



Pelatihan Peningkatan Kemampuan Produksi, Pemasaran Dan Manajemen Usaha Dalam Membangun Potensi Nagari Lawang

**Yofina Mulyati¹, Yusnaena², Yesi Elsandra³, Idwar⁴, Mellyna Eka Yan Fitri⁵,
Alvin Alvian⁶, Dedi Julianto⁷**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharma Andalas
Yofina2017@gmail.com

Abstrak

Lawang merupakan salah satu nagari yang terdapat di Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat. Nagari Lawang memiliki UMKM dengan jenis usaha yang beragam. Selain dikenal sebagai daerah penghasil tebu dan gula merah, nagari ini juga menghasilkan berbagai produk lainnya seperti kacang goreng/kacang barandang, kerupuk ubi saka, minuman air tebu, nasi tangguli, kapelo bauok, tumbang, souvenir dan kerajinan anyaman. Meskipun usaha ini merupakan usaha turun temurun, namun banyak diantaranya yang sulit berkembang. Berbagai permasalahan sering dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, diantaranya manajemen usaha dan pengelolaan SDM yang belum baik, jangkauan pemasaran yang masih terbatas dan belum memiliki branding serta packaging untuk produknya, pemasaran masih secara konvensional. Tujuan diadakan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan serta keterampilan pelaku UMKM dibidang produksi, manajemen usaha, SDM dan pemasaran. Metode kegiatan adalah dengan memberikan pelatihan berupa ceramah, praktek dan diskusi. Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM di Nagari Lawang. Sebelum pelatihan dilakukan pre test untuk mengetahui kemampuan peserta dan setelah pelatihan dilakukan post test untuk mengetahui kemampuan peserta dalam menyerap materi yang disampaikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 85% dari peserta paham terhadap materi pelatihan, mereka mengerti bagaimana mengelola usaha dan sumber daya manusia yang baik, memahami pentingnya merek dan kemasan bagi produknya, serta manfaat pemasaran digital. 10% dari peserta pelatihan berhasil membuat akun di *Google business* dari smartphone mereka masing-masing. Dari kegiatan ini diharapkan keberlanjutannya sehingga kedepannya keberadaan UMKM ini dapat meningkatkan potensi Nagari Lawang secara keseluruhan.

Kata Kunci : *Manajemen Usaha, Pengelolaan SDM, Pemasaran Digital, UMKM*

PENDAHULUAN

1.1. Analisis situasi

Desa Wisata Lawang yang terletak di Kecamatan Matur Kabupaten Agam merupakan wilayah perkebunan tebu, sawah, kebun bawang, dan hutan. Masyarakat Lawang pada umumnya memiliki mata pencaharian berkebun dan bertani. Sebagai destinasi wisata unggulan, Desa Lawang ini selain terkenal dengan pemandangan danau Maninjau yang indah, juga dikenal sebagai daerah penghasil tebu dan gula merah atau yang biasa disebut dengan “Saka Tabu”. Tebu lawang merupakan salah satu komoditas unggulan yang diolah oleh masyarakat sekitar menjadi Gula Saka dan Gula Semut dengan menggunakan alat tradisional dan modern. Usaha pengolahan gula tebu adalah suatu bentuk usaha yang dilakukan warga dalam memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada, untuk mendapatkan penghasilan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat, diluar aktivitas pertanian yang merupakan pekerjaan utama masyarakat di daerah tersebut. Usaha mengolah gula tebu sampai saat ini masih berjalan dengan baik, dan usaha ini kebanyakan dijalankan oleh keluarga. Di Nagari Lawang ini terdapat 92 unit kilangan tebu tradisional yang dijalankan masyarakat dengan jumlah petani tebu sebanyak 237 orang.

Produksi gula saka dihasilkan dengan melakukan penggilingan/ekstraksi air sari tebu secara tradisional dengan mengandalkan tenaga manusia atau hewan kerbau. Prosesnya disebut dengan Mangilang Tabu/Saka dengan kilangan kerbau atau menggunakan mesin yang disebut dengan kilangan mesin.

