

PELATIHAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK UKM DI KAMPUNG WISATA BISNIS TEGALWARU BOGOR

Rini Hidayati¹, Muslikh Anis Byarwati²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Yarsi, Jakarta

Jalan Letjen. Suprpto, Senen, Cempaka Putih Timur, Jakarta Pusat - 10410

rini.hidayati@yarsi.ac.id

Abstract

The purpose of this program is to increase competitiveness micro and small medium enterprises (SMEs) in business tourism village Tegalwaru Bogor. The method used in this program is training about marketing and entrepreneurship for SMEs. The result is the increasing of awareness and understanding of marketing and entrepreneurship included: finance, banking, accounting, marketing, and cooperatives. Therefore, marketing and entrepreneurship training for SMEs enterprise should be done continuously, thus increasing sales turnover.

Keywords: *competitiveness, training, marketing*

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk UKM kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor. Metode yang dipergunakan adalah pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran dan kewirausahaan. Hasil yang dicapai adalah meningkatnya pemahaman pelaku UKM kampung Wisata Bisnis tentang pemasaran dan kewirausahaan yang meliputi aspek: Pemasaran era digital, pemasaran berbasis teknologi informasi, branding, inovasi dan kreativitas, daya saing produk. Kegiatan penngabdian masyarakat ini sangat bermanfaat bagi pelaku UKM di kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor dalam meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan

Kata kunci: daya saing, pelatihan, pemasaran

Pendahuluan

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia sangat penting terutama dalam menyediakan lapangan kerja. Data Biro Pusat Statistik (BPS) 2015 menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 91.752.381 atau sebesar 99,5 persen dari total angkatan kerja. Sedangkan sumbangan terhadap PDB mencapai Rp 2.123.3 trilyun atau 53,6 persen dari total PDB. Pada tahun 2011 UMKM mampu menyumbang pertumbuhan ekonomi sebesar 2,4 persen. UMKM seharusnya mendapat perhatian yang semakin besar dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

UMKM mempunyai keunggulan dibandingkan dengan usaha besar antara lain fleksibilitas dan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar, mampu menyerap tenaga kerja (*unskilled labour*) relatif besar, Mayoritas UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah. Dengan mayoritas penduduk Indonesia memiliki pendidikan rendah, kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja *unskilled labour* sangat membantu dalam menciptakan lapangan kerja.

Desa Tegalwaru yang terletak di sebelah barat Kabupaten Bogor, memiliki jumlah penduduk

12.123 jiwa dan sebagian besar berprofesi sebagai petani dan wirausaha. Lingkungan yang asri didataran Gunung Salak Endah memberikan keuntungan bagi para petani dalam menggarap lahan pertaniannya. Secara monografi Desa Tegal waru terdiri dari 6 RW dan 38 RT, dan masing-masing RW memiliki spesifikasi usaha masyarakat. Berdasarkan hasil survei yang kami lakukan di RW 01 beberapa warga memilih alternatif pencaharian keluarganya sebagai pengrajin anyaman bambu dan bilik. RW 02 terdapat pengrajin pandai besi dan pesanan golok ukir. RW 03 karena wilayahnya yang masih luas oleh lahan pertanian, menjadikan warga RW 03 ini menggarap lahan mereka dengan tanaman obat, buah dan tanaman hias.

Berbagai industri pembuatan selai kelapa dan pembiakan ikan patin. Dari limbah industri selai kelapa, berpotensi melahirkan aneka usaha seperti briket arang, nata de coco dan hiasan/aksesoris. Selain itu terdapat industri rumahan berupa pengolahan kecap, cuka, saus dan minuman orson, walau menggunakan media produksi yang sangat sederhana, namun bisnis ini telah mampu memberikan *income* keluarga yang cukup menjanjikan. Kemudian terakhir, di RW 06 masyarakat dominan sebagai pedagang dan tukang bangunan tapi di

beberapa area terdapat budidaya tanaman yang telah cukup diakui banyak pihak.

