

PENGEMBANGAN SEKTOR KEPARIWISATAAN YANG BERKELANJUTAN MELALUI INTEGRATING CIRCULAR ECONOMY DI DESA WISATA POLOSIRI

**Qristin Violinda, Heri Prabowo, Noni Setyorini, Valdian Drifanda,
Muhamad Abidin, Ely Aeni Dieka Prahesti, Dwi Ardisa Lestari,
Dwi Nur Aini, Adimas Roki Putra, Miftakhul Jannah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas PGRI Semarang
qviolinda@upgris.ac.id

Abstract

In the area of tourism, Polosiri Village still faces unsolved issues. Specifically, (1) the village has not capitalized on the economic potential of Trabas tourism; (2) there is no master site plan for the layout of the tourist village area; (3) it lacks the necessary expertise to market the tourist village effectively; and (4) it lacks the managerial know-how to oversee the tourist village. The Lestari Sejahtera Women's Farmers Group (KWT) and the BKD, who represent the Polosiri Village community, are the activity's target partners. By applying appropriate technology (TTG) to integrate a circular economy, we provide answers to Polosiri Village's difficulties. The master site plan will guide the placement of tourist attractions and gift shops. In the meanwhile, websites and e-commerce will be used as part of the marketing strategy to draw in tourist visitors. Managers will also receive training on business diversification and management for companies engaged in both production and tourism. The process of carrying out the activities starts with (1) collaborating with regional organizations (heads of trade departments, village leaders) to gather data on potential in the region; (2) cooperating with partners to articulate issues and offer answers to the issues encountered; and (3) analyzing needs. The economic value of the microbusinesses in Polosiri Village that were previously only valued at 45% may rise to 80% as a result of this service. Meanwhile, to attract the interest of tourist visitors, the marketing strategy that will be implemented is to utilize websites and e-commerce. In addition, training on business diversification and management for both tourism and production businesses will also be provided to managers. The method of implementing activities begins with (1) coordinating with regional institutions (village heads, heads of trade departments) to obtain regional potential data (2) coordinating with partners to formulate problems and provide solutions to the problems faced (3) analysis of needs. The results of this service can increase the economic value of polosiri village micro businesses, which previously only reached 45%, increasing to 80%.

Keywords: Marketing, packaging, production, Micro Business, Polosiri.

Abstrak

Di bidang pariwisata, Desa Polosiri masih menghadapi masalah yang belum terselesaikan. Secara khusus, (1) desa belum memanfaatkan potensi ekonomi pariwisata Trabas; (2) belum ada rencana induk tata ruang kawasan desa wisata; (3) tidak memiliki keahlian yang diperlukan untuk memasarkan desa wisata secara efektif; dan (4) tidak memiliki pengetahuan manajerial untuk mengawasi desa wisata. Kelompok Wanita Tani (KWT) Lestari Sejahtera dan Badan Keswadayaan Masyarakat (BKD) yang mewakili masyarakat Desa Polosiri menjadi mitra sasaran kegiatan. Dengan menerapkan teknologi tepat guna (TTG) untuk mengintegrasikan ekonomi sirkular, kami memberikan jawaban atas kesulitan Desa Polosiri. Rencana induk lokasi akan memandu penempatan tempat wisata dan toko oleh-oleh. Sementara itu, situs web dan e-commerce akan digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik pengunjung wisata. Para manajer juga akan menerima pelatihan tentang diversifikasi bisnis dan manajemen untuk perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan pariwisata. Proses pelaksanaan kegiatan dimulai dengan (1) berkolaborasi dengan organisasi daerah (kepala dinas perdagangan, kepala desa) untuk mengumpulkan data tentang potensi di wilayah tersebut; (2) bekerja sama dengan mitra untuk mengartikulasikan masalah dan menawarkan jawaban atas masalah yang dihadapi; dan (3) menganalisis kebutuhan. Nilai ekonomi

usaha mikro di Desa Polosiri yang sebelumnya hanya bernilai 45% dapat meningkat menjadi 80% sebagai hasil dari layanan ini, sedangkan untuk menarik minat pengunjung wisata, strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan memanfaatkan situs web dan e-commerce. Selain itu, pelatihan mengenai diversifikasi usaha dan manajemen baik untuk usaha pariwisata maupun produksi juga akan diberikan kepada pengelola. Metode pelaksanaan kegiatan diawali dengan (1) melakukan koordinasi dengan institusi daerah (kepala desa, kepala dinas perdagangan) untuk mendapatkan data potensi daerah (2) melakukan koordinasi dengan mitra untuk merumuskan permasalahan dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi (3) analisis kebutuhan. Hasil dari pengabdian ini dapat meningkatkan nilai ekonomi usaha mikro desa polosiri yang sebelumnya hanya mencapai 45% meningkat menjadi 80%.

Keywords: Pemasaran, pengemasan, produksi, Usaha Mikro, Polosiri.

PENDAHULUAN

Desa Polosiri terletak di Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang. Secara geografis, desa ini berada pada koordinat 110°14'54,75" hingga 110°39'3" Bujur Timur dan 7°3'57" hingga 7°30' Lintang Selatan. Luas wilayah Desa Polosiri mencapai 512,80 hektar dan terdiri dari enam dusun, yaitu Dusun Polosiri, Prenggan, Soko, Wangon, Tapen, dan Kaliputih. Wilayah ini dibagi menjadi 6 RW dan 27 RT. Desa Polosiri memiliki iklim tropis dengan curah hujan rata-rata 2.000 hingga 2.500 mm per tahun, suhu udara antara 18°C - 32°C, kecepatan angin 0,37-0,71 knot, dan kelembaban udara 38,5% - 98%. Desa ini dihuni oleh 3.279 jiwa yang terdiri dari 1.285 laki-laki dan 1.175 perempuan, dengan total 1.561 kepala keluarga. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dengan lahan seluas 0,5 hektar, buruh tani, nelayan, buruh bangunan, buruh perkebunan, atau pekerjaan lainnya dengan pendapatan di bawah Rp 600.000 per bulan. Tingkat pendidikan tertinggi kepala keluarga umumnya tidak tamat SD atau hanya SD

Tim PPK ORMAWA BEM FEB melakukan survey tanggal 1 Maret 2024 kemudian melakukan observasi dan pertemuan dengan warga tanggal 5 Maret 2024 dan wawancara dengan

Kepala Desa Polosiri pada hari Kamis tanggal 8 Maret 2024. Desa Polosiri merupakan Desa binaan Universitas PGRI Semarang sejak tahun 2012 berbagai macam bentuk kegiatan telah dilakukan dan sangat memberi manfaat bagi Desa Polosiri. Kepala Desa menyampaikan bahwa setiap dusun di Desa Polosiri memiliki kondisi, potensi, dan masalah yang beragam, yang dipengaruhi oleh perbedaan sumber daya ekonomi. Sumber daya ekonomi utama yang mempengaruhi adalah letak geografis dan sumber daya alam yang dimiliki setiap dusun. Berikut data kemiskinan yang ada di Desa Polosiri

Analisis potensi yang dimiliki Desa Polosiri yaitu sudah lima tahun ini sering menjadi tujuan para pecinta "Trabas" untuk menyalurkan hobi. Kondisi ini merupakan potensi yang sangat baik untuk mengembangkan wisata Trabas. Hal ini dikarenakan kondisi geografis dan topografi Desa Polosiri yang sangat memungkinkan untuk aktivitas Trabas. Dengan suhu yang tidak terlalu panas sekitar 27°C dan ditumbuhi banyak pepohonan, Desa Polosiri cocok untuk dijadikan tujuan wisata Trabas. Selain itu, lokasi yang relatif dekat dengan jalan raya Bawen Semarang memudahkan pengunjung untuk masuk ke daerah ini. Komunitas Trabas yang sering mengunjungi Desa

Polosiri diantaranya adalah Battlax, R-Track, Tribas, TATO, dan Traseba yang masing-masing memiliki anggota lebih dari 50 orang. Mereka berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah.

Biasanya komunitas Trabas tersebut mengunjungi Desa Polosiri hampir setiap hari Minggu.



Gambar 1. Aktivitas Trabas dan produk UMKM

Selain potensi wisata Trabas yang sudah disebutkan di atas, Desa Polosiri memiliki potensi UMKM yang dapat dilihat dari keaktifan Kelompok Wanita Tani (KWT) Lestari Sejahtera. KWT ini sudah terbentuk kurang lebih 6 tahun yang lalu dan memiliki anggota sekitar 25 orang. Kelompok KWT ini memiliki agenda pertemuan rutin, arisan dan memproduksi hasil holtikultura (Gambar 3). Sampai saat ini produk yang sudah dihasilkan antara lain Sari Jahe, Sari Temulawak, Sari Kunyit, Wedang Uwuh, dan Sari Kunyit Putih. Sedangkan produk non-minuman seperti Kripik Kimpul dan Tepung Mokaf. Permasalahan yang ada di Desa Polosiri yaitu belum menyadari potensi ekonomi wisata Trabas, belum ada master site plan penataan wilayah Desa Wisata, belum memiliki ketrampilan pemasaran Desa Wisata secara maksimal serta belum memiliki ketrampilan manajerial untuk mengelola Desa Wisata. Sedangkan pada sektor UMKM, kami mengidentifikasi masalah yaitu belum adanya kemampuan diversifikasi usaha, produk belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) belum memiliki ketrampilan pemasaran UMKM secara maksimal, ketrampilan manajemen usaha belum maksimal serta belum tersedia pusat

usaha penjualan.

SOLUSI DAN PERMASALAHAN

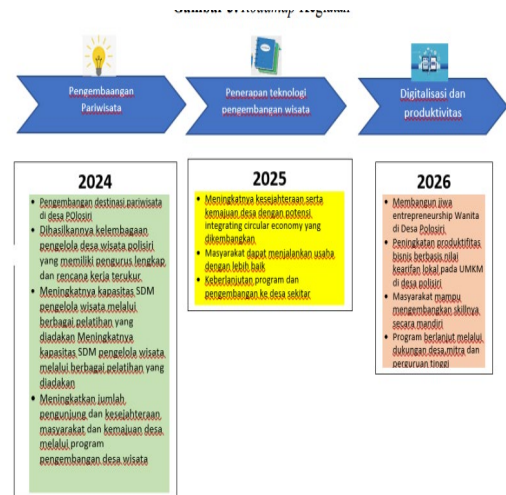
Berdasarkan survei yang dilakukan permasalahan yang dipetakan tim PPK ORMAWA BEM FEB di Desa Wisata Polosiri diantaranya yaitu (1) belum 4 menyadari potensi ekonomi wisata Trabas, (2) belum ada master site plan penataan wilayah Desa Wisata, (3) belum memiliki ketrampilan pemasaran Desa Wisata secara maksimal serta (4) belum memiliki ketrampilan manajerial untuk mengelola Desa Wisata. Sedangkan pada sektor UMKM, kami mengidentifikasi masalah yaitu (5) belum adanya kemampuan diversifikasi usaha, produk belum memiliki Nomor Induk Berusaha, (6) belum memiliki ketrampilan pemasaran UMKM secara maksimal, ketrampilan manajemen usaha belum maksimal serta belum tersedia pusat usaha penjualan. Solusi yang direncanakan untuk mengatasi permasalahan telah disusun dengan melibatkan masyarakat sasaran dengan prioritas solusi (1) menciptakan kemandirian, kenyamanan dan kesejahteraan masyarakat dengan memberikan sosialisasi tentang Desa wisata Trabas, (2) pembuatan master site plan, (3) Membuat foto-spot, (4) menggunakan media online dan offline sebagai strategi pemasaran Desa Wisata, memberikan pelatihan website Desa Wisata, memberikan (5) pelatihan pengelola manajemen Desa Wisata, (6) Tim PPK ORMAWA memberikan pelatihan pengembangan kemampuan pengelola hasil pertanian berbasis ketela dan empon-empon. Memberikan pelatihan e-commerce pada UMKM, memberikan pelatihan pengelolaan manajemen usaha dan membentuk pusat oleh-oleh.

TUJUAN

Tujuan dari program pengembangan Wisata Trabas di Desa Polosiri adalah sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi potensi sumber daya alam, seni budaya, sumber daya manusia, dan aktivitas ekonomi yang dapat dikolaborasikan untuk mendukung pengembangan Wisata Trabas di desa ini. (2) Mencapai kesepakatan bersama dengan tokoh masyarakat untuk mengembangkan Wisata Trabas berbasis potensi unggulan. (3) Membentuk kelembagaan pengelola Desa Wisata Polosiri yang memiliki struktur pengurus lengkap dan rencana kerja yang terukur. (4) Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pengelola wisata melalui berbagai pelatihan. (5) Meluncurkan Wisata Trabas di Desa Polosiri dengan branding yang sesuai dengan potensi unggulan, serta (6) Meningkatkan jumlah pengunjung, kesejahteraan masyarakat, dan kemajuan desa melalui program pengembangan Desa Wisata.

METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu survei kondisi lapangan, pengamatan, diskusi serta wawancara bersama tokoh masyarakat dan warga, tokoh formal maupun nonformal. Sebelum melakukan kegiatan kami menyusun Roadmap berdasarkan data primer dan data sekunder seperti data Profil Desa, serta RPJM Desa. Berikut roadmap kegiatan yang disusun :



Gambar 2. Roadmap Kegiatan

Pada tahun 2024 roadmap prioritas kegiatan yaitu membuat perencanaan pengembangan destinasi pariwisata di Desa Polosiri serta dihasilkannya kelembagaan pengelola Desa Wisata Trabas Polosiri yang memiliki pengurus lengkap dan rencana kerja terukur. Selain itu meningkatnya kapasitas SDM pengelola wisata melalui berbagai pelatihan yang diadakan serta meningkatkan kapasitas SDM pengelola wisata melalui berbagai pelatihan. Usaha lain yang dilakukan yaitu meningkatkan jumlah pengunjung dan kesejahteraan masyarakat dan kemajuan Desa melalui program pengembangan Desa Wisata. Sedangkan pada tahun 2025 kegiatan PPK ORMAWA BEM FEB akan difokuskan dengan meningkatkan kesejahteraan serta kemajuan Desa melalui pelaksanaan integrating circular economy yang dikembangkan masyarakat dapat menjalankan usaha dengan lebih baik serta keberlanjutan program dan pengembangan ke Desa sekitar. Pada tahun 2026 kegiatan akan di fokuskan pada evaluasi dengan membentuk tim monitoring dan evaluasi dari Universitas PGRI Semarang dan struktural desa untuk membangun jiwa entrepreneurship wanita di Desa Polosiri serta

meningkatkan produktifitas bisnis berbasis nilai kearifan lokal pada UMKM dan wisata di Desa Polosiri. Fokus kegiatan di tahun 2025 ditunjukkan agar masyarakat mampu mengembangkan skillnya secara mandiri. Selain itu ditahun ini di fokuskan juga untuk program keberlanjutan melalui dukungan Desa, mitra dan perguruan tinggi.

Tahapan Kegiatan

a. Persiapan

Tahapan persiapan dalam penyusunan program PPK ORMAWA BEM Fakultas Ekonomi Dan Bisnis meliputi (1) Identifikasi Potensi, Masalah, dan Kebutuhan Masyarakat. Salah satu potensi unggul Desa Polosiri yaitu menjadi tujuan para pecinta Trabas untuk menyalurkan hobi. Hal ini dikarenakan kondisi geografis dan topografi Desa Polosiri yang sangat memungkinkan untuk aktivitas Trabas. (2) Menentukan Sasaran dari Program PPK ORMAWA BEM FEB adalah masyarakat Desa Polosiri yang memiliki minat, bakat, dan potensi dalam mengembangkan wisata. (3) Menggandeng Kemitraan dengan Kelompok Wanita Tani (KWT) Lestari Sejahtera.

b. Sosialisasi

Sosialisasi dilaksanakan dengan pengenalan kelompok-kelompok pengembangan pariwisata yang dapat diikuti oleh santri dan warga Desa Polosiri.

c. Pelaksanaan Program

Kegiatan pemberdayaan di Desa Polosiri melalui integrating Circular economy dilaksanakan melalui beberapa kelompok. Kegiatan pemberdayaan diawali dengan pelaksanaan sosialisasi dan pembentukan kepengurusan struktural.

Kepengurusan ini nantinya akan melaksanakan program untuk membantu para warga dalam mengembangkan usaha pariwisata. Tahap selanjutnya adalah pendistribusian kader 11 mengikuti pengembangan wisata melalui program pembinaan kelompok yang terdiri dari (1) Kelompok Sadar Wisata (KESAWI) kelompok ini, bertujuan untuk mengembangkan ketrampilan warga didalam mengembangkan usaha yang terkait dengan pengembangan wisata. (2)Kelompok Usaha Suvenir (KESUVE) bertujuan untuk mengembangkan bakat dan minat warga membuat aneka souvenir untuk dipasarkan di Desa Wisata. (3) kelompok Temu Latihan Bareng (KETETRINGAN),bertujuan untuk menghidupkan kembali kegiatan pengembangan wisata yang berhenti.

d. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan ini dilakukan dengan membuat indicator keberhasilan dengan metode pengukuran yang dibuat dalam bentuk pre test dan post test ,hasil dari evaluasi dan monitoring selanjutnya diadakan audiensi bersama stakeholder guna menjajaki keberlanjutan program.

e. Penyusunan laporan kegiatan

Penyusunan laporan akhir terdiri atas dua macam, yaitu laporan kemajuan yang dibuat secara periodik dan laporan akhir yang akan dibuat sebagai laporan final pelaksanaan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Kegiatan PKM ini diperuntukkan bagi Masyarakat di Desa Polosiri dilaksanakan Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang. Kegiatan sosialisasi PKM ini digelar pada hari Sabtu, 10 Agustus 2023 sampai Minggu 11 Agustus

2024 di Balai Desa Polosiri. Kegiatan ini merupakan hibah Nasional PPK ORMAWA yang didanai oleh KEMENDIKBUD RISTEK DIKTI. Pada kegiatan ini Tim PKM memberikan pelatihan teknik pemasaran digital, pelatihan pengemasan produk, dan manajemen asset dan pembukuan sederhana bagi pelaku UMKM di daerah wisata trabas desa Polosiri. Adapun hasil dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

Pemasaran Digital UKM JAMARIS

Teknik pemasaran produk dari UKM di Desa Polosiri yang tergabung dalam Kelompok Tani Wanita (KWT) Lestari masih cukup sederhana dan terbatas. Belum ada upaya inovatif atau rencana yang tepat untuk mempromosikan produk melalui digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce di Indonesia. Akibatnya, mitra KWT Lestari belum mampu menjangkau pasar dan konsumen yang lebih luas sesuai dengan target yang diinginkan.

Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan oleh Tim PKM sangat bermanfaat bagi UKM KWT Lestari. Pelatihan digital marketing ini dibawakan oleh ahli pemasaran, Dr. Heri Prabowo, SE, MM.



Gambar 3. Pemateri Digital Marketing

Hasil wawancara dengan pelaku UKM KWT Lestari, yang dianalisis menggunakan pendekatan 4C (cost, customer, convenience, dan communication), menunjukkan bahwa mereka sepakat akan manfaat digital marketing dalam promosi dan pemasaran produk mereka. Para informan menyatakan bahwa digital marketing membantu mengurangi biaya promosi, berbeda dengan metode sebelumnya yang menggunakan media promosi offline seperti brosur, iklan di koran, dan billboard, yang memerlukan biaya lebih tinggi. Temuan ini juga sejalan

biaya pemasaran, dan meningkatkan hubungan pelanggan (Mokhtar, 2015).

Namun, beberapa usaha kecil dan menengah kurang memahami penggunaan teknologi seperti pembuatan situs web perusahaan, optimasi mesin pencari (SEO), dan penggunaan Google AdSense sebagai media periklanan, sehingga membatasi potensi pemasaran digital yang kurang dimanfaatkan (underutilization) Taiminen & Karjaluo, 2015).

