

Inkubasi Bisnis Lokabadra sebagai Embrio Ketahanan Ekonomi Rumah Tangga Desa Mlese, Kecamatan Gantiwarno, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah (*Lokabadra Business Incubation as a Start-Up Household Economic Resilience Organisation in Mlese, Gantiwarno, Klaten, Jawa Tengah*)

Wika Harisa Putri^{1*}, Nindyo Cahyo Kresnanto², Rini Raharti³, Eni Andari⁴

Universitas Janabadra, Daerah Istimewa Yogyakarta^{1,2,3,4}

wikaharisa@janabadra.ac.id^{1*}, nindyock@janabadra.ac.id², riniaraharti@janabadra.ac.id³,

eniandari@janabadra.ac.id⁴



Riwayat Artikel

Diterima pada 22 Desember 2023

Revisi 1 pada 28 Desember 2023

Revisi 2 pada 19 Januari 2024

Revisi 3 pada 25 Januari 2024

Disetujui pada 31 Januari 2024

Abstract

Purpose: Mlese Village is one of the villages in the Klaten Regency with a relatively strong local cultural base. Although most of the population works as farmers, local cultural preservation activities are maintained in community life. Mlese Village has a Lokabadra cultural art park built as a center for creative industry development to facilitate community interests. This art and culture park was made to be an activity center, creative industry development center, and business incubator for the village. However, because the growth rate of the business incubator is yet to be optimal, community groups who support business units need to receive assistance and increase their personal capacity to optimize the use of the Lokabadra Cultural Arts Park area.

Methodology: This community service activity was carried out at the Mlese Village Cultural Park and aimed at the Lokabadra youth group. This workshop and mentoring was attended by 21 people and held for a full day. To maximize the benefits of this activity, the supporting community is also involved, so that all parties have a harmonious vision in developing Lokabadra business activities.

Results: Three materials were prepared to conduct workshop activities: marketing strategy, business-space arrangement, product quality, and product presentation enhancement. The culinary development sector, one of Lokabadra's commercial sectors, was the focus of this workshop. During the workshop, attendees engaged in active consultation with resource individuals to deliberate on matters such as business space layout design, product display plans, and marketing media. The results of this activity were immediately implemented by rearranging business locations and product packaging.

Limitations: Limited time, funds, synchronization, and harmonization of agendas between the parties to support the optimization of the Mlese village business incubator center are the main limitations of this program.

Contribution: This mentoring activity contributes to increasing the skills and insight of the supporting community in optimizing Lokabadra's role as the business incubation center of Mlese Village.

Keywords: *business incubation centre, community organizations*

How to cite: Putri, W, H., Kresnanto, N, C., Raharti, R., Andari, E. (2024). Inkubasi Bisnis Lokabadra sebagai Embrio Ketahanan

1. Pendahuluan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, desa mempunyai kewenangan dalam mengurus dirinya sendirinya. Secara umum, desa diidentifikasi berdasarkan bidang perekonomiannya, khususnya pengembangan potensi ekonomi desa berdasarkan tipologi desa masing-masing sebagai perwujudan geografis (wilayah) yang ditimbulkan oleh unsur-unsur fisiografis sosial, ekonomi, politik, dan kultural dalam hubungan dan pengaruh timbal baliknya dengan daerah-daerah lain di sekitarnya (Bintarto, 1983). Saat ini Desa Mlese Kecamatan Gantiwarno Kabupaten Klaten dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa Tahun 2020-2025 (RPJMDesa) tengah menyusun serangkaian program dan strategi peningkatan kesejahteraan warga desa melalui kelompok-kelompok usaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Kelompok Tani, Kelompok Pemuda (mengatasi pengangguran) dan kelompok lain berbasis pemberdayaan masyarakat dengan kegiatan ekonomi yang terpadu dengan pembangunan infrastruktur desa seperti: (1) Pembangunan Taman Seni Budaya (progress 70%) dan (2) Taman air, pemancingan, dan pasar desa. Beberapa diantara infrastruktur tersebut belum terlaksana pembangunannya, terutama untuk pembinaan dan pemberdayaan kelompok.