Sejak 2007, Yayasan Kuntum Indonesia yang diketuai oleh Tatiek Kancaniati melakukan pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UKM) di Desa Tegalwaru, Ciampea, Kabupaten Bogor. Ia tergerak memberdayakan para pengusaha kecil di desanya setelah beberapa kali mengikuti pelatihan *social entrepreneur leader* yang diadakan oleh Dompot Dhuafa. Pelatihan itu sendiri bertujuan untuk membangun jiwa "*entrepreneur*". Guna mempraktikkan hasil pelatihan itu, ia pun mendirikan Yayasan Kuntum Indonesia. Yayasan itu didirikan pada 2007. Lewat yayasan itu, dia mengajak ibu-ibu rumah tangga untuk terlibat dalam usaha pembuatan tas anyaman bambu. Setahun kemudian, ia juga merintis usaha produksi nata de coco. Usaha ini juga melibatkan warga desa setempat. Ide usaha ini didapat setelah ia melihat banyaknya limbah air kelapa di desanya untuk dimanfaatkan nata de coco. Hingga saat ini, sudah ada tiga produsen nata de coco di Tegalwaru.

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Tatiek yaitu menggandeng para pemilik usaha lain di Tegalwaru untuk menjadikan desa mereka sebagai Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru. Di antaranya usaha peternakan, perikanan, nata de coca, kerajinan tas, kerupuk, dan masih banyak lagi. Tujuan mendirikan kampung wisata bisnis itu tidak lain untuk membantu mengatasi kendala pemasaran yang banyak dihadapi pelaku UKM di desanya.

Berdasarkan latar belakang dan analisis situasi tersebut di atas, maka program pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UKM kampung Wisata Bisnis merupakan positif dalam ikut pemberdayaan UKM umumnya dan UKM di kampung Wisata Bisnis khususnya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membawa dampak positif khususnya bagi para pelaku UKM terutama meningkatnya wawasan pemasaran dan kewirausahaan sehingga diharapkan omset penjualan akan meningkat. Dampak positif yang lain adalah meningkatnya wawasan para tim Pengabdian masyarakat, karena mereka akan melihat dan praaktek secara langsung dengan pelaku UKM. Manfaat positif juga diperoleh oleh Fakultas berupa meningkatnya jaringan dengan para pelaku UKM.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu meningkatkan motivasi dan kesadaran pelaku UKM. Setelah motivasi dan kesadaran meningkat maka langkah selanjutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran dan kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan. Pelatihan dan pendampingan di-

jabarkan dalam tahap-tahap sebagai berikut: Pertama tahap Penjajakan, tim Fakultas Ekonomi Universitas YARSI bekerjasama dengan Yayasan Kuntum Indonesia sebagai koordinator usaha mikro kampung Wisata dan pihak pihak terkait seperti kepala desa Tegalwaru, Suku Dinas UKM kabupaten Bogor. Kedua, tahap persiapan: Membentuk tim yang akan terlibat. Dalam hal ini melibatkan para dosen dan mahasiswa, Menyiapkan instruktur pelatihan, Menyiapkan modul pelatihan, Menyiapkan sarana dan prasarana pelatiha. Ketiga, tahap pelaksanaan: mengadakan pelatihan pemasaran dan kewirausahaan dengan peserta sebanyak 30 orang pemilik usaha kecil, Pelatihan kewirausahaan dengan materi: Upaya meningkatkan daya saing produk. Pelatihan pemasaran dengan materi: Orientasi pasar bagi UKM, Strategi pemasaran bagi UKM, Membangun Brand/merk yang kuat, Pelaksanaan pelatihan sebanyak empat (4) kali di lakukan di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor. Keempat, tahap evaluasi: Dilakukan evaluasi kepada peserta pelatihan sejauhmana mereka memahami tentang materi pelatihan (kewirausahaan dan pemasaran) yang telah diberikan oleh para instruktur atau narasumber

Partisipasi Mitra

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak bisa terlepas keberadaan mitra. Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah para pelaku UKM 1 yang dikoordinasikan oleh Tatiek Kancaniati dari Yayasan Kuntum Indonesia. Tim pengabdian masyarakat dibantu oleh beberapa mahasiswa melakukan beberapa kegiatan antara lain: Mengadakan pendekatan dengan yayasan Kuntum Indonesia sebagai koordinator usaha mikro (UKM) di Kampung Wisata Tegalwaru Bogor Sosialisasi kepada calon mitra, Pelatihan kewirausahaan bagi mitra, Pendampingan kepada mitra, Evaluasi hasil pelatihan.

