p-ISSN: 2598-1218
e-ISSN: 2598-1226

Volume 7 Nomor 4 Tahun 2024
DOI : 10.31604/jpm.v7i4.1321-1326

# PELATIHAN PEMBUATAN PROPOSAL PENAWARAN PRODUK PADA UMKM BATIK SEKAR RINAMBAT DI KECAMATAN TAMBAKREJO KABUPATEN BOJONEGORO

**Fauzian Noor, Muhammad Rizqi Agustino, Kustaji**

Program Studi Manajemen Ritel,Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro
*Fauzian.noor79@gmail.com*

**Abstract**

The problem for UMKM lies in marketing strategies and methods. Community service in terms of UMKM marketing is a collaborative effort aimed at increasing awareness and product sales. UMKM Sekar Rinambat was founded in 2021 with traditional Bojonegoro batik products. Until now, we still face challenges in penetrating a wider market because we do not use the right marketing methods. Through training in making product offer proposals, marketing strategies can be improved. Product offer proposals act as a communication tool that makes it easier to introduce products to potential consumers. By presenting clear and interesting information, as well as competitive offers, it becomes an effective medium for expanding market reach. This training provides double benefits: first, introducing the product to a wider market, and second, providing better training and practice to UMKM on effective product offering procedures. Through this approach, public awareness of UMKM products can be increased significantly, which in turn is expected to increase their sales. Using the Participatory Action Research (PAR) method allows the service team to understand and be able to carry out training on target. Thus, community service in the marketing aspect of UMKM not only increases product sales but also provides a strong foundation for business development and growth at the local and regional levels.

*Keywords: marketing, offering, proposal.*

**Abstrak**

Permasalahan UMKM adalah terletak pada strategi dan cara pemasaran. Pengabdian masyarakat dalam hal pemasaran UMKM adalah upaya kolaboratif yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan penjualan produk. UMKM Sekar Rinambat berdiri sejak 2021 dengan produk batik tradisonal Bojonegoro. Sampai sekarang masih menghadapi tantangan menembus pasar yang lebih luas karena tidak menggunakan metode pemasaran yang tepat. Melalui Pelatihan dalam pembuatan proposal penawaran produk, strategi pemasaran dapat ditingkatkan. Proposal penawaran produk berperan sebagai alat komunikasi yang mempermudah pengenalan produk kepada konsumen potensial. Dengan menyajikan informasi yang jelas dan menarik, serta penawaran yang kompetitif menjadi media yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar. Pelatihan ini memberikan manfaat ganda: pertama, memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas, dan kedua, memberikan pelatihan dan praktek yang lebih baik kepada UMKM tentang tata cara penawaran produk yang efektif. Melalui pendekatan ini, kesadaran masyarakat terhadap produk UMKM dapat ditingkatkan secara signifikan, yang pada gilirannya diharapkan akan meningkatkan penjualan mereka. Menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) menjadikan tim pengabdi memahami dan dapat melakukan pelatihan dengan tepat sasaran. Dengan demikian, pengabdian masyarakat pada aspek pemasaran UMKM tidak hanya meningkatkan penjualan produk tetapi juga memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan dan pertumbuhan bisnis di tingkat lokal maupun regional.

*Keywords: Proposal penawaran, Pemasaran.*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penggerak ekonomi di tingkat local (Gilarso, 2003). Di Kabupaten Bojonegoro, khususnya UMKM Batik Sekar Rinambat di Kecamatan Tambakrejo, sektor UMKM memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, kendati memiliki potensi yang besar, UMKM di Kecamatan Tambakrejo masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Batik Sekar Rinambat di era digitalisasi saat ini adalah kurangnya kemampuan untuk mengembangkan pemasaran dan pelanggan dengan metode penyebaran proposal penarawan produk. Peningkatan penetrasi pemasaran dengan penawaran produk langsung disebabkan pasar dari produk UMKM berupa batik khas darerah adalah instansi, Perusahaan dan Lembaga atau kelompok. Hal ini memerlukan UMKM untuk memiliki kemampuan yang kuat dalam penyusunan penawaran produk agar bisa memperluas pasar dan pelanggan. Keunggulan bersaing yang dimiliki UMKM sangat berperan terhadap kinerja UMKM (Falah, 2021).

