

Synergy and Society Service

This is a community service journal

Journal homepage: <https://save.untrimbali.ac.id/>

Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Petak Gianyar

Training and Mentoring for MSMEs in Petak Village, Gianyar

Made Christin Dwitrayani*¹, Gde Herry Sugiarto Asana², I Dewa Ayu Tita Permana
Tabita³, Ni Putu Widya Agustini⁴, Ni Putu Sukma Artadhi Sari⁵, Ni Kadek
Sukmaningsih⁶

Fakultas Bisnis, Pariwisata dan Pendidikan, Universitas Triatma Mulya, Bali Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

*Correspondence: christin.dwitrayani@triatmamulya.ac.id

ABSTRACT

Group 8's study for the Thematic Real Work Lecture (KKNT) activity focused on UMKM Training and Mentoring Activities in Petak Gianyar Village. The purpose of this research is to support Small and Medium Enterprise (UMKM) actors in Petak village by offering proposals, solutions, and strategies to expand their enterprises. To examine the efforts of UMKM actors, qualitative approaches were used in this KKNT activity. The UMKM players in Petak village are the subject of the research because they are interested in the circumstances, particularly with regard to the challenges they encounter in operating their businesses. Visiting UMKM, finding out about the challenges they encounter in operating their business, and offering solutions to their problems are all examples of training and mentoring activities that are conducted. It is envisaged that Petak village UMKM will profit from this action. and ideally UMKM players would be able to run their businesses consistently after completing this training and mentoring.

ARTICLE INFO



Article History:

Received: January 31, 2025

Revised: February 2, 2025

Accepted: April 14, 2025

Keywords:

Training and Mentoring; UMKM actors; Constraint.

1. PENDAHULUAN

Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan kegiatan dimana dosen dan mahasiswa berkesempatan untuk terjun langsung ke lingkungan masyarakat Program KKNT memiliki banyak manfaat terutama sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, pengalaman serta penerapan ilmu yang diperoleh, sarana untuk melatih kedisiplinan dan tanggung jawab dalam menjalankan pekerjaan, sarana untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan. Program KKNT dapat menjadi pengalaman baru yang bisa menambah pengetahuan, kemampuan dan kesadaran dalam hidup bermasyarakat (Sutrisno, 2019). Fakultas Bisnis dan Pariwisata Universitas Triatma Mulya kali ini berkesempatan untuk melaksanakan kegiatan KKNT tahun 2024/2025 dengan Tema Pengembangan Potensi Desa Berbasis Masyarakat Menuju Smart Village”.

Melalui program KKNT dosen dan mahasiswa dituntut untuk mengabdikan kepada masyarakat. Program KKNT adalah bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman untuk hidup diantara masyarakat dan secara langsung mengidentifikasi serta menangani masalah-masalah yang dihadapi. Pada prinsipnya program KKNT merupakan suatu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan perguruan tinggi sebagai upaya untuk menerapkan ilmu yang didapat. Program KKNT adalah salah satu wujud pendidikan pengabdian kepada masyarakat. Melalui program ini dosen dan mahasiswa diharapkan mendapatkan pengalaman belajar untuk hidup di tengah-tengah masyarakat (Zuliah, 2017).

Program KKNT Fakultas Bisnis dan Pariwisata Universitas Triatma Mulya Kelompok 8 berlokasi di Desa Petak. Desa Petak merupakan salah satu bagian dari wilayah Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Bali. Desa Petak berada di bagian utara Kota Gianyar dengan jarak tempuh 20 menit atau sekitar 7 km dari Kota Gianyar, dan 90 menit atau sekitar 39 km dari Kota Denpasar. Desa Petak memiliki 6 Banjar yaitu, Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod dan Banjar Umah Anyar. Kegiatan ini berlangsung selama 5 minggu terhitung sejak tanggal 05 Januari 2024 sampai dengan 17 Februari 2024.

Desa Petak Gianyar memiliki potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya terkait pangan dan sumber daya manusia, yang memiliki banyak ide-ide usaha serta inovasi baru namun karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat maka potensi tersebut kurang berkembang. UMKM juga dapat menghasilkan kreatifitas yang sejajar dengan usaha guna dan mengembangkan mempertahankan unsur-unsur kebudayaan dan tradisi di masyarakat setempat (Anggraeni, 2013). Untuk mengatasi permasalahan tersebut kami melaksanakan salah satu sub tema dari KKNT ini yaitu Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Petak Gianyar untuk membantu para UMKM yang mengalami hambatan dalam usahanya seperti pada branding dan digitalisasi. Bentuk kegiatan ini dilakukan dengan cara mengunjungi rumah para pelaku UMKM dan menanyakan secara langsung mengenai usaha dan hambatannya, serta kami memberikan masukan berupa solusi untuk mengatasi hambatan yang ada pada usahanya.

