

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENINGKATAN MOTIVASI BERUSAHA DI DESA KRAKAL KECAMATAN ALIAN KABUPATEN KEBUMEN

Ratna Pujiastuti¹⁾, Mayla Surveyandini²⁾, Amin Budiastuti³⁾

^{1,2)} Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto Jalan Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

³⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satria Purwokerto Kompleks STIE Satria, Gg. Sejahter 2 No.45, Mersi, Berkoh, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53141

e-mail: ratnapujiastuti23@yahoo.co.id

e-mail : maylaandini81@gmail.com

e-mail : budiastutiamin@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 30 Desember 2023

Diterima: 15 Januari 2023

Diterbitkan: 1 Februari 2024

Kata Kunci:

Motivasi ;Digital marketing

Keywords:

motivation, Digital marketing

Copyright © 2024 penulis

Abstrak

Motivasi merupakan hal yang sangat penting disetiap kegiatan. Motivasi mempengaruhi semangat, demikian juga dalam berusaha. Semangat berusaha di desa Krakal sempat mengalami penurunan akibat covid-19. Penurunan ini terlihat dari lesunya kegiatan usaha di desa Krakal. Kegiatan usaha di desa Krakal sebagian besar tahu. Lemahnya motivasi seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal seperti lesunya kegiatan ekonomi, akibat dampak covid-19, kurangnya modal yang mereka miliki dan kurangnya pendorong atau motivasi dari lingkungan sekitar. Tujuan Kegiatan pengabdian membantu meningkatkan minat dan semangat berwirausaha dan mengenalkan Digital marketing. Rencana Strategi dengan meningkatkan pengetahuan warga masyarakat untuk memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang peningkatan motivasi dan pemahaman digital marketing. Sasaran Strategi dengan meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya motivasi dalam menjalankan kegiatan usaha dan pentingnya penggunaan digital marketing untuk memperluas pemasaran produk yang dihasilkannya

Abstract

Motivation is very important in every activity. Motivation influences enthusiasm, as does effort. The enthusiasm for business in Krakal village has experienced a decline due to Covid-19. This decline can be seen from the sluggish business activities in Krakal village. Most of the business activities in Krakal village are known. A person's weak motivation is influenced by several things such as sluggish economic activity due to the impact of Covid-19, the lack of capital they have and the lack of encouragement or motivation from the surrounding environment. The aim of service activities is to help increase interest and enthusiasm for entrepreneurship and introduce digital marketing. Strategic Plan by increasing the knowledge of citizens to have knowledge and understanding about increasing motivation and understanding of digital marketing. . Strategy Target by increasing knowledge about the importance of motivation in carrying out business activities and the importance of using digital marketing to expand the marketing of products produced

PENDAHULUAN

Motivasi dalam berwirausaha adalah dorongan yang berkaitan dengan diri individu seorang wirausaha, seperti sikap pantang menyerah, ulet, dan semangat. Dorongan tersebut menjadi modal utama untuk bekerja atau melakukan tindakan, guna mengembangkan usahanya. Istilah motivasi berasal dari kata Latin yaitu *movere*, yang artinya bergerak atau berpindah. Motivasi adalah kondisi fisiologis dan psikologis yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan (kebutuhan) (Djaali, 2007), sedangkan menurut Sardiman (2006) mengemukakan bahwa motivasi merupakan daya penggerak dari dalam untuk melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan. Motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha (Koranti, 2013) Menurut Harmaizar Z. dalam buku Menangkap Peluang Usaha (2009), motivasi adalah keinginan, meningkatkan semangat, pantang menyerah, ulet, serta sabar. Motivasi didalam dunia usaha sangat penting, karena ketika motivasi sudah tidak ada dalam diri seseorang, yang terjadi adalah adanya rasa kebosanan, kelesuan dan kecenderungan untuk menghabiskan waktu tanpa guna. Dikutip dari buku Kewirausahaan (2021) karya Mardia dkk, motivasi berwirausaha merupakan faktor penting penyumbang keberhasilan usaha seseorang. Motivasi berwirausaha digunakan sebagai modal utama untuk mengembangkan kemampuan juga keterampilan. Rendahnya motivasi berwirausaha akan menurunkan pengembangan diri. Sehingga kegiatan usaha tidak bisa berjalan sebagaimana mestinya. Motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai (Venesaar, 2006). Sedangkan Wikanso (2013), mengatakan dalam konteks entrepreneur, maka motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru dan bernilai tambah guna kepentingan bersama. Wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Membuat seseorang menjadi berani mengembangkan usaha dan idenya melalui motivasi berwirausaha yang kuat. Dua hal tersebut harus saling berhubungan agar tercipta wirausaha yang kuat dan tangguh serta berkualitas (Astuti, 2014). Dilansir dari buku Kewirausahaan Masa Kini (2021) oleh Julyanthry dkk, motivasi berwirausaha dipengaruhi dua faktor, baik internal maupun eksternal. Adapun faktor internal tersebut datang dari diri sendiri. Sementara faktor eksternal muncul dari lingkungan sekitar, seperti teman dan keluarga.

Motivasi berusaha di UMKM sangat penting untuk selalu ditingkatkan, mengingat akibat covid-19 sangat berdampak pada penurunan motivasi. Penurunan motivasi ditandai dengan lesunya kegiatan usaha yang dilakukan. Para pelaku UMKM di desa Krakal, setelah covid-19 mereka merasa lesu dan enggan untuk bangkit memulai usaha lagi. Untuk itulah pengabdian tentang peningkatan motivasi dilakukan di Desa Krakal ini.

Selain tentang motivasi usaha, pengabdian juga diisi tentang pentingnya digital marketing untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran digital atau strategi digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Selain lebih hemat, *strategi digital marketing* juga menawarkan kemudahan dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan sangat berguna untuk mempromosikan produknya.

METODE

Metode pengabdian masyarakat dilaksanakan secara tatap muka pada tanggal 3 September 2023 Di Desa Krakal, Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. Adapun tujuan yang hendak dicapai adalah untuk memberikan pemahaman masyarakat tentang peningkatan motivasi berwirausaha dan penggunaan digital marketing untuk memasarkan produk. Pemberian materi pada kegiatan pengabdian ini diisi dengan memberikan ceramah dan tanya jawab tentang pentingnya memiliki motivasi dalam berusaha dan pengenalan penggunaan digital marketing.



Sumber : Dokumentasi kegiatan
Gambar 1. Pemberian materi pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan dihadiri 20 peserta terdiri dari warga /anggota UMKM yang memiliki usaha tahu di Desa Krakal, Kecamatan Alian, Kabupaten Kebumen . Tahu Krakal sudah lama dikenal oleh masyarakat Kecamatan Alian bahkan Kabupaten Kebumen. Tahu Krakal diproduksi di pabrik kecil milik masyarakat. Prosesnya masih sangat alami dengan bahan - bahan pilihan sehingga rasa yang dihasilkan tidak mengecewakan. Tahu Krakal umumnya sejenis Tahu Sumedang namun lebih berongga/kopong dan memiliki rasa gurih sedikit lebih asin serta tidak terlalu kering seperti tahu kopong pada umumnya. Selama pandemi covid-19 kemarin, kegiatan usaha mengalami kelesuan. Hal ini dikarenakan permintaan akan tahu menurun ,dan tentu saja berdampak pada penghasilan yang mereka peroleh. Padahal Masyarakat banyak yang menggantungkan hidupnya dari usaha ini. Tahu Krakal enak dimakan langsung atau dimasak berbagai olahan masakan nusantara .Dengan adanya penyuluhan ini, diharapkan UMKM tahu krakal dapat bangkit termotivasi lagi serta dapat mengaplikasikan penggunaan digital marketing untuk memasarkan produknya.

Peserta mengikuti kegiatan pengabdian ini sampai selesai, antusias mereka cukup tinggi terlihat dari banyaknya pertanyaan yang mereka ajukan. Apalagi saat dikenalkan digital

marketing, pengetahuan tentang bagaimana memasarkan produk dengan digital. Selama ini penggunaan digital untuk memasarkan produk belum optimal. mereka rata-rata memiliki gadget, namun belum digunakan secara maksimal. Materi yang diberikan tim pengabdian diantaranya bagaimana cara membuat pasar online, sehingga arus jual beli bisa dilakukan dengan mudah dan efisien.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat memberikan dampak positif bagi masyarakat didesa Krakal, pemberian materi motivasi mendorong mereka lebih bersemangat dalam berusaha. Materi Penggunaan Digital Marketing memberikan pengetahuan cara memasarkan produknya sehingga produk lebih banyak dikenal masyarakat.

Materi Peningkatan motivasi dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan dan mengambil pelajaran dari keberhasilan orang sukses, pelajari bagaimana mereka bangkit dari suatu kegagalan, atau carilah inspirasi dari orang yang berhasil, bagaimana mereka membangun jaringan atau koneksi dengan pihak lain, karena pengusaha tidak bisa hidup sendiri. Penting juga selalu diingat, ikuti perkembangan jaman dan jaga selalu hubungan dengan pelanggan.

Hasil Pengabdian yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian dari FEB Unwiku, Masyarakat UMKM Desa Krakal mulai bangkit termotivasi untuk berusaha kembali setelah sempat mengalami kelesuan. Perlu ditekankan disini bahwa jangan pernah menyerah dalam berusaha. Teruslah berusaha dan berdoa. Pengalaman dan cerita tentang keberhasilan orang sukses dalam membangun bisnis sangat memotivasi mereka, kemudian mereka mulai berusaha menggunakan digital marketing dalam memasarkan produknya. Selama ini tahu krakal hanya dikenal disekitar wilayah Kebumen, dengan menggunakan Digital Marketing , jangkauan pemasarannya jauh lebih luas, lebih efisien biaya , lebih mudah dan lebih bisa membidik konsumen yang dituju.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian di Desa Krakal Kecamatan Alian kabupeten Kebumen tanggal 3 September 2023 ; Masyarakat lebih termotivasi untuk menjalankan lagi usaha yang sempat terhenti. Pemberian motivasi atau dorongan memang sangat diperlukan untuk bangkit kembali setelah terkena dampak covid-19. Perlu ditekankan dengan motivasi baik , usaha pasti akan membuahkan hasil dikemudian hari, jangan gampang menyerah atau putus asa, teruslah berusaha dan berinovasi. Kemudian dampak positif dari pandemic, adanya kesadaran penggunaan pemasaran secara digital. Pemasaran digital memberikan manfaat yang banyak. Selain lebih efisien, produk bisa menjangkau lebih luas, bisa mempromosikan produk baru dan lebih bisa membidik konsumen yang dituju.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- A.M, Sardiman. 2006. Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Astiti, Yunita Widyaning. 2014. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Yogyakarta.
- Djaali,H. 2007. Psikologi Belajar. Jakarta: P.T Bumi Aksara

- Harmaizar Z. 2009. Menangkap Peluang Usaha Edisi Kedua. Bekasi: CV. Dian Anugerah Prakasa.
- Koranti, K. 2013. Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. Proceeding PESAT Vol 5.
- Mardia,dkk. (2021). Kewirausahaan. Makasar:Yayasan Kita Menulis.
- Julyanthry, Putri , D., & Sudirman, A. (2021). Kewirausahaan Masa Kini. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Venasaar, Ene. (2006). Students' Attitudes and Intentions toward Jurnal JUMANTIK .Entrepreneurship at Tallinn University of Technology. TUTWPE Working Papers. (154), 97-114
- Wikanso. (2013). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi. Media Prestasi, 11.

Online

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/11/07/080000269/apa-itu-motivasi-dalam-berwirausaha-?page=all>.

Penulis : Vanya Karunia Mulia Putri

Editor : Vanya Karunia Mulia Putri

Kompascom+ baca berita tanpa iklan: <https://kmp.im/plus6>

Download aplikasi: <https://kmp.im/app6>