Proses produksi dimulai dari menggunakan tenaga kerbau untuk memeras batang tebu. Lalu air tebu itu dimasak dalam kancah besar menggunakan api dari kayu dan ampas tebu menggunakan tungku. Air tebu dimasak beberapa lama kemudian mengental dan berwarna kemerahan yang disebut dengan tangguli. Tangguli dimasukkan ke dalam cetakan dari potongan bambu, setelah membeku dikeluarkan dari cetakan. Pengilangan tebu secara tradisional ini dilakukan karena ingin mempertahankan dan melestarikan budaya leluhur. Proses ini telah menjadi salah satu daya tarik wisatawan domestik dan mancanegara. Wisatawan sering mengunjungi tempat produksi gula saka karena dianggap unik dan menarik. Berikut diperlihatkan gambar proses pengilangan tebu menjadi gula saka secara tradisional sampai menjadi gula saka yang siap untuk dipasarkan :

Gambar 1. Proses Mengilang Tebu



Gambar 2. Memasak Gula Tebu secara Tradisional



Gambar 3. Proses memasak gula tebu menjadi tangguli



Gambar 4. Proses mencetak Gula Saka



Gambar 5. Gula Saka yang sudah jadi



Gambar 6. Gula Saka siap dipasarkan



Usaha pengolahan gula tebu ini selain mempekerjakan anggota keluarga sendiri, juga melibatkan orang lain dalam kegiatan usaha atau berstatus sebagai pekerja. Untuk membuka usaha pengolahan gula tebu, modalnya berasal dari tiga sumber yaitu modal sendiri, pinjaman, dan patungan (kerjasama).

Untuk mengetahui permasalahan yang ada di nagari Lawang terkait dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan, maka tim pengabdian masyarakat Unidha pada tanggal 26 Mei 2023 meninjau langsung ke nagari Lawang dan berdiskusi dengan bapak Camat Matur, bapak Subchan S.Pi, MSi dan Walinagari Lawang, bapak Frangki, SPd. Dari pertemuan tersebut bapak Camat menyampaikan bahwa usaha pengolahan gula tebu yang dijalankan masyarakat di Nagari Lawang, meskipun sudah berjalan bertahun-tahun dan turun temurun namun belum sepenuhnya berhasil meningkatkan kondisi ekonomi keluarga. Dari waktu ke waktu usaha pengolahan tebu, kacang barandang, kerajinan bambu dan lainnya tidak mengalami perubahan. Hasil penjualan hanya bisa menutupi kebutuhan harian, sehingga dengan kondisi demikian pelaku usaha tersebut kesulitan untuk mengembangkan usahanya yang sudah pasti membutuhkan modal yang lebih besar. Selain itu, banyaknya limbah penggilingan disekitar lumbung pengolahan belum teratasi secara baik. Masyarakat petani tebu hanya memanfaatkan limbah penggilingan sebagai bahan bakar sehingga menimbulkan polusi asap.

Selain dikenal sebagai penghasil tebu saka, produk UMKM Desa Lawang lainnya berupa kacang goreng/kacang barandang, kerupuk ubi saka, minuman air tebu, nasi tangguli, kapelo bauok, tumbang, souvenir dan kerajinan anyaman. Meskipun usaha ini merupakan usaha turun temurun dari keluarga, namun banyak diantaranya yang belum mampu berkembang. Dari waktu ke waktu usaha yang dijalankan belum begitu banyak berubah dan belum lagi memperhatikan tampilan dan inovasi terhadap produknya. Gula saka dan produk UMKM lainnya dikemas secara sederhana, dibungkus plastik dan belum mencantumkan merek serta label, begitupun juga dengan kacang dirandang dengan menggunakan pasir diatas tungku. Pelaku usaha beranggapan bahwa pemberian kemasan yang menarik hanya akan menambah biaya sehingga akan menaikkan harga jualnya. Berikut diperlihatkan proses pembuatan kacang barandang dan gambar produk UMKM lainnya.

Gbr 7. Marandang kacang



Gbr 8. Kacang randang siap dijual Gambar 9. Kerajinan dari tebu



Dari sisi pemasarannya, produk seperti gula saka, kacang barandang belum lagi dipasarkan secara luas. Belum banyak diantara pelaku usaha yang sudah memasarkan produknya keluar daerah, mereka lebih cenderung menunggu pembeli yang datang. Umumnya pembelinya adalah para wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Lawang. Keinginan untuk memasarkan produknya secara *online* dengan memanfaatkan teknologi digital juga belum ada karena kemampuan dari pelaku usaha yang masih terbatas dan awam dengan teknologi informasi. Sebagian besar pelaku bisnis UMKM berpendapat bahwa sistem pemasaran produk maupun layanan melalui digital merupakan hal yang sulit, rumit dan tidak bisa mereka lakukan. Anggapan tersebut tentunya salah, sebab digital marketing memiliki banyak sisi yang memudahkan setiap orang melakukannya. Apalagi teknologi digital sudah menciptakan perubahan besar pada strategi pemasaran.

Bapak Camat juga menyampaikan bahwa Nagari Lawang kekurangan SDM dari kalangan anak muda, karena anak-anak muda setamat sekolah atau kuliah lebih cenderung merantau ke kota-kota besar, sehingga yang berada di Lawang banyak dari kalangan tua. Sebagai aset masa depan bangsa dan generasi yang memiliki usia produktif, generasi muda harus berperan sebagai penopang sekaligus penggerak perubahan bagi kehidupan bangsa Indonesia dalam menghadapi tantangan di era digital. Generasi muda memiliki tanggung jawab untuk mengangkat potensi unggulan daerahnya agar potensi daerah tersebut tidak tenggelam. Kondisi inilah yang menyebabkan pelaku usaha di Nagari Lawang sulit untuk melakukan perubahan dan inovasi terhadap produknya.

Permasalahan lain yang juga dihadapi oleh Nagari Lawang ini adalah keberadaan BUMNag yang belum sepenuhnya mampu meningkatkan perekonomian nagari. Seharusnya BUMNag diharapkan dapat mengelola potensi ekonomi dan asset nagari sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang bermanfaat untuk kesejahteraan nagari. Namun pada kenyataannya usaha yang dijalankan BUMNag cenderung menyamai usaha masyarakat, sehingga terkesan antara usaha BUMNag dan usaha masyarakat saling bersaing.

Hal ini menunjukkan kurang siapnya sumber daya manusia yang dimiliki badan usaha milik nagari ini mengelola bisnis. Pengembangan kapasitas (*capacity building*) para aparatur nagari sangat dibutuhkan agar pengelolaan dana nagari tepat sasaran dan efektif dalam perencanaan serta pembangunan nagari. Selain itu mengindikasikan tim manajemen pengurus operasional dan perangkat-perangkatnya memiliki kapasitas yang kurang memadai tentang manajemen bisnis. Bisnis yang selama ini sudah dijalankan oleh “anak nagari” seharusnya menjadi lebih profitable di bawah pengelolaan BUMNag, justru sebaliknya menjadi kurang berkembang dan cenderung merugi. Unit usaha yang dikelola seharusnya bisnis yang strategis

dan mengangkat ekonomi masyarakat, malah “mencaplok” usaha mikro yang dikelola masyarakat dan dapat menekan kegiatan ekonomi masyarakat. Kreativitas pengurus operasional sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan bisnis strategis yang potensial dan dapat menggeliatkan perekonomian nagari.

Masalah yang tidak kalah pentingnya adalah aspek legalitas BUMNag yang belum didaftarkan ke Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transkigrasi. Keberlanjutan BUMNag sangat tergantung kepada status badan hukum sebagai landasan berpijak dalam menjalankan usahanya. Kejelasan status BUMNag, kendatipun pendirian badan hukumnya berdasarkan Peraturan Nagari, namun masih banyak kelemahan dari Peraturan Nagari tersebut yang belum bisa memperkuat BUMNag ini sebagai badan hukum yang sah secara legal.

Berdasarkan hal tersebut, perlu diadakan penyuluhan kepada para pelaku usaha di nagari Lawang ini dalam bentuk pelatihan tentang manajemen usaha, manajemen SDM, pengelolaan keuangan dan pemasaran digital (*digital marketing*) untuk pelaku usaha dan pengelola BUMNag. Dengan diadakannya pelatihan ini diharapkan pelaku usaha tersebut dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan keterampilan dalam proses produksi maupun dengan peningkatan manajerial. Harapannya melalui peningkatan keterampilan dalam proses produksi tersebut mampu meningkatkan pula produktivitasnya. Sedangkan peningkatan manajerial diharapkan mampu meningkatkan pemecahan permasalahan yang mana bisa menjadi masalah yang mengganggu produktivitas. Sejalan dengan itu, melalui pelatihan ini digugah juga kesadaran masyarakat dan pelaku UMKM tentang besarnya potensi wisata di Nagari Lawang sehingga diharapkan agar mereka bisa lebih memanfaatkan potensi wisata yang ada secara optimal dan berkelanjutan. Intinya adalah diharapkan terbentuknya sinergi antara potensi wisata dengan keberadaan UMKM di Nagari Lawang, sehingga antara kedua potensi ini saling menopang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hal diatas, dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha di Nagari Lawang, yakni sebagai berikut :

1. Sulitnya merubah pola pikir pelaku usaha untuk berproduksi dengan memanfaatkan teknologi yang lebih modern. Proses pengolahan tebu menjadi gula saka dan membuat kacang randang masih dilakukan secara manual dan tentunya membutuhkan waktu yang cukup lama serta belum ada inovasi terhadap produk.
2. Kurangnya kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia yang terlibat dalam usaha secara baik.
3. Jangkauan pemasaran masih terbatas di daerah Sumatera Barat, bahkan lebih cenderung menunggu pembeli yang datang yakni wisatawan lokal dan mancanegara yang berkunjung ke Nagari Lawang.
4. Kurangnya usaha promosi, karena pelaku usaha masih menjalankan bisnisnya secara manual dan konservatif dan belum lagi melakukan pemasaran secara digital dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *Tik Tok* dan lain sebagainya.
5. Kemasan produk masih sangat sederhana, gula saka, kacang randang dan produk UMKM lainnya hanya dibungkus dengan plastik.