Berdasarkan pertemuan awal, bahwa partisipasi mitra sangat besar dalam menyambut kedatangan tim pengabdian masyarakat, seperti dalam gambar dibawah ini.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

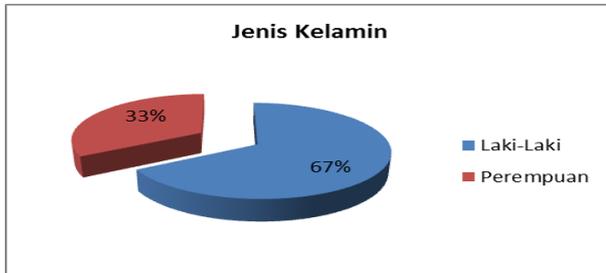
Pengabdian kepada masyarakat direncanakan dalam waktu satu semester atau enam bulan. Peserta pelatihan dan pendampingan pemasaran dan kewirausahaan adalah pelaku UKM di kampung Wisata Bisnis. Jumlah peserta 30 orang. Waktu pelatihan disepakati oleh tim dan coordinator UKM tiap hari Rabu Minggu pertama dan ketiga tiap bulan. Lokasi pelatihan di Joglo UKM kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor, sedangkan pendampingan dilakaukan di tempat usaha UKM.

Pelatihan dan pendampingan dalam prakteknya dilakukan empat (4) kali atau empat hari kerja.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Pelaku UKM Kampung Wisata Bisnis

a. Deskripsi Pelaku UKM Berdasarkan Jenis Kelamin

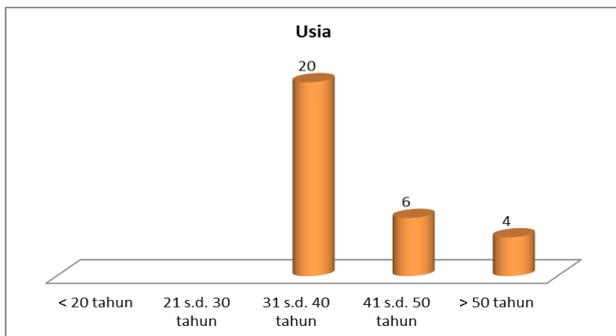


Gambar 1
Grafik Jenis Kelamin Peserta

Berdasarkan grafik di atas sebagian besar pelaku UKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor berjenis kelamin laki laki 20% dan perempuan 10% berjenis kelamin wanita. Hal ini sejalan dengan tugas laki laki untuk mencari nafkah bagi keluarganya.

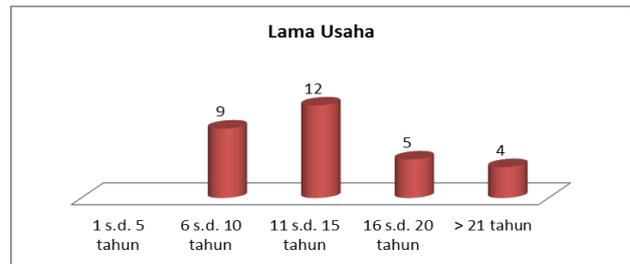
b. Deskripsi Pelaku UKM Berdasarkan Usia pelaku UKM

Berdasarkan usia pelaku UKM, sebagian besar berumur antara 31 th s/d 40 tahun. Umur tersebut merupakan kondisi umur yang produktif.



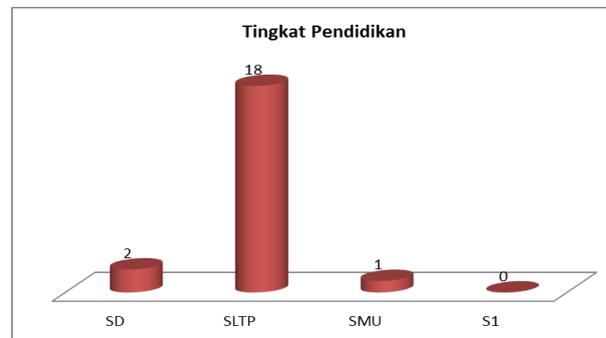
Gambar 2
Usia

c. Deskripsi Pelaku UKM Berdasarkan Lama Usaha. Berdasar lama usaha sebagian besar sudah menjadi pelaku UKM antara 11 s/d 15 tahun. Umur usaha tersebut menunjukkan umur yang cukup matang.



