketiga adalah monitoring dan evaluasi. Tim PKM melakukan pengawasan dan evaluasi mengenai ketercapaian indikator-indikator yang menunjukkan keberhasilan program PKM tersebut. Indikator capaian program ini telah ditetapkan dengan rinci dan terukur. Indikator ketercapaian Program PKM di desa Sambeng, diantaranya sebagai berikut: 1) Pengrajin bambu menjadi lebih produktif; 2) mitra mampu meningkatkan produktifitas usaha, baik secara kuantitas dan kualitas produksi; 3) mitra menjadi lebih terampil memanfaatkan teknologi internet; 4) mitra mampu melanjutkan dan mengembangkan *digital marketing* untuk mendukung usahanya; 5) mitra mampu menghasilkan produk hasil pengrajin bambu yang lebih variatif dan inovatif; 6) mitra lebih memahami manajemen bisnis; dan 7) mitra berhasil meningkatkan penjualan produk dengan lebih baik.

Tahap keempat adalah rencana keberlanjutan program. Mempersiapkan keberlanjutan hasil capaian program PKM dalam jangka panjang dan tindak lanjut pendampingan bagi usaha mitra. Tim akan membantu mempersiapkan kemitraan dan kerjasama antara pelaku UMKM pengrajin bambu di desa Sambeng dengan para rekanan pengusaha lain yang merupakan jaringan perusahaan yang telah bermitra dengan Fakultas Ekonomi UMP, seperti perusahaan perbankan dan Perusahaan Daerah Aneka Usaha, yang dapat membantu memperluas jaringan pasar UMKM tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan mengenai hasil pelaksanaan program pengabdian pengabdian kepada masyarakat (PKM) di desa Sambeng kecamatan Bayan, kabupaten Purworejo, dan pembahasan mengenai tahapan-tahapan program yang telah dilaksanakan sehingga dapat melakukan keberlanjutan dari hasil program PKM ini dalam jangka panjang serta tindak lanjut pendampingan bagi kelompok mitra.

3.1. Pelaksanaan Tahap Persiapan dan Perencanaan

Tahap persiapan dan perencanaan program PKM di desa Sambeng telah dilaksanakan dengan baik oleh tim pengabdian. Pada tahap awal, tim pengabdian bersama dengan kepala desa Sambeng dan ketua paguyuban pengrajin bambu, telah melakukan silaturahmi dan sosialisasi program-program yang hendak diberikan kepada kelompok sasaran program pengabdian pada masyarakat (PKM) ini yaitu kelompok usia produktif, bapak-bapak, ibu-ibu rumah tangga dan warga desa Sambeng yang mempunyai usaha sebagai pengrajin Bambu, yang kemudian menjadi mitra kegiatan ini. Mereka tergabung dalam kelompok pengrajin bambu desa Sambeng dengan nama kelompok paguyuban "Bambu Indah Sambeng".

Pada tahap sosialisasi, program pengabdian PKM ini mendapatkan sambutan antusias dari warga, terutama anggota kelompok mitra. Hal ini terbukti dari banyaknya anggota kelompok mitra yang datang menghadiri pertemuan sosialisasi (sebanyak kurang lebih 20 orang produsen/pengrajin bambu). Tahap ini juga sangat bermanfaat untuk mengetahui problem-problem yang di hadapi oleh para pengrajin bambu karena dalam tahap sosialisasi ini memberikan kesempatan kepada para pengrajin bambu untuk "curhat", *sharing* dan berdiskusi dengan tim PKM, terutama terkait bidang manajemen dan pemasaran. Berdasarkan tahap ini, maka tim sosialisasi segera menyusun dan merumuskan skema kegiatan yang di butuhkan, dan diharapkan dapat membantu mengatasi problematika manajemen dan hal-hal terkait pemasaran produk bambu di desa Sambeng.