6. Kurangnya pengetahuan dan keahlian pelaku usaha dan pengelola BUMNag untuk mengembangkan dan mengelola usahanya, kebanyakan mereka tidak memiliki pengetahuan atau keahlian yang mumpuni.
7. Kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan dan membuat laporan keuangan. Sampai saat ini masih banyak pelaku usaha yang masih merasa kerepotan dalam melakukan pencatatan keuangan usaha, sehingga seringkali bercampur antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha.

1.3. Tujuan Kegiatan :

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan :

1. Untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam produksi, pemasaran, manajemen usaha dan manajemen keuangan.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola BUMNag dalam menjalankan usahanya di bidang ekonomi dan pelayanan umum.

1.4. Manfaat kegiatan :

1. Adanya transfer pengetahuan tentang pengembangan dan peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya
2. Adanya transfer pengetahuan kepada pengelola BUMNag bagaimana menjalankan usahanya di bidang ekonomi dan pelayanan umum..

2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Mengingat banyaknya permasalahan yang ditemui pada UMKM Nagari Lawang, maka solusi yang diberikan kepada pelaku usaha di Nagari Lawang difokuskan pada beberapa hal, antara lain sebagai berikut :

1. Memberikan pelatihan pengelolaan sumber daya manusia kepada pelaku usaha dan pengelola BUMNag yang bertujuan menambah wawasan, meningkatkan keterampilan dan kapasitas para pelaku usaha dalam mengolah gula saka, kacang barandang dan produk UMKM lainnya serta merubah pola pikir masyarakat agar mau meningkatkan teknologi produksi sehingga nantinya akan berdampak pada peningkatan produktifitas, produk lebih inovatif dan berdaya saing.
2. Meningkatkan kemampuan pelaku usaha Tebu Saka, kacang barandang, pengelola BUMNag dan pelaku usaha lainnya dalam bidang manajemen usaha. Maksud dilakukannya pelatihan ini adalah untuk turut serta memotivasi dan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di bidang manajemen usaha dan menambah wawasan dan pengetahuan peserta mengenai beberapa strategi yang bisa dilakukan pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya. Melalui pelatihan ini nantinya diharapkan pelaku usaha di Nagari Lawang bisa lebih tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan dan hambatan dalam memajukan usahanya.
3. Memberikan pelatihan *digital marketing*, bagaimana meningkatkan daya saing produk, menjelaskan pentingnya inovasi produk dan kemasan yang menarik, pentingnya promosi

dalam rangka meningkatkan penjualan, bagaimana memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, facebook, youtube, Tik tok* dan lainnya sebagai sarana promosi yang efektif.

2.2. Target Luaran

Target luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Pelaku usaha dan pengelola BUMNag menyadari pentingnya mengelola SDM yang berkualitas sebagai motor penggerak usaha yang dijalankan.
2. Pelaku usaha memiliki pengetahuan yang memadai tentang manajemen usaha untuk mengelola usahanya menjadi lebih baik dan cepat berkembang.
3. Pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha tentang pemasaran digital menjadi lebih baik, pelaku usaha memahami pentingnya branding, kemasan dan inovasi produk agar produk memiliki daya saing dan jangkauan serta target pasarnya menjadi lebih luas.
4. Dari hasil kegiatan ini nantinya diharapkan 85% pelaku usaha paham terhadap materi yang sudah diberikan dan 10% dari UMKM yang ada di Nagari Lawang memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana dalam memasarkan produknya.