Salah satu kelompok sasaran prioritas pemberdayaan desa adalah kelompok pemuda yang tergabung dalam kelompok pemuda Lokabadra Desa Mlese. Saat ini kelompok tersebut belum mendapatkan pendampingan dan pembinaan yang optimal dari Pemerintah Desa Mlese. Sementara itu, dalam rincian program yang menjadi target desa, pada tahun 2020 kelompok ini diberi kesempatan untuk membuka unit usaha industri kreatif sebagai wahana peluang usaha, pusat inkubasi bisnis skala desa, pusat pelatihan usaha generasi muda dan percontohan usaha kreatif generasi muda tingkat Desa Mlese dan Kecamatan Gantiwarno. Dari berbagai target tersebut, saat ini baru terealisasi sebagai pendukung usaha café dan resto BUMDes Desa Mlese dengan hasil/manfaat ekonomi yang belum optimal.

Sementara itu, situasi perekonomian yang lesu mendesak untuk dilakukannya upaya menghidupkan perekonomian kembali. Berbagai rintisan dalam konteks meningkatkan kompetensi menjadi prioritas agar kelompok sasaran ini memiliki “amunisi” berupa keterampilan yang cukup untuk memposisikan diri sebagai pusat inkubasi bisnis desa. Dengan target menjadi pusat pengembangan industri kreatif dan *trigger* penggerak ekonomi desa, maka diperlukan upaya sistematis untuk memastikan bahwa program percepatan peningkatan kompetensi dan keterampilan bagi kelompok sasaran ini dapat terealisasi dalam waktu dekat. Program peningkatan kompetensi ini tidak hanya menasar kelompok pemuda sebagai kelompok sasaran utama, namun juga harus menasar pada *supporting community* yang ada dan mendukung keberhasilan tujuan dari kelompok sasaran. Salah satu *supporting community* yang berkontribusi adalah kelompok ibu-ibu PKK. Bagi Universitas Janabadra, Desa Mlese adalah mitra strategis yang telah bekerjasama secara komprehensif untuk berbagai program kegiatan Tridharma. Berbagai program prioritas mulai disusun bersama sejak 2020 dengan memusatkan berbagai agenda kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka/MBKM seperti KKN Tematik, Program Kewirausahaan Mahasiswa dan Program Holistik Pembinaan Pemberdayaan Desa/PHP2D pada desa ini dan melibatkan berbagai program studi untuk menguatkan sinergi yang telah disepakati akan dibangun bersama.



Gambar 1. Peta Desa Mlese Kecamatan Gantiwarno Kabupaten Klaten
Sumber: RPJMDes Mlese 2020-2025

Program pengabdian ini melibatkan Kelompok Pemuda Lokabadra, sebuah kelompok pemuda yang mempunyai tujuan mengembangkan usaha perekonomian anggotanya secara khusus dan mampu mendorong pengembangan perekonomian dan mengatasi pengangguran pemuda desa bersama kelompok-kelompok lain seperti PKK, UMKM, BUMDes, Kelompok Petani dan kelompok-kelompok lain yang ada di Desa Mlese dan sekitarnya. Saat ini total pengurus Kelompok Pemuda Lokabadra sejumlah 16 orang dengan anggota yang terlibat sekitar 40 orang dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. Struktur Organisasi Kelompok Sasaran
Sumber: AD/ART Kelompom Pemuda Lokabadra

Sebagian besar pengurus dan anggota rata-rata berusia antara 18 sampai dengan 30 tahun, dengan pendidikan rata-rata lulusan SLTP dan SLTA mayoritas dari keluarga pra sejahtera, saat ini yang terlibat aktif bekerjasama dengan BUMDes Desa Mlese sebagai tim pendukung usaha Kafe dan Resto BUMDes Desa Mlese sekitar 12 orang berperan sebagai pramusaji, supplier bahan-bahan makanan dan sebagai tenaga operasional lain seperti parkir, kebersihan dan membantu event organizer. Kelompok pemuda Lokabadra saat ini diminta untuk mengelola tempat usaha yang disiapkan oleh Pemerintah Desa Mlese di kawasan Taman Seni Budaya Desa Mlese dalam usaha kuliner maupun usaha kreatif lainnya. Untuk memajukan usaha kuliner, kelompok ini didukung sepenuhnya oleh keberadaan *supporting community* yaitu kelompok ibu-ibu PKK Desa Mlese yang langsung berada dalam kepemimpinan Ketua Tim PKK Desa Mlese. Sebagai *supporting community*, kelompok ini juga sangat perlu untuk mendapatkan pendampingan terutama terkait dengan kualitas produk, tatacara pengemasan dan penyajian produk, perencanaan produksi dan higienitas selama proses produksi. Kelompok *supporting community* inilah yang saat ini menjadi kelompok sasaran yang lebih terfokus, meskipun masih berada dalam lingkup pendampingan pada kelompok pemuda Lokabadra.