Berdasarkan observasi dan hasil diskusi dengan pengrajin bambu maupun kepala desa Saambeng, maka permasalahan utama yang dihadapi oleh para pengusaha bambu di desa tersebut adalah berkaitan dengan masalah produktifitas yang masih rendah, produk yang kurang inovatif, belum menjalankan manajemen bisnis yang baik, dan permasalahan bidang pemasaran yang masih sangat terbatas (**Gambar 3**). Setelah melakukan observasi dan *group discussion* dengan kepala desa, perangkat desa dan anggota kelompok mitra, tim PKM melakukan serangkaian kegiatan yang terprogram dan terencana, agar dapat memberi solusi atas permasalahan mitra.

Program PKM yang telah dilakukan diantaranya berupa edukasi dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pelaku UMKM, memberikan stimuli bahan baku dan peralatan, serta dengan penguatan manajemen bisnis bagi pelaku UMKM di desa Sambeng.



Gambar 3. Kunjungan ke Rumah-Rumah Produksi Kerajinan Bambu

Kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya: pelatihan dan *workshop* pemanfaatan *digital marketing*, membuatkan *hosting*, *domain* dan media sosial untuk pemasaran produk UMKM, pelatihan pemanfaatan sosial media untuk pemasaran, pelatihan manajemen bisnis, pelatihan inovasi dan pengembangan produksi, serta pelatihan pembukuan usaha yang baik. Dengan program kemitraan masyarakat ini didapat menjadi *trigger* untuk mendorong peningkatan produktifitas, kapasitas, dan kesejahteraan pelaku UMKM kerajinan bambu di desa Sambeng.

Fakta umum yang ditemukan, para pengrajin bambu yang familiar dengan perdagangan berbasis teknologi internet masih sangat terbatas, oleh karena itu tim berinisiatif untuk membuatkan secara langsung beberapa platform *digital marketing* untuk membantu publikasi dan perluasan promosi produk mereka. Tim telah membuatkan berbagai platform *digital marketing* (*website*, *google maps*, *facebook*, *instagram*, dan *marketplace*). Selain memberikan “kail”, tim pengabdian juga berinisiatif untuk memberikan “ikannya”, yaitu berupa stimuli bantuan untuk pembelian bahan baku bambu berkualitas senilai satu juta pada kelompok Bambu Indah Sambeng, sehingga manfaat secara langsung dari kegiatan ini dapat segera dirasakan oleh pengrajin bambu.

3.2. Pelaksanaan Program

Rangkaian pelaksanaan program dan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mencapai tujuan PKM di Desa Sambeng Kecamatan Bayan adalah:

a. *Focus Group Discussion* (FGD)

Kegiatan pertama yang dilaksanakan oleh tim pengabdian PkM UMP adalah bersama-sama dengan ketua kelompok mitra, kepala desa Sambeng dan perangkatnya, melakukan *Focus Group Discussion* (FGD), untuk menggali informasi mengenai profil mitra, melakukan analisis SWOT, memetakan masalah yang dihadapi oleh mitra, khususnya yang berkaitan dengan bidang manajemen bisnis produk bambu. Selanjutnya merumuskan kegiatan-kegiatan utama yang akan dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PkM) UMP untuk memberi solusi atas masalah mitra. Kegiatan FGD ini dilakukan oleh tim yang difasilitasi oleh pemerintah desa Sambeng dengan menggunakan kantor balai desa Sambeng.

b. *Entrepreneurship Motivation* dan Pelatihan Manajemen Bisnis

Jiwa kewirausahaan dan kapabilitas bisnis dari pelaku UMKM perlu terus ditingkatkan dan diinternalisasi pada para pelaku UMKM (Farinha *et al.*, 2020). Kegiatan selanjutnya yang dilakukan Tim PKM adalah memberikan motivasi kewirausahaan dan memberikan pemahaman mengenai pentingnya meningkatkan kapasitas dan kapabilitas para pengrajin bambu yang telah menekuni bisnis bambu secara turun temurun. Dengan kegiatan ini diharapkan akan membuat para pelaku usaha bambu yang tergabung dalam paguyuban BIS semakin bersemangat dan termotivasi untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas mereka sebagai pengusaha bambu. Kegiatan motivasi berwira usaha ini penting disampaikan kepada mitra sebagai pengetahuan mendasar tentang bagaimana menciptakan dan mengembangkan suatu produk sehingga layak jual dan layak untuk dipasarkan secara luas. Motivasi disajikan oleh pemateri dengan menarik dan peserta sangat antusias. Pelaksanaan motivasi berwirausaha dan pelatihan manajemen bisnis dapat disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. *Entrepreneurship Motivation*

c. Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Produk Unggulan Daerah

Pelatihan kewirausahaan sangat diperlukan bagi peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM (Raharjo *et al.*, 2023). Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, maka tim PKM mengadakan pelatihan Manajemen Kewirausahaan Berbasis Produk Unggulan Daerah kepada anggota kelompok mitra. Hal ini dilakukan agar *home industry* pengrajin Bambu menjadi lebih produktif, mandiri, dan berkembang di desa Sambeng, yang ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan produk mereka setiap bulannya. Kegiatan pelatihan kewirausahaan dapat disajikan pada Gambar 5. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan para pengrajin bambu di desa Sambeng kecamatan Bayan dapat memahami bagaimana seharusnya melakukan manajemen bisnis secara baik, agar hasil yang didapatkan dapat maksimal, sehingga nantinya akan meningkatkan sumber pendapatan mereka.



Gambar 5. *Pelatihan Kewirausahaan*

d. Pelatihan dan Workshop *Digital Marketing*

Digital marketing sangat penting untuk diimplementasikan, baik bagi perusahaan besar maupun usaha dengan skala kecil (Alqasa, & Afaneh, 2022). Pada berbagai studi juga mendorong agar pelaku UMKM untuk mampu mengadopsi dan menerapkan pemasaran berbasis teknologi (Thaha *et al.*, 2021). Para pelaku usaha bambu perlu terus berbenah diri, beradaptasi, berinovasi, melakukan modernisasi, dan menerapkan strategi pemasaran yang baik, agar usaha yang mereka tekuni dapat lebih menguntungkan, berkelanjutan, dan mempunyai daya saing yang baik. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra dan kepala desa, dapat diketahui bahwa para pengrajin bambu yang familiar dengan perdagangan berbasis teknologi internet masih sangat terbatas. Tim berinisiatif untuk mengadakan pelatihan dan membuat secara langsung beberapa platform *digital marketing* untuk membantu publikasi dan perluasan promosi produk seperti ditunjukkan pada Gambar 6.

Tim telah membuat berbagai platform *digital marketing* (*website, google maps, facebook, instagram, dan marketplace*). Dengan pelatihan ini diharapkan dapat memperluas cakupan pasar pengrajin bambu di desa Sambeng dan menjadi *triger* untuk mendorong peningkatan produktifitas pelaku UMKM bambu, agar dapat menjangkau pasar yang semakin luas.

e. Pelatihan Pembukuan Sederhana Untuk UMKM

Sebagian besar pelaku usaha bambu belum memiliki dan menerapkan manajemen usaha atau manajemen bisnis yang baik dalam usahanya. Sebagian para pelaku usaha bambu di desa Sambeng belum mempunyai manajemen pembukuan yang baik dan perencanaan bisnis yang terkonsep. Untuk menjawab problem tersebut, tim pengabdian PKM menyelenggarakan pelatihan pembukuan sederhana yang diperuntukkan untuk UKM. Jenis pelatihan pembukuan yang diberikan adalah pembukuan yang simple sehingga mudah dipahami oleh para pengrajin bambu (Gambar 7).