Luaran merupakan hal yang sangat diharapkan tercapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Adapun rencana target capaian untuk luaran kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Rencana Target Capaian Luaran

Adapun rencana target capaian luaran dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1.	Publikasi Ilmiah pada jurnal ber ISSN/Prosiding Jurnal Nasional	Ada
2.	Publikasi di media masa (cetak/elektronik)	Ada
3.	Peningkatan daya saing	Ada
4.	Peningkatan penerapan Iptek di masyarakat	Ada
5.	Peningkatan kesejahteraan masyarakat	Ada
6.	Peningkatan nilai asset dan omset mitra UMKM	Ada
Luaran Tambahan		
1.	Publikasi di jurnal internasional	-
2.	Jasa, rekayasa social, metode atau system produk/barang	Ada
3.	Inovasi baru TTG	Ada
4.	Hak Kekayaan Inteletual (paten, paten sederhana, hak cipta, merek dagang, desain produk industry, perlindungan varietas tanaman, perlindungan desain topografi, sirkuit terpadu)	Ada

3. METODE

3.1. Judul Kegiatan

Kegiatan ini berjudul : **“Pelatihan Peningkatan Kemampuan Produksi, Pemasaran dan Manajemen Usaha dalam Membangun Potensi Nagari Lawang Kecamatan Matur”**.

3.2. Jadwal Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat di Nagari Lawang ini dilaksanakan pada semester Genap 2022/2023 selama 1(satu) hari, direncanakan pada bulan Juli 2023 di Kantor Walinagari Lawang Kecamatan Matur. Kegiatan dilaksanakan dalam 3 (tiga) sesi.

Sesi pertama diisi dengan memberikan penyuluhan tentang Manajemen Usaha dan pengelolaan sumber daya manusia selama lebih kurang 2 jam. Sesi kedua dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran tentang *Branding* dan *Packaging*. Setelah isihoma kegiatan dilanjutkan pada sesi ketiga dengan memberikan pelatihan tentang Digital Marketing, terakhir kegiatan ditutup pada jam 16.15. Adapun rincian kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Rincian kegiatan

Tangga l	Waktu	Materi	Lokasi
Juli 2023	08.30 sd 10.30	Pelatihan Manajemen Usaha dan Pengelolaan SDM.	Kantor Walinagari Lawang
	10.30 sd 12.30	Pelatihan Pemasaran : Memberikan pengetahuan praktis tentang <i>Branding</i> , <i>Packaging</i> dan promosi di media sosial	Kantor Walinagari Lawang
	12.30 sd 14.00	ISHOMA	Kantor Walinagari Lawang
	14.00 sd 16.00	Pelatihan <i>Digital Marketing</i>	Kantor Walinagari Lawang
	16.00 – 16.15	Penutupan	Kantor Walinagari Lawang

3.3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Pemateri memberikan materi dalam bentuk ceramah dengan bantuan Power Point agar presentasi lebih mudah dipahami dan penyampaian materi lebih menarik. Selanjutnya dilakukan diskusi dan tanya jawab dengan peserta terkait materi yang diberikan. Selama kegiatan tersebut akan digunakan alat bantu multi media berupa laptop dan LCD Proyektor untuk memudahkan pemahaman peserta dan supaya kegiatan ceramah/penyuluhan tersebut berjalan efektif dan menjadi lebih menarik

3.4. Sasaran Pengabdian

Sasaran yang ingin dituju dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah para pelaku usaha di Nagari Lawang dan pengelola BUMNag. Objek yang dipilih sebagai sasaran kegiatan pengabdian ini adalah para pengelola BUMNag, para pelaku usaha pengilangan tebu, kacang barandang, usaha makanan ringan, souvenir dan kerajinan anyaman, kerupuk ubi saka, minuman air tebu dan lain sebagainya.

3.5. Materi Pengabdian

Materi pengabdian ini berisi tentang pengelolaan usaha (manajemen usaha), pengelolaan sumber daya manusia, dan digital marketing untuk pelaku UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pelatihan Peningkatan Kemampuan Produksi, Pemasaran dan Manajemen Usaha Dalam Membangun Potensi Nagari Lawang Kecamatan Matur” telah terlaksana dengan baik pada hari Rabu tanggal 8 November 2023 selama 1 (satu) hari. Peserta kegiatan ini adalah para pelaku usaha (UMKM) di Nagari Lawang dengan berbagai bidang usaha sebanyak 22 orang. Kegiatan ini disambut dengan antusias dan mendapat respon yang sangat baik dari para peserta. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mempunyai keinginan yang kuat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya.