Dilihat dari potensi lingkungan yang dimiliki, Desa Mlese berada di jalur strategis lintasan jalur utama Kecamatan Gantiwarno dan jalur perbatasan dengan Kabupaten Gunung Kidul DIY via jalur Kapanewon Gedangsari, dan mempunyai luas sekitar 230 hektar dengan lahan pertanian subur/tanaman padi dan cukup air terutama diwilayah utara sungai dengkung, untuk wilayah selatan merupakan lahan kering/tegalan yang cocok untuk tanaman palawija karena berbatasan langsung dengan wilayah perbukitan Gunung Kidul DIY, karena berada di lintasan jalur strategis dan terletak tidak jauh dari pusat Kota Kecamatan Gantiwarno maka untuk usaha kreatif berbasis kuliner cukup menjanjikan didukung dengan mudahnya mencari suplai bahan baku makanan untuk industri kreatif berbasis kuliner seperti ketela, ubi, pisang, jagung, beras, sukun dan bahan baku lain yang relatif murah harganya dibandingkan ditempat lain sehingga biaya modal bahan baku tidak terlalu besar.

Usaha kuliner diyakini mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat karena bisa dilakukan dengan beragam kemampuan permodalan (mikro maupun makro), dilakukan dengan variasi ketrampilan yang beragam, dan penguasaan teknologi serta kemampuan inovasi yang juga sangat beragam (Awaluddin et al., 2023; Hardana et al., 2021; Mahardika et al., 2023). Selain itu, upaya pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan ekonomi juga dapat mudah dimulai melalui usaha ini, meskipun sangat diperlukan pendampingan yang memadai agar usaha kuliner tidak layu sebelum berkembang (Hardana et al., 2021; Sinta et al., 2023). Salah satu bentuk pendampingan yang sangat dibutuhkan adalah serial pelatihan usaha, yang biasanya meliputi inovasi produk, inovasi teknologi dan inovasi keuangan (Dharma et al., 2023). Adapun tujuannya adalah agar UMKM memiliki kinerja yang dapat diukur dengan volume penjualan, modal, jumlah karyawan, pangsa pasar, dan keuntungan yang terus meningkat (Nuvriasari et al., 2015; Tanzil et al., 2021)

Kelompok Pemuda Lokabadra dan *supporting community*-nya mempunyai anggota dengan keterampilan yang cukup beragam, terutama dalam bidang kuliner. Sekitar 12 orang anggotanya pernah bekerja di bidang kuliner/resto dan mempunyai usaha kuliner sendiri, namun mereka berhenti karena dampak Pandemi Covid 19. Oleh karena itu, secara khusus kelompok ini relatif lebih siap membuka usaha kuliner kreatif berbasis bahan baku lokal seperti usaha minuman dari rempah-rempah, makanan tradisional dan olahan lain yang mudah dibuat dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Selain itu, potensi dalam memanfaatkan *supporting community* dari kelompok ibu-ibu PKK juga memperbesar keragaman dan sumberdaya yang dimiliki oleh kelompok sasaran ini. Kelompok Pemuda Lokabadra saat ini belum dapat dikatakan produktif secara maksimal, beberapa anggotanya yang terlibat kerjasama dengan BUMDes Desa Mlese belum mendapatkan hasil atau penghasilan yang optimal dikarenakan keterbatasan peralatan, kemampuan, keahlian dan akses untuk memulai usaha sendiri yang benar-benar produktif serta memberi dampak pendapatan ekonomi yang berkelanjutan bagi anggotanya. Selain itu, untuk memicu produktifitas, diperlukan juga stimulus berupa permintaan atau penawaran yang diciptakan. Sedangkan pada strategi pemasaran, perlu diperkenalkan pemasaran digital karena diyakini mampu meningkatkan omzet penjualan (Chusniyah & Fauza, 2022; Dharma et al., 2023)

Untuk menentukan mitra kegiatan, Tim Pengabdian Universitas Janabadra melakukan survei ke Desa Mlese, dalam observasi lapangan Tim Pengabdian Universitas Janabadra didampingi oleh staf Pemerintah Desa Mlese. Hasil yang diperoleh adalah Desa Mlese memiliki potensi produk pertanian pangan yang melimpah dan destinasi wisata budaya. Selain itu desa ini juga memiliki kawasan budaya yang unik yang sangat masih terjaga yaitu area Taman Seni Budaya Desa Mlese dengan model arsitektur khas Jawa didukung dengan adanya 17 kelompok seni/budaya yang masih eksis bertahan. Kelompok seni/budaya ini dilestarikan oleh penduduk untuk menangkap peluang meningkatnya trend pariwisata pedesaan yang makin banyak diminati (Mayasari et al., 2023; Raharti et al., 2023) Berdasarkan hasil identifikasi, permasalahan yang dihadapi oleh mitra berdasarkan urutan prioritasnya adalah:

- Belum optimalnya pemanfaatan lahan/kawasan Taman Seni Budaya Desa Mlese sebagai kawasan budaya dan ekonomi terpadu dan kolaboratif.
- Potensi sumber daya alam/terutama tanaman palawija belum dikelola dengan baik sebagai bahan baku olahan industri kreatif kuliner.
- Sumber daya anggota Kelompok Pemuda Lokabadra belum diberdayakan secara optimal dan dilatih secara intensif.

Dari ketiga permasalahan tersebut, tim pengabdian diminta oleh Lokabadra untuk membantu memberikan solusi untuk permasalahan optimalisasi taman budaya sebagai kawasan ekonomi terpadu dan oleh karena itu diperlukan pendekatan kolaboratif agar tujuan dapat tercapai (Riansyah et al., 2023). Mengingat pentingnya orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sebagai bentuk budaya bisnis (Nuvriasari et al., 2015) dan strategi bersaing bagi agenda tersebut, maka setelah menemukan permasalahan di atas, materi yang akan disampaikan dalam pelatihan usaha dipersiapkan semaksimal mungkin untuk selaras dengan kebutuhan kelompok sasaran.

2. Metodologi

2.1 Tahap Persiapan

Dalam tahapan ini, dilakukan survey oleh tim untuk identifikasi kebutuhan pelatihan dan workshop yang dibutuhkan dan menyepakati jadwal tentatif, kemudian dilakukan persiapan untuk program workshop berikut materi dan agendanya. Dari tahapan persiapan disepakati bahwa peserta tidak hanya berasal dari anggota Lokabadra bidang usaha kuliner namun juga komunitas pendukung. Adapun target peserta adalah anggota Lokabadra bidang usaha kuliner (15 orang) dan perwakilan anggota dasa wisma setempat (5 orang). Survey ini juga menggali informasi terutama terkait dengan potensi bahan baku lokal yang tersedia, kemampuan yang dimiliki oleh anggota Lokabadra dan komunitas pendukung, produk unggulan, catatan order penjualan, data konsumen, dan ide-ide inovasi yang ingin dilakukan. Tahapan ini sangat penting untuk memetakan materi pelatihan usaha yang akan diberikan yang sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran. Kegiatan ini juga disepakati akan menghadirkan narasumber dari pendamping kecamatan selain dari akademisi.

2.2 Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan program disepakati dilaksanakan pada tanggal 3 November 2023 bertempat di Taman Budaya Mlese. Peserta kegiatan berjumlah 21 orang dan dihadiri juga oleh Bapak Kepala Desa Mlese dan Ibu Kepala Desa sebagai Ketua Tim PKK Desa Mlese serta narasumber dari pendamping Kecamatan Gantiwarno, Klaten, Jawa Tengah, dan tim akademisi dari Universitas Janabadra Yogyakarta. Adapun metode pelaksanaan adalah dengan workshop pelatihan usaha yang memberikan materi tentang strategi pemasaran (Fauzia et al., 2023; FH et al., 2022; Nurrahman & Sulma, 2022), penataan ruang usaha (Dewi et al., 2022), serta peningkatan kualitas produk dan penyajiannya (Dores, 2022; Napitupulu et al., 2022). Dalam penyuluhan peserta juga menunjukkan cara penyajian produknya saat ini dan bagaimana pengembangan yang direncanakan ke depan sekaligus mendapatkan masukan langsung dari narasumbernya.

2.3 Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan secara berkala dengan cara menerima dokumentasi penyajian produk jika ada pesanan, perkembangan penataan ruang usaha, dan upaya pemasaran yang dilakukan, dengan tujuan untuk menganalisis fenomena perkembangan inkubasi bisnis, menggali ide-ide baru, memperbaharui strategi penjualan yang diperlukan.

3. Hasil dan pembahasan

Kegiatan pengabdian berupa workshop telah dilaksanakan dan dihadiri oleh pengurus Kelompok Pemuda Lokabadra berikut komunitas pendukung yang terlibat aktif dalam pengembangan inkubasi bisnis. Beberapa hal yang menjadi perhatian dan materi workshop adalah terkait dengan penataan ruang usaha. Penataan ruang usaha bagi bisnis kuliner saat ini sangat berkontribusi untuk menarik konsumen dan memenangkan pilihan konsumen (Rasyad & Anggraeni, 2021). Adapun beberapa permasalahan umum yang sering ditemui dalam penyiapan ruang usaha antara lain adalah keterbatasan luas ruang dan tingginya kerapatan antar bangunan, rendahnya kualitas ruang, dan minimnya fasilitas umum dalam mendukung usaha seperti lahan parkir (Dewi et al., 2022). Dapat disampaikan bahwa pengetahuan tentang pentingnya penataan ruang usaha untuk mendukung keberhasilan usaha masih sangat minim diketahui oleh kelompok sasaran. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan materi tentang tips menata ruang UMKM dengan ilustrasi sebagai berikut:



Gambar 3. Paparan materi tentang tip menata ruang usaha
 Sumber: (Kresnanto, 2023)

Materi berikutnya yang menjadi fokus adalah tentang fungsionalitas dan tata letak ruang usaha. Pengabdian memberikan penekanan bahwa aspek fungsionalitas harus menjadi perhatian dengan memastikan ruangan dapat digunakan secara efisien, menempatkan meja dan kursi sehingga tidak menghalangi akses atau ruang gerak pelanggan dan staf. Selain itu pengabdian juga memberikan gambaran dan simulasi tentang penataan kursi dan meja dalam ruang usaha supaya aspek fungsionalitas dan estetikanya terpenuhi. Selain itu juga sebaiknya memenuhi standar tata letak berdasarkan alur kegiatan yang terdiri dari zona persiapan, zona peracikan dan zona pengolahan dan zona penyajian, dan standar pencahayaan, pengudaraan dan luas ruang (Dewi et al., 2022). Beberapa ruang usaha yang berada di area rumah tinggal sangat mungkin tidak memenuhi berbagai standar di atas karena berbagai keterbatasan, salah satunya adalah pemenuhan proporsi zona antara luas ruang untuk hunian dan ruang usaha minimal yaitu 80:20. Namun dalam konteks situasi di Lokabadra, karena ruang usaha terletak di Taman Budaya, maka tantangan terkait keterbatasan ruang usaha tidak dijumpai. Kelompok sasaran Lokabadra lebih membutuhkan pendampingan terkait perencanaan tata letak baik untuk proses produksi, maupun penyajian. Hal ini sangat disadari mengingat tata letak dan fungsionalitas ruang sangat berpengaruh terhadap kualitas usaha (Ibrahim et al., 2018) serta memenuhi efektifitas, efisiensi dan ekonomis (Prasetya et al., 2015). Selain itu, yang tidak bisa dikesampingkan adalah akses terhadap ketersediaan air bersih yang digunakan untuk menjalankan usaha kuliner. Hal ini harus mendapatkan perhatian karena kualitas air juga menjadi salah satu persyaratan utama bagi ijin usaha produk kuliner. Adapun ilustrasi materi tentang tata letak ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Materi tentang tata letak ruang usaha
 Sumber: (Kresnanto, 2023)

Dalam merancang tata letak ruang usaha, penting untuk memperhatikan berbagai aspek agar mencapai efisiensi dan estetika yang optimal. Salah satu pertimbangan utama adalah menghindari adanya *space* yang tidak memiliki peruntukan jelas, karena hal ini dapat mengganggu kerapian dan fungsionalitas ruangan secara keseluruhan. Oleh karena itu, analisis fungsi digunakan untuk mengetahui apa saja yang sebaiknya terdapat pada ruang usaha, dan apa saja yang tidak diperbolehkan ada di ruang usaha (Prasetya et al., 2015). Analisis ini tentu saja sangat spesifik tergantung dari peruntukan ruang, jenis usaha, dan juga ketersediaan luas ruang usahanya. Desain tata letak yang baik tidak hanya mencerminkan estetika, tetapi juga memperhitungkan aspek fungsional yang sangat penting bagi kelangsungan operasional bisnis.

