

Pelatihan Peningkatan Produktivitas Usaha dan Pendapatan Masyarakat Desa Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat

I Gede Adiputra^{*1}, Abi Manyu², Rosalina Deviana³

^{1,2,3}Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonom dan Bisnis, Universitas Trumanagara, Jakarta, Indonesia

*e-mail: gedea@fe.untar.ac.id¹

Abstrak

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian di Indonesia. Untuk mendukung tumbuh kembang UMKM, Pemerintah Kabupaten Bandung Barat tidak hanya memberikan pelatihan saja, namun juga memberikan pendampingan dari awal sampai akhir. Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui kegiatan identifikasi masalah, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan identifikasi masalah menunjukkan bahwa pelatihan tentang etika bisnis perlu diberikan kepada UMKM di Desa Cihanjuang Rahayu. Dalam materi etika bisnis, pelaku UMKM di Desa Cihanjuang Rahayu diberikan pemahaman tentang bagaimana pelaku bisnis harus beretika. Dalam kegiatan monitoring dan evaluasi dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Desa Cihanjuang Rahayu sudah memahami etika berbisnis dan sudah mulai mengaplikasikan dalam kegiatan usaha mereka. Pengabdian kepada masyarakat bagi UMKM di Desa Cihanjuang Rahayu ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap para pelaku UMKM. Hasil pengabdian ini Sekitar 50% peserta telah telah mampu melakukan pencatatan transaksi usaha dan 5 orang (25%) telah melanjutkan dengan penyusunan laporan keuangan (laporan rugi laba dan neraca), serta memanfaatkan informasi keuangan tersebut untuk melakukan proyeksi usaha di masa mendatang. Potensi pasar yang masih cukup besar maka pengembangan usaha dapat dilakukan melalui perluasan skala pemasaran produk terutama bagi pelaku usaha yang mampu mengelola usaha dengan menjalankan perencanaan dan strategi pemasaran yang tepat.

Kata Kunci: Bimbingan Teknis, Pelatihan, Produktivitas Usaha, UMKM

Abstract

Entrepreneurship is one of the driving factors for improving the economy in Indonesia. To support the growth and development of MSMEs, the West Bandung Regency Government not only provides training, but also provides assistance from start to finish. The implementation method is carried out through problem identification activities, training and mentoring, as well as monitoring and evaluation. Problem identification activities show that training on business ethics needs to be provided to MSMEs in Cihanjuang Rahayu Village. In the business ethics material, MSME actors in Cihanjuang Rahayu Village are given an understanding of how business actors must be ethical. In monitoring and evaluation activities, it can be concluded that MSME actors in Cihanjuang Rahayu Village already understand business ethics and have begun to apply them in their business activities. It is hoped that community service for MSMEs in Cihanjuang Rahayu Village will provide benefits to MSME actors. As a result of this service, approximately 50% of participants have been able to record business transactions and 5 people (25%) have continued with preparing financial reports (profit and loss statements and balance sheets), as well as utilizing this financial information to carry out future business projections. The market potential is still quite large, so business development can be carried out through expanding the scale of product marketing, especially for business actors who are able to manage their business by implementing appropriate marketing planning and strategies.

Keywords: Business Productivity, MSMEs, Technical Guidance, Training

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Kewirausahaan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan yang difasilitasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kecerdikan dan kapasitas individu dalam memanfaatkan konsep dan inovasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada (Anoraga & Widiyanti, 2022).

UMKM di Indonesia bersama dengan koperasi merupakan penopang fundamental perekonomian Indonesia.

Saat ini, sejumlah besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kesulitan mempertahankan operasional perusahaannya, yang terkadang berujung pada kebangkrutan dalam kurun waktu kurang dari lima tahun (Hendar & Kusnadi, 2010). Mayoritas pengusaha kurang memiliki kesadaran akan kesalahan spesifik yang dapat menyebabkan keruntuhan finansial perusahaan kecil mereka. Meskipun pertumbuhan ekonomi Indonesia membaik, salah satu faktor penyebab kegagalan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pengelolaan usaha yang kurang baik (Anoraga & Widiyanti, 2022). Tata kelola yang tidak memadai menyebabkan rasa puas diri di kalangan UMKM sehingga menyebabkan mereka mengabaikan kondisi usahanya. Mereka memprioritaskan keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan implikasi historis atau masa depan. Administrasi adalah proses sistematis dalam mengumpulkan dan mencatat informasi masukan untuk menyediakan dan memfasilitasi perolehan informasi yang komprehensif (Arief, 2003). Administrasi yang efisien dapat memberikan informasi yang tepat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Informasi ini berpotensi mendorong UMKM maju di masa depan. Yang menjadi pendorong terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya keinginan untuk maju dan berkembang. Melalui pelatihan administrasi kewirausahaan, hasil yang diharapkan adalah peserta memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cihanjuang Rahayu mempunyai potensi untuk maju dan berkembang.

