



"Tema: 8 (pengabdian kepada masyarakat)"

**"PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK SENTRA KERAJINAN
ANYAMAN ROTAN DAN BAMBU SEBAGAI KOMODITAS
UNGGULAN DI KABUPATEN MAJALENGKA"**

Oleh

"Otong Karyono"

"Program Pascasarjana - Universitas Majalengka"

"karyono.otong@gmail.com"

ABSTRAK

Salah satu Implementasi program Nawacita dalam meningkatkan peran UKM di Indonesia adalah dengan meningkatkan peran kinerja UKM dan daya saing UKM dalam menghadapi semakin tingginya arus globalisasi dan MEA. Selain itu, program Nawacita Pemerintah saat ini adalah dengan memberikan kemudahan-kemudahan dalam pemberian Perizinan Usaha Mikro Dan Kecil, Sertifikasi HAKI Bagi Produk UKM Serta Pengembangan Wirausaha Baru, kehandalan produk dan Pemasaran Produk-Produk Koperasi dan UKM. Oleh karena itu, perlu kiranya peranan di berbagai pihak terutama peran perguruan tinggi diharapkan menjadi mitra pemerintah yang ikut membantu mewujudkan program Nawacita yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah. Salah satu bentuk Tridharma perguruan tinggi adalah melakukan pengabdian pada masyarakat dalam rangka memberikan sumbangan dan kontribusi positif dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Kata Kunci : *kemitraan; kinerja; daya saing.*

ABSTRACT

One of the implementation of the Nawacita program in enhancing the role of SMEs in Indonesia is to increase the role of SME performance and the competitiveness of SMEs in the face of increasingly high globalization and MEA flows. In addition, the current Government Nawacita program is to provide facilities in granting Micro and Small Business Licensing, IPR Certification for SME Products and New Entrepreneurship Development, product reliability and Marketing of Cooperative and SME Products. Therefore, it is necessary to play a role in various parties, especially the role of higher education is expected to be a government partner that helps to realize the Nawacita program that is being implemented by the government. One form of higher education Tridharma is to serve the community in order to make a positive contribution and contribution in improving people's lives.

Keywords: *partnership; performance; competitiveness.*

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kabupaten Majalengka merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Majalengka. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Indramayu di utara, Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Kuningan di timur, Kabupaten Ciamis dan Kabupaten



Tasikmalaya di selatan, serta Kabupaten Sumedang di barat. Kehadiran Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB) yang tidak lama lagi beroperasi di Kabupaten Majalengka memiliki peluang bagi para UKM yang ada di Majalengka. Terlebih dengan pemberlakuan MEA yang tidak bisa dibatasi oleh apapun, sehingga hal tersebut memaksa para UKM untuk memiliki kinerja dan produk berdaya saing. Berdasarkan fenomena di atas, sangat jelaslah bahwa keberadaan BIJB dan MEA selain menjadi peluang dan tantangan sekaligus juga menjadi tantangan bagi para UKM di Kabupaten Majalengka yang tidak memiliki produk berdaya saing akan memiliki dampak yang kurang baik terhadap keberlangsungan produk tersebut. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini fokus pada peningkatan kinerja dan daya saing produk UKM di Kabupaten Majalengka sebagai produk unggulan daerah. Fenomena tentang salah satu UKM bidang kerajinan anyaman di Kabupaten Majalengka cukup mengkhawatirkan, hal ini sebagaimana informasi dari peluangusaha.kontan.co.id (Rabu, 11 Januari 2012) bahwa "**sentra anyaman di Majalengka sudah mulai tersisih keberadaannya**". Lemahnya keberadaan sentra anyaman di Kabupaten Majalengka, salah satunya disebabkan kurangnya motivasi masyarakat untuk menekuni kerajinan anyaman, hal ini disebabkan karena nilai jual anyaman yang sulit bergerak naik (peluangusaha.kontan.co.id, Kamis 12 Januari 2012, diunduh 12 Mei 2017). Hal itulah yang menjadikan tim pengabdian untuk meningkatkan peran dan kapasitas sentra anyaman di Majalengka menjadi salah satu sentra unggulan yang ada di Kabupaten Majalengka.

Perumusan Masalah

Berdasarkan situasi di atas, maka pengabdian ini mempunyai peran untuk meningkatkan komoditas unggulan di Kabupaten Majalengka melalui kinerja dan daya saing produk sentra kerajinan anyaman rotan dan bambu. Beberapa hal yang sering dikeluhkan oleh para pelaku UMKM di antaranya terkait dengan kendala produk, manajemen usaha, merek dan sertifikasi merekserta penguasaan iptek masih rendah, khususnya di bidang pemasaran digital. Hal ini, kemudian menjadi fokus utama, khususnya di era teknologi digital marketing, dimana telah terjadi pergeseran perilaku konsumen, yang tadinya melakukan belanja secara langsung, menjadi beralih kepada perilaku belanja online (Hapsoro, dkk, 2019). Hal ini merupakan dampak sebuah fenomena yang dikenal *The Network Effect*, dimana sebuah penjualan produk saat ini tidak hanya bergantung pada kualitas, akan tetapi pada seberapa besar jaringan yang dikaitkan dengan produk tersebut. (Gretz & Basuroy, 2013).