Gambar 3
Lama Usaha

d. Deskripsi Pelaku UKM Berdasarkan Pendidikan Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar pelaku UKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor berpendidikan Sekolah Menengah Lanjutan pertama (SLTP). Relatif minimnya pendidikan pelaku UKM membuat wawasan mereka kurang luas. sehingga kurang inovatif dalam menghasilkan produk.



Gambar 4
Tingkat Pendidikan

Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan dan Pendampingan

Untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan pelaku UKM atau mitra dalam pelatihan dan pendampingan ini digunakan kuesioner sebagai *feedback*. Mengetahui tingkat kepuasan peserta dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang meliputi: pembicara, materi, suasana, dan sarana/prasarana, hasilnya sebagai berikut:

a. Pembicara

Berdasarkan analisa, ditinjau dari perspektif pembicara, 77 peserta merasa puas, 20 persen sangat puas, 3 persen kurang puas. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil dan antusias mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

b. Materi Pelatihan

Merujuk analisis dari 30 peserta, sebanyak 70 persen peserta puas, 30 persen sangat puas, 20 persen kurang puas, dan 0 tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa peserta puas dengan materi yang diberikan Pengabdian Kepada Masyarakat.

c. Suasana

Berdasarkan analisis suasana, dari 30 peserta, 70 persen peserta puas, 25 persen sangat puas, 5

persen kurang puas, dan 0 persen tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa peserta puas dengan materi pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat.

d. Sarana/Prasarana

Berdasarkan analisis dari 30 peserta, 79 persen puas dan 21 persen sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa peserta puas dengan sarana/prasarana Pengabdian Kepada Masyarakat.



Gambar 5
Suasana Kegiatan

Pembahasan Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

Target dalam Program PkM ini adalah pelaku UKM di kampung Wisata Bisnis kabupaten Bogor. Berdasarkan data koperasi dan UKM kab Bogor ada 265 uni UKM di kampung Wisata Tegalwaru Bogor. Namun demikian yang menjadi binaan koordinator UKM kampung Wisata Bisnis yaitu ibu Tatiek Kancaniati sebanyak 30 unit UKM. Pada kegiatan PkM ini jumlah sasaran yang akan dilibatkan dalam program PkM ini sebanyak 30 pelaku UKM dari berbagai bidang.

Pelaksanaan program kegiatan ini, dilakukan dengan pendekatan pelatihan sekaligus pendampingan.

Pelatihan merupakan salah satu kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas atau kompetensi tertentu. Pelatihan merupakan sarana untuk meningkatkan kemampuan dalam hal yang sifatnya spesifik. Pada dimensi lain yang senada maknanya, pelatihan merupakan cara untuk meningkatkan sikap, keterampilan, dan kacakapan tenaga kerja dalam menjalankan pekerjaan yang spesifik. Adapun dalam konteks ini, pelatihan yang dimaksud adalah memberikan beberapa pengetahuan dan transfer. Pengalamans erta pembelajaran kepada pelaku UKM di kampung wisata bisnis Tegalwaru Bogor.

Adapun tujuan pelatihan dan pendampingan bidang kewirausahaan dan pemasaran adalah

meningkatkan wawasan tentang kewirausahaan dan pemasaran terutama yang. Kegiatan tersebut secara eksplisit, yakni berupa adanya pertemuan dan komunikasi yang intensif antara tim pelaksana pengabdian dengan koordinator PkM secara bersama-sama melaksanakan analisis situasi, identifikasi kebutuhan, membuat perencanaan, melaksanakan program, melaksanakan evaluasi program. Kesepakatan-kesepakatan yang telah dibuat bersama antara tim pelaksana dari PkM FE YARSI dengan koordinator UKM, tentang materi pelatihan dan monitoring langsung secara berkala dari pihak tim pelaksana PkM. Secara operasional metode pelaksanaan program PkM untuk yang digunakan dalam rangka memecahkan masalah yang dihadapi UKM di atas, yakni melalui tahapan analisis situasi dan identifikasi kebutuhan UKM, perencanaan program dengan Aspek sarana, prasarana, dosen, pelaku UKM. Persiapan tersebut diantaranya materi yang disiapkan adalah : kewirausahaan, pemasaran, branding, orientasi pasar, pemasaran digital. Evaluasi program pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian pelaksanaan kegiatan pelatihan. Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses kegiatan berlangsung, yaitu pada saat peserta kegiatan mengikuti pelatihan. Selain itu, melakukan wawancara yaitu memberikan pertanyaan yang terkait dengan pelaksanaan pelatihan secara individu. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan peserta tentang pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan Dengan adanya evaluasi ini, tim pelaksana kegiatan pelatihan dapat menyimpulkan bahwa kegiatan pelatihan kewirausahaan dapat menambah dan meningkatkan pengetahuan para pelaku UKM.



