

PELATIHAN MANJEMEN STRATEGI PADA MENGELOLA DESA WISATA KAMPUNG SAPI PERAH CIBUGARY

¹Zulfitra, ²Susanto, ³Mohamad Duddy Dinantara

¹Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pamulang

²Magister Hukum, Program Pascasarjana, Universitas Pamulang

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: susanto@unpam.ac.id

ABSTRACT

The aim of this training is to assist the operators of Kampung Sapi Perah Cibugary, a unique destination that combines dairy farming with educational tourism in East Jakarta, in addressing post-COVID-19 pandemic challenges. However, the operators face challenges due to limited understanding of strategic management and a lack of effective planning. This training program utilizes methods such as lectures, tutorials, discussions, and mentoring to educate the operators on the importance of strategic management. The focus areas include SWOT analysis, financial planning, and working capital management. The training also emphasizes the importance of separating personal and business finances and maintaining regular financial records. Through this training, it is hoped that the operators can identify strengths and opportunities while addressing weaknesses and threats in their business. They are also expected to manage finances more efficiently, optimize capital allocation, and plan appropriate business strategies. All of these efforts aim to support the development of Kampung Sapi Perah Cibugary and contribute to the Indonesian economy. Evaluation and progress monitoring will be conducted to ensure successful implementation.

Keywords: Management Training, Tourism Village, Tourism, Development, Sustainability

ABSTRAK

Pelatihan Manajemen Strategi untuk pengelola Desa Wisata Kampung Sapi Perah Cibugary bertujuan membantu pengelola usaha ini mengatasi tantangan pasca pandemi COVID-19. Desa Wisata Cibugary adalah sebuah destinasi unik yang menggabungkan peternakan sapi perah dengan wisata edukasi di Jakarta Timur. Namun, pengelola menghadapi masalah pemahaman yang terbatas tentang manajemen strategi dan kurangnya penerapan perencanaan yang efektif. Kegiatan pelatihan ini menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, dan pendampingan untuk mengajarkan pengelola tentang pentingnya manajemen strategi. Fokusnya adalah analisis SWOT, perencanaan keuangan, dan pengendalian modal kerja. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pencatatan keuangan yang rutin. Melalui pelatihan ini, diharapkan pengelola dapat mengidentifikasi kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman dalam usahanya. Mereka juga diharapkan dapat mengelola keuangan dengan lebih efisien, mengoptimalkan alokasi modal, dan merencanakan strategi bisnis yang tepat. Semua ini bertujuan untuk membantu Desa Wisata Cibugary berkembang dan berkontribusi pada ekonomi Indonesia. Evaluasi dan pemantauan kemajuan akan dilakukan untuk memastikan implementasi yang sukses.

Kata Kunci: Pelatihan Manajemen, Desa Wisata, Pariwisata, Pengembangan, Keberlanjutan

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris, kecendrungan ini tercermin dengan lahan yang luas pada sektor pertanian yang didukung dengan iklim yang tropis. Pada sektor pertanian di Indonesia memiliki andil yang sangat besar meliputi subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor bahan makanan, hortikultura, subsektor peternakan. Dalam sektor pertanian tidak hanya subsektor pertanian tanaman pangan atau hortikultura saja tetapi termasuk juga subsektor peternakan didalamnya. Pada subsektor peternakan memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan pertanian di Indonesia secara

keseluruhan, dalam hal ini peternakan sapi perah memiliki pengaruh karena dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia terkait konsumsi bahan pangan hewani yang sangat penting keberadaannya. (Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2018).

Susu sapi merupakan produk hewani yang sangat strategis dan memiliki daya jual yang sangat bagus karena memiliki sumber nutrisi yang lengkap yang dibutuhkan bagi tumbuh kembang manusia dalam proses pertumbuhan. Pada saat ini terkait dengan pertumbuhan ekonomi, dimana bertambahnya pula jumlah penduduk, serta perbaikan gizi, gaya hidup dan tingkat pendidikan, maka negara kebutuhan/konsumsi susu di Indonesia meningkat.