Gambar 6. Pelatihan *Digital Marketing*



Gambar 7. Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UMKM

Pada akhir sesi pelatihan, tim PKM juga membagikan format buku yang siap pakai yang dapat digunakan oleh pengrajin bambu untuk pencatatan pembukuan usaha mereka. Dengan pelatihan pembukuan sederhana tersebut diharapkan pelaku usaha bambu mempunyai pembukuan yang lebih baik, sehingga mereka dapat mengetahui keuntungan bersih usaha mereka setiap bulannya, dan mereka dapat lebih mudah merencanakan pengembangan kegiatan usaha mereka selanjutnya.

f. Pelatihan Inovasi Produk UMKM

Kemampuan para pelaku UMKM dalam melakukan pembaharuan dan inovasi atas produk maupun teknologi yang mereka hasilkan sangat penting bagi kelangsungan bisnis UMKM (Bashir *et al.*, 2023; Chege & Wang, 2020). Produk bambu yang dihasilkan oleh para pengrajin bambu di desa Sambeng pada umumnya belum cukup bervariasi dan masih kurang inovasi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing bambu yang dihasilkan oleh pengrajin bambu di desa Sambeng tersebut, tim PKM UMP memberikan pelatihan bagaimana membuat varian produk yang bervariasi dan menarik dengan berbahan dasar bambu.

Bahan bambu dimanfaatkan semaksimal mungkin agar tidak ada sisa bahan baku yang tidak bernilai ekonomi. Variasi produk berbahan dasar bambu diantaranya adalah dengan membuat tempat lampu dari bambu, vas bunga, pembatas ruangan, jam dinding, rak sepatu, ayunan dan lain sebagainya (Abdillah *et al.*, 2018). Pada pelatihan ini tim PKM juga mendatangkan narasumber praktisi dari Kebumen, yaitu Bapak Mislam, yang merupakan seorang pengusaha kerajinan bambu yang sudah mempunyai jam terbang tinggi dan mempunyai banyak pengalaman inovasi produk bambu. Pelatihan ini bertujuan agar mitra mampu menghasilkan produk kerajinan bambu yang lebih inovatif dan lebih bervariasi, sekaligus membangun kerjasama dengan pengrajin bambu dari Kebumen yang dimotori oleh pak Mislam.

g. Pemberian Stimuli Usaha untuk Pembelian Bahan Baku

Selain memberikan “kail”, tim PKM UMP juga berinisiatif untuk memberikan “ikannya”, yaitu berupa stimuli bantuan untuk pembelian bahan baku bambu berkualitas senilai satu juta rupiah pada kelompok Bambu Indah Sambeng (Gambar 8).



Gambar 8. Pemberian Stimuli untuk Pembelian Bahan Baku

Manfaat secara langsung dari kegiatan ini dapat segera dirasakan oleh pengrajin bambu. Dengan dana stimulan tersebut diharapkan dapat membantu kelompok Bambu Indah Sambeng dalam menambah ketersediaan bahan baku yang berkualitas, agar produk yang dihasilkan juga mampu memenuhi harapan konsumen.

h. Pengembangan *Networking* dan Kolaborasi UMKM

Tim PKM juga membantu mempersiapkan kemitraan dan kerjasama antara pelaku UMKM pengrajin bambu di desa Sambeng dengan para rekanan pengusaha lain yang merupakan jaringan perusahaan yang telah bermitra dengan UMP, seperti pihak swasta, pemasok, perusahaan perbankan dan Perusahaan Daerah Aneka Usaha, yang dapat membantu memperluas jaringan pasar UMKM tersebut (**Gambar 9**). Penting bagi UMKM untuk terus membangun jejaring dan kolaborasi dengan berbagai pihak, agar memudahkan mereka dalam memperluas cakupannya (*Zaridis et al., 2021*).



Gambar 9. Membangun *Networking* dengan Mitra dan Kolega

Tim PKM memahami bahwa kemitraan dan kerjasama akan dapat berjalan optimal jika masing-masing pihak memperoleh manfaat atau keuntungan dari jalinan kerjasama tersebut, oleh karena itu ketua tim PKM memberikan penjelasan dan pesan kepada para mitra agar selalu menjalin komunikasi yang baik, agar dapat saling meningkatkan kesepahaman dan kerjasama yang saling menguntungkan. Dengan membangun kerjasama dan kolaborasi dengan berbagai pihak, diharapkan akan semakin meningkatkan kinerja pelaku UMKM (Saputra, 2022; Saputra & Pratomo, 2023).