Kondisi inilah yang menodorong perlunya upaya untuk lebih berfokus pada peningkatan daya saing produk sentra kerajinan anyaman rotan dan bambu sebagai komoditas unggulan di Kabupaten Majalengka.

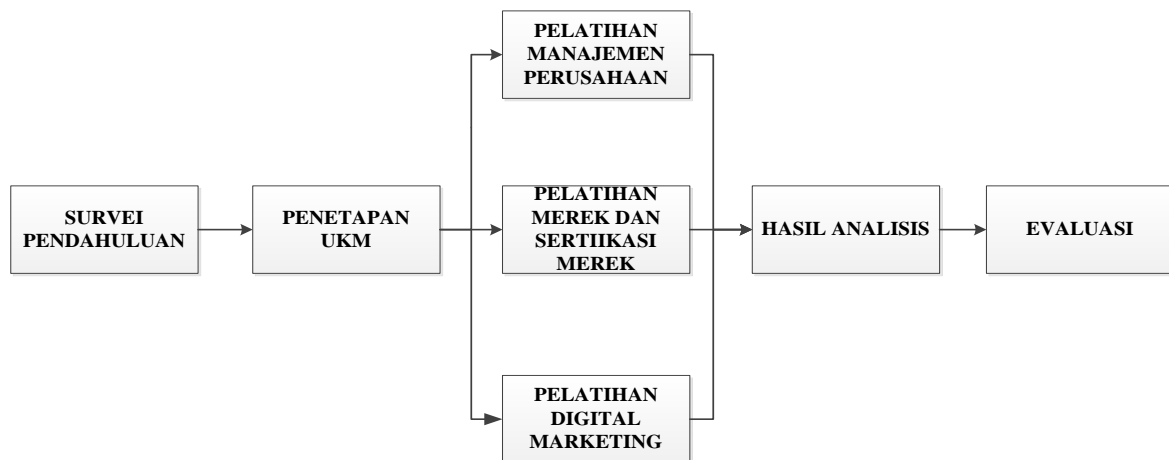
Tujuan dan Manfaat Kegiatan



Tujuan dan Manfaat dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya bidang manajemen terutama dalam aspek manajemen UMKM, merek dan sertifikasi merek serta peningkatan daya saing dan pemasaran produk digital, sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan omset penjualan, dan melakukan optimalisasi kerja sama antara Perguruan Tinggi dengan UMKM, sehingga terwujud pelaku UMKM yang sejahtera.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan ditunjukkan dalam gambar 1, sebagai awal maka dilakukan kegiatan pengumpulan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya, tim akan melakukan pengabdian dalam tiga tahap sekaligus. Pertama, melakukan kajian pengembangan model keunggulan bersaing, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menerapkan model daya saing yang sesuai dengan komoditas produk UMKM. Kedua, melakukan edukasi dan pelatihan dalam bidang manajemen perusahaan, tujuan dari kegiatan ini adalah agar para pemilik UMKM mengenal terhadap system manajemen. Ketiga, adalah melakukan model pengembangan pemasaran. Dalam tahap ini akan dipaparkan model pemasaran yang sudah dirancang oleh tim, yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi setempat. Salah satu model yang dikembangkan, mengacu pada strategi pemasaran digital.



Gambar 1 Diagram Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi UKM yang menjadi sasaran

Pada tahap ini tim pengabdi melakukan identifikasi terhadap UMKM di Kabupaten Majalengka yang menjadi sasaran. Pada pengabdian yang dilakukan tim pengabdi menentukan lokasi pembinaan yaitu di wilayah Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka yang mana wilayah tersebut merupakan wilayah sentra industry kerajinan anyaman bambu. Pada kegiatan ini tim pengabdi lebih banyak menyimak tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para



UMKM bidang kerajinan mulai dari aspek bahan baku sampai dalam kegiatan pemasaran. Identifikasi ini sangat penting dilakukan oleh tim pengabdian, karena untuk memberikan deskripsi dan menentukan roadmap kedepannya untuk memberikan inovasi bisnis bagi UMKM yang dikelola secara tradisional namun memiliki nilai daya saing. Setelah melakukan identifikasi, maka tim pengabdian melanjutkan kegiatan dengan melakukan kajian bersama dengan melakukan perencanaan yang sistematis dalam memberikan solusi terhadap UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka. Kegiatan dalam memberikan solusi atau brainstorming dengan UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka pada intinya memiliki tujuan sebagai berikut :

