

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

Rini Hidayati, Muslikh, Nazwirman
Fakultas Ekonomi Universitas YARSI
Email: 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; entrepreneurship; SMEs enterprise

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 pengabdian 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; kewirausahaan; UKM

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia sangat penting terutama dalam menyerap tenaga kerja atau menyediakan lapangan pekerjaan (Prasetyo, 2008). 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. Penduduk Indonesia sebagian besar berpendidikan 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 yang sebagian besar berprofesi sebagai petani dan wirausaha. Lingkungan yang asri di dataran Gunung Salak Endah memberikan keuntungan bagi para petani dalam menggarap lahan pertanian. Secara monografi Desa Tegalwaru terdiri dari 6 RW dan 38 RT, masing-masing RW memiliki spesifikasi usaha masyarakat. Berdasarkan hasil survei yang kami lakukan di RW 01 beberapa warga memilih alternatif pencaharian 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. 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 coco*, 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

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 dijabarkan dalam tahap-tahap sebagai berikut, (1) 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; (2) 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 pelatihan; (3) 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 kali yang dilaksanakan di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor; (4) Tahap evaluasi, dilakukan evaluasi kepada peserta pelatihan sejauhmana mereka memahami tentang materi pelatihan (kewirausahaan dan pemasaran) yang telah diberikan oleh para instruktur atau narasumber.

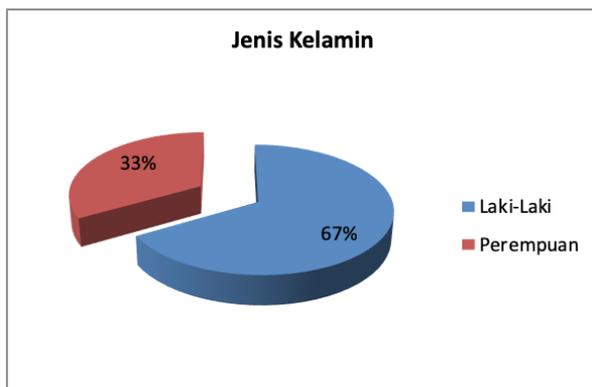
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak bisa terlepas keberadaan mitra. Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah para

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.

Pengabdian kepada masyarakat direncanakan dalam waktu satu semester atau enam bulan. Peserta pelatihan dan pendampingan pemasaran UKM adalah pelaku UKM di kampung Wisata Bisnis yang berjumlah 30 orang. Waktu pelatihan disepakati oleh tim dan koordinator UKM setiap hari Rabu, minggu pertama dan ketiga. Lokasi pelatihan di Joglo UKM kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor, sedangkan pendampingan dilakukan di tempat usaha UKM. Pelatihan dan pendampingan dilakukan empat kali atau empat hari kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Pelaku UKM Kampung Wisata Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin

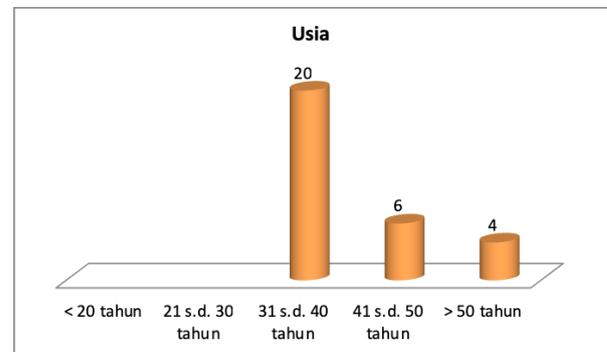


Gambar 1. Pelaku UKM Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 1 sebagian besar pelaku UKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor berjenis kelamin laki-laki 67% dan berjenis kelamin perempuan 33%. Hal ini sejalan dengan tugas laki laki untuk mencari nafkah bagi keluarga (Hermawati, 2007).

Deskripsi Pelaku UKM Kampung Wisata Bisnis Berdasarkan Usia

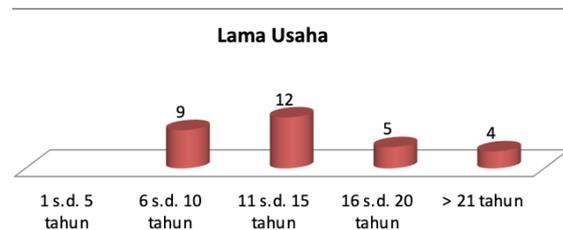
Berdasarkan usia pelaku UKM, sebagian besar berusia antara 31 s.d. 40 tahun. Usia produktif adalah penduduk yang masuk dalam rentang usia antara 15- 64 tahun (Sukmaningrum & Imron, 2017). Pelaku UKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor merupakan pelaku-pelaku UKM di usia produktif yang diharapkan dapat mengimplementasikan hasil pelatihan dan pendampingan daya saing produk UKM.