3.3. Monitoring dan Evaluasi

Setelah melakukan serangkaian kegiatan yang terprogram dan terencana, untuk memberi solusi atas permasalahan mitra selama 5 (lima) bulan, maka ada beberapa indikator ketercapaian Program Pengabdian Kepada Masyarakat di desa Sambeng, diantaranya sebagai berikut: 1) *Home industry* kerajinan bambu menjadi lebih produktif, mandiri, dan berkembang di desa Sambeng, yang ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan produk mereka pada bulan yang sedang berjalan; 2) Kelompok mitra mampu meningkatkan produktifitas usaha, baik secara kuantitas dan kualitas produksi; 3) Kelompok mitra yang di koordinir oleh ketua dan sekretaris paguyuban menjadi lebih terampil dan mampu memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka secara luas; 4) Kelompok mitra secara mandiri mampu melanjutkan dan mengembangkan *digital marketing* untuk mendukung usahanya; 5) Kelompok mitra mampu menghasilkan produk hasil pengrajin Bambu yang lebih variatif dan inovatif; 6) Kelompok mitra lebih memahami manajemen bisnis dan mampu membuat pembukuan sederhana untuk usahanya; 7) Kelompok mitra berhasil meningkatkan penjualan produk dan mempunyai pendapatan yang lebih baik.; dan 8) Meningkatnya animo masyarakat pengrajin Bambu di desa Sambeng Kecamatan Bayan.

3.4. Keberlanjutan Program dan Pendampingan

Setelah tim PKM melakukan monitoring dan evaluasi mengenai ketercapaian indikator-indikator yang menunjukkan keberhasilan program PKM di desa Sambeng. Selanjutnya tim PKM mempersiapkan keberlanjutan hasil capaian program PKM dalam jangka panjang dan tindaklanjut pendampingan bagi usaha mitra. Tim telah membuatkan berbagai platform digital marketing (website, google maps, facebook, instagram, dan marketplace) untuk kelompok pengrajin bambu, dan sekaligus menunjuk ketua dan sekretaris paguyuban BIS yang dipandang mampu untuk mengelola dan menjalankan platform digital marketing tersebut secara berkelanjutan, agar semakin lengkap dan baik. Selain itu, tim juga membantu mempersiapkan kemitraan dan kerjasama antara pelaku UMKM pengrajin bambu di desa Sambeng dengan para rekanan pengusaha lain yang merupakan jaringan perusahaan yang telah bermitra dengan UMP, seperti pihak swasta, pemasok, perusahaan perbankan dan Perusahaan Daerah Aneka Usaha, yang dapat membantu memperluas jaringan pasar UMKM tersebut

4. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan program PKM yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) pelaku UMKM harus melek terhadap pemanfaatan teknologi dan internet agar usaha yang mereka tekuni dapat berkembang dan naik kelas. Dengan program pelatihan digital marketing untuk UMKM bambu di desa Sambeng, diharapkan akan dapat mempercepat peningkatan produktifitas UMKM pengrajin bambu, dan meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan mereka; 2) para pelaku UMKM benar-benar masih sangat memerlukan program-program pemberdayaan, pendampingan dan stimulus konkrit, agar mereka dapat terus meningkatkan kapasitas, kapabilitas, dan kualitas produk yang mereka hasilkan; dan 3) perlunya meningkatkan peran dunia akademisi, termasuk Perguruan Tinggi dalam upaya ikut berkontribusi mengangkat potensi-potensi lokal maupun nasional, sesuai dengan potensi yang benar-benar layak untuk dikembangkan sebagai komoditi unggulan. Dunia pendidikan tinggi harus lebih tanggap dan responsif, terhadap problem-problem yang ada di masyarakat, terutama terkait dengan peningkatan ekonomi dan daya saing para pelaku usaha terutama Usaha Kecil dan Menengah. Program PKM ini merupakan sumbangsih riil dari dunia akademisi, untuk berkontribusi terhadap upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik.