Produksi susu sapi dalam negeri belum dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri yang menyebabkan impor untuk dapat memenuhi kebutuhan susu dalam negeri. Berkembangnya industri pengolahan maka permintaan susu akan terus meningkat dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan industri yang semakin pesat, akan tetapi pada perkembangan industri pengolahan belum dibarengi dengan ketersediaan susu sapi yang memadai di Indonesia. Penerapan manajemen rantai nilai membutuhkan keunggulan kompetitif agar produk susu dapat bersaing serta dapat mengembangkan perusahaan, pentingnya keunggulan kompetitif karena harus mengutamakan alur proses produk susu dari peternak hingga ke konsumen yang terdapat kinerja atau hubungan dari masing-masing lembaga, maka jadi kebutuhan manajemen rantai nilai menjadi mutlak untuk diterapkan.

Saat ini setelah Badai wabah Covid19 mereda banyak Dunia Usaha yang mulai bangkit untuk memulai usaha Kembali. Hal itu juga yang Dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Kampung sapi Perah Cibugary, Cipayung. Banyak macam kendala yang ditemui pasca covid ini, diantaranya kesulitan dalam membuat perencanaan keuangan yang baik. Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah peserta Dapat memahami bagaimana membuat suatu manajemen strategi (dengan metode analisa SWOT) yang efektif dan efisien, terlebih pasca pandemi saat ini. Dalam pelatihan ini diharapkan memberikan pengetahuan peserta tentang bagaimana mengidentifikasi internal dan eksternal lingkungan organisasi serta Menyusun strategi formulasi, strategi implmentasi, dan strategi evaluasi.alokasi yang tepat, sehingga perusahaan akan dapat bersaing secara optimal dan tujuan organisasi akan tercapai dimasa yang akan datang. Diharapkan setelah kegiatan ini peserta mampu untuk merencanakan strategi secara efektif dan efisien. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengelola desa Wisata Kampung Sapi Perah Cibugary. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap. Pertama tahap persiapan meliputi pra survei, pembentukan tim, pembuatan dan pengajuan proposal, koordinasi tim dan mitra serta persiapan alat dan bahan pelatihan. Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan program berupa sosialisasi. Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan (pemaparan materi) dan diskusi. Tahap ketiga yaitu tahap evaluasi dan pelaporan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program dengan metode wawancara dan observasi. Setelah itu, dilakukan penyusunan laporan untuk selanjutnya dilakukan publikasi. Kegiatan di rencanakan akan dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 26-27 Maret 2023.

Membangun usaha bukan perkara mudah, baik itu untuk perusahaan konglomerasi beromzet miliaran maupun jika kamu tergolong newbie yang tengah merintis perusahaan

kecil-kecilan pasti akan menghadapi sejumlah tantangan berusaha. Salah satu hal krusial yang perlu diperhatikan dalam berbisnis, sudah tentu adalah bagaimana suatu bisnis dapat bertahan bahkan di tengah persaingan yang sangat ketat. Maka membuat perencanaan pemilihan strategi – strategi bisnis yang tepat adalah wajib hukumnya untuk diterapkan. Sebab, instrumen ini penting dalam mencapai tujuan bisnis. Sekalipun perusahaan memiliki sumber daya yang cukup. Tetapi, jika manajemen strateginya tidak dikelola dengan baik, maka ke depannya perusahaan mungkin saja akan sulit berkembang atau bahkan kolaps karena salah dalam meng analisis serta pemilihan strategi yang tidak tepat dan salah dalam pelaksanaan program implementasi.

Banyak pelaku usaha yang mengelola usahanya kurang memiliki dasar pengetahuan maupun ketrampilan mengenai manajemen usaha dan manajemen strategi yang baik. Tidak jarang usaha hanya dijalankan dengan mengandalkan insting dan pengalaman saja. Aspek-aspek manajemen usaha yang meliputi perencanaan usaha, pengorganisasian, implementasi, dan pengendalian usaha menjadi sesuatu yang jarang diperhatikan; padahal hal tersebut sangat penting dalam membangun dan mengembangkan usaha.