Adapun tahapan kegiatan pengabdian yang telah terlaksana adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan kegiatan
 - a. Tahap persiapan diawali dengan melakukan survey ke Nagari Lawang pada bulan Mei 2023 dan berdiskusi dengan bapak Camat Matur dan Walinagari Lawang guna mengidentifikasi permasalahan UMKM di Nagari Lawang.
 - b. Tim pengabdian mengajukan surat permohonan secara tertulis kepada Walinagari Lawang terkait izin melaksanakan kegiatan dan penentuan jadwal kegiatan.
 - c. Mempersiapkan materi yang akan disampaikan pada saat pengabdian
- 2) Pelaksanaan kegiatan
 - a. Pembukaan
Kegiatan diawali dengan acara pembukaan dan perkenalan tim pengabdian. Acara dibuka oleh Sekreraris Walinagari Lawang bapak Syaiful Bahri Katik Endah Kayo pada jam 09.30 pagi. Acara ini juga dihadiri oleh bapak Akhirul Tasbar, Kasi Pemberdayaan Camat Matur. Pembukaan dan acara perkenalan berlangsung ± 15 menit.
 - b. Penyampaian materi.
Materi disampaikan dengan metode ceramah. Pelatihan dibagi atas 3 sesi yang diawali dengan penyampaian materi tentang manajemen usaha dan pengelolaan SDM. Sesi kedua dilanjutkan dengan materi pemasaran yakni pentingnya *branding* dan *packaging*. Pada sesi terakhir Tim Pengabdian memperkenalkan *Digital Marketing* kepada pelaku usaha dengan memanfaatkan aplikasi *google businessku*, yaitu layanan berbasis internet untuk para pemilik usaha yang dijalankan oleh google, yang membantu pelanggan menemukan bisnis pemilik usaha.
 - c. Diskusi dan Tanya jawab
Setelah materi disampaikan, kemudian diberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan.
3. Penutup dan Evaluasi kegiatan
Sebelum kegiatan pengabdian ditutup terlebih dahulu dilakukan evaluasi untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan serta mengukur

keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Dari hasil evaluasi dapat dilihat bahwa peserta sangat paham dengan materi yang disampaikan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 80% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami materi yang sudah disampaikan. Dari hasil evaluasi ternyata 85% peserta paham dan mengerti tentang materi pelatihan, dan 10% diantara peserta berhasil membuat akun *google businessku* di smartphone mereka masing-masing.

Kegiatan pengabdian ditutup dengan penyerahan kenang-kenangan dan foto bersama dengan Sekretaris Walinagari, Wakil Camat dan peserta kegiatan.

Berikut disajikan foto-foto pada saat kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung :



Gambar 1 . Foto bersama peserta



Gambar 2. Sambutan dari Walinagari Lawang



Gambar 3 : Peserta Pelatihan



Gambar 4. Penyampaian materi

4.2. Pembahasan

Pelatihan yang diberikan dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat menghadirkan tiga orang pemateri dari tim Pengabdian Masyarakat Unidha yang pakar di bidangnya. Pemateri pertama menyampaikan topik tentang Manajemen usaha dan pengelolaan SDM, pemateri kedua menjelaskan tentang pemasaran yakni pentingnya *branding*, *packaging* sedangkan pemateri ketiga menjelaskan tentang Pemasaran Digital.

4.2.1 Pelatihan Peningkatan Manajemen Usaha dan SDM

Di era saat ini manajemen bisnis sangat dibutuhkan bagi mereka yang memiliki usaha. Manajemen usaha dibutuhkan agar pelaku UMKM memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur dan terencana dengan baik. Untuk menjalankan sebuah usaha dibutuhkan perencanaan. Usaha yang direncanakan dengan baik akan membuat pelaku usaha lebih fokus menjalankan usahanya. Dengan begitu, tujuan dalam merintis usaha akan tercapai sesuai target yang telah ditetapkan. Sewajarnya sebuah usaha yang baik ditentukan oleh manajemen yang baik pula, sebaliknya bisnis yang buruk umumnya dijalankan dengan manajemen yang kurang baik dan tidak mendapat pengawasan secara menyeluruh dari pemiliknya.

Pada kenyataannya usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di Nagari Lawang belum sepenuhnya dikelola dengan baik, mereka belum lagi menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang seharusnya. Seorang manajer atau pemilik bisnis harus berpikir bagaimana merencanakan dan mengelola usahanya secara menyeluruh. Pelaku usaha harus mengerti dan melakukan berbagai hal yang berkaitan dengan perannya sebagai seorang manajer. Manajemen usaha akan menentukan hidup dan matinya suatu bisnis. Tanpa adanya manajemen yang baik, bisnis akan menjadi lesu dan tidak berkembang. Sebaliknya usaha yang dijalankan dengan manajemen yang kurang baik, akan menjadi tidak efektif bahkan pada akhirnya bisa gulung tikar.

Oleh sebab itulah pelatihan yang diberikan oleh tim Pengabdian Masyarakat Unidha ini lebih menekankan para pelaku usaha di Nagari Lawang ini agar mampu mengelola usahanya. Dengan manajemen usaha yang baik, bisnis UMKM yang ada di Nagari Laawang, seperti usaha gula saka tebu, kacang barandang, industri makanan kecil serta souvenir dan lain-lainnya akan bisa bertahan, terus tumbuh dan berkembang.