Bangkitnya UMKM di Bandung sebagai kawasan pelindung Ibu Kota mengalami perkembangan signifikan dari tahun ke tahun. Kabupaten Bandung Barat menyediakan lingkungan yang menguntungkan bagi pertumbuhan dan keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini terus bangkit dan menunjukkan inovasi. Pemerintah Kabupaten Bandung berperan aktif dalam memberikan kesempatan pelatihan bagi warga yang berminat menjadi wirausaha. Pemkab Bandung Barat memberikan dukungan menyeluruh kepada pelaku usaha, tidak hanya berupa pelatihan namun juga pendampingan pada seluruh prosesnya. Pelaku UMKM di Bandung mendapat dukungan melalui operasional bisnis kolaboratif, peningkatan kecakapan pemasaran, perolehan dana, peningkatan akses pasar, serta pengembangan jaringan dan kompetensi manajerial. Fokus Pemerintah Kota Surabaya terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya mencakup pelatihan dan bantuan pemasaran. Mereka juga mengembangkan aplikasi khusus untuk memfasilitasi promosi dan penjualan produk UMKM. Bupati Bandung Barat menyatakan, produknya kini bisa disejajarkan dengan produk yang diproduksi di tempat lain. Selain itu, terdapat pembelajaran finansial berharga yang memberikan arahan kepada para pelaku UMKM tentang cara mencari berbagai sumber pendanaan, sehingga para pengusaha sektor kreatif dapat meningkatkan kemampuannya dalam memperluas jaringan dengan memanfaatkan teknologi. Saat ini fesyen, kerajinan tangan, dan komoditas lainnya banyak diekspor ke luar negeri, termasuk Afrika dan Eropa. Keinginan kami adalah agar UMKM semakin berdaya dan memberikan manfaat baik bagi dirinya sendiri maupun bagi Kabupaten Bandung Barat. UMKM di Bandung mempunyai kemampuan untuk memperoleh ilmu dan kemudian membaginya kepada masyarakat lain sehingga meningkatkan kesejahteraannya. UMKM di Desa Cihanjuang Rahayu, Kecamatan Parongpong bergelut dengan pemasaran internet dan e-commerce serta label produk dan kemasan yang ramah konsumen. Pemasaran online bermanfaat bagi UMKM karena jaringan internet dapat menjangkau banyak klien. Populasi internet global semakin meningkat. Bisnis online ini mempunyai potensi yang sangat besar. Pemasaran online membantu masyarakat menemukan barang UMKM yang mereka butuhkan. Metode pemasaran online dapat meningkatkan branding produk dan menjadikan UMKM tampil lebih profesional dan tangguh karena ada dimana-mana (Sitio & Tamba, 2017). E-commerce menawarkan banyak manfaat. Salah satu pilihannya adalah dengan terlibat dalam e-commerce, di mana produk atau layanan dapat dijual secara online tanpa memerlukan toko fisik atau kantor, seperti yang biasanya diperlukan dalam bisnis offline tradisional. Dengan memanfaatkan jaringan internet, UMKM mempunyai kemampuan untuk mempromosikan produk atau jasanya kepada konsumen kapan saja dan dari lokasi mana saja. Keuntungan lainnya adalah kenyamanan kontak antara pemasok

dan pelanggan. Dari sudut pandang pemasaran, barang jauh lebih menguntungkan karena tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk kegiatan promosi. E-commerce memiliki banyak keuntungan, termasuk proses transaksi yang lebih cepat, ketersediaan produk dan layanan yang luas, aksesibilitas yang mudah bagi konsumen, dan potensi untuk menjangkau basis pelanggan global (Meredith et al., 2002)

1.2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan survey awal dan analisis situasi yang telah dilakukan, kelompok ini mempunyai permasalahan sebagai berikut :

- a. Terbatasnya kemampuan sumberdaya manusia dalam mengelola administrasi UMKM.
- b. Belum ada pencatatan yang cukup baik.
- c. Belum adanya pemisahan yang jelas antara modal, pembelian, penjualan dan keuntungan.
- d. Lemahnya dalam pengawasan administrasi UMKM.
- e. Belum adanya pengelolaan ataupun manajemen yang baik dari para pengurus dan pengelola sehingga Koperasi belum dikelola secara profesional dalam hal manajemennya
- f. Belum tertanam jiwa kewirausahaan dari pengurus dan pengelola sehingga penanganan koperasi tersebut belum sesuai dengan prinsip-prinsip kewirausahaan pada umumnya.

