

PENERAPAN ILMU MANAJEMEN DALAM PENINGKATAN PEMASARAN YANG EFEKTIF DI ERA DIGITALISASI DENGAN TUJUAN DOMESTIK DAN EKSPOR PADA UMKM PRODUK PERKAYUAN LINGKUP KABUPATEN/KOTA CIREBON

¹*Yoga Prayoga, ²Anjar Januriyandhani, ³Iffatun Hasna Desyani, ⁴Rahmad Prasetya, ⁵Rhисто Cahyadi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

*yogaprayogakemenhut@gmail.com

Abstrak

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang efektif di era digital untuk meningkatkan pendapatan baik tujuan domestik maupun ekspor bagi para UMKM produk perkayuan di kabupaten/kota Cirebon. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung serta diskusi mengenai manajemen pemasaran. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa peningkatan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap revenue/pendapatan baik pasar domestik maupun ekspor.

Kata Kunci: Ilmu Manajemen, Digitalisasi Pemasaran

Abstract

The general purpose of this community service activity is to increase knowledge in understanding management science, especially effective marketing management in the digital era to increase income for both domestic and export destinations for MSMEs for wood products in Cirebon district/city. The method used is a survey method and direct delivery of the material as well as discussions on marketing management. The conclusion of this community service is that increasing knowledge in understanding marketing management science will have a positive and significant effect on revenue/income for both the domestic and export markets.

Keywords: Management Science, Marketing Digitization

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut UMKM pasti sudah tidak asing lagi dengan istilah ekspor, kira-kira apa yang pertama kali muncul dipikiran kita ketika mendengar kata ekspor? Ekspor sering diasosiasikan sebagai suatu aktivitas pemasaran dalam bisnis dengan tahapan yang sulit.

Dalam Permendag No.13/2012 tentang Ketentuan Umum bidang Ekspor, dijelaskan bahwa Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Jadi, walau produk yang Anda kirim hanya dalam skala kecil (kurang dari 50 kg) dan selama semua dalam rangka transaksi (bukan sampel gratis atau sebuah barang yang dikirim dalam rangka misi kemanusiaan misalnya), maka sah secara hukum dan ketentuan yang berlaku bahwa Anda telah melakukan kegiatan ekspor.

Berdasarkan info dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) (Kompas, 27 Maret 2020), setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah virus Corona (Covid-19).

Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat survive, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal.

Pada masa saat ini, perlu perubahan strategi pemasaran UMKM, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi dan

aplikasi media sosial. Di era digital seperti saat ini, penggunaan teknologi telah memberikan kemudahan-kemudahan baik bagi pelaku UMKM maupun konsumennya. Saat ini bahkan ada pula pelaku usaha yang tidak memiliki toko dan hanya memasarkan produknya secara online, serta belum memiliki perizinan usaha.

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di tengah pandemi covid-19 ini adalah persoalan distribusi dan pemasaran produk-produk UMKM.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka, pengabdian ini berjudul Penerapan Ilmu Manajemen dalam Peningkatan Pemasaran yang Efektif di Era Digitalisasi dengan Tujuan Domestik dan Ekspor pada UMKM Produk Perakayuan Lingkup Kabupaten/Kota Cirebon. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung dan diskusi mengenai manajemen Pemasaran.

METODE

Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini yaitu diadakan pendekatan kepada pelaku UMKM terkait yaitu UMKM yang tergabung dalam UMKM Jabar Juara wilayah Kabupaten/Kota Cirebon, melalui workshop dan sosialisai serta metode wawancara, pendampingan dan pelatihan penggunaan teknologi social media sebagai sarana pemasaran produk-produk Perakayuan UKM di Hotel Shantika Cirebon di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 32 Sukapura, Kec. Kejaksanaan, Kota Cirebon, Jawa Barat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan dalam waktu satu hari pada bulan Desember 2021. Pembuatan ini akan dibimbing oleh tim pelaksana staf-staf pengajar dari Universitas Pamulang dengan menerapkan Protokol Kesehatan.



Gambar 1. Tim PKM Kelompok 5

Metode pelatihannya yaitu Pelatihan Manajemen (Dengan memberikan penyuluhan kepada UMKM Jabar Juara wilayah Kota Cirebon)

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk kegiatan ini:

Tahap persiapan, Persiapan ini difokuskan dengan menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan ini, studi literatur dan melakukan koordinasi dengan pihak UMKM yang tergabung dalam UMKM Jabar Juara wilayah Kabupaten/Kota Cirebon dalam melakukan kegiatan manajemen di Lokasi.

Penentuan Lokasi, Pada tahap ini dilakukan kunjungan ke lokasi untuk menentukan tempat (lokasi) pendampingan serta pelatihan berupa penjelasan penerapan ilmu manajemen terhadap UMKM Jabar Juara wilayah Kabupate Cirebon.

Pengembangan dalam strategi pemasaran produk-produk UMKM Sektor Kayu yang efektif dan aplikatif untuk diimplementasikan di masa pandemi covid-19, bagi Mitra UMKM Jabar Juara wilayah Kabupaten Cirebon.



Gambar 2. Tim PKM sedang memberikan materi.

Jenis luaran yang akan dihasilkan dari masing-masing solusi dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan kelompok sasaran UMKM yang kami lakukan dapat dilihat dari dua hal. Pertama, ketercapaian tujuan kegiatan sesuai dengan tujuan yang ada pada rencana yang telah disusun di dalam proposal. Kedua, terpublikasikannya aktifitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada UMKM Jabar Juara wilayah Kabupaten/Kota Cirebon sehingga mampu menjadi penggerak rekan mahasiswa lainya untuk melakukan hilirisasi ilmu di kampus kemasyarakat.

Metode Kegiatan: Presentasi, Diskusi dan tanya jawab seputar manajemen dalam penerapan manajemen dalam meningkatkan kualitas produk agar dapat memasuki pangsa pasar domestik dan untuk ekspor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejak dulu, Kabupaten Cirebon memang dikenal sebagai eksportir olahan rotan, Furnitur, anyaman, dan bermacam kerajinan rotan menjadi andalan daerah ini. Kabupaten Cirebon tercatat sebagai wilayah yang memiliki desa pengekspor rotan terbanyak. Hampir setiap warga bekerja sebagai perajin. Dalam Dashboard Lokadata tercatat, pada 2018 terdapat 298 industri mikro dan kecil yang memproduksi produksi kayu di desa ini.

Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) diperlukan oleh eksportir kayu di Indonesia demi memastikan semua produk kayu yang beredar dan diperdagangkan telah memiliki status legalitas yang jelas dan meyakinkan. Dengan adanya suatu proses sertifikasi SVLK akan membantu sektor industri berbahan kayu untuk bertumbuh, pasalnya legalitas sumber bahan baku kayu akan meyakinkan konsumen atau pembeli dari luar negeri. Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) sendiri ialah satu sistem pelacakan yang disusun secara multistakeholder untuk memastikan legalitas sumber kayu yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia.

SVLK di Indonesia adalah upaya untuk mewujudkan good forest governance menuju pengelolaan hutan lestari dan berkelanjutan. Kemudian, adanya permintaan atas jaminan legalitas kayu dalam bentuk sertifikasi dari pasar internasional, terutama dari Uni Eropa, Amerika Serikat, Jepang, dan Australia.

Dasar hukum terbaru pelaksanaan SVLK ialah Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan nomor P.30/MenLHK/Setjen/PHPL.3/3/2016 yang diberlakukan pada tanggal 29 Mei 2016, sedangkan standar dan pedoman pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pengelolaan Hutan Produksi Lestari Nomor P.14/PHPL/SET/4/2016 tanggal 29 April 2016. SVLK juga merupakan sistem yang diterapkan secara wajib (mandatory) dalam sistem perdagangan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan hutan dan menjaga kredibilitas legalitas kayu dari Indonesia. Hal itu diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan terbaru nomor Permendag No. 84/M-DAG/PER/12/2016 Jo. Permendag No. 12/M-DAG/PER/2/2017 pasal 4.

1. Persyaratan dan cara mengurus SVLK

Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Hutan KLHK Ruffie menyatakan, salah satu hal yang paling mendasar untuk mendapatkan dokumen Sertifikat Legalitas Kayu (SLK) adalah legalitas perusahaan.

Adapun proses mengurus SVLK yang meliputi kegiatan pelaksanaan verifikasi legalitas kayu, terdiri dari permohonan verifikasi, perencanaan verifikasi, pelaksanaan verifikasi, penerbitan sertifikat legalitas dan sertifikasi ulang, penilikan, hingga audit khusus.

2. Dokumen yang Diperlukan dalam memperoleh Dokumen V-Legal

Dokumen yang diperlukan oleh eksportir kayu olahan untuk mendapatkan dokumen V-Legal ialah sertifikat SVLK. Dokumen V-Legal adalah salah satu dokumen yang menjadi persyaratan dalam ekspor produk industri kehutanan. Dokumen V-Legal adalah dokumen lisensi ekspor produk kayu yang berlaku untuk 48 HS-Code. Dokumen V-Legal diterbitkan oleh LVLK dan diterbitkan untuk setiap invoice, bagi EPTIK yang telah memiliki S-LK.

3. Layanan SVLK

Layanan SVLK hanya dapat diberikan perusahaan yang memiliki kompetensi untuk memastikan pemenuhan persyaratan melalui proses sertifikasi.

Pendekatan yang dilakukan perusahaan yang perlu disediakan dalam pekerjaan sertifikasi Legalitas Kayu sebagai berikut:

1. Pengajuan Permohonan Sertifikasi

Pengajuan permohonan sertifikasi legalitas kayu, industri harus mengirimkan Aplikasi Sistem Sertifikasi dan Kuisisioner SVLK yang telah diisi kepada Perusahaan yang telah terakreditasi oleh KAN.

2. Tinjauan Dokumen

Industri harus terlebih dahulu mengirimkan data dan dokumen legalitas perusahaan untuk dilakukan audit tinjauan dokumen oleh tim audit Perusahaan yang telah terakreditasi oleh KAN.

3. Publikasi Pra Audit

Perusahaan yang telah terakreditasi oleh KAN akan mengumumkan rencana penilaian lapangan legalitas kayu pada website LVLK, website Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

4. Penilaian Lapangan

Dalam penilaian lapangan, tim audit Perusahaan yang telah terakreditasi oleh KAN.

5. Keputusan Sertifikasi

Unit manajemen dikatakan lulus dalam proses sertifikasi kayu dan diberikan Seritifikat Legalitas Kayu jika semua norma penilaian pada Standar Verifikasi Legalitas Kayu dipenuhi.

Subdit Informasi Verifikasi Legalitas Kayu secara garis besar bertanggungjawab atas pengelolaan website <http://silk.dephut.go.id> yang lebih dikenal dengan SILK (Sistem Informasi Legalitas Kayu) online.



Gambar 3. Skema SVLK

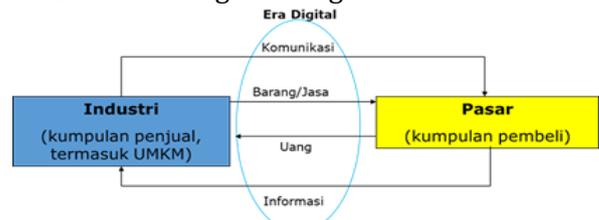
Dalam rangka meningkatkan pengelolaan SILK online dan sebagai pusat informasi verifikasi legalitas kayu, kedepan diharapkan pentingnya peningkatan kerjasama dari seluruh stakeholder sehingga SVLK dapat dilaksanakan dengan optimal sehingga meningkatkan daya saing produk ekspor industri kehutanan yang akhirnya dapat meningkatkan market share Indonesia di pasar internasional.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan PKM yang diselenggarakan kepada para pelaku UMKM pengrajin kayu di wilayah Cirebon Jawa Barat adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen dapat meningkatkan pendapatan baik tujuan domestik maupun ekspor bagi para UMKM produk per kayu di kabupaten/kota Cirebon, antara lain melalui:
 - a. pentingnya menguasai pasar domestik produk furnitur, contohnya penguasaan pasar oleh IKEA
 - b. pentingnya menguasai pangsa ekspor produk furnitur agar bisa bersaing dengan negara pesaing seperti Vietnam, Malaysia dll.
 - c. bahwa ekspor sangat berguna bagi devisa negara kendala ekspor terkait kelangkaan container yang merupakan masalah internasional

2. Sistem pemasaran yang sederhana dan efektif di era digital yang dapat diimplementasikan bagi para UMKM produk per kayu di kabupaten/kota Cirebon sebagaimana gambar berikut:



Gambar 4. Sistem Pemasaran

Adapun saran yang ingin disampaikan yaitu tim PKM berharap para UMKM diharapkan mulai memasarkan produk furniture melalui marketplace semisal Shopee, Tokopedia dll serta belajar untuk promosi sederhana melalui pembuatan brosur yang menggambarkan spesifikasi produk, harga dan menjaga kontinuitas.

DAFTAR PUSTAKA

Azqiara. (2019, Januari 31). Pengertian UMKM Secara Umum dan Menurut Para Ahli Lengkap. ID Pengertian. Diunduh tanggal 28 September 2019 dari <https://www.idpengertian.com/pengertian-umkm-secara-umum-danmenurutpara-ahli-lengkap/#Rudjito>

Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Murdjito. G. (2012), Metode Pengabdian Masyarakat. Disampaikan pada Pelatihan Metodologi Pengabdian kepada Masyarakat. <https://www.slideshare.net/FitriRiyanto/metoda-pengabdian-pada-masyarakatpak-gatot1>, diakses 25 April 2021.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021. Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Stelzner, MA (2012). Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Business.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298-309.
<https://doi.org/https://doi.org/10/24198/kumawula.v3i2.28181>.
- Sunarsi, D., Hastono, H., Yuangga, K. D., Haryadi, R. N., & Teriyan, A. (2022). Literasi Pemasaran Digital Untuk Mengenalkan Batik Pandeglang di Masa Pandemi pada Desa Wisata Sukarame Banten. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 2(2).