Pada pelatihan ini tim Pengabdian Masyarakat juga menjelaskan pentingnya mengelola sumber daya manusia. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan asset utama bagi sebuah bisnis. Tanpa adanya SDM, sebagus apapun suatu bisnis tidak akan bisa berjalan baik. Sumber daya manusia diibaratkan sebagai motor penggerak jalannya suatu usaha. Agar usaha yang dikelola dapat berkembang maka tenaga kerja yang ada perlu dilatih dan dibina sebaik mungkin.

4.2.2 Pelatihan Pemasaran dan Digital Marketing.

Salah satu kunci keberhasilan dalam memasarkan produk adalah dengan memberikan merek dan kemasan pada produk yang dihasilkan. Pada sesi kedua pemateri menyampaikan bahwa *branding* merek sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha untuk membangun citra dan juga memperoleh kepercayaan masyarakat. *Brand* yang kuat juga akan memudahkan konsumen mengenali dan mengingat produk. Hal ini akan membantu pelaku usaha membangun *brand awareness* (kesadaran merek) yang lebih tinggi dan menjadi *top of mind* bagi konsumen saat mencari produk atau layanan yang relevan (Kotler, Keller, 2012). Selain itu *branding* dapat membantu membedakan usaha dari pesaing. Tanpa branding yang kuat, pelaku usaha akan sulit menciptakan keunikan dan produk cenderung sama dengan pesaing. Hal ini dapat membuat pelaku usaha sulit untuk menarik pelanggan dan bersaing di pasar.

Selanjutnya pemateri juga menjelaskan bahwa setelah produk diberi merek, maka langkah berikutnya adalah memberi kemasan (*packaging*) pada produk. Packaging atau kemasan juga dapat memengaruhi konsumen untuk membeli produk. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kemasan yang baik dapat membangun equitas merek dan mendorong penjualan.

Teknologi pengemasan terus berkembang yaitu mulai dari kemasan tradisional dengan bahan-bahan alami seperti dedaunan atau anyaman bambu sampai teknologi modern seperti saat ini. Kemasan produk sering menjadi masalah bagi para pengelola usaha, khususnya UMKM. Persoalan yang sering dihadapi adalah bahan pengemas, desain bentuk kemasan, desain label, dan biaya pembuatan. Kemasan yang baik dan menarik selalu identik dengan harga mahal, namun demikian bisa dicari alternatif kemasan unik dan menarik dengan harga terjangkau.

Perkembangan teknologi juga mempengaruhi pelaku usaha dalam memasarkan produk. Sebelumnya produk dipasarkan secara tradisional, dimana produk dipromosikan melalui iklan di koran, brosur dan majalah, menggunakan papan reklame dan spanduk serta memakai pamflet untuk banner di lokasi-lokasi tertentu. Kelemahan dari pemasaran konvensional antara lain biaya yang mahal dan lingkup pemasarannya terbatas, selain itu juga membutuhkan modal yang cukup besar karena biasanya bisnis konvensional memerlukan tempat untuk memasarkan produknya. Berbagai kelemahan pemasaran tradisional ini mendorong pelaku usaha memasarkan produknya secara digital karena pemasaran secara online ini dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Namun banyak diantara pelaku usaha yang tidak mengerti dan mampu memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

Pada sesi terakhir ini pemateri ketiga memperkenalkan dan mengajarkan kepada peserta pelatihan bagaimana menggunakan aplikasi *Google Businessku* sebagai platform memasarkan produk secara digital. *Google Bisnisku* adalah layanan berbasis internet untuk para pemilik usaha dan dijalankan oleh *Google*. Manfaat dari *Google Businessku* antara lain : memudahkan konsumen dalam menemukan bisnis, menyediakan informasi yang valid, lengkap dan aktual. Selain itu pelaku usaha bisa mendapatkan review dari pelanggan. Dengan mengubah bisnis menjadi *online*, memudahkan pelaku usaha dalam menjangkau konsumen baru sehingga cakupan pasar bisa menjadi lebih luas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dengan judul “Pelatihan Peningkatan Kemampuan Produksi, Pemasaran dan Manajemen Usaha Dalam Membangun Potensi Nagari Lawang Kecamatan Matur” dapat terlaksana dengan baik.
2. Pelaku UMKM di Nagari Lawang menyadari peningkatan kualitas produk dapat diperoleh dengan memodernisasi peralatan produksi, terutama pada proses produksi gula saka tebu dan kacang barandang.
3. Para pelaku usaha (UMKM) dan pengelola BUMNag di Nagari Lawang sangat membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa bantuan permodalan maupun berupa transfer ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), yang memudahkan mereka dalam menjalankan roda usahanya menjadi lebih baik dan berkembang sesuai harapan.
4. Para pelaku usaha dan pengelola BUMNag di Nagari Lawang sangat antusias mengikuti pelatihan, mereka sangat tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang manajemen usaha dan mengelola sumber daya manusia yang ada. Dalam hal pemasaran, pelaku UMKM memahami pentingnya bagi mereka untuk mencantumkan merek dan memberi kemasan pada produknya. Selain itu beberapa peserta pelaku UMKM sangat tertarik untuk mempelajari lebih lanjut pemasaran secara digital dengan menggunakan aplikasi *Google Business*. Mereka menyadari dengan pemasaran secara digital akan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