Acknowledgement

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Muhammadiyah Purworejo menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada **Majelis Dikti Litang PP Muhammadiyah**, yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan terhadap terselenggaranya kegiatan pengabdian ini. *Jazakumullah khairan katsiran.*

Daftar Pustaka

- Abdillah, M. B., Hakim, R. M. A., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2018). Analisis strategi bisnis pada UMKM kerajinan bambu di Kota Bandung. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), 227-242.
- Alqasa, K. M. A., & Afaneh, J. A. A. (2022). A Study on Digital Marketing and Sme Performance During COVID-19: A Case Saudi Smes. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 14(1), 344-360.
- Bashir, M., Alfalih, A., & Pradhan, S. (2023). Managerial ties, business model innovation & SME performance: Moderating role of environmental turbulence. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1)
- Chege, S. M., & Wang, D. (2020). The influence of technology innovation on SME performance through environmental sustainability practices in Kenya. *Technology in Society*, 60
- Djakasaputra, A., Wijaya, O., Utama, A., Yohana, C., Romadhoni, B., dan Fahlevi, M. (2021). Empirical study of Indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303-310.

- Dlodlo, N., dan Mafini, C. (2014). The relationship between Internet marketing paybacks and firm productivity: Perspectives from Zimbabwean SMEs. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8), 21.
- Farinha, L., Lopes, J., Bagchi-Sen, S., Sebastião, J. R., & Oliveira, J. (2020). Entrepreneurial dynamics and government policies to boost entrepreneurship performance. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72
- Hamill, J., dan Gregory, K. (1997). Internet marketing in the internationalisation of UK SMEs. *Journal of Marketing Management*, 13(1-3), 9-28.
- Kimathi, D. K., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMES in Kenya. *Journal of Marketing and Communication*, 2(1), 1-23.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Hadjimarcou, J. S., dan Lytovchenko, I. (2014). Assessing the greenness of environmental advertising claims made by multinational industrial firms. *Industrial Marketing Management*, 43(4), 671-684. doi: 10.1016/j.indmarman.2014.02.003
- Nuseir, M., dan Aljumah, A. (2020). The role of digital marketing in business performance with the moderating effect of environment factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(3), 310-324.
- Raharjo, I. B., Ausat, A. M. A., Risdwiyanto, A., Gadzali, S. S., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Analysing the Relationship between Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Performance. *Journal on Education*, 5(4)
- Saputra, M. H. (2015). Membangun Kesiapan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Purworejo Menyongsong Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(3).
- Saputra, M. H. (2022). Meningkatkan Kinerja UKM dengan Membangun Kolaborasi Jejaring UKM. *SEGMEN: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2).
- Saputra, M. H., & Pratomo, L. A. (2023). Optimization of relational capital and the strength of SMEs network collaboration to improve its performance: Evidence from Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 16(1), 111-12
- Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., dan Ribeiro-Soriano, D. (2021). Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research. *Journal of Small Business Management*, 1-36.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Cetakan keempat. Jakarta:PT Indeks
- Subagio, D. P. W., Hastari, S., & Pudyaningsih, A. R. (2022). Diagonal (Digitalisasi Keanekargaman Potensi Lokal) Sebagai Upaya Promosi Produk-Produk UMKM di Kelurahan Randusari Kota Pasuruan. *Surya Abdimas*, 6(4), 646-656. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i4.1958>
- Taiminen, H. M., dan Karjaluto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Thaha, A. R., Maulina, E., Muftiadi, R. A., dan Alexandri, M. B. (2021). Digital marketing and SMEs: a systematic mapping study. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 5113.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andy Offset.
- Yusfiarto, R., dan Pambekti, G. T. (2019). Do internet marketing factors with islamic values improve sme performance? *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 807-828.
- Zaridis, A., Vlachos, I., & Bourlakis, M. (2021). SMEs strategy and scale constraints impact on agri-food supply chain collaboration and firm performance. *Production Planning & Control*, 32(14), 1165-1178.