Selain itu, pertimbangan formal dengan konsorsium mitra ini menghasilkan konsensus bahwa para mitra menginginkan tata kelola yang efektif. Guna memaksimalkan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cihanjuang Rahayu.

1.3. Solusi Permasalahan

Permasalahan kurang dimanfaatkannya potensi diselesaikan dengan secara sistematis melalui tahapan inventarisasi, identifikasi, klasifikasi, dan pengkajian sumber daya masyarakat secara menyeluruh.

Pelatihan dan bantuan dalam meningkatkan perencanaan perusahaan, pemasaran, kewirausahaan, dan mengakses institusi lain akan membantu menyelesaikan permasalahan manajemen di lapangan, antara lain:

- a. Meningkatkan kemampuan pengelolaan administrasi UMKM Desa Cihanjuang Rahayu.
- b. Memberikan pelatihan dan pendampingan administrasi UMKM Desa Cihanjuang Rahayu.

2. METODE

Penerima yang dituju dari kegiatan ini adalah banyak peserta UMKM dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam pemberdayaan masyarakat. Target demografi ini diharapkan dapat menjadi katalis bagi pelaku usaha untuk menjalankan pengelolaan usaha secara efektif dan akurat. Pelatihan berlangsung di gedung serbaguna Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat pada tanggal 17 hingga 18 Mei 2024. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam mengkomunikasikan secara efektif teori dan konsep dasar yang penting bagi pemahaman dan kemahiran peserta. Materi yang diberikan mencakup berbagai aspek, seperti strategi pemasaran online dan e-commerce, pengumpulan informasi pasar untuk menentukan spesifikasi produk, kuantitas, harga, waktu, metode distribusi, dan layanan pelanggan. Hal ini juga mencakup bauran pemasaran, yang dikenal sebagai 4P (produk, harga, tempat, promosi), serta siklus hidup produk, yang mencakup tahapan seperti pengenalan pasar, pertumbuhan, kematangan, dan penurunan. Terakhir, diskusi ini membahas strategi untuk mempertahankan dan memperluas tahap kematangan pasar, seperti memastikan pasokan yang konsisten, memperluas pasar, mendiversifikasi produk, dan mengembangkan penawaran bernilai tambah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat merupakan suatu usaha yang disengaja untuk membantu masyarakat tertentu dalam berbagai usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya yang bertujuan untuk meningkatkan pengembangan sumber daya manusia yang meliputi perluasan pemahaman, perolehan pengetahuan, dan peningkatan keterampilan. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dibawah koordinasi dasarnya Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara sebagai wujud komitmen pengabdian tanpa pamrih dan sebagai sarana berkontribusi aktif terhadap kemajuan dan pemberdayaan masyarakat luas, khususnya masyarakat kurang mampu secara ekonomi. Pada dasarnya Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara mengembangkan program ini dengan tujuan memberikan dampak nyata bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan komponen penting dalam Tridharma Perguruan Tinggi yang wajib dipenuhi oleh seluruh dosen.

Survei dilakukan oleh tim pengabdian pada tanggal 14 Maret 2024 untuk bertemu dengan Pengurus Koperasi Bina Cipta Usaha, serta perwakilan dari UMKM. Mencermati kondisi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cihanjuang Rahayu, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, terlihat bahwa sebagian besar pelaku usaha tersebut masih menjual produknya dengan cara konvensional. Sejumlah besar orang belum bereksperimen dengan pemasaran online atau e-commerce. Selain itu, saya masih awam dengan protokol pendaftaran melalui aplikasi e-commerce. Selain itu, produk yang ditawarkan masih menggunakan kemasan dan label yang basic dan tidak menarik.