Pengemasan Produk

UKM JAMARIS UKM KWT Lestari Proses pengemasan Produk masih sangat sederhana, kurang menarik dan belum mempunyai identitas yang jelas.

Produk belum memiliki logo. Logo merupakan simbol visual yang membedakan merek atau produk Anda dengan pesaing, sehingga sebaiknya Anda menambahkan desain logo, baik secara tradisional maupun digital.

Logo dan kemasan yang unik dan menarik diharapkan dapat menarik perhatian konsumen, mendorong mereka untuk memilih dan membeli produk KWT Lestari, serta

meningkatkan penjualan.



Gambar 6
Pemateri Strategi pengemasan

Untuk mengatasi masalah ini, dalam kegiatan PKM diadakan pelatihan dan penyuluhan kepada mitra tentang pentingnya pengemasan, serta desain logo dan nama produk yang menarik untuk era digital. Materi ini disampaikan oleh Dosen Manajemen FEB UPGRIS, Kristin Violinda S.Psi, M.M, Ph.D. Logo dan kemasan yang telah dirancang oleh tim PKM dari PPK Ormawa BEM FEB dan dosen FEB Universitas PGRI Semarang telah disetujui oleh mitra UKM KWT Lestari Polosiri dan kini digunakan secara resmi.

Komponen produk yang harus dimiliki merek yang ditunjukkan dengan logo produknya. Logo harus mampu menggambarkan produk, manfaat serta harus memiliki ciri khas. Menurut Saputra & Syafwandi (2017), logo dapat berupa nama usaha, baik dalam bentuk satu kata atau lebih, maupun huruf atau simbol. Logo merupakan identitas usaha/produk, institusi, atau organisasi lainnya dengan cara yang unik. Logo yang sempurna berfungsi sebagai alat untuk mengenalkan produk dan menciptakan

nilai yang dapat membawa citra yang baik dan tulus.



Gambar 4.
Logo UKM Polosiri

Pembukuan Sederhana

Sebagian besar pelaku UKM KWT Lestari belum melakukan pencatatan sederhana hasil dari usaha yang mereka lakukan. Padahal pembukuan sederhana sangat dibutuhkan. Melakukan pembukuan sederhana memiliki berbagai manfaat penting, terutama bagi usaha kecil, menengah, atau bahkan individu.

Materi pembukuan sederhana pada PKM ini disampaikan oleh Dosen Prodi pendidikan Ekonomi Valdian Drifanda S.Pd,M.Pd Berikut adalah beberapa materi yang disampaikan mengenai manfaat utama dari pembukuan sederhana:

1. **Mengelola Keuangan dengan Lebih Baik:** Pembukuan membantu memantau pemasukan dan pengeluaran secara rinci. Dengan ini, Anda bisa mengetahui kondisi keuangan secara real-time dan membuat keputusan yang lebih baik.

2. **Memudahkan Perencanaan dan Anggaran:** Dengan data keuangan yang tercatat, Anda bisa membuat perencanaan keuangan yang lebih baik, seperti menetapkan anggaran untuk periode tertentu dan mengontrol pengeluaran agar sesuai dengan rencana.

3. **Memantau Kinerja Usaha:** Pembukuan memungkinkan Anda untuk menilai apakah usaha Anda mengalami keuntungan atau kerugian. Ini membantu dalam mengidentifikasi

tren, apakah positif atau negatif, dan memungkinkan Anda untuk mengambil tindakan yang diperlukan.

4. **Membantu dalam Pengambilan Keputusan:** Dengan informasi keuangan yang lengkap, Anda bisa membuat keputusan yang lebih tepat terkait investasi, pengembangan usaha, atau bahkan pengurangan biaya.

5. **Memudahkan Pelaporan Pajak:** Ketika pembukuan dilakukan dengan baik, pelaporan pajak menjadi lebih mudah dan akurat. Anda memiliki semua data yang diperlukan untuk menyusun laporan pajak tanpa harus mencari-cari data yang tersebar.

6. **Menghindari Masalah Hukum:** Pembukuan yang baik memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan benar dan mematuhi peraturan yang berlaku. Ini membantu dalam menghindari masalah hukum terkait dengan pelaporan keuangan yang tidak akurat.

7. **Membantu Mencari Pendanaan atau Investasi:** Jika Anda berencana untuk mencari investor atau pinjaman, pembukuan yang rapi akan menjadi nilai tambah. Investor atau pemberi pinjaman akan lebih percaya untuk menanamkan modal jika melihat bahwa keuangan usaha Anda terkelola dengan baik.

8. **Mengurangi Risiko Penipuan:** Dengan pencatatan yang sistematis, Anda dapat mengidentifikasi dan mencegah kemungkinan adanya kecurangan atau penyelewengan keuangan dalam usaha. Pembukuan sederhana, meskipun hanya mencatat transaksi dasar, tetap memberikan fondasi yang kuat untuk pengelolaan keuangan yang sehat dan suksesnya usaha.



Gambar.7
Pemateri pengembangan Produk

Manajemen Aset

Pada kegiatan ini materi mengenai manajemen aset juga diberikan. Hal ini dikarenakan UKM KWT Lestari belum sepenuhnya paham mengenai bagaimana mengelola manajemen aset.

Adapun materi mengenai manajemen aset yang disampaikan yaitu :

1. Pengenalan Manajemen Aset

Pengertian dan konsep dasar manajemen aset. Tujuan dan pentingnya manajemen aset dalam organisasi atau individu. serta Jenis-jenis aset (aset tetap, aset lancar, aset berwujud, aset tidak berwujud).

2. Klasifikasi dan Kategori Aset

Klasifikasi aset berdasarkan jenis, nilai, dan fungsi. Cara mengidentifikasi dan mencatat aset. Serta pemahaman tentang aset produktif vs. non-produktif.

3. Siklus Hidup Aset

Proses pengadaan aset. Pengoperasian dan pemeliharaan aset. Penggantian, penjualan, atau penghapusan aset serta manajemen aset dari pengadaan hingga purna jual.

4. Penilaian dan Depresiasi Aset

Metode penilaian aset (historical cost, market value, replacement cost). Pengertian dan metode depresiasi (garis lurus, saldo menurun, unit produksi). Pengaruh depresiasi terhadap laporan keuangan.

5. Pemeliharaan dan Pengelolaan

Strategi pemeliharaan aset (preventive maintenance, predictive maintenance). Manajemen risiko dalam pemeliharaan aset serta teknik pengelolaan aset yang efektif untuk menjaga nilai dan umur aset.



Gambar 8. Pemateri Manajemen aset

Hasil Evaluasi dan Monitoring

Proses evaluasi sangat penting untuk memastikan efektivitas dan dampak positif dari program yang dijalankan di UKM Lestari. Prosedur evaluasi dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada mitra UKM KWT Lestari untuk mengumpulkan masukan dan umpan balik terkait kegiatan tersebut. Hasil dari kuesioner ini kemudian ditampilkan dalam bentuk diagram yang tersedia.

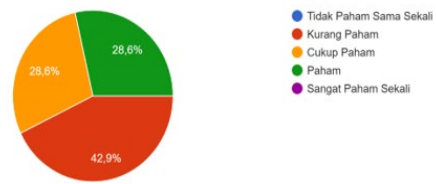


Diagram 1
Prosentase pengetahuan Mitra

Sebelum pelatihan diadakan, tingkat pengetahuan mitra mengenai pemasaran, pengemasan, dan pengembangan produk hanya sebesar 42,9%. UKM KWT Lestari belum memahami cara memasarkan produk mereka melalui media sosial atau platform e-commerce. Selain itu, metode pengemasan yang mereka gunakan masih sangat tradisional, yaitu dengan menutup plastik menggunakan lilin tanpa mencantumkan logo atau merek pada produk mereka.

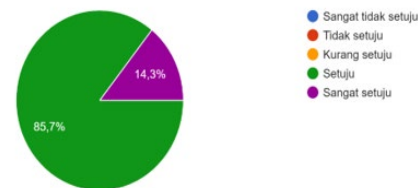


Diagram 2
Prosentase Peningkatan Usaha

Berdasarkan kuesioner yang diberikan, diperoleh data bahwa usaha mereka mengalami peningkatan sebesar 85,7% setelah mengikuti pelatihan dari tim PKM. Peningkatan ini terlihat dari profit yang diperoleh serta bertambahnya jumlah konsumen.

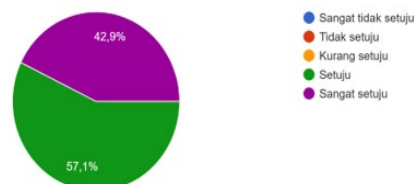


Diagram 3
Prosentase Peningkatan Pemasaran

UKM KWT Lestari juga merasakan peningkatan dalam pemasaran produk setelah mengikuti kegiatan PKM. Pemasaran produk mereka meningkat sebesar 57,1% di Desa Wisata Trabas Polosiri. Peningkatan ini berdampak positif pada pendapatan usaha mereka, memungkinkan UKM KWT Lestari untuk melanjutkan usaha mereka ke arah yang lebih baik dan mengembangkan usaha secara optimal.



Gambar.8
TIM PPK ORMAWA,Dosen dan Mitra

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat di bidang UKM berkelanjutan dilaksanakan sesuai langkah proses yang diusulkan. Dalam proses kegiatan, mitra berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan yang direncanakan. Permasalahan terkait pemasaran, pengemasan produk dan pengembangan produk berhasil teratasi berkat pelatihan tim PKM yang fokus pada isu mitra (UKM Lestari).

Luaran dari pengabdian ini adalah peningkatan pemasaran produk, perbaikan tampilan kemasan dan tampilan yang lebih menarik melalui pemahaman catatan yang mudah serta penggunaan logo dan branding yang dirancang oleh tim PKM.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan

Kebudayaan Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah mendukung kegiatan PPK ORMAWA.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Semarang atas dukungannya terhadap kegiatan PKM Mitra KWT Lestari serta seluruh dosen dan mahasiswa yang telah memberikan kontribusi berarti dalam terlaksananya kegiatan PKM ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada KEMENDIKBUD RISTEK DIKTI atas bantuan yang diberikan untuk kegiatan PPK ORMAWA. Serta terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan dukungan untuk kegiatan PKM Mitra KWT Lestari, dan juga kepada seluruh rekan dosen dan mahasiswa yang telah berkontribusi secara signifikan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014): Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Made Astawan, 2011. Pangan Organik Pangan Masa Depan. Diunduh dari harian kompas Kamis, 27 Desember 2011 dalam <http://bumiganesa.com/?p=178>.
- Mardikanto, T., dan P. Soebianto. 2015. Pemberdayaan Masyarakat : Dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. 2014, Metodologi Penelitian Kualitatif, PT Remaja

- Rosdakarya,. Bandung.
- menengah (case study) pada UMKM di Kota Semarang). Stability Journal of management and business.Vol 1 ,No 1
- Mokhtar, N. F. (2015). Internet Marketing Adoption by Small Business Enterprises in Malaysia. International Journal of Business and Social Science.
- Roosany, TIN, IG Setiawan AP, NW Sri A. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Sayur Organik pada CV Golden Leaf Farm Bali. Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 2, No. 1, Mei 2014: 61-75
- Saputra, D., & Syafwandi, M. S. (2017). Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau Di Kabupaten Lima Puluh Kota. DEKAVE: Jurnal 5(2), 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/dekave.v5i2.8286>
- Santos, S. C., Caetano, A., & Curral, L. 2011. Entrepreneurial potential: Connecting some dotsSusana. In 8th ESU Conference on Entrepreneurship (pp. 1–20).
- Sukartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Khusus Analisis Fungsi Produksi Cobb-Douglas. PT, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sulistiyowati, A., Prasetyono, D.W., 2018. Model Pemberdayaan Masyarakat Usaha Kecil Menengah (UMKM) di LingkunganEks Lokalisasi Dolly Surabaya. Jurnal Aplikasi Administrasi Vol.21 No. 2 Desember 2018.
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs.Journal of Small Business and Enterprise Development. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>.
- Violinda .2018. Strategi dan keunggulan Bersaing Usaha mikro, kecil dan