Menurut informasi peserta, dari beberapa materi yang diberikan, materi penataan ruang usaha merupakan yang jarang dijumpai dan seringkali tidak menjadi perhatian dari pelaku UMKM. Sedangkan materi tentang pemasaran dan penyajian produk, mereka lebih tertarik untuk mendiskusikan praktek yang telah dilakukan dan meminta masukan serta umpan balik dari pengabdian. Dalam materi penyajian produk, narasumber yang merupakan pendamping UMKM Kecamatan Gantiwarno Klaten menekankan bahwa penyajian produk kuliner memegang peran krusial dalam industri UMKM, serta menjadi elemen penting untuk menarik perhatian konsumen. Dengan penyajian yang menarik dan menampilkan nilai estetika, UMKM dapat menciptakan daya tarik yang kuat, meningkatkan daya jual, dan membedakan diri dari pesaing. Kreativitas dalam presentasi makanan tidak hanya menciptakan pengalaman visual yang memikat, tetapi juga meningkatkan citra merek dan kesan kualitas. Terlebih saat ini, dalam era media sosial, gambaran visual yang menarik dapat menjadi daya ungkit untuk memperluas jangkauan pasar melalui berbagai foto dan ulasan online, menguntungkan pertumbuhan dan daya saing UMKM kuliner.

Pemateri yang menyampaikan materi pemasaran dari akademisi Universitas Janabadra memberikan penekanan pada urgensi digital marketing dalam memainkan peran kunci dalam meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan profitabilitas. Dengan memanfaatkan beragam media digital seperti media sosial, website, dan aplikasi khusus kuliner, Lokabadra dapat mencapai calon konsumen yang lebih luas secara efisien (Roslina et al., 2023). Dalam sesi ini juga disampaikan bahwa kampanye pemasaran digital dapat menargetkan pelanggan potensial berdasarkan preferensi dan perilaku online, serta meningkatkan relevansi promosi (Puspita Sari et al., 2023).

Lebih lanjut disampaikan bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dianggap memadai dalam memberikan platform yang ideal untuk berbagi visual produk, menyajikan menu kreatif, dan mendengar umpan balik pelanggan secara langsung. Sedangkan fungsi website lebih dapat dioptimalkan untuk membantu kelompok sasaran dalam membangun keberadaan usaha secara lebih profesional, memberikan informasi produk, lokasi, dan ulasan pelanggan. Selain itu, penggunaan aplikasi pengiriman makanan memperluas cakupan bisnis, memungkinkan pelanggan untuk menikmati produk tanpa harus datang ke tempat fisik. Adapun keseluruhan materi-materi yang disampaikan oleh pembicara terlihat mampu membangun suasana workshop yang hangat dan kondusif seperti terlihat dari Gambar 5.



Gambar 5. Suasana workshop

Dari hasil kegiatan tersebut, terungkap bahwa metode pemasaran yang telah diterapkan selama ini oleh kelompok pemuda melibatkan penggunaan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Meskipun demikian, evaluasi menunjukkan bahwa kualitas pengemasan informasi sebagai media publikasi masih perlu peningkatan yang signifikan. Penting untuk diakui bahwa desain dan presentasi informasi memiliki dampak besar pada daya tarik dan efektivitas pemasaran. Oleh karena itu, sebagai saran konstruktif, kelompok pemuda dihimbau untuk memperdalam pemahaman mereka tentang desain grafis dan merancang leaflet yang lebih menarik. Langkah ini bukan hanya untuk meningkatkan tampilan visual, tetapi juga untuk meningkatkan daya komunikasi pesan pemasaran. Pelatihan lebih lanjut dalam keterampilan desain grafis dapat membantu mereka menciptakan materi promosi yang lebih profesional, memikat, dan relevan dengan audiens target. Dengan meningkatkan kualitas presentasi informasi, kelompok pemuda dapat memperluas dampak pemasaran mereka, menarik perhatian lebih banyak pelanggan potensial, dan meningkatkan konversi penjualan. Inisiatif untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan ini akan membawa manfaat jangka panjang bagi kesuksesan pemasaran kelompok pemuda di era digital ini.

Sedangkan terkait topik penyajian produk, beberapa masukan yang diberikan oleh pengabdian adalah himbauan untuk meningkatkan higienitas produk dengan memperbaiki kemasan, namun mengurangi menggunakan kemasan berbahan dasar plastik atau styrofoam. Pengabdian menyarankan untuk kembali menggunakan pembungkus makanan tradisional seperti daun pisang, daun jati, daun jagung, besek dari bambu, dan bahan lain yang dimungkinkan bisa dimanfaatkan serta menjadi ciri khusus produk dari Desa Mlese. Dalam kesempatan ini pengabdian juga menyampaikan pentingnya kegiatan evaluasi bagi kelompok Lokabadra. Kegiatan evaluasi yang dilakukan secara berkala sangat penting dalam manajemen inkubasi bisnis. Pendekatan ini melibatkan evaluasi dokumentasi penyajian produk saat ada pesanan, pemantauan perkembangan penataan ruang usaha, dan peninjauan upaya pemasaran yang dilakukan. Tujuan utama dari evaluasi ini adalah untuk menganalisis fenomena perkembangan inkubasi bisnis, menggali ide-ide baru, serta memperbaharui strategi penjualan yang mungkin diperlukan.