Sebanyak 25 orang turut serta dalam acara tersebut, khususnya para pelaku UMKM dan beberapa staf pejabat daerah. Para peserta diinstruksikan untuk melengkapi daftar hadir sebelum menerima salinan materi yang diperuntukkan bagi pelaku usaha UMKM. Materi yang diberikan bertujuan untuk mengumpulkan data pasar guna mengetahui karakteristik produk seperti jenis, ukuran, jumlah, harga, waktu, sistem distribusi, dan pelayanan konsumen; bauran pemasaran : 4P (*product, price, place, promotion*); (3) daur hidup produk: pengenalan pasar, pertumbuhan pasar, kematangan pasar, dan penurunan penjualan; dan mempertahankan dan memperpanjang tahap kematangan pasar: menjaga kontinuitas suplai, perluasan pasar, diversifikasi produk, dan pengembangan produk *value added*. Kegiatan ini berdurasi kurang lebih 120 menit, dilanjutkan dengan tiga sesi tanya jawab terpisah. Sepanjang pemaparan, para peserta menunjukkan antusiasme dengan aktif terlibat dalam konten melalui pertanyaan langsung. Selain itu, ada sejumlah peserta yang menyatakan minatnya untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang teknik yang tepat untuk membuat kemasan dan label yang menarik, dengan tujuan untuk meningkatkan daya jual produk mereka. Selain itu, banyak peserta yang telah mengunduh perangkat lunak e-commerce dan mendaftar di berbagai platform e-commerce.

Hasil dari kegiatan bimbingan teknis yang dilaksanakan sering kali mencakup berbagai elemen, termasuk pencapaian tujuan konten yang diharapkan secara efektif, pencapaian tujuan pelatihan, dan kemahiran peserta dalam menguasai informasi. Seluruh peserta berhasil mencapai tujuan pemahaman materi sehingga mampu berpartisipasi aktif dalam keseluruhan proses pelatihan dari awal hingga akhir. Selain itu, semua kegiatan yang direncanakan telah dilaksanakan sepenuhnya, mencapai tingkat implementasi 100%. Tujuan penyediaan materi pelatihan berhasil dicapai karena konten dapat disajikan secara keseluruhan. Dengan menggunakan pendekatan ini, tujuan kegiatan bimbingan teknis dapat tercapai.



Gambar 1. a) Peserta mengisi daftar hadir, b) Peserta mengisi daftar hadir



Gambar 2. a) Produk UMKM dengan Label Baru, b) Produk UMKM dengan Label Baru



Gambar 3. a) UMKM Tanaman Hias, b) UMKM Tanaman Hias

Penguasaan kompetensi peserta pelatihan dinilai melalui latihan kelompok. Mayoritas (70%) peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan mampu mengartikulasikan pentingnya pendokumentasian transaksi dalam bisnis. Dari keseluruhan jumlah peserta, 10 orang (50%) telah berhasil mendokumentasikan kegiatan usahanya, sedangkan 5 orang (25%) telah melanjutkan tugas pembuatan laporan keuangan, termasuk laporan laba rugi dan neraca. Selain itu, para peserta telah berupaya menggunakan informasi dari laporan keuangan ini untuk merumuskan rencana perusahaan di masa depan.

Biasanya, pelaku UMKM tetap bergantung pada jaringan pemasaran tradisional (seperti jaringan pasar tradisional dan pembeli tetap) untuk pengelolaan usahanya. Kondisi ini mengakibatkan terbatasnya jangkauan promosi produk dan besarnya keuntungan yang diperoleh

produsen. Meskipun potensi pasar produk perikanan sangat besar, hal ini sangat menguntungkan bagi entitas komersial yang dapat mengelola operasi mereka secara efektif melalui perencanaan yang cermat dan pemasaran strategis, yaitu (1) Mengumpulkan data pasar untuk memastikan spesifikasi produk, dimensi, kuantitas, harga, jangka waktu, metode distribusi, dan layanan konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen yang dikenal sebagai 4P: produk, harga, lokasi, dan promosi. Siklus hidup produk terdiri dari empat tahap: pengenalan pasar, pertumbuhan pasar, kematangan pasar, dan penurunan penjualan. (4) Mempertahankan dan memperluas tahap kematangan pasar mencakup memastikan pasokan yang konsisten, meningkatkan jangkauan pasar, diversifikasi produk, dan mengembangkan penawaran bernilai tambah.