Demikian pula dengan pengelolaan strategi usaha; banyak pelaku usaha yang tidak membuat visi, misi, dan perencanaan diawal. Membuat perencanaan tanpa mengacu pada alat bantu analisis yang akurat. Misalnya menggunakan analisa SWOT atau Balance Scorecard yang dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang.. Kelompok pemuda merupakan golongan usia produktif yang berpotensi besar menjadi penggerak perekonomian Indonesia. Semangat berwirausaha yang didukung dengan pengetahuan dan ketrampilan teknis diharapkan akan memberikan bekal dalam memulai dan mengembangkan usaha.

Dengan membuat pencanaan strategi, perusahaan bisa mengetahui dengan jelas kemana arah, tujuan dan alokasi uang atau modal perusahaan untuk membiayai keperluan lini usaha. Sehingga anggaran perusahaan itu akan terdistribusi pada pos yang tepat untuk digunakan untuk berbagai kepentingan yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Seperti, strategi mengalokasikan dana untuk kegiatan produksi, pemasaran atau distribusi yang mana ketiganya bisa mendapat porsi sesuai perencanaan perusahaan agar jangan sampai mengalami over budget. Melalui rencana keuangan kita dapat memantau kelancaran arus kas masuk dan keluar. Lini usaha apa saja yang mendatangkan banyak keuntungan, atau biaya-biaya apa saja yang tidak terlampau penting, namun bisa ditekan untuk mengurangi pengeluaran, semuanya akan terpantau.

Manajemen Strtaegi yang baik akan memberikan manfaat besar bagi pelaku usaha. Dengan melakukan pencatatan keuangan dengan tertib, pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan sekaligus perkembangan usahanya. Kondisi aset, utang, modal, arus kas, serta fluktuasi laba usaha dapat diketahui dengan mudah sehingga membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan bisnis penting, seperti pembelian aset baru dan rencana pengembangan usaha. Manajemen keuangan yang baik juga akan memperbaiki aspek pengendalian usaha, dimana pelaku usaha dapat mengetahui apakah rencana yang dibuat dapat tercapai.

Pandemi Covid-19 mengubah Perilaku Konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen

lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sedangkan perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility. Perusahaan-perusahaan yang sukses di era pandemi merupakan perusahaan yang dapat beradaptasi dengan 4 karakteristik tersebut.

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku Usaha di Jabodetabek, mayoritas pelaku usaha sebesar 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% yang mengalami pertumbuhan positif. Kondisi Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari pelaku usaha yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% pelaku usaha yang mengalami peningkatan omzet. Survei KIC tersebut juga menunjukkan para Pelaku usaha melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/ pemasaran. Meski begitu, ada juga pelaku usaha yang mengambil langkah sebaliknya, yaitu menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan (Katadata.co.id, 2020).

Sementara itu, hasil survei dari beberapa lembaga seperti BPS, Bappenas, dan World Bank menunjukkan bahwa pandemi ini menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas, dan gaji karyawan. Bahkan beberapa di antaranya terpaksa sampai harus melakukan PHK. Kendala lain yang dialami pelaku usaha, antara lain sulitnya memperoleh bahan baku, permodalan, pelanggan menurun, distribusi dan produksi terhambat. Selain itu, perubahan Perilaku Konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis juga perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha karena adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sedangkan perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu Hygiene, Low-Touch, Less Crowd, dan Low-Mobility (CNBC Indonesia, 28 April 2021).

Dengan begitu, pelaku usaha termasuk entrepreneur perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuh-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (social entrepreneurship). Pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi entrepreneur / pelaku usaha melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di tahun 2020 dan dilanjutkan di tahun 2021. Realisasi PEN untuk mendukung entrepreneur / pelaku usaha sebesar Rp 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta entrepreneur / pelaku usaha pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah juga telah menganggarkan PEN untuk mendukung entrepreneur / pelaku usaha dengan dana sebesar Rp 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum pemulihan ekonomi.

Tetapi kenyataannya pelaku usaha khususnya yang bergerak dibidang wisata edukatif itu belum mampu mengembangkan potensi dan perannya secara optimal. Pelaku usaha masih relatif lemah, sebagian masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal ataupun lingkungan dimana usaha tersebut berada. Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, modal kerja, serta kelangkaan akan sarana usaha yang

dimiliki. Hal ini juga terkait dengan penguasaan manajemen keuangan yang masih kurang. Dengan keterbatasan di atas merupakan permasalahan yang penting bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh pelaku usaha. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam pemecahan masalah, dan pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari memperkokoh motivasi, mentalitas kewira-usahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi.

Cibugary merupakan usaha bisnis keluarga yang bergerak dibidang peternakan sapi perah dan pengolahan susu berdiri pada tahun 1996 di Pondok Rangun, Jakarta Timur. Cibugary (Cibubur Garden Dairy) menjadi salah satu destinasi wisata alam realitas ternak sapi perah yang ada di kota metropolitan Jakarta yang identik dengan gedung - gedung pencakar langitnya.

Cibugary menjadi kawasan wisata edukasi sekolah, masyarakat dan keluarga yang ada di Jakarta dan sekitarnya. Kawasan kampung sapi perah Cibugary dengan luas 11 hektar dan dihuni 20 KK Komunitas Peternak Sapi Perah rakyat betawi Jakarta dengan populasi sapi perahnya 1200 ekor menjadi obyek wisata unik satu - satunya yang ada di Jakarta tepatnya di Pondok Rangun, Cipayang, Jakarta Timur.

Di samping Kawasan wisata, Cibugary dapat menghasilkan produk susu murni dan susu olahan yang berkualitas dan mampu memenuhi selera konsumen. Pada saat ini Cibugary berusaha mengembangkan usahanya dengan pertimbangan peluang pasar yang cukup besar. Akan tetapi pelaksanaannya sering terbentur pada masalah keterbatasan pada Manajemen Keuangan. Namun masalah yang dihadapi Cibugary tidak hanya pada manajemen manajemen keuangan saja, keberlangsungan usaha Cibugary dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan kondisi yang ada di dalam ruang lingkup Cibugary untuk menjalankan usahanya. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor-faktor di luar lingkup Cibugary yang berpengaruh terhadap Cibugary dan tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perlu diadakan pelatihan Manajemen keuangan bagi Pengelola Cibugary. Dengan diadakannya pelatihan perencanaan keuangan tersebut diharapkan akan mampu memberikan bekal pengetahuan yang memadai dan selanjutnya dapat diimplementasikan ke dalam usaha nyata sehingga pada akhirnya mampu membantu pengembangan pelaku usaha untuk mewujudkan ekonomi Indonesia yang lebih kuat di masa mendatang.

Dari uraian analisis situasi, maka dapat diperoleh identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya pemahaman manajemen strategi yang dimiliki pengelola Desa Wisata Cibugary, dan kurangnya penerapan perencanaan dan strategi yang efektif dan efisien pada pengelolaan Desa Wisata Cibugary.

Mengacu pada identifikasi permasalahan tersebut, maka solusi yang akan kami berikan untuk membantu memecahkan permasalahan yang ada adalah kami akan memberikan pelatihan tentang Manajemen strategi. Salah satu tugas penting manajemen strategi adalah merencanakan dan mempertahankan serta mengembangkan ,kelangsungan hidup bisnis. Selain itu tugas penting manajemen keuangan adalah mengarahkan kegiatan bisnis pada jalur yang benar dan tepat sasaran melalui analisis SWOT formulasi dan

implementasi strategi yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila semakin besar dan luas bidang suatu usaha maka semakin kompleks pula penyusunan strateginya.

Rata-rata setiap usaha yang dijalankan tentunya tidak selalu dapat diprediksi apakah usaha tersebut akan berlanjut terus-menerus atau tidak, kemungkinan terburuk atau tak terduga dapat terjadi kapan saja dan mengancam keberlangsungan bisnis. Misalnya saja omzet menurun karena adanya pesaing atau lokasi usaha yang tertimpa musibah dan sebagainya. Hal-hal tersebut yang mengharuskan pelaku bisnis perlu tangguh dalam menghadapi segala rintangan yang dihadapi. Salah satu cara untuk mengantisipasinya yaitu dengan mempersiapkan dana darurat.

Setelah memiliki cukup modal, maka keputusan investasi mengenai modal yang telah dimilikinya adalah menggunakan sebagian modal untuk pembelian aset tetap seperti membangun tempat produksi yang lebih layak dan sebagian lagi untuk modal kerja seperti pembelian bahan baku dan gaji karyawan. Menurut (Layinna & Waode, 2017) setiap bisnis mutlak perlu memiliki pengelolaan manajemen modal kerja yang baik. Manajemen modal kerja itu sendiri memiliki fungsi sebagai pembiayaan operasional perusahaan sehari-hari seperti pembayaran gaji dan upah bagi karyawan, pembelian bahan baku, pembayaran ongkos angkutan, pembayaran hutang yang telah jatuh tempo, dan lain sebagainya.

Modal kerja yang telah dikeluarkan itu diharapkan akan dapat kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam waktu yang singkat melalui hasil penjualan produksinya. Modal kerja yang berasal dari penjualan produk tersebut akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai kegiatan operasional selanjutnya. Modal kerja ini akan terus berputar setiap periodenya di dalam perusahaan. Dalam penggunaan anggaran pemilik usaha juga memisahkan uang pribadi dengan modal usaha, dalam perputaran kas perusahaan sangat baik untuk memisahkan uang pribadi dengan modal usaha kedalam masing-masing rekening, agar pemilik usaha dapat mengetahui dengan baik keuangan perusahaan sebenarnya.

Dengan demikian pelaksanaan kegiatan pengelolaan perencanaan strategi menjelaskan tentang pentingnya melakukan analisis lingkungan organisasi, dasar perencanaan keuangan bisnis dengan diadakan diskusi didalamnya menjelaskan tentang istilah dalam manajemen strategi, penentuan formulasi strategi dan implementasi, dan jenis-jenis strategi, seperti low cost strategi, strategi generik, ataupun strategi generic.

Pencatatan yang rutin dan rapi akan membuat pemilik bisa mengevaluasi strategi perusahaannya sehingga pemilik bisa mengendalikan, mengambil keputusan juga merancang perencanaan kedepan untuk perusahaannya. Untuk mengaktifkan berbagai fungsi dalam manajemen strategi terdapat tugas administrasi yang perlu dilaksanakan oleh pelaku bisnis. Kecermatan dalam memilih strategi yang tepat juga dapat bermanfaat sebagai alat perencanaan pengembangan usaha. Pencatatan keuangan umumnya mengacu pada standar akuntansi. Sebagai seorang wirausaha yang baik seharusnya membutuhkan pengetahuan laporan keuangan pada usahanya namun pentingnya pelaporan keuangan ini masih belum disadari oleh pemilik usaha, untuk bisa diketahui secara rinci arus keuangan usahanya, juga diketahui detail berapa keuntungan setiap bulan dan pertahun, dan diketahui juga terdapat penambahan modal usaha yang bisa dipakai untuk mengembangkan usaha lebih jauh lagi. Menurut (Handoko, 2012), pengendalian digunakan sebagai penjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Analisis SWOT merupakan

