

PELATIHAN MANAJEMEN USAHA BAGI UMKM DI DESA SUKARAME CARITA KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN

Hadi Supratikta, Sachro Yusuf, Mukhlis Catio
Dosen Universitas Pamulang
Email : dosen00469@unpam.ac.id

Abstract

Sukarame Village, Pandeglang - Banten. Moreover, Sukarame Village, Pandeglang - Banten has been chosen as a Tourism Village by the Government of Indonesia through the Ministry of Tourism with all the potential possessed by Sukarame Village, Pandeglang - Banten. Therefore, entrepreneurs who are able to explore the potential of the local area are needed. Existing business ventures need to be improved and involve more actors. This causes efforts to awaken the entrepreneurial spirit is very necessary. One of the efforts that can be made to increase the products produced by MSMEs in Sukarame Village is to add variations of processed products. This training aims to provide knowledge to the community/small-scale business actors in Sukarame Village regarding the diversification of processed products and to provide knowledge to the community/small-scale business actors in Sukarame Village regarding small-scale/household-scale business management. The method used is in the form of training through counseling or lectures, discussions and training on product manufacturing/processing practices.

Keywords: *Diversification, Differentiation, MSME's*

Abstrak

Desa Sukarame, Pandeglang - Banten. Terlebih Desa Sukarame, Pandeglang - Banten telah dipilih menjadi Desa Wisata oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dengan segala potensi yang dimiliki oleh Desa Sukarame, Pandeglang - Banten. Salah satu usaha untuk meningkatkan minat masyarakat dan menciptakan hasil yang optimal adalah dengan menggerakkan sektor usaha potensial daerah tersebut. Usaha bisnis yang ada perlu ditingkatkan dan melibatkan lebih banyak pelaku. Hal ini menyebabkan upaya membangkitkan jiwa wirausaha sangat diperlukan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produk yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Sukarame adalah dengan penambahan variasi produk olahan. Pada pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat/ pelaku usaha skala kecil di Desa Sukarame mengenai diversifikasi produk olahan dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat/pelaku usaha skala kecil di Desa Sukarame mengenai manajemen usaha skala kecil/skala rumah tangga. Metoda yang digunakan berupa pelatihan melalui penyuluhan atau ceramah, diskusi dan pelatihan praktek pembuatan/pengolahan produk.

Kata Kunci: Diversifikasi, Diferensiasi, UMKM

A. PENDAHULUAN

Desa Wisata Sukarame merupakan salah satu desa wisata di Provinsi Banten yang masuk dalam daftar 50 besar Desa Wisata Terbaik dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021. Desa wisata yang berlokasi di Kabupaten Pandeglang ini memiliki beragam potensi yang dapat dinikmati wisatawan, misalnya wisata konservasi alam bawah laut.

Memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang cukup besar ternyata belum mampu membuat tingkat perekonomian desa yang merata. Hal ini ditunjukkan adanya

kesenjangan ekonomi yang cukup besar di masyarakat. Kondisi ini bisa disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah kurangnya pengetahuan serta keterampilan penduduk desa dalam memanfaatkan potensi sumber daya (baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia) yang ada.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produk yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Sukarame adalah dengan penambahan variasi produk olahan. Hal ini masih perlu ditingkatkan sehingga produk yang dihasilkan lebih bervariasi. Variasi produk dapat dilakukan

dengan melakukan diferensiasi produk. Definisi produk menurut Kotler (2000) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Amir (2005), menambahkan bahwa produk adalah sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Keputusan yang berkaitan dengan variable produk dapat dijadikan alat oleh produsen dalam kegiatan pemasaran produknya untuk mengkomunikasikan variable produk sesuai keinginan konsumen, sehingga akan menimbulkan persepsi tertentu pada konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Salah satu keputusan variable produk yang penting adalah keputusan mengenai atribut produk, yaitu kualitas produk, fitur produk, dan desain (Kotler dan Armstrong, 2001).

Hitt, Ireland, dan Hoskisson (2001) menyatakan bahwa diferensiasi adalah serangkaian tindakan integrative yang dirancang untuk memproduksi barang dan jasa yang dianggap para pelanggan berbeda dalam hal-hal yang penting bagi mereka. Dengan strategi diferensiasi, atribut dan karakteristik unit dari produk produsen memberikan nilai bagi pelanggan, karena diferensiasi produk memuaskan kebutuhan unit pelanggan. Tujuan diferensiasi menurut Hitt, Ireland, dan Hoskisson (2001) adalah mengembangkan positioning yang tepat sesuai keinginan potensial yang ingin dituju jika pasar melihat perbedaan produk dibandingkan produk pesaing akan lebih mudah mengembangkan marketing mix untuk produk tersebut. Diferensiasi produk yang berhasil adalah diferensiasi yang mampu mengalihkan bisnis persaingan dari harga ke faktor lain, seperti karakteristik produk, strategi distribusi atau variable promotif lainnya.