Gambar 6
Kegiatan dan Evaluasi

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses kegiatan berlangsung, yaitu pada saat peserta pelatihan mengikuti kegiatan di kelas. Selain itu, melakukan wawancara yaitu dengan memberikan

berbagai pertanyaan yang terkait dengan pelaksanaan pelatihan berlangsung. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan peserta tentang pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan dan perkoperasian yang telah dilaksanakan dan mengetahui sejauh mana ketercapaian pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut. Evaluasi ini, tim pelaksana kegiatan pelatihan atau tim pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat menyimpulkan bahwa kegiatan pelatihan kewirausahaan dan perkoperasian dapat meningkatkan pengetahuan bagi pelaku UKM. Adapun pengetahuan yang dimiliki setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan adalah sebagai berikut.

Pertama, para peserta pelatihan dapat mengetahui konsep dan implementasi kewirausahaan. Tahap ini, tim pelaksana mempresentasikan materi pelatihan secara detail, para peserta menyimak hal-hal yang dipresentasikan tersebut dengan baik. Hasil dari pelatihan kewirausahaan dan pemasaran adalah meningkatnya wawasan pelaku UKM di kampung Wisata Bisnis Bogor yang sebelumnya kurang memahami konsep kewirausahaan, pemasaran, sekarang sudah mengetahui dan memahaminya. Bahkan memahami sampai mempraktikannya. Para peserta begitu antusias dalam mengikuti pelatihan, hal ini dibuktikan dari banyaknya pertanyaan-pertanyaan dalam diskusi yang dilontarkan oleh peserta. Diharapkan dengan banyaknya pertanyaan tersebut, mereka lebih mengetahui secara detail dan mendalam bagaimana implementasi kewirausahaan dan pemasaran. Diharapkan dengan adanya kegiatan pelatihan ini dapat membantu para pelaku UKM dalam meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Kesimpulan

Capaian program sudah cukup memuaskan. Berdasarkan hasil dan pembahasan, capaian program sudah cukup memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari capaian yang telah diperoleh.

Ada beberapa kendala dalam pelaksanaan program baik yang bersifat teknis maupun non teknis. Yang bersifat teknis berkaitan dengan persiapan tim dan mitra, sedangkan yang non teknis berkaitan dengan rencana lokasi yang relative jauh.

Pelatihan tentang pemasaran dan kewirausahaan perlu dilakukan secara berkesinambungan, sehingga akan memudahkan evaluasi dari program apakah ada kemajuan atau tidak.

Pengetahuan tentang pemasaran dan kewirausahaan sangat membantu pelaku UKM kampung Wisata Bisnis dalam mengembangkan usahanya.

Adanya peningkatan pengetahuan dan wawasan bisnis pelaku UKM.

Daftar Pustaka

- Agarwal, Erramilli. (2003). *Market Oriented and Performance In Service Firm: Role of Innovation, Journal of Services Marketing*. Vol.17 No.1 pp 68-82.
- Alder Haymas Manurung. (2015). *Bisnis UmKM*, Kompas Media Nusantara Jakarta.
- Dolinger, Marc J. (2013). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Printice Hall: Singapore.
- J.Paul Peter and Jerry C.Olson (2015), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Ninth Edition. Mc.Graw Hill.
- Safak Muhamad. (2010). *Cara Mudah Orang Gajian Menjadi Entrepreneur*, Media Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Pitra Sarosa. (2006). *Becoming Yong Entrepreneur*, Alex Media Competindo.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Penerbit Jakarta; Salemba Empat.