UMKM Batik Sekar Rinambat belum memanfaatkan potensi digital sepenuhnya. UMKM Batik Sekar Rinambat memiliki produk batik asli Bojonegoro, tetapi kurangnya pengetahuan dan kemampuan membuat proposal penawaran produk yang baik telah menghambat mereka dalam mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan pemasaran produk. Proposal penawaran yang baik dapat menambah dan memperluas pemasaran produk (Saefudin, et., al., 2021). Proposal penawaran produk termasuk dalam strategi marketing 4P yaitu Promotion dimana proposal penawaran yang baik dan benar akan meningkatkan pemasaran. (Kotler. 2012) strategi pemasaran suatu produk adalah penerapan 4P Product, Price, Place and Promotion.

Oleh karena itu, proposal ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi UMKM Batik Sekar Rinambat di Kecamatan Tambakrejo melalui pendampingan dalam pembuatan katalog digital. Dengan meningkatnya kemampuan UMKM dalam membuat dan Menyusun proposal penawaran produk maka akan lebih memperluas pemasaran produk (Romli, 2021). Dengan menerapkan solusi-solusi ini, UMKM Batik Sekar Rinambat di Desa Dolokgede dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat proposal penawaran produk yang baik dan benar. Hal ini akan membantu mereka dalam meningkatkan pemasaran produk, menarik lebih banyak pelanggan, dan menjaga keberlanjutan bisnis mereka

## METODE

Lokasi pengabdian berada di Batik Sekar Rinambat, Dolokgede, Kecamatan Tambakrejo, Bojonegoro. UMKM Sekar Rinambat memiliki potensi besar untuk melestarikan batik khas Bojonegoro. Metode yang dilakukan adalah observasi yang dilakukan tim sebanyak 4 orang. Tim pengabdi melakukan penggalian informasi dan penilaian untuk menentukan objek pengabdian. Kemudian lanjutkan dengan metode Participatory Action Research (PAR)

untuk menggali masalah, merumuskan masalah, diskusi, merancang solusi dan pelaksanaan program pengabdian sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran (Rahmat & Minrawati, 2019). Tahapan kegiatan pada pengabdian sebai berikut;

1. Melakukan pendataan dan memilih UMKM potensial
2. Melakukan penilaian, menggali masalah dan tantangan yang dihadapi UMKM
3. Pelatihan dan workshop pembuatan proposal penawaran produk.
4. Merumuskan solusi dan membuat proposal dan program kerja
5. Pelaksanaan pendampingan (foto kegiatan dan produk)
6. Evaluasi dan pelaporan.

Strategi yang dilakukan adalah dengan membangun komunikasi secara terbuka dengan UMKM terkait tujuan pengabdian yang didasari oleh penilaian awal tim pengabdi. Melakukan persuasi dengan pelaku UMKM untuk berkolaborasi dengan menghasilkan produk ataupun program yang saling menguntungkan. Pelaksanaan pengabdian selalu melibatkan pelaku dan unsur-unsur yang memiliki peran di UMKM agar program pengabdian ini menjadi tanggung jawab bersama. Tim pengabdi menggunaka metode pendampingan dengan bahasa-bahasa sederhana dengan tujuan komunikasi tetap berjalan baik dan tidak terjadi kesalahpamahaman.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di UMKM Batik Sekar Rinambat dengan pemilik Ibu Tri Astuti yang berlokasi di Desa Dolokgede, Kecamatan Tambakrejo, Kabupaten Bojonegoro yang bergerak dibidang industri kreatif pembuatan batik cetak khas kabupaten Bojonegoro. Pengabdian ini dilakukan mulai 09 september 2023 sebagai tahap pertama dengan agenda observasi, penilaian kebutuhan, dan wawancara kepada pemilik serta pekerja UMKM Batik Sekar Rinambat. Dalam Tahap pertama ini kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan adalah dengan mengunjungi lokasi produksi dari UMKM batik Sekar Rinambat ini, observasi dilapangan dan juga mewawancarai pemilik serta pekerja. Pemilihan UMKM batik Sekar Rinambat ini berdasarkan informasi yang kami dapatkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam pengembangan pemasaran terutama untuk menembus pasar perkantoran pemerintah dan korporasi swasta.

**Gambar 1. Kunjungan dan Observasi**

Tahap kedua, tim pengabdi melakukan penilaian, menggali masalah dan tantangan yang dihadapi UMKM. Cara yang dilakukan adalah wawancara langsung dilokasi UMKM. Dalam tahapan ini, pengabdi melakukan wawancara dengan tujuan menggali sebanyak mungkin masalah yang ada dan dihadapi oleh semua elemen yang terlibat. Baik Tingkat pimpinan maupun bagian produksi. Masalah utama yang di hadapi oleh UMKM ini adalah

perluasan pemasaran ke pada instansi pemerintah dan Korporasi swasta, dimana dibutuhkan adanya proposal penawaran yang sangat menarik dan interaktif yang bisa ditawarkan kepada segmen pasar tersebut. Proposal penawaran produk yang baik, menarik dan benar sangat dibutuhkan untuk mengembangkan pasar dari UMMK (Saepudin, 2021).

Tahap ketiga, tim pengabdi merumuskan masalah, menentukan alternatif solusi, dan menetapkan solusi yang bisa di realisasikan yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan tim pengabdi dan pelaku UMKM. Setelah menemukan masalah utama yang dihadapi oleh UMKM yaitu pengembangan pasar instansi pemerintah dan korporasi swasta, maka di ambil Solusi yang terbaik yaitu pendampingan dan pelatihan pembuatan proposal penawaran yang baik dan benar. Pimpinan UMKM dan semua jajarannya terutama bagian dari pemasaran harus mampu memahami dan membuat proposal penawaran produk yang menarik, benar dalam tatanannya dan juga baik isinya. Untuk pelatihan dan pendampingan pembuatan proposal penawaran produk diputuskan bersama dengan pimpinan serta karyawan UMKM waktu dan tempat pelatihan, serta materi apa saja yang perlu dipersiapkan baik oleh pemateri maupun dari UMKM sendiri.

Tahap keempat mengadakan pelatihan atau workshop pembuatan proposal penawaran produk kepada beberapa karyawan dan juga UMKM batik lain di sekitar lokasi Batik Sekar Sinambat. Pelatihan pembuatan proposal penawaran dilakasakan pada tanggal 15 september 2023 bertempat di rumah produksi Batik Sekar Sinambat desa Dologede kecamatan Tambakrejo Bojonegoro. Dengan di hadiri oleh pimpinan, karyawan serta beberapa undangan dari desa setempat acara dimulai dengan mengambil waktu sekitar 5 jam pemateri berasal dari pengabdi sendiri. Proposal penawaran yang menarik dapat memberikan informasi lengkap dan detail kepada calon pembeli (Zahro. 2021). Penawaran berisi informasi mengenai profil perusahaan, produk atau jasa yang ditawarkan, harga, penawaran, cara pembayaran, dan pengiriman produk. Dalam pelaksanaan pendampingan dan pelatihan ini para peserta diberi pengetahuan tentang pemasaran, cara memasarkan ke instansi dan korporasi swasta, bagaimana proposal yang baik dan menarik, dan cara membuat proposal. Hasil dari pelatihan ini adalah semua tim UMKM bisa membuat dan menghasilkan proposal penawaran produk yang menarik dan menjual kepada segmen korporasi dan instansi pemerintah.

**Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Proposal**

Tahap keempat ini adalah tahap akhir tim pengabdi mendampingi semua peserta workshop dari tahapan-tahapan pembuatan proposal penawaran produk dan juga isi proposal yang lengkap dan menarik. Peserta langsung praktek membuat proposal dan target dari workshop ini adalah UMKM bisa menghasilkan proposal yang baik, benar dan menarik. Pelatihan ini sudah berhasil dimana UMKM batik Sekar Rinambat sudah bisa membuat proposal

penawaran produk mereka. Segera akan mengembangkan pasar ke segmen instansi Pemerintah dan juga korporasi swasta di seputar Kabupaten Bojonegor dan juga beberapa kota di Jawatimur.

## SIMPULAN

Pendampingan pembuatan Proposal Penawaran Produk dapat mempermudah Batik Sekar Rinambat memasarkan produk. Dapat mempeluas pangsa pasar produk Batik sekar pada konsumen instansi pemerinta, korporasi swasta dan pasar lainnya yang lebih besar. Kunci kesuksesan dalam pendampingan ini adalah pendekatan dan komunikasi dari tim pengabdi yang bisa menciptakan kondisi pendampingan sesuai dengan tujuan, selain itu sikap keterbukaan, mindset wirausaha dan kooperatif pelaku UMKM berperan penting hingga selesainya kegiatan pengabdian yang telah dilakukan.

Untuk pengembangan selanjutnya perlu dilakukan pengembangan market kepada segmen korporasi dan instansi pemerintah, segmen korporat BUMN dan E-katalog untuk segmen instansi pemerintahan. Dan juga diadakan pelatihan presentasi produk yang lebih menarik dan baik

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Bojonegoro yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini dan Batik Sekar Rinambat yang telah kooperatif selama pendampingan.

## DAFTAR PUSTAKA

Rizal (2020)., *Manajemen Pemasaran* Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Setiawan, I. K.S.B. (2021). Perancangan Katalog Produk untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. JMM (Jurna Masyarakat Mandiri), 5(5), 2615-2624.

Falah, Gunawan, Najib. (2021). *Perancangan Aktivitas Pemasaran UMKM Percetakan Melalui Media Katalog*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(1), 48-56

Gilarso, T.,2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, edisi revisi. Yogyakarta: Penerbit kanisius

Kotler, P. (2012) *Manajemen Pemasaran. Jakarta*. Prehalindo

Romli, Salam (2021). *Pemberian Pelatihan (Pembuat Proposal, Varian Produk, Pemasaran Digital, Pembukuan dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Terhadap Pelaku UMKM pengolahan Ikan Asin di Desa Kubang Kecamatan Pontang Kabupaten Serang Banten*. Jurnal Fakultas Ilmu Kesehatan.

Romli. (2021). *Pengembangan Pemasaran UMKM Zahra Berdasarkan SWOT Melalui Door to Door Dan Marketplace*. Jakarta. Jurnal Manajemen Riset dan Inovasi.

Saefudin, zulfa, Munir Toto. (2016). *Katalog sebagai Media Promosi bagi UMKM Koelon Kalie Krobokan Semarang*. Andharupa. 2. 79-62.

Saepudin, Salsabila, Hidayat. (2021). *Pemberian Pelatihan Pembuatan Proposal, Varian Produk, Pengemasan Produk, Pemasaran Digital, Pembukuan dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Terhadap Para Pelaku UMKM pembuatan*

*Emping di desa Bayumundu Kecamatan Kaduhejo Kabupaten Pandeglang banten*. Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman.

Tigana, Yudiarini, Manek. (2022). *Mempertahankan Produktivitas UMKM Dengan Pembuatan Proposal Kemitraan Dan Penyebaran Brosur/Pamflet PPKM Ber-level*. Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakt.

Zahro, Romli. (2021). *Pemberian Pelatihan (Pembuatan Proposal, Varian Produk, Pengemasan Produk, Pemasaran Digital, Pembukuan dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana) Terhadap Para Pelaku UMKM Pelongahan Ikan Asin Didesa Kubang Puji Kabupaten Serang Banten*. Batara Wisnu Jurnal ; Indonesian Journal of Community.nonim. 2006. *Formalin bukan Formalitas*. CP Buletin Service No.73 Tahun VII Januari 2006. Jakarta.