alat perencanaan strategi usaha. Pentingnya pengarsipan analisis SWOT ini akan berpengaruh terhadap penentuan strategi formulasi anggaran dalam menentukan strategi implementasi. Disamping itu juga dapat sebagai alat monitor dan evaluasi atas kinerja perusahaan yang dicapai.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, pendampingan dan konsultasi, dan assesment. Selain itu, adanya Permainan Interaktif, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi permainan interaktif diharapkan sudah memunculkan nilai tambah pada setiap rantai nilai yang terdiri atas kreasi, produksi, distribusi, monetisasi, apresiasi dan akhirnya pada studi. Nilai tambah yang muncul dalam masing-masing rantai nilai merupakan salah satu pertanda bahwa industri ini mulai tumbuh dan berkembang. Pada dasarnya permainan interaktif adalah permainan yang banyak melibatkan peserta dalam proses permainannya dengan tujuan untuk merangsang kreativitas.

Metode pelaksanaan PKM tersebut di buat tentunya sejalan dengan titik tekan industri kreatif yang didefinisikan sebagai industri yang memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasi ide atau kekayaan intelektual menjadi sesuatu yang bernilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, permainan interaktif dapat dijadikan sebagai komoditas kreatif. Kegiatan permainan interaktif sebagai bagian dari ekonomi kreatif/ekonomi produktif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan dan edukasi. Seperti kita ketahui bahwa melihat permainan interaktif diharapkan menjadi sebuah strategi dalam memasuki pasar-pasar disekitar Desa Wisata Cibugary khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Selain menawarkan permainan untuk meningkatkan kreatifitas, Pelaksanaan ini juga mengenalkan bagaimana penggunaan aplikasi pada smartphone, khususnya bidang perencanaan dan strategi. Pemateri diharapkan dapat memberikan penjelasan pentingnya Manajemen strategi bagi pelaku usaha. Sebagian besar audiens belum mengerti fungsi manajemen strategi, bahkan sebagian besar peserta pelatihan menganggap bahwa manajemen strategi adalah bidang yang rumit, susah, merepotkan, menghabiskan waktu. Materi pertama ini diisi dengan penguatan pentingnya Manajemen Strategi bagi pelaku usaha dengan ringan dan mudah dipahami.

Motivasi yang ditanamkan Tim pengabdian diharapkan akan memacu tumbuhnya jiwa wirausaha bagi para Pengelola Cibugary.. peserta pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat menularkan semangat dan motivasi kepada masyarakat sekitar secara bertahap dan mampu menyentuh keseluruhan, terutama dikalangan generasi muda. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Cibugary. ini bertujuan positif sehingga diharapkan dapat mengubah kebiasaan dari suatu komunitas dan lebih mudah membuat motivasi yang tepat dengan tekat kuat. apabila pemicu sudah ditemukan, maka harus menjauhi faktor yang menjadi pemicu. komitmen sangat besar pengaruhnya terhadap perubahan, sehingga dengan komitmen kuat dapat lebih mudah mencapainya. serta fokus

pada hal-hal yang membawa keberhasilan dalam perubahan. sehingga keadaan menjadi lebih baik.

Evaluasi juga akan dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan PKM ini, akan ada kunjungan berkala yang dilakukan tim PKM untuk meninjau kemajuan kemampuan peserta dalam penguasaan ilmu manajemen strategi serta penerapannya. Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini antar lain:

- a. Tahapan Perencanaan dan Pengorganisasian
 - a. Identifikasi permasalahan. untuk mengetahui pengetahuan peserta tentang Manajemen Keuangan
 - b. Membuat perencanaan jadwal bimbingan teknis : Materi Manajemen Keuangan
 - c. Membagi tugas tim pengabdian masyarakat untuk melakukan persiapan terkait bimbingan teknis yang akan dilaksanakan.
- b. Tahapan Pelaksanaan
 - a. Melaksanakan bimbingan teknis : pemahaman tentang Manajemen Keuangan bagi Pengelola Desa Wisata Cibugary.
 - b. Memastikan jalannya bimbingan teknis berjalan sesuai rencana.
 - c. Membuat kelompok kecil dengan pendamping dari tim pengabdian masyarakat yang bertujuan membantu mitra dalam implementasi hasil bimbingan teknis.
- c. Tahapan Evaluasi
 - a. Monitoring kemajuan mitra dalam implementasi hasil bimbingan teknis.
 - b. Membantu mitra dalam penyelesaian kendala ketika proses implementasi hasil bimbingan teknis.
 - c. Melakukan survey kepuasan mitra terkait hasil implementasi bimbingan teknis.
 - d. Memastikan mitra dapat melakukan pengembangan implementasi manajemen strategis, pemasaran, promosi dan keuangan.
 - e. Melakukan evaluasi dan membuat pelaporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan bantuan sistem pemasaran yang lebih baik dan tidak hanya berfokus kepada menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui media online. Pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce berbasis web yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap barang dalam transaksi online dengan mengaplikasikan dalam kegiatan pelatihan (Rachman, dkk, 2016).

Dalam persaingan yang ketat ini perlu mengetahui secara rinci hal-hal yang menimbulkan daya tarik untuk membeli produk yang dibuat perusahaannya. Pemahaman tentang atribut yang dipertimbangkan dalam memilih dan membeli suatu produk sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk membantu memperbaiki dan meningkatkan keberadaan merknya dalam bersaing dipasar (Hardian & Kemala, 2018).

Hasil dari kegiatan pengabdian ini, yaitu mitra sangat terbantu dalam mempelajari bagaimana melakukan promosi produk secara online yang baik melalui media sosial dan juga melalui e-commerce. Ada pula pengabdian dari yang memiliki hasil yang sama seperti (Ketut Dewi Ari Jayanti & Bagus Suradarma, 2016) yakni pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi berupa media pemasaran online (website) dapat memperluas jangkauan pemasaran sehingga produk UKM dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya di daerahnya saja namun juga secara nasional bahkan internasional.

Dalam kegiatan usaha penggunaan e-commerce dalam penjualan, telah dilaksanakan kegiatan dalam menyelesaikan masalah dengan menyediakan alat pendukung seperti koneksi internet dan dilaksanakan secara daring. Dengan sudah terlaksananya kegiatan tersebut, maka dapat memberikan kemampuan mitra produsen dalam meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan penjualan menggunakan e-commerce. Dari seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan hal yang dapat dicapai adalah penggunaan media pemasaran online guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM kampung sapi perah Cibugarry dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran yang bermula dari strategi segmentasi pasar (segmentation), strategi penentuan pasar sasaran (targeting), dan strategi posisi pasar (positioning). Selain itu juga dengan mengembangkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4 unsur yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Berikut ini adalah uraian tentang strategi pemasaran kampung sapi perah Cibugary:

1. Strategi Segmentasi Pasar (Segmentation)

Langkah pertama yang dilakukan oleh kampung sapi perah Cibugary adalah dengan mensegmentasi pasar. Segmentasi pasar terfokus pada konsumen dari suatu organisasi, institusi, maupun komunitas. Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam segmentasi pasar kriteria yang dibutuhkan dalam segmentasi pasar antara lain:

- a. Segmentasi geografis: secara geografis tidak ada pengkhususan
- b. Segmentasi demografis: secara demografis segmentasi pasarnya adalah konsumen yang tergolong usia keluarga muda (25-45 tahun).
- c. Segmentasi psikologis: konsumen yang dibidik adalah konsumen yang ingin makan camilan alternatif.
- d. Segmentasi perilaku: secara perilaku tidak ada segmentasi, namun profil resiko konsumen dalam pembelian akan ditentukan sendiri yang sesuai.

2. Strategi Penentuan Target Pasar (Targeting)

Demi meningkatkan pendapatan usaha, pasti dilakukan pula penyesuaian pada pasar sasaran, agar penjualan menjadi tepat sasaran. Dalam hal ini untuk target pasar, Kampung sapi perah Cibugary telah menentukan targetnya. Memberikan produk yang berkualitas kepada masyarakat di daerah Pondok Ranggon dan sekitarnya.

3. Strategi Posisi Pasar (Positioning)

Kampung sapi perah Cibugary merupakan solusi yang tepat produk olahan susu sapi untuk perorangan ataupun keluarga dengan kualitas produk yang baik.

4. Bauran Pemasaran Kampung sapi perah Cibugary (Marketing Mix):
Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran terkait dengan keberhasilannya dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, serta promosi yang efektif. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat serta promosi ditetapkan dengan cermat oleh Kampung sapi perah Cibugary agar kepuasan konsumen serta keberlanjutan usaha dapat terwujud:
 - a. Produk
Produk yang dihasilkan Kampung sapi perah Cibugary merupakan permintaan dari konsumen. Kampung sapi perah Cibugary dapat menampilkan preview product.
 - b. Harga Penetapan
Harga merupakan salah satu elemen penting bagi manajemen perusahaan. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan presentase keuntungan yang diinginkan. Harga yang ditentukan beragam sesuai dengan desain, bahan dan tingkat kesulitan produksi produk yang diinginkan konsumen. Harga disesuaikan dengan jumlah pembelian dan konsumen yang melakukan repeat order.
 - c. Tempat
Saluran distribusi terkait dengan berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk dapat disalurkan ke konsumen. Sebagian besar produk dijual dan langsung dikirim ke konsumen. Kampung sapi perah Cibugary sendiri memiliki lokasi kelurahan Pondok Ranggan Jakarta Timur. yang bukan merupakan akses jalan utama membuat konsumen kesulitan untuk menjangkau lokasi.
 - d. Promosi
Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang aktif dilakukan oleh Kampung sapi perah Cibugary untuk memberitahu, mengenalkan, mempengaruhi konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Promosi Kampung sapi perah Cibugary dimulai dengan membuat merek yang mengasosiasikan keunggulan dan usaha yang digelutinya yaitu olahan susu sapi . Kemudian perusahaan juga melakukan promosi melalui internet marketing (melalui website dan social media), serta mengikuti pameran-pameran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang di Desa Pabuaran adalah sebagai berikut:

1. Kampung sapi perah Cibugary mengalami dampak penurunan penjualan akibat persaingan yang ketat sehingga perlu mendalami manajemen strategi yang baik untuk meningkatkan *market share*.
2. Kampung sapi perah Cibugary telah mendapatkan pelatihan cara memulai penyusunan SWOT Analisis secara terpadu kampung sapi perah Cibugary yang

membantu UMKM disana sehingga mereka mampu bersaing dalam meluaskan pasar.

3. Kampung sapi perah Cibugary telah mendapatkan edukasi terkait manajemen strategi secara efektif bagi pelaku usaha di Kampung sapi perah Cibugary dalam upaya meningkatkan meraih pasar yang kompetitif serta berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas. (2011). Manajemen Keuangan UKM. In Andreas, Manajemen Keuangan UKM. Yogyakarta: Graha Ilmu. Indonesia, K. K. (2018-2019).
- Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Ukm) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 - 2019. Retrieved from Kemenkopukm.
- Taufik, & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21±32.
- Wuryando, Bagoes, (2012), *Jurus Maut MLM Anti Gagal (Tips & Trik Memilih Bisnis Jaringan yang Pas untuk Anda)*, MedPress Digital, Hlm. 15-16.
- Wilfried S. Manoppo, F. A. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6-9.
- Yohana, C. (2014). Pelatihan Mengelola Keuangan Sederhana Bagi Pengusaha Kecil di Desa Cibadak. *Jurnal Sarwahita*, 11(2), 67–70.
- Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarok, A., Sutoro, M., & Anwar, S. (2019). Manajemen Bisnis Sebagai Sarana Untuk Menumbuhkan Pengusaha-Pengusaha Baru (Studi Kasus pada PKBM Nurul Qolbi, Kota Bekasi, Jawa Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).