Dalam menerima dokumentasi penyajian produk, kelengkapan dan kualitasnya dapat memberikan gambaran langsung tentang keunggulan dan kelemahan produk yang ditawarkan. Pengamatan terhadap penataan ruang usaha mencakup efisiensi operasional dan kenyamanan bagi pelanggan, yang dapat menjadi faktor kunci dalam menentukan pengalaman konsumen. Sementara itu, tinjauan upaya pemasaran memberikan pemahaman mendalam tentang respons pasar terhadap strategi yang dijalankan. Perlu dikelola terutama respon negatif agar pelanggan tidak terlalu kecewa dan mau kembali melakukan order, atau respon positif dalam konteks menjaga kualitas produk dan perencanaan pengembangan selanjutnya.

Melalui evaluasi yang holistik ini, kelompok Lokabadra sebagai inkubator bisnis dapat mengidentifikasi peluang untuk inovasi, meningkatkan kualitas layanan, dan merespons perubahan tren pasar. Dengan memperbaharui strategi penjualan sesuai dengan hasil evaluasi, Lokabadra dapat memastikan kelangsungan bisnis yang lebih baik, memberikan nilai tambah bagi kelompok pendukung yaitu masyarakat Desa Mlese, dan menjaga daya saing di pasar yang terus berkembang.

4. Kesimpulan

Pengabdian Masyarakat ini berjalan dengan lancar dan sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan kelompok sasaran. Kegiatan pendampingan berupa workshop bagi organisasi kemasyarakatan masih tetap penting dilakukan, meskipun informasi melimpah dan kecanggihan teknologi informasi dan internet saat ini semakin meningkat. Masyarakat tetap mengapresiasi akademisi sebagai pendamping, sehingga kegiatan ini dilakukan dengan penuh semangat dan antusiasme. Peserta memahami arti penting strategi pemasaran, perlunya mendesain leaflet yang menarik, serta yang menjadi pengetahuan baru bagi mereka adalah penataan ruang usaha yang lebih efisien, dengan tata letak yang menarik dan fungsionalitas yang terpenuhi dengan baik, sehingga mereka menindaklanjuti dengan menata ulang tempat usaha mereka kembali sesuai dengan saran dari tim pengabdian. Selanjutnya, saran dari pengabdian kepada Pemerintah Desa Mlese adalah melakukan monitoring terhadap kemajuan unit inkubasi bisnis Lokabadra agar sesuai dengan tujuannya menjadi penggerak ekonomi masyarakat khususnya di Desa Mlese. Selain itu sebagai agenda kedepan, perlu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang secara

spesifik difokuskan untuk merancang event secara periodik di Taman Budaya Mlese agar meningkatkan daya tarik kunjungan ke usaha kuliner Lokabadra.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami haturkan kepada seluruh masyarakat Desa Mlese, Kepala Desa dan jajaran Pemerintah Desa Mlese, Gantiwarno, Klaten, Jawa Tengah, segenap anggota Kelompok Pemuda Lokabadra, dan LP3M Universitas Janabadra yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan pemberian hibah pengabdian internal kepada tim kami.

Referensi

- Awaluddin, S. P., Nurani, N., Awaluddin, A., Muntasir, M., Awaluddin, N., Teknologi, I., Bisnis, D., Indonesia, N., Selatan, S., Madani, U. A., Cendana, N., Tenggara Timur, N., & Megarezky Makassar, U. (2023). Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan, Produksi, Pemasaran Dodol Jagung Khas Paitana bagi Remaja dan Ibu Rumah Tangga di Jeneponto (Training, Production and Marketing of Paitana Typical Corn Dodol for Teenagers and Housewives in Jeneponto). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 93–102. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2466>
- Bintarto, R. (1983). *Interaksi Desa - Kota*. Ghalia Indonesia.
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149. <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>
- Dewi, E. P., Sujatini, S., & Henni, H. (2022). Pendampingan Dalam Penataan Ruang Usaha Kuliner Pada Rumah Tinggal Di Hunian Padat Kelurahan Paseban, Jakarta Pusat. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(1), 31–40. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/1561/1279>
- Dharma, F., Agustina, Y., & ... (2023). Pengembangan Usaha Bumdes Jejama Usaha melalui Tiktok, Literasi Keuangan, dan Program Kerja. *Yumary: Jurnal ...*, 4(1), 47–54. <http://penerbitgoodwood.com/index.php/jpm/article/view/2356>
- Dores, E. (2022). Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja UMKM di Masyarakat Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v3i1.218>
- Fauzia, F., Kamil, M. I., Savitri, M. D., Dhiya, S., Suherman, M., Ratnasari, Y., Malik, L. A., Fadzrin, A. G. M., & Wibowo, L. K. (2023). Strategi usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner lokal dalam menghadapi kompetisi global. *Martabe : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(8). <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i8.2977-2985>
- FH, Y., Pratita, D., Firmansyah, F., & Suganda, V. A. (2022). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro Di Era Digital Melalui Edukasi Dan Pendampingan Strategi Branding Dan Packaging. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 5–9. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10234>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha Umkm Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.59818/jpm.v1i1.29>
- Ibrahim, M., Mananeke, L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Tata Letak Ruang Dan Fungsionalitas Restoran Rumah Kopi Billy Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3573–3582. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21662>
- Kresnanto, N. C. (2023). *Belajar Layout Warung UMKM Bersama Universitas Janabadra Yogyakarta*. https://www.researchgate.net/publication/377473271_Belajar_Layout_Warung_UMKM_Bersama_Universitas_Janabadra_Yogyakarta
- Mahardika, G. I. S., Kurniawan, A., & Darmayanti, E. F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Metro. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 4(1), 53–67. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v4i1.1723>
- Mayasari, D., Skawanti, J.R., & Ishak, R. . (2023). Peningkatan Pengetahuan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Cimande Melalui Usaha Homestay Jawara. *YUMARY(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 155–163.

- <https://penerbitgoodwood.com/index.php/jpm/article/view/2534/772>
- Napitupulu, S., Mulyadi, M., Pratiwi, R., Tardin, T., & Rahman, A. (2022). Manajemen Usaha Kuliner Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur Dalam Menghadapi Era New Normal. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(10), 1197–1204. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/1152%0Ahttps://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/download/1152/564>
- Nurrahman, A., & Sulma, A. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner Di Kelurahan Kadidi Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 1(2), 99–115. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v1i2.343>
- Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih. (2015). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Peningkatan Kinerja UKM. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241 – 259 percetakan,.
- Prasetya, Y. Y., Runtuk, J. K., & Hartanti, L. P. S. (2015). Analisis Tata Letak Fasilitas Dalam Meminimasi Material Handling (Studi Kasus: Perusahaan Roti Matahari). *Gema Aktualita*, 4(1), 1–10.
- Puspita Sari, S., Sukma Widita, C., Sekar Larasati, B., Isna Kurnia, U., Alfina, A., Sosial dan Bisnis, F., & Aisyah Pringsewu, U. (2023). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peran Augmented Reality dan Mobile Marketing dalam Meningkatkan Promosi Bisnis (The Role of Augmented Reality and Mobile Marketing in Enhancing Business Promotion) Riwayat Artikel*. 3(4), 191–199. <https://doi.org/10.35912/jpm.v3i4.1725>
- Raharti, R., Laras, T., Jatmiko, B., & Kurniawan, A. (2023). Pemberdayaan Kelompok Seni di Dusun Nitiprayan Bantul. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 85–91.
- Rasyad, H., & Anggraeni, L. K. (2021). Redesain Interior Oura Cafe Malang Berlanggam Natural Minimalis dengan Mengoptimalkan Ruang Usaha. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2), 217–223. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.57713>
- Riansyah, A., Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, F., Jember, K., Jawa Timur, P., Teknik, F., Jenderal Achmad Yani, U., Cimahi, K., Jawa Barat, P., Korespodensi, I., & Dukungan, I. (2023). Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat: Pendekatan Kolaboratif untuk Pemberdayaan Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 6–9. <https://doi.org/10.35870/ib.v1i1.162>
- Roslina, R., Jimad, H., Mardiana, N., Ekonomi dan Bisnis, F., & Lampung, U. (2023). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pemasaran Media Sosial Produk Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka (Social Media Marketing Products for Women Farmers Group in Sungai Langka Village)*. 3(4), 219–223. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i4.1851>
- Sinta, V., Rifa'i, M. N., Priyono, S., & Muksin, A. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur (Socialization of E-Commerce Based Marketing for Home Industries in Mergotentrem Village, East Oku District). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247–255. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i4.2160>
- Tanzil, S. N., Sunarya, E., & Jhoansyah, D. (2021). Role of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation to MSMES Performance. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 141–147. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i2.1433>