Dengan demikian, terlaksananya kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Petak Gianyar diharapkan dapat membantu membangkitkan kembali potensi yang dimiliki oleh Desa Petak agar usahanya semakin berkembang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) dilaksanakan selama 5 minggu. Kelompok 8 dibagi menjadi 3 grup atau kelompok kecil yang sesuai dengan Desa Petak memiliki 6 Banjar dimana masing-masing kelompok memegang 2 Banjar agar Program Kerja terlaksana secara menyeluruh. Penelitian kegiatan KKNT kelompok 8 menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melihat potensi usaha UMKM masyarakat di desa Petak Gianyar. Objek penelitian adalah pelaku UMKM di desa Petak karena ingin mengetahui keadaan usahanya, khususnya mengenai

kendala yang dihadapi selama menjalankan usahanya. Sumber data yang digunakan adalah data primer, data yang diperoleh langsung dengan melakukan observasi dan edukasi mengenai UMKM sesuai dengan keadaan dilapangan.

3. HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat di Desa Petak telah dilaksanakan dengan tujuan pemberian pelatihan dan pendampingan pada para pelaku UMKM untuk memberikan solusi mengenai tentang hambatan atau kendala yang di alami oleh para pelaku UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara kepada para pelaku UMKM yang berada di enam banjar desa yang tujuannya untuk menghasilkan pemahaman yang lebih baik mengenai tentang UMKM yang ada di desa tersebut. Strategi yang terakhir adalah terus belajar meningkatkan atau mengembangkan produk dan menambahkan variasi produk baru agar tetap menarik bagi pelanggan ([Pratama Marpaung et al., 2021](#)). Proses pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan pada para pelaku UMKM tujuannya untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya sehingga usahanya dapat dikenal oleh masyarakat pada umumnya.

Pelaku UMKM perlu memiliki strategi pemasaran yang kuat untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Strategi pemasaran dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mengenali dengan baik siapa yang menjadi target pasar dari usahanya. Pelaku UMKM juga diharapkan dapat terus belajar dan beradaptasi dengan digitalisasi atau platform. Sebelum menentukan platform yang akan digunakan diharapkan para pelaku UMKM memperhatikan berapa besar biaya dan aturan di dalam menggunakan platform. Setelah memutuskan platform mana yang akan digunakan, pelaku UMKM harus membuat design tentang profil usahanya dengan sebegus mungkin untuk menarik minat dari para konsumen. Menurut [Mahardika \(2023\)](#), hal penting yang harus diperhatikan adalah dengan menetapkan harga yang kompetitif berdasarkan penelitian pasar.

1) UMKM Mira Kebaya

Mira kebaya merupakan UMKM yang bergerak pada pembuatan pakaian adat busana bali seperti kebaya, saput, udeng, selendang dan kamben. Mira kebaya juga membuka jasa untuk menjarit pakaian busana untuk wanita dan pria. UMKM Mira Kebaya beroperasi dari pukul 10.00 – 18.00 WITA. Harga dari produk yang dijual dimulai dari harga 30.000 – 500.000. Media sosial sendiri merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual ([Ferdiansyah et al., 2021](#)). Kegiatan pendampingan yang dapat dilakukan adalah dengan membantu UMKM Mira Kebaya membuat akun media social seperti Instagram serta pembuatan logo usaha, sehingga usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 1. Mengedukasi dan membantu dalam proses pembuatan media social dan logo usaha

2) UMKM Jajan Bali Mektut Payu

Jajan bali mektut payu merupakan UMKM yang menjual jajan tradisional khas Bali. Jajan mektut payu beroperasi setiap hari mulai pada pukul 07.00 – 16.00 WITA. Kue tradisional yang dibuat menggunakan bahan-bahan yang tidak mengandung pengawet sehingga kue yang di produksi dibuat secara terus menerus sesuai dengan permintaan. Kegiatan pendampingan yang dapat diberikan adalah dengan pembuatan logo usaha dan kartu nama sehingga usahanya dapat terus berkembang.



Gambar 2. Mengedukasi dan membantu dalam proses pembuatan logo dan kartu nama UMKM Lawar Babi Benawah

Lawar babi benawah merupakan UMKM yang menjual olahan dari daging babi. Lawar babi merupakan makanan yang sangat disenangi oleh masyarakat Bali. Setelah melakukan observasi, kami mengetahui bahwa kendala yang di alami adalah konsumen kesulitan dalam menemukan lokasi usaha karena lokasi yang berada langsung di pekarangan rumah pemilik usaha. Dari kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha maka pendampingan yang dapat diberikan adalah dengan pembuatan banner yang di pasang di depan lokasi usaha sehingga memudahkan konsumen pada saat mencari lokasi usaha dan juga usaha tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar.



Gambar 3. Mengedukasi dan membantu dalam proses pembuatan banner

3) UMKM Wayan Mart

Wayan mart merupakan UMKM yang bergerak dalam menjual kebutuhan sehari-hari. Wayan mart merupakan salah satu UMKM yang ada di Desa Petak. Wayan mart beroperasi dari pukul 07.00 – 22.00 WITA. Seiring dengan peningkatan penetrasi internet dan perangkat digital, pelanggan semakin mengandalkan platform online untuk mencari, membandingkan, dan membeli produk (Sulistiyawati & Widayani, 2020). Setelah melakukan observasi, kendala yang dihadapi oleh UMKM Wayan Mart adalah tidak memiliki akses pembayaran digital. Pendampingan yang dapat dilakukan adalah dengan membantu pemilik usaha untuk membuat QRIS untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi secara online.



Gambar 4. Mengedukasi dan membantu dalam proses pembuatan QRIS

4. KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan tempat bagi dosen dan mahasiswa untuk belajar hidup di masyarakat. Dengan adanya KKNT ini diharapkan dosen dan mahasiswa dapat berperan dan berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat. Kegiatan KKNT Universitas Triatma Mulya yang dilaksanakan di Desa Petak, Kabupaten Gianyar. Selama 1 bulan lebih dimulai pada tanggal 05 Januari sampai dengan 17 Februari 2024 berjalan dengan lancar dan baik. Hal ini disebabkan oleh hubungan kerja sama yang baik antara dosen, mahasiswa KKNT dan seluruh masyarakat di Desa Petak. Program Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Petak Gianyar bertujuan untuk memajukan dan mengembangkan UMKM yang dimiliki masyarakat setempat, dengan cara memberikan masukan, saran dan dukungan berupa memfasilitasi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya berupa memberikan desain logo, kartu nama, banner, dan video promosi. Dengan adanya Program Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM ini juga memiliki tujuan agar pelaku UMKM lebih mudah lagi dalam menjalankan usahanya. UMKM masyarakat Desa Petak seharusnya lebih konsisten lagi dalam menjalankan usaha dan dari segi pemasarannya harus lebih dikembangkan agar produk UMKM dapat dikenal oleh masyarakat luas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih yang disampaikan kepada Bapak Rektor Universitas Triatma Mulya, yang telah memfasilitasi mahasiswa KKNT dalam menjalankan program kuliah kerja nyata tematik di Desa Petak. Begitu pula dengan dosen pembimbing KKNT yang sudah menyediakan waktu untuk membimbing mahasiswa selama program kerja ini dilaksanakan dari awal hingga akhir kegiatan. Serta kami mengucapkan terimakasih kepada masyarakat Desa Petak Gianyar, yang telah bersedia bekerja sama dengan kami dalam menyukseskan kegiatan KKNT sehingga program tersebut dapat terlaksana dengan baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). In JAP (Vol. 1, Issue 6).
- Ferdiansyah, A., Bukhari, Studi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Raya, J. (2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2).
- Mahardika, A. P., Muharrafa Hendine, S., Mandasari, V., & Rosyanti, D. M. (2023). Implementasi Digital Marketing Melalui Marketplace Pada UMKM Menjes Kyu Di Kelurahan Pakunden Kota Blitar Implementation of digital marketing through the

- marketplace for UMKM Menjes Kyu In Pakunden Village Blitar City. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 20–29. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i3.1408>
- Pratama Marpaung, A., Shareza Hafiz, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan KapasitasUsaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294–300. <https://doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8273>
- Sutrisno, D. (2019). Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) bagian Accointing pada Loreta Shoes Pelaksanaan Program KKN 20 Jombang. Jombang : STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi PenjualanUMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Zuliah, S. (2017). *Bulan Penuh Berkah Untuk KKN UAD*. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan