
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PADA UMKM KERAJINAN TAS “NORA SABA”

Oleh

Raja Hardiyansyah

Stie Pembangunan Tanjungpinang

Email: rajahardiansyah@yahoo.co.id

Article History:

Received: 13-09-2024

Revised: 05-10-2024

Accepted: 16-10-2024

Keywords:

Pengabdian, UMKM,

Tas Nora, Nora Saba

Abstract: Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa/i ingin membantu mewujudkan kekurangan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat seperti market digital dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan market digital dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas tidak hanya pada wilayah Tanjung Unggat saja, mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi digital dan lain sebagainya. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan, meliputi: Metode observasi, Metode Wawancara, Tahap Pelatihan, Tahap Praktik atau pelaksanaan. Kerajinan Nora Soba merupakan sebuah UMKM yang bergerak dibidang pengelolaan kerajinan tangan. Kerajinan Nora Soba ini terdiri dari berbagai macam souvenir, gantungan kunci, tempat tissue, tas, sepatu rajut dsb seuai dengan permintaan konsumen. Program kerja yang sudah terlaksana dalam membantu UMKM Kerajinan Nora Soba ini antara lain : membuat logo Nora Soba agar produk memiliki brand yang dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat luas. Yang kemudian di aplikasikan di kartu nama untuk ditempelkan pada packaging agar lebih menarik, kemudian melakukan sosialisasi penggunaan media sosial kepada owner.

PENDAHULUAN

Pada masa kini Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan metode atau sarana pembelajaran bagi mahasiswa/i S1 yang dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Tujuan dilaksanakan PKM adalah untuk menumbuhkembangkan rasa empati dan kepedulian terhadap akademik. Dalam kegiatan ini mahasiswa memberikan pengalaman ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga dapat memberikan pengarahan untuk memecahkan masalah dan menanggulangnya secara tepat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diharapkan melahirkan pribadi yang tangguh, unggul, berkepribadian mulia, serta dapat menjadi pribadi yang luar biasa ketika sudah terjun ke masyarakat dan berjiwa kepemimpinan. Dalam hal ini, mahasiswa diperankan sebagai problem solver, motivator, fasilitator, dan dinamisator dalam proses penyelesaian masalah dan pembangunan / pengembangan masyarakat. Melalui beberapa konsep tersebut, maka kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai agen atau pemimpin perubahan yang secara cerdas dan tepat menyelesaikan



masalah yang dihadapi masyarakatnya.

Kota Tanjungpinang merupakan ibukota Provinsi Kepulauan Riau dengan fungsi sebagai pusat pelayanan administrasi dan pemerintahan provinsi, pusat pendidikan, perdagangan dan jasa, pengembangan pariwisata dan kebudayaan melayu serta sebagai pusat pelayanan transportasi di Provinsi Kepulauan Riau. Tanjung Unggat adalah salah satu kelurahan yang berkembang di Kecamatan Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang. Kelurahan Tanjung Unggat mempunyai beberapa keunggulan yang ada di dalamnya. Salah satunya adalah keunggulan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Tanjung Unggat. Banyak UMKM di Kelurahan Tanjung Unggat yang unggul dan dapat bersaing dengan produk produk di luaran.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang di tahun 2019 terdapat 52 badan usaha baik terdiri dari IKM, UKM, dan UMKM. UMKM merupakan bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah *asset* maksimal 0 hingga 50 juta dan omzet total 0 hingga 300 juta. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di Negara – negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran UMKM yang merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil. Dalam bidang ekonomi, inovasi potensi local yang hendak diberdayakan adalah produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bersama antara mahasiswa Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan masyarakat disekitar lokasi yaitu Kelurahan Tanjung Unggat. Kelurahan Tanjung Unggat merupakan salah satu kelurahan yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat dengan kepadatan penduduk 16.083 jiwa. Tugas dan fungsi dari Kelurahan Tanjung Unggat akan dapat terlaksana dan tercapai dengan baik apabila ada kerjasama antara berbagai pihak, mulai dari masyarakat hingga Lembaga Swadaya Masyarakat yang berada di Kelurahan Tanjung Unggat tersebut. Di Kelurahan Tanjung Unggat terdapat 239 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Tanjung Unggat berdasarkan dari data yang diperoleh dari Ketua RT setempat.

Apabila perusahaan ingin memenangkan persaingan dalam bisnis, maka perusahaan tersebut harus mampu membuat dan menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu menggali ide – ide baru sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen saat ini. Dengan melakukan inovasi terus menerus perusahaan juga berupaya untuk menarik calon konsumen hingga menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan usaha tersebut, karena kesuksesan perusahaan sangat ditentukan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang kita jual maka ia akan melakukan pembelian ulang. Bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk kita.

Sebagai bentuk untuk menciptakan strategi pemulihan UMKM ditengah Pandemi Covid-19 adalah dengan terhubung oleh ekosistem digital. Karena dengan cara tersebut

dapat mendigitalisasi pelaku UMKM untuk tetap dapat melakukan aktivitas usahanya meskipun terhalang oleh Pandemi Covid-19. Pelaku UMKM sudah bisa merubah dalam membangkitkan usaha – usahanya tersebut dengan menyesuaikan diri di era *new normal* dengan memanfaatkan teknologi cakup digital dalam usaha maupun bisnisnya. Namun dalam upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan suatu keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, maka hal tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi cakup digital.

Dan juga UMKM Kerajinan tas, merupakan salah satu UMKM yang berawal karena adanya pandemic Covid – 19 di awal tahun 2019. Usaha ini bermula sejak wabah ini muncul yang termasuk usaha home *industry*. Usaha ini beralamat di batu 2 Jl. Brigjen Katamso Gg. Kenanga II. Beberapa produk yang dihasilkan yaitu *connector* masker, *strap mask*, bross, sepatu, sandal, baju, dan topi bayi.

Adapun permasalahan yang terdapat dalam UMKM diatas yaitu, belum adanya nama *brand* di salah satu usaha tersebut, tidak adanya logo di usaha tersebut, *packaging* yang kurang memadai, kurangnya strategi pemasaran produk, belum adanya penerapan *market digital* pada UMKM tersebut. Sehingga pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa/i ingin membantu mewujudkan kekurangan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat seperti *market digital* dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan *market digital* dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas tidak hanya pada wilayah Tanjung Unggat saja, mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi digital dan lain sebagainya. Bagaimana mengetahui *Basic Knowledge & Rules* usaha *online* pengrajin rajut “Nora Saba” di Tanjung Unggat ?

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah sektor yang penting dalam perekonomian di Indonesia (Triyanto, 2017).

Dalam Undang – Undang, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak yaitu sebesar Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300.000.000,-.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- hingga maksimum Rp.2.500.000.000,-.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- hingga paling banyak Rp.100.000.000.000,- hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000,- sampai paling tinggi Rp.50.000.000,-.

Sesuai dengan peran strategis UMKM maka banyak UMKM baru tumbuh mengalami tantangan untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya (Rosa &



Idwar, 2021).

Kelebihan lain dari UMKM ialah lebih dinamis ketimbang perusahaan besar. Indonesia sangat bergantung pada sektor UMKM. Kebanyakan usaha kecil terkonsentrasi pada sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta produksi mineral non logam. Sektor UMKM diperkirakan menyumbang sekitar lebih dari 50% PDB (terutama di sektor perdagangan dan pertanian) dan sekitar 10% dari ekspor (World Bank, 2014). Di tahun 2016 UMKM berkontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 15 %. (KADIN, 2016). UMKM berkontribusi dalam memberi kesempatan kerja sebesar 96,99% terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34%, kontribusi lain nya ialah dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspos sebesar RP 27.700 M dan berpengaruh sebesar 4,86% terhadap total ekspor (Diandrino, 2018).

Penjualan

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan, arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang (McGee et al., 1977).

Penjualan adalah salah satu kegiatan terbentuknya interaksi secara langsung yang terjadi antara produsen dan konsumen. Tujuan utama dalam penjualan adalah memberikan suatu keuntungan yang menjanjikan sebagai ukuran kelangsungan dalam usahanya. Para pelaku usaha harus bisa mempertahankan kelangsungan suatu usahanya dengan merancang cara yang strategis dan alternative dalam melakukan penjualan.

Tujuan umum penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Mencapai volume penjualan.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan usaha.

Faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Kondisi dan kemampuan pasar disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami masalah penting.
- b. Kondisi pasar hal yang diperhatikan pada kondisi pasar.
- a. Modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan.
- b. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

Pemasaran

Pemasaran penjualan bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terus berkembang cepat hingga saat ini. UMKM membantu menciptakan peningkatan serta pertumbuhan dalam pembangunan ekonomi. Lapangan pekerjaan juga terus terbuka lebar karena adanya UMKM ini. Meluasnya jangkauan pemasaran saat ini membuat para penjual usaha terus berupaya dalam melakukan inovasi serta strategi dalam menawarkan produk yang mereka tawarkan. Membutuhkan cara yang tepat bagi seorang produsen untuk beradu maupun bersaing dalam produk yang dijualnya.