Gambar 2. Pelaku UKM Berdasarkan Usia

Deskripsi Pelaku UKM Kampung Wisata Bisnis Berdasarkan Lama Usaha

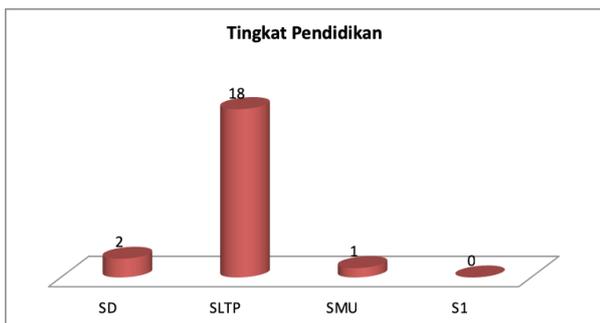
Berdasarkan lama usaha sebagian besar sudah menjadi pelaku UKM antara 11 sampai dengan 15 tahun. Lama usaha tersebut menunjukkan bahwa semakin lama usaha yang sudah dijalankan pelaku UKM maka akan meningkatkan nilai pendapatan dan kualitas produk yang dihasilkan. Hal tersebut didukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa lama usaha yang tinggi akan menimbulkan pendapatan yang tinggi pula (Setiaji & Fatuniah, 2018).



Gambar 3. Pelaku UKM Berdasarkan Lama Usaha

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. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pendapatan yang diterima (Utari & Dewi, 2014). Dapat disimpulkan semakin tinggi Pendidikan pelaku UKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor maka produk-produk yang dihasilkan akan lebih inovatif dan akan meningkatkan pendapatan.



Gambar 4. Tingkat Pendidikan

Tingkat Kepuasan Pelatihan dan Pendampingan

Untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan pelaku UKM atau mitra dalam pelatihan dan pendampingan ini digunakan kuesioner sebagai *feedback*. Tingkat kepuasan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang meliputi: pembicara, materi pelatihan, suasana, dan sarana/prasarana. Berdasarkan analisis, ditinjau dari perspektif pembicara, 77% merasa puas, 20% sangat puas, dan 3% kurang puas. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil dan antusias mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM). Ada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan dikatakan berhasil jika dapat merespon kebutuhan atau masalah tertentu suatu organisasi (Wulandari, 2005). Pernyataan tersebut memperkuat tingkat kepuasan pelaku UKM dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan, 77% pelaku UKM merasa puas

yang artinya peserta mendapatkan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan.



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 Kabupaten Bogor ada 265 unit 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 seperti sumber daya manusia (Agusta & Sutanto, 2013). 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 kecakapan tenaga kerja dalam menjalankan pekerjaan yang spesifik. Adapun dalam konteks ini, pelatihan yang dimaksud adalah memberikan beberapa pengetahuan dan transfer. Pengalamans serta 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, 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 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 kegiatanpelatihan kewirausahaan dan perkoperasian dapat meningkatkan penmgetahuan bagi pelaku UKM. Adapun pengetahuan yang dimiliki setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan adalah sebagai berikut, 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 mempraktekannya, para peserta juga 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. Hal ini dapat dilihat dari capaian yang telah diperoleh. Ada beberapa kendala dalam pelaksanaan program baik yang bersifat teknis maupun non teknis. 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

pemasaraan dan kewirausahaan sangat membantu pelaku UKM kampung Wisata Bisnis dalam mengembangkan usahanya. Adanya peningkatan pengetahuan dan wawasan bisnis pelaku UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, L., & Sutanto, E. M. (2013). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV Haragon Surabaya. *AGORA*, 1(3).
- Hermawati, T. (2007). Budaya Jawa dan Kesetaraan Gender. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 18-24.
- Prasetyo, E. P. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *Akmenika UPY*, 2(1), 1-13.
- Utari, T., Dewi, N. P. M. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(12), 549-623.
- Wulandari, R. (2005). Penilaian Kebutuhan Pelatihan: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 75-86.