Nasihat teknis Peserta memiliki keahlian di bidang manajemen bisnis, yang memungkinkan mereka menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang tepat secara efektif dalam operasi bisnis mereka. Melalui perolehan pelatihan manajemen usaha, peserta (pelaku usaha perikanan) mendapatkan informasi bagaimana mempertahankan motivasi dalam menjalankan usaha serta bagaimana mengenali dan mengatasi tantangan yang dihadapi, Metode untuk membina kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, membangun kepercayaan untuk mendapatkan bantuan modal, mengelola bisnis secara efektif, dan menerapkan strategi penjualan dan pemasaran yang sukses. Kemampuan tersebut bertujuan untuk meningkatkan motivasi pelaku usaha perikanan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Motivasi utama kegiatan ini adalah besarnya keinginan para pelaku industri perikanan untuk mengembangkan usahanya. Mengelompokkan banyak perusahaan perikanan ke dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) akan memfasilitasi penerapan inovasi, dan ketua kelompok memainkan peran penting dalam membimbing kelompok tersebut mencapai hasil yang optimal.

Kendala utama dalam mencapai tujuan bimbingan teknis adalah variabilitas pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengelolaan usaha. Oleh karena itu, perlu diberikan bantuan teknis yang komprehensif dan khusus disesuaikan dengan pengelolaan usaha tingkat lanjut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan perbincangan yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Peserta bimbingan teknis mempunyai dorongan yang cukup untuk menguasai dan mahir menerapkan teknik-teknik manajemen yang efektif untuk meningkatkan perkembangan usahanya. Mayoritas peserta memiliki pengetahuan dan mampu menjelaskan pentingnya mendokumentasikan beragam transaksi di dalam perusahaan mereka. Sekitar setengah dari peserta telah berhasil mendokumentasikan kegiatan perusahaan, sementara 5 orang (setara dengan 25%) telah melanjutkan pembuatan laporan keuangan seperti laporan laba rugi dan neraca. Selain itu, mereka telah memanfaatkan informasi keuangan ini untuk membuat proyeksi bisnis masa depan.

Keterampilan membuat laporan keuangan diharapkan dapat ditingkatkan untuk memudahkan penyusunan proposal investasi. Usulan tersebut mencakup investasi dari program hibah pemerintah untuk kelompok dunia usaha (program pemberdayaan ekonomi masyarakat) serta dana investasi untuk perorangan (koperasi, perbankan, dan lembaga keuangan). Selain itu, pasar memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan, memungkinkan perusahaan untuk memperluas upaya pemasaran produk mereka. Hal ini khususnya bermanfaat bagi entitas perusahaan yang secara efektif menerapkan perencanaan dan strategi pemasaran yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P., & Widiyanti, N. (2022). *Dinamika Koperasi*. Rineka Cipta.
- Arief, S. (2003). *Koperasi Sebagai Organisasi Ekonomi Rakyat, dalam Pembangunanisme dan Ekonomi Indonesia*. CSPM dan Zaman.

- Arif, M., & Pahlevi, R. W. (2023). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP BISNIS PHOTOGRAPHER DAN VIDEOGRAPHER. *JEMBA JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 2(5), 777–790.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2001). *Pengantar Bisnis*. Prenhalindo.
- Effendi, I., Oktariza, W., & Wibowo, A. (2006). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Penebar Swadaya.
- Hendar, & Kusnadi. (2010). *Ekonomi Koperasi (untuk perguruan tinggi)* . Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kamiso, H. , N. (2002). Pemberdayaan Masyarakat Lokal dan Kelembagaan dalam Eksplorasi Sumberdaya Wilayah Pantai dan Laut Menuju Otonomi Daerah. *Makalah Seminar Nasional “Mencari Paradigma Baru Dalam Pengelolaan Ekosistem Pantai Dan Pulau-Pulau Kecil Dalam Konteks Negara Kepulauan.”*
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Terry D.W. (2002). *Akuntansi Menengah*. Edisi Kesepuluh (10th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*. Prenhallindo.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Nick, P. A. (2002). *Kewirausahaan : Teori dan Praktek* (5th ed.). Pustaka Binaman Pressindo.
- Sitio, A., & Tamba, H. (2017). *Koperasi: Teori dan Praktek*. Penerbit Erlangga.
- Sofia, L. A. (2010). Analisis Kebutuhan Modal Usaha Nelayan Dalam Industri Pengolahan Perikanan di Kecamatan Takisung. *Jurnal Ziraa’ah*, 29(3), 219–227.

Halaman Ini Dikosongkan