5.2. Saran

Dari kegiatan ini, beberapa hal yang bisa disarankan antara lain :

1. Diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan pemasaran digital agar jangkauan pasar semakin luas dan produk semakin dikenal.
2. Diharapkan adanya kesinambungan dan keberlanjutan dari berbagai pihak, baik dari perguruan tinggi maupun dari berbagai instansi terkait, agar berbagai usaha UMKM yang tumbuh di Nagari Lawang dapat lebih berkembang, lebih maju lagi dan menjadi usaha yang kuat dan handal.
3. Pelaku usaha UMKM dan pengelola BUMNag diharapkan secara rutin mengikuti pelatihan, penyuluhan dan pendampingan, baik yang diadakan oleh pemerintah daerah maupun dari pihak perguruan tinggi guna meningkatkan dan mengembangkan keterampilan mereka dalam mengelola usaha.
4. Perlu diadakan pelatihan tentang pengelolaan keuangan bagi UMKM di Nagari Lawang, karena masih banyak diantara pelaku usaha belum mampu untuk membuat pembukuan secara sederhana.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini didanai melalui DIPA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas tahun 2023. Kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan berbagai pihak serta dedikasi dan komitmen dari seluruh anggota tim. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Andalas, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas serta Ketua LPPM Universitas Dharma Andalas yang telah memfasilitasi kegiatan ini. Dan tak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada Camat Matur dan Walinagari Lawang yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian. Terakhir, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Tim Pengabdian Masyarakat Unidha atas kerjasamanya serta semua pihak yang terlibat dan ikut membantu terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Ginanjar, Oktavianto Hardian, Ega Yusni Habibie, Anggar Wahyu Hadiyattullah (2020), Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran, Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage, Vol 1 No 2, <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/3981>
- Eddy Yulianto, Yudiananda, Supriono (2022), *Digital Marketing Desa Wisata, Penerbit Buku Pendidikan Deepublish*, Toko Buku Online
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). New York: Pearson Education Limited.
- Luthfi Zamakhsyari, Alfato Yusnar Kharismasyah, Ilham Nuryana Fatchan, (2023), Strategi Digital Marketing dan Peningkatan Branding Bagi UMKM Desa Melung Kecamatan Kedungbanten, (JTEB). Jurnal Terapan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Vol.3 No.1, <https://journal.umpo.ac.id/index.php/JTEB/index>
- Maryam, Isaeni, Susi Widjajani, (2023), Pelatihan Branding dan Packaging Produk UMKM di Desa Ganggeng Kabupaten Purworejo, (JTEB). Jurnal Terapan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Vol.3 No.1, <https://journal.umpo.ac.id/index.php/JTEB/article/view/6757>
- Pranoto, Jasmani, I Nyoman Marayasa (2019), Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur – Tangerang, Jurnal Dharma Laksana, Vol 1 No 2, <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpdl/article/view/2425/0>
- Sujono, (2017), *Mengembangkan Potensi Masyarakat di Desa dan Kelurahan*, Penerbit Buku Pendidikan Deepublish. Toko Buku Online.

Syarief, Faroman (2020), *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Yayasan Barcode, Divisi Publikasi dan Penelitian Makassar.

<https://sumbarprov.go.id/home/news/19161-manggilang-tabu-pengolahan-tebu-secaratradisional-di-nagari-lawang>, 27 Juli 2020

<https://www.liputan6.com/regional/read/4211575/pagi-yang-manis-bersama-para-pengolah-tebudi-lawang>, 27 Maret 2020

<https://disparpora.agamkab.go.id/berita/yok-berwisata-ke-nagari-lawang--minum-air-tebusekaligus-melihat-pengilangan-tebu-tradisional1595929854.html>, 28 Juli 2020