Setiap produk secara fisik memiliki potensi keunikan yang berbeda-beda. Ada produk yang memungkinkan sedikit variasi, namun ada juga yang memiliki diferensiasi produk yang tinggi. Untuk mendiferensiasikan suatu produk, produsen dapat menggunakan berbagai parameter yang mencakup bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian mutu dengan standar, daya tahan, keandalan, kemudahan untuk diperbaiki, gaya, dan rancangan.

Oleh karenanya para pengusaha juga harus memiliki kemampuan dalam mengatur dan mengalokasikan seluruh sumber daya yang dimiliki menjadi output yang bisa memberikan keuntungan maksimal dan berkelanjutan. Untuk mendorong tumbuhnya dunia usaha diperlukan suatu pelatihan business skill yang mengkombinasikan beberapa kegiatan, diantaranya: peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengolahan dan diferensiasi produk dan peningkatan pengetahuan

dan kemampuan dalam manajemen usaha. Hal ini memberikan peluang bagi kami untuk melaksanakan program Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Sukarame, dengan mengambil sasaran ibu-ibu PKK dan pelaku usaha untuk diberikan pelatihan mengenai penambahan nilai dan diversifikasi produk terhadap produk pangan olahan yang dihasilkan oleh masyarakat di Desa Sukarame.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu pelaku UMKM di Desa Sukarame – Pandeglang melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan tujuan penerapan manajemen usaha yang baik melalui deversifikasi dan diferensiasi produk dalam upaya dan strategi mewujudkan Visi-Misi pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan terhadap pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang pada tanggal 15-17 Maret 2022. Penerapan manajemen usaha yang baik ini akan dibimbing oleh para Dosen Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan peran instansi terkait baik aparat desa serta masyarakat sekitar.

Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan pada pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan terhadap pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang pada tanggal 15-17 Maret 2022.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Diferensiasi dapat tampil ke dalam berbagai bentuk tergantung kepada suasana pasar yang terjadi dan tindakan yang seharusnya ditempuh oleh para pesaing guna memenangkan persaingan pasar terhadap output yang mereka tawarkan. Bila dianggap perlu perusahaan industri dapat menggunakan strategi periklanan dengan taktik yang melekat pada strategi tersebut, yaitu mulai dari penyebaran brosur, memasang papan nama merek dagang dengan segala atributnya yang berhubungan, penyebaran informasi tentang merek dan keunggulan produk melalui media surat kabar, media radio dan media televisi, kegiatan talkshow dan sampai kepada paket kegiatan demonstrasi produk (Teguh, n.d).

Diferensiasi produk yang diciptakan tiap unit usaha kerajinan para pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang hampir memiliki kesamaan namun yang membedakannya adalah kualitas produk yang dihasilkan (seperti tingkat kerapian, kekuatan produk, kualitas bahan) bentuk produk. Kualitas bahan baku yang digunakan yang akan berdampak pada daya tahan produk itu sendiri Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dibandingkan produk yang dihasilkan oleh produsen lainnya.

Diferensiasi produk yang paling banyak diciptakan adalah jenis produk mebel kursi tamu. Diferensiasi produk jenis mebel kursi terdiri dari kursi tamu, kursi makan, kursi goyang, kursi teras, dan sofa. Sedangkan diferensiasi jenis mebel kursi tamu terbagi lagi menjadi 6 jenis kursi berdasarkan variasi bentuknya yakni badak, toyo, kursi L, kursi U, gajah, dan sedan.

Diversifikasi produk artinya penganekaragaman produk. Dimana pada awal satu produk utama dapat dibuat berbagai produk. Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan tingkat penjualan yang dapat dilakukan oleh unit usaha kerajinan rotan di Desa Sukarame - Pandeglang. Hal ini berguna untuk meningkatkan nilai tambah, produsen harus mampu pula meningkatkan desain produknya.

Diversifikasi produk kerajinan yang diciptakan usaha kerajinan rotan di di Desa Sukarame - Pandeglang yaitu produk kerajinan rotan yang diproduksi beranekaragam menjadi meja santai, sekat ruangan, kap lampu, tudung saji dan kursi yang terdiri dari kursi tamu, kursi santai, kursi teras, kursi sofa dan kursi makan.

Dengan diversifikasi produk, unit usaha tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Tetapi juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi). Karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Diversifikasi produk ditujukan untuk membuat produk tahan lebih lama, mengarah kepada produk siap konsumsi atau digunakan, memenuhi selera, kebutuhan dan harapan konsumen, memperluas pasar, mempermudah transportasi, menyerap tenaga kerja, memberi nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya.

Pelaku UMKM di Desa Sukarame – Pandeglang menentukan sendiri harga jual atas produk kerajinan rotannya. Penentuan harga tersebut berdasarkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam proses produksi baik biaya tetap (fixed cost) maupun biaya berubah (variabel cost). Biaya tetap selama proses produksi akan dihitung, dalam perhitungan biaya tetap ini biasanya yang dihitung adalah biaya penyusutan dari peralatan-peralatan yang digunakan selama

proses produksi, lalu ditambahkan dengan biaya tetap lainnya seperti biaya sewa tempat.

Untuk biaya variabel, perbedaannya yaitu pada jumlah bahan baku yang digunakan. Jumlah bahan baku rotan yang digunakan untuk memproduksi produk kerajinan rotan berupa kursi tamu berbeda dengan jumlah bahan baku yang digunakan untuk membuat kursi makan, sekat ruangan, meja oshin, kap lampu, dan tudung saji. Yang termasuk dalam biaya variabel selain bahan baku adalah upah tenaga kerja.

Sedangkan ketegaran harga tidak berlaku pada industri ini dikarenakan perusahaan-perusahaan pada industri ini tidak memiliki kemampuan untuk mempertahankan harga. Sedangkan harga pasar tidak berlaku karena karakteristik industri ini adalah persaingan monopolistik bukan persaingan sempurna karena harga tidak dipengaruhi oleh mekanisme pasar.

Perang harga yang terjadi antara setiap produsen industri kerajinan rotan di Desa Sukarame - Pandeglang dikarenakan tidak ada kesepakatan antar produsen mengenai harga jual dan juga tidak ada kerjasama diantara setiap produsen. Hal ini juga terjadi dikarenakan letak tempat usaha yang relatif berdekatan dan terorganisir pada satu kawasan, menurut penelitian lokasi tempat usaha kerajinan rotan yang ada di Desa Sukarame - Pandeglang, apabila terjadi perang harga, maka produsen dengan harga yang lebih murah akan lebih banyak pembelinya. Tetapi pada industri kerajinan rotan, tidak berlaku teori tersebut, karena walaupun harga jual produsen tinggi, jumlah pembeli lebih banyak dibandingkan produsen yang harga jualnya lebih murah dikarenakan pembeli lebih mementingkan kualitas produknya.

Gambar 1: Sambutan Kepala Desa Sukarame, Pandeglang - Banten



binaan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1 Dari segi strategi diferensiasi produk industri kerajinan rotan di Desa Sukarame - Pandeglang menggunakan vertikal diferensiasi produk dimana diferensiasi terjadi pada pada jenis kualitas yang berbeda atau sekurang-kurangnya dirasakan perbedaannya, seperti pada semua pembeli mempunyai pilihan kualitas yang baik, sedang dan kualitas rendah dari harga yang ada.
- 2 Dari strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh produsen kerajinan rotan yakni mengembangkan produksi miliknya sendiri secara internal yakni dengan memproduksi barang-barang yang berbeda terlihat dari jenis produk yang ditawarkan antara lain kursi tamu, kursi makan, sekat ruangan, meja santai, kap lampu, dan tudung saji.

Saran

- 1 Pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang diharapkan bisa melanjutkan dengan pembuatan rencana strategi pemasaran yang efektif sesuai materi yang telah didapatkan dan membuat analisa risiko terhadap usaha mereka.
- 2 Pada Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) selanjutnya di Bidang pemasaran bisa membantu para pelaku UMKM di Desa Sukarame - Pandeglang dalam membuat strategi pemasaran secara efektif dan efisien.
- 3 Universitas Pamulang hendaknya bisa terus melanjutkan menjalin kerjasama untuk membantu usaha yang mempunyai prospek yang baik agar bisa berkembang dengan cepat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, M., Sahroni, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Krisyanto, E. (2020). Membangun Spirit Kewirausahaan sebagai Langkah Positif di Masa Pandemi pada Kelompok PKK Kel. Cipinang Melayu. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 418-423.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in The History Of The Industrial Empire*.
- Ganar, Y. B., Sahroni, S., Zulfitri, Z., Apriansyah, M., & Susanto, S. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Goa Gudawang. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 83-87.
- Howe, Stewart, W. 1978. *Industrial Economics: An Applied Approach*. The Macmillan Press LTD. USA.
- Koch, V. James. 1980. *Industrial Organization and Price*. Second Edition. Prentice-Hall Inc. Engle Wood Cliff. New Jersey.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta: Penertbit C.V Andi Offset.
- Mubarok, A., Dinantara, M. D., Susanto, S., Zulfitri, Z., & Sahroni, S. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Desa Pabuaran. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 534-539.
- Mubarok, A., Ganar, Y. B., Dinantara, M. D., Susanto, S., Zulfitri, Z., & Maddinsyah, A. (2020). Pelatihan Perpajakan Guna Menumbuhkan Ketaatan Kewajiban Perpajakan Terhadap Umkm Di Wilayah Kelurahan Cipinang Baru. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 424-429.
- Mubarok, A., Sahroni, S., & Sunanto, S. (2021). Uji Mann Whitney Dalam Komparasi Hasil Bimbingan Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Antara Dosen Laki-Laki Dan Perempuan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 9-15.
- Negandhi, A. R. (1975). *Comparative Management and Organization Theory: A Marriage Needed*. *Academy of Management Journal*, 18(2), 334-344.
- Robert S & Daniel L. Rubinfeld. 2005. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Penerbit PT. Indeks.
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sairin, S., Susanto, S., Suworo, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2021). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dengan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Kampung Sengkol Rt 06/02 Kelurahan Muncul Kecamatan Setu Tangerang Selatan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 337-346.
- Sinulingga, Sukaria.2007. *Analisis Lingkungan Usaha*. Cetakan 1. Medan USUpress Sudarman,
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf

Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.

Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarak, 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).