- a) Memberikan deskripsi yang lebih akurat terhadap permasalahan atau konflik yang dihadapi oleh UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka, mulai dari bahan baku sampai dengan bidang pemasaran.
- b) Mendapatkan keterangan terhadap pola pemasaran yang dilakukan saat ini oleh UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka yang sifatnya masih terbatas yaitu pemasaran dilakukan atas dasar pesanan, terlebih lagi belum memahami mengenai pola penjualan yang dilakukan melalui internet marketing.
- c) Dari hasil pertemuan dengan para UMKM bidang kerajinan di Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka didapat keterangan bahwa kelemahan UMKM bidang kerajinan di wilayah tersebut terdapat pada keterbatasan modal yang dimiliki, pemasaran masih sebatas pesanan sehingga belum menjangkau market share, belum adanya lokasi pemasaran yang disediakan khusus untuk bidang kerajinan dan kelemahan di bidang merek dan sertifikasi merek.

Perencanaan Kegiatan Pelatihan

Setelah melakukan identifikasi dan kajian terhadap UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka, maka tim pengabdian melakukan perencanaan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang meliputi:

- a) Pelatihan manajemen perusahaan yang di dalamnya memuat mengenai supply chain management, pengelolaan keuangan perusahaan dan memberikan pelatihan di bidang strategi pemasaran.
- b) Pelatihan melalui materi tentang pengenalan digital marketing dan pengelolaan bisnis secara online. Kegiatan pelatihan ini diisi oleh Dinas KUKM, Dinas Kominfo Kabupaten Majalengka dan pemeteri selanjutnya diisi oleh ahli di bidang pemasaran digital Ali Nurdin (Ketua Kompak/Digital Marketing untuk usaha kecil dan menengah) Kabupaten Majalengka sebagai narasumber. Materi berlangsung selama 3 jam.
- c) Diskusi secara intens dengan peserta, disertai pembahasan mengenai penyelesaian masalah yang dihadapi saat ini oleh UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers
"Pengembangan Sumber Daya Perdesaandan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX" 19-20
November 2019
Purwokerto



Pelaksanaan Program

Pelaksanaan kegiatan pengabdian terlaksana sesuai dengan rencana, sebagai berikut:

- a) Pelatihan dan pendampingan kepada perajin untuk proses perolehan sertifikasi Merek mulai dari pemilihan desain atau logo Merek, pengecekan persamaan Merek yang hendak didaftarkan sampai pada pendaftaran Merek.
- b) Pelatihan dan pendampingan untuk, mengelola, membangun dan mengembangkan Merek, serta mengembangkan promosi dan pemasaran berbasis Merek.
- c) Sertifikasi Merek untuk kerajinan anyaman rotan dan bambu.
- d) Pelatihan dan pendampingan kepada para perajin tentang manajemen perusahaan yang didalamnya tentang perencanaan bisnis, perancangan strategi perusahaan, manajemen keuangan dan manajemen persediaan. Para peserta diberikan sertifikat pelatihan manajemen perusahaan.
- e) Pelatihan dan pendampingan kepada para perajin tentang penggunaan teknologi dan informasi dalam sistem pengembangan promosi dan kegiatan pemasaran melalui jaringan internet. Para peserta diberikan sertifikat pelatihan computer dan pelatihan internet dan memiliki web-site para perajin anyaman bambu di Kabupaten Majalengka yang didalamnya dikenalkan produk-produk unggulan, harga dan tata cara pemesanan produk baik skala kecil maupun besar. Web site tersebut nantinya dikelola dan di bawah binaan pemerintah daerah (Dinas Kominfo Kabupaten Majalengka).
- f) Diskusi. Setelah kegiatan simulasi dilakukan, maka dilanjutkan dengan diskusi yang membahas bagaimana upaya yang mereka lakukan dalam memasarkan produk mereka.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan maka, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan program yang direncanakan. Terdiri dari tahapan survei pendahuluan, pelatihan dengan dua materi dan tahapan evaluasi.
2. Terjadi peningkatan pemahaman mengenai materi pentingnya merek dalam suatu produk dan pentingnya pemasaran melalui digital marketing, hal ini dibuktikan dengan lebih dari 75% peserta mengikuti kegiatan tersebut sampai dengan selesai dan memahami terhadap permasalahan yang dihadapi saat ini. Hal ini terlihat, selama kegiatan diskusi, peserta pengabdian terlihat antusias bersedia berpartisipasi. Di sisi lain peserta juga mengaku kesulitan dalam mengungkapkan setiap ide, saran atau permasalahan yang kerap dialami. Misalnya, seperti pemasaran yang masih tradisional, produk yang dihasilkan tidak sesuai harapan pasar, market share masih terbatas dan



mereka mulai memahami tentang pentingnya pemasaran melalui digital marketