PENGEMBANGAN USAHA MIKRO MELALUI PELATIHAN TELEMARKETING TERINTEGRASI WEBSITE PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) ANEKA KARYA DAN KRIYA SEJAHTERA

Erna Yuliandari[1] dan Wijianto[2]

[1.2] Program Studi PPKN Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UNS Surakarta
email: ernayuliandari@staff.uns.ac.i

ABSTRAK

Permasalahan utama yang ditemukan pada usaha mikro Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Aneka Karya dan Kriya Sejahtera di Desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar terletak pada strategi promosi dan penjualannya. Walapun produk memiliki daya saing tetapi promosi dan penjualannya masih dilakukan secara konvensional karena minimnya penguasaan tekhnologi informasi dan komunikasi serta pengetahuan tentang telemarketing. Kondisi tersebut berpengaruh pada omset penjualan yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan pelaku usaha mikro yang merupakan bagian dari hak ekonomi warga.

Solusi yang ditawarkan berupa upaya peningkatkan kapasitas dan sumber daya melalui metode pelatihan dan pendampingan telemarketing dan pengelolaan website serta akun instagram. Tujuan pelatihan dan pendampingan agar anggota Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Aneka Karya dan Kriya Sejahtera mampu (1) melakukan telemarketing sebagai keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan (2) mengelola website untuk penunjang promosi produk (3) mengelola akun instagram untuk promosi produk (4) menaikkan omset penjualan (5) meningkatkan pendapatan sebagai upaya pengentasan kemiskinan untuk pemenuhan hak ekonomi warga.

Hasil yang dicapai berupa (1) Peningkatan omset penjualan (2) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola website dan akun instagram (3) Model promosi penjualan melalui website dan akun instagram dengan telemarketing.

Kata kunci: *Usaha Mikro, Telemarketing, Website*

PENDAHULUAN

Desa Ngijo adalah salah satu desa di wilayah Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah. Desa Ngijo memiliki luas wilayah ± 232.761,5 Ha dengan komposisi 60 % lahan pertanian dan 40 % pemukiman penduduk. Desa Ngijo dihuni oleh 8085 Orang. Mayoritas penduduk memiliki mata pencaharian pokok sebagai karyawan swasta 2736 orang, Pegawai Negeri Sipil 413 orang, pertukangan 295 orang, buruh tani 292 orang, petani 288 orang, Pensiunan 246 orang, wiraswasta/pedagang

saha kecil 146 orang, TNI-Polri 56, Jasa 53, angkutan 11 dan pekerjaan lain 455 orang (Monografi Desa Ngijo, 2016).

Berdasarkan potensi yang dimiliki Desa Ngijo tersebut maka wajar bila kemudian tumbuh berbagai bidang usaha sesuai potensi alam yang ada di wilayahnya. Usaha-usaha tersebut kemudian membentuk suatu kelompok usaha bersama (KUBE), diantaranya Aneka Karya dan Kriya Sejahtera.

Aneka Karya merupakan KUBE yang jenis usahanya makanan ringan ini terdiri beberapa produksi makanan ringan antara lain: peyek kacang, rambak, kripik jamur dan pare, emping mlinjo, dan kacang sangan. Selama ini pendapatan dari omzet penjualan produk anggota Kube masih dibawah dua juta perbulan, dikarenakan jaringan pemasaran masih sangat konvensional tanpa adanya pemanfaatan tekhnologi informasi dan komunikasi (Jing Zhang, 2016) , yaitu dari mulut ke mulut.

Gambar 1. Produk dari KUBE Aneka Karya
(Makanan Ringan) (Tas dan Sandal *Handmade*)
Sumber: Dok.

Pada KUBE Kriya Sejahtera telah terjadi spesifikasi keahlian untuk masing-masing anggota dalam hal menjahit yaitu terdiri dari pengerjaan bahan jahitan (meliputi pengukuran, pembuatan dan pemotongan pola, penjahitan, juga *finishing*), serta pemasaran hasil jahitan. Omzet dari penjualan Kube Kriya sejahtera juga masih sangat rendah yaitu berkisar antara 1, 5 juta sampai dua juta perbulan.

Gambar 2. Produk dari KUBE Kriya Sejahtera

(Busana Wanita) (Sajadah Anak)

Sumber: Dok.

Kedua KUBE tersebut dalam menjalankan usahanya belum mampu mendapatkan hasil yang baik. Berdasarkan hasil survei dan identifikasi permasalahan yang dilakukan terhadap kedua KUBE tersebut terdapat beberapa permasalahan yang mereka hadapi, yaitu: (1) Selama ini kegiatan produksi sangat mengandalkan ada atau tidaknya pesanan dari perusahaan konveksi maupun masyarakat sekitar. Keberadaan pesanan jahit ini sifatnya tidak pasti, artinya terkadang anggota kelompok mejahit kebanjiran pesanan, tetapi ada kalanya tidak memperoleh pesanan sama sekali. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan anggota kelompok menjahit yang menjadi tidak menentu, (2) kesulitan dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan oleh KUBE, (3) kurangnya pengetahuan dan keterampilam yang dimiliki oleh anggota kelompok dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya khususnya dalam hal pemasaran karena minimnya penguasaan tekhnologi informasi dan komunikasi, (4) minimnya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki dalam manajemen usaha sehingga menjadi kendala dalam pengembangan usaha.

Secara garis besar permasalahan tersebut dikarenakan mereka belum memiliki kemampuan berkreasi yang baik dalam hal pemasaran. Terlebih lagi dalam era digital saat ini dimana teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang begitu pesat sehingga memberikan peluang besar bagi mereka untuk memperluas pemasaran produk

melalui media sosial dan website yang ditunjang dengan kemampuan telemarketing yang baik (Jonathan Lee, Janghyuk Lee, Lawrence Feick, 2001).

Mengingat keterbatasan mereka dalam hal pemasaran maka perlu adanya suatu pendidikan dan pelatihan dalam upaya mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu alternatif untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan (Yudi, 2001). Dengan adanya pendidikan dan pelatihan tersebut diharapkan mereka mampu menguasai dan mengaplikasikannya dalam usaha yang dijalankan dan pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat penjualan dengan baik serta mampu meningkatkan pendapatan bagi para anggota KUBE tersebut (G.S. Sureshchandar, 2006).

METODE PELAKSANAAN

Materi dan Metode pelaksanaan kegiatan sebagai upaya memberikan solusi atas permasalahan yang ada dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Materi dan Metode

Materi Bidang Tekhnologi	Materi Bidang Pemasaran	Metode
Pengelolaan website untuk penunjang promosi produk baik melalui komputer maupun perangkat mobile seperti smartphone.	Telemarketing sebagai keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan dalam kegiatan pemasaran.	Pelatihan, simulasi, pendampingan.
Pengelolaan akun instagram untuk promosi produk melalui smartphone, dan tekhnik foto produk.		Pelatihan, simulasi, pendampingan.

Sumber: dok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi kedua KUBE yaitu: anggota Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Aneka Karya dan Kriya Sejahtera belum mampu (1) melakukan telemarketing sebagai keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan, (2) mengelola website untuk penunjang promosi produk, (3) mengelola akun instagram untuk promosi produk, (4) menaikkan omset penjualan dan (5) meningkatkan pendapatan yang merupakan bagian dari pemenuhan hak ekonomi warga negara untuk pengentasan kemiskinan (UUD 1945 Pasal 33 ayat 4).

Hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan indikator-indikator kinerja sebagai berikut:

Tabel 2. Indikator Kinerja

Aspek	Indikator Kinerja	Hasil Kinerja
Input	Peserta KUBE Aneka Karya dan Kriya Sejahtera sebanyak 20 Orang	100 % peserta dari kedua KUBE mengikuti pelatihan, simulasi dan pendampingan
Output	Mampu mengelola website dan akun instagram serta telemarketing	1. Mengupload produk melalui web sebanyak 5 produk 2. Memotret 5 produk dan mengupload ke akun instagram 3. Membuat deskripsi dan harga tiap produk 4. Melakukan telemarketing sesuai tata cara bertelepon yang baik
Outcome	Peningkatan omset dan pendapatan baik kelompok maupun anggota.	Pendapatan kelompok meningkat dari 1,5 sd 2 juta menjadi 2,5 juta sd 3 juta per bulan. Pendapatan anggota meningkat 10 %.

Sumber: dok.

Partisipasi peserta dalam pelaksanaan kegiatan berupa keikutsertaan semua anggota Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Aneka Karya sebanyak 10 orang dan Kriya Sejahtera sebanyak 10 orang pada kegiatan pelatihan, simulasi, dan pendampingan. Kemampuan mengelola website dan akun instragram ditandai dengan (1) kemampuan mengupload produk melalui website (2) memotret produk dan mengupload di instagram (3) membuat deskripsi dan harga tiap produk (4) melakukan telemarketing. Peningkatan pendapatan baik kelompok maupun anggota ditandai dengan (1) pendapatan kelompok yang semula 1,5 sd 2 juta menjadi 2,5 sd 3 juta (2) peningkatan pendapatan anggota sebesar 10 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peningkatkan kapasitas dan sumber daya melalui metode pelatihan dan pendampingan telemarketing dan pengelolaan website serta akun instagram menunjukkan hasil yang dicapai berupa (1) Peningkatan omset penjualan, (2) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola website dan akun instagram (3) Model promosi penjualan melalui website dan akun instagram dengan telemarketing. Saran yang disampaikan berupa (1) kepada anggota KUBE supaya meningkatkan kemampuan dalam penguasaan tekhnologi informasi dan komunikasi

guna menjaga keberlanjutan pengelolaan akun instagram dan website (2) kepada tiap KUBE supaya memanfaatkan acara-acara pameran yang ada guna lebih memperkenalkan produk dan mensosialisasikan akun instagram dan website.

DAFTAR PUSTAKA

Jing Zhang. **Market orientation, product innovation and export performance: evidence from Chinese manufacturers**. Journal of Strategic Marketing Volume 24, Issue 5, 2016

Jonathan Lee, Janghyuk Lee, Lawrence Feick, (2001) **"The impact of switching costs on the customer satisfaction-loyalty link: mobile phone service in France**", Journal of Services Marketing, Vol. 15 Iss: 1, pp.35 – 48

Monografi Desa Ngijo, 2016.

Purwanto, Yudi. 2001. **Pemrograman web Dengan PHP**. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sureshchandar, 2006, **The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach**", Journal of Services Marketing, Vol. 16 Iss: 4, pp.363 – 379

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945