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan memilih dan menggunakan teknologi digital di mana dan kapan pun, dengan cara yang terarah. Literasi digital juga terkait dengan pemikiran kritis tentang peluang dan manfaat teknologi digital yang sering digunakan seperti jejaring sosial, dan aplikasi *smartphone* (Rosalina et al., 2021).

Literasi digital dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Menurut UNESCO dalam Donny (2017) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis (Wibowo, 2021).

Menurut Gilster (1997:3) mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki UMKM sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain : *internet searching, hypertextual navigation, content evaluation dan knowledge assembly*.

Terdapat beberapa elemen – elemen literasi digital terdiri yang meliputi (Rosalina et al., 2021) :

- a. *Information Literacy*, yaitu kemampuan menemukan, menganalisis dan merangkum informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber informasi, dan kesadaran menggunakan dan mengutip secara etis dan legal, memfokuskan topik dan merumuskan pertanyaan penelitian secara akurat, efektif, dan efisien.
- b. *Computer Literacy*, yaitu kemampuan menggunakan komputer dan *software* aplikasi untuk penyelesaian tujuan.
- c. *Media Literacy*, kemampuan mengkomunikasikan informasi menggunakan media digital.
- d. *Communication Literacy*, kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama baik dalam kerja individu maupun dalam sebuah tim dengan menggunakan media digital.
- e. *Visual Literacy*, kemampuan memahami informasi yang disajikan dalam bentuk grafis atau gambar, kemampuan untuk mengubah informasi dari semua jenis menjadi grafik atau bentuk yang komunikatif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecepatan akses internet diantaranya adalah (Agency, 1969) :

1. Unit komputer.
2. Modem.
3. Jaringan yang digunakan untuk akses internet.
4. *Bandwidth*.
5. Pengguna didalam jaringan yang sama disaat bersamaan.

Internet Sehat

Internet merupakan singkatan dari *International Networking* yang merupakan jaringan yang bersifat global. Internet merupakan suatu teknologi yang dapat mendukung setiap orang untuk mencapai tujuannya baik secara positif maupun negatif, namun ada hal yang harus diperhatikan yaitu norma –norma dalam penggunaan internet, sehingga dalam penggunaannya dapat berdampak positif. Manfaat jaringan internet adalah dapat menjalin kerjasama satu sama lain antar negara, pribadi maupun kelompok tanpa mengenal jarak dan waktu.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan



Amerika Serikat pada Agustus tahun 1969 melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), dengan mendemonstrasikan *Hardware* dan *Software* komputer yang berbasis UNIX, dengan tujuan awalnya untuk kepentingan militer (Agency, 1969).

Adapun beberapa tips penggunaan internet sehat tanpa kehilangan sisi positif dalam berinternet yaitu (Agency, 1969) :

- a. Jangan sembarang membagikan data pribadi dengan pihak lain.
- b. Posisi komputer ditempat yang terakses oleh pihak lain.
- c. Perlunya pendamping yang bijak dalam mengakses jaringan internet.
- d. Etika.
- e. Pertemanan dengan teman di dunia maya.

Knowledge

Knowledge atau pengetahuan adalah kesadaran dan pemahaman akan fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran (suatu posteriori), atau melalui introspeksi (suatu priori). *Knowledge* adalah penggabungan data, dan informasi. Data adalah fakta mentah. Informasi adalah data yang dilihat melalui sudut pandang tertentu. Pengetahuan adalah informasi dengan panduan untuk suatu aktivitas berdasarkan pandangan dan pengalaman.

Adapun beberapa komponen *knowledge* dapat dikategorikan menjadi (Internet & Web, 2010) :

- a. *Ground truth* : adalah kebenaran yang dicapai dari pengalaman, bukan dari teori.
- b. *Complexity* : situasi yang kompleks mengindikasikan pendekatan yang kompleks dalam penyelesaiannya. Masalah akan menjadi kompleks apabila kurangnya *knowledge*.
- c. *Judgement* : *knowledge* berkembang dan tidak mungkin lagi di terapkan pada situasi aslinya.
- d. *Heuristic (rules of thumb) and intuition* : panduan dalam memudahkan pemecahan masalah
- e. *Value and belief* : tiap orang mempunyai cara pemecahan masalah yang berbeda.

MATERI DAN METODE

Uraian Masalah

UMKM Rajut Nora Soba

Selanjutnya ialah UMKM Rajut “Nora Soba” yang beralamatkan Jl. Brigjen Katamso Gg. Kenanga II. Pada UMKM ini, permasalahan yang ditemukan pada adalah belum adanya nama *brand*, tidak adanya logo di usaha tersebut, *packaging* yang kurang memadai, promosi yang kurang, serta tidak memiliki lokasi yang tepat untuk menjajaki hasil kerajinan tersebut. Kurangnya segi pemasaran juga menjadi masalah yang kami fokuskan. Dengan ini kami ingin membantu memberikan edukasi *Basic Knowledge & Rules* usaha *online* dan membantu memasarkan produk rajut tersbut melalui *Media Sosial* agar produk rajut “Nora Soba” tersebut memiliki nilai jual yang baik dan maksimal.

Pentingnya *Basic Knowledge* dalam membangun usaha untuk membuat perencanaan yang matang agar bisnis *online* tersebut mampu bertahan dalam persaingan. Strategi pemasaran dasar yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk rajut “Nora Soba” ini yaitu memahami keinginan *customer*, seperti memahami apa kebutuhan yang dibutuhkan

oleh *customer* tersebut mengenai model atau jenis yang diinginkan. Memiliki koneksi atau relasi juga merupakan salah satu hal penting dalam menjalankan bisnis, dimana kedepannya bisnis dapat jauh berkembang. Tidak hanya itu para pengrajin juga harus bisa memberikan hal yang beda dengan memodifikasi model baru pada kerajinan rajut tersebut

Perumusan Program Kegiatan

Perumusan program dan rancangan kegiatan PKM di Kelurahan Tanjung Unggat, sebagai berikut :

1. Pada UMKM rajut ini, kami menemukan beberapa masalah serupa yaitu : belum adanya nama *brand* usaha tersebut, tidak adanya logo dan *packaging* yang kurang memadai, kurangnya strategi pemasaran produk, belum adanya penerapan *market digital* pada UMKM tersebut. Dan juga UMKM ini merupakan usaha rumahan yang perlu sedikitnya lebih banyak promosi agar dapat dikenal oleh orang-orang meski hanya berjualan di rumah saja. Disini akan kami coba bantu memikirkan logo, *packaging* dan mengenakan *market place* yang baik untuk usaha ini agar setidaknya banyak diketahui orang secara luas.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan, meliputi :

1. Metode observasi, yang dimana dilakukannya pengumpulan data mengenai apa saja potensi yang dimiliki oleh UMKM Warkalong, Saudagar Tanjak, Kim Kee dan Kerajinan rajut Nora Soba.
2. Metode Wawancara, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung kepada UMKM Warkalong, Saudagar Tanjak, Kim Kee dan Kerajinan rajut Nora Soba mengenai permasalahan yang ada pada usaha tersebut.
3. Tahap Pelatihan, pelatihan ini digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada *owner* Warung.
4. Tahap Praktik atau pelaksanaan dalam pembuatan *packaging* yang menarik dan inovatif, mempraktikkan perencanaan promosi yang telah dirancang.

Rencana Program Kerja

Pada UMKM Rajut Nora Soba, kami akan membantu dalam mengusulkan nama *brand* serta membuat logo dari usaha tersebut, kemudian kami akan membantu mencari dan merancang *packaging* yang tepat dan unik serta membantu UMKM ini untuk menggunakan dan menerapkan beberapa aplikasi untuk penjualan sehingga hal ini juga dapat sebagai wadah untuk memperkenalkan produk rajut lebih meluas.

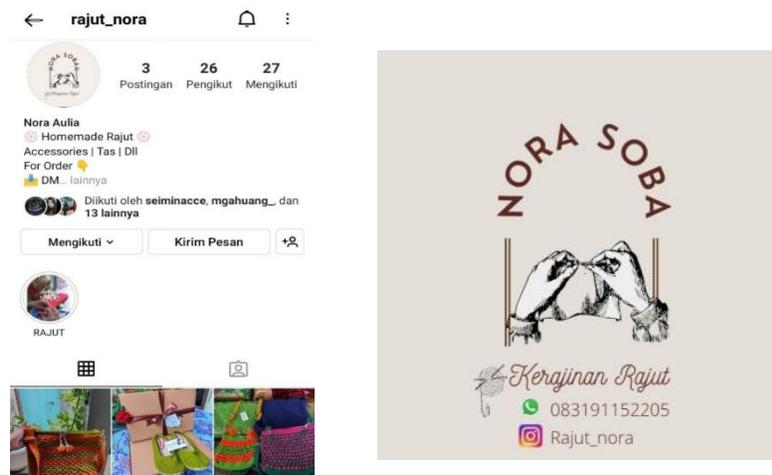
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan





Gambar 1 Product UMKM



Gambar 2 Akun dan logo Instagram

Pembahasan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bentuk pendidikan yang dapat memberikan pengalaman kerja secara langsung dengan mengidentifikasi masalah – masalah pembangunan di masyarakat tertentu. Hasil dari pelaksanaan kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kelurahan. Tanjung Unggat diharapkan akan memberikan pengalaman secara langsung oleh mahasiswa untuk hidup berapa di tengah masyarakat dan dapat memberikan pemahaman yang berguna sebagai bekal di masa mendatang. Dalam pelaksanaannya juga terdapat beberapa hal maupun kegiatan yang diluar dari perencanaan dalam pelaksanaan program tersebut berlangsung.

Program yang kita jalankan, rencanakan serta laksanakan dalam kegiatan PKM ini, telah melalui proses yang disesuaikan dengan kemampuan mahasiswa dalam melaksanakannya. Adapun kegiatan yang telah kami laksanakan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Tanjung Unggat adalah sebagai berikut :

1. Pada UMKM Nora Soba yang menjalankan bisnisnya dirumah, media yang digunakan untuk perluasan bisnis hanya melalui mulut kemulut serta *packaging* yang kurang menarik, maka tim melakukan pelaksanaan program yang telah di rencanakan sebelumnya. Membuatkan logo Nora Soba agar produk memiliki *brand* yang dapat

dikenali dengan mudah oleh masyarakat luas. Yang kemudian di aplikasikan di kartu nama untuk ditempelkan pada *packaging* agar lebih menarik, kemudian melakukan sosialisasi penggunaan media sosial kepada *owner*. *Team* juga menyerahkan cendera mata kepada *owner* sebagai ungkapan terimakasih atas kerjasamanya menerima kelompok ini selama pelaksanaan PKM.

Berikut lampiran dokumentasi kegiatan pengabdian :



Penyerahan Surat Izin Untuk Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kepada Lurah di Kelurahan Tanjung





*Survey Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
"Nora Saba" Kelompok 4 di Jl. Brigjen Katamso Gg. Kenanga II
Kelurahan Tanjung Unggat*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rajut Nora Soba

Kerajinan Nora Soba merupakan sebuah UMKM yang bergerak dibidang pengelolaan kerajinan tangan. Kerajinan Nora Soba ini terdiri dari berbagai macam souvenir, gantungan kunci, tempat tissue, tas, sepatu rajut dsb sesuai dengan permintaan konsumen. Program kerja yang sudah terlaksana dalam membantu UMKM Kerajinan Nora Soba ini antara lain : membuat logo Nora Soba agar produk memiliki *brand* yang dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat luas. Yang kemudian di aplikasikan di kartu nama untuk ditempelkan pada *packaging* agar lebih menarik, kemudian melakukan sosialisasi penggunaan media sosial kepada *owner*.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

Rajut Nora Soba

Kepada *owner* Nora Soba untuk memperhatikan penampilan produk, kerapian dan pemilihan warna yang digunakan, dan juga pemanfaatan media sosial yang lebih baik lagi, karena konsumen selalu mencari yang menarik dan efisien, serta pengemasan produk perlu diperhatikan dengan *packaging* yang menarik dengan menambahkan label nama yang tertera di kartu nama Nora Soba tersebut. Tujuannya agar pelanggan lebih mengenal produk rajut Nora Soba dan sekaligus memasarkannya. Semoga kedepannya produk kerajinan tangan yang indah ini dapat lebih maju dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat*.
- [2] Internet, P., & Web, W. (2010). *BAB 2 LANDASAN TEORI 2.1 Pengertian*. 9–27.
- [3] McGee, R., Breneman, D. E., & Spector, A. A. (1977). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- [4] Muhajir, A. (2020). Modal Kerja, Perputaran Piutang, Persediaan Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 10(1), 33 – 44.
- [5] Rosalina, D., Yuliari, K., Setianingsih, D., Zati, M. R., Ekonomi, F., & Kadiri, U. (2021). *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4 . 0 . 6*.
- [6] Triyanto, W. A. (2017). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(3), 63–67.
- [7] Wibowo, Y. G. (2021). *Analisa Literasi Digital Usaha Mikro , Kecil , Menengah (UMKM)*



- Makanan Islami Dalam Kemasan. 7(1), 127–134.*
- [8] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat.*
- [9] Diandrino, D. (2018). *Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Kedai.*
- [10] Rosa, Y. Del, & Idwar, I. (2021). Kajian Omzet UMKM Kota Padang Saat Pandemi Covid 19 Ditinjau Dari Faktor Internal dan Eksternal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, 23(1), 195–207.* <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.195>

768

JP3EM

Jurnal Pengabdian Pembelajaran Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
Vol.1, No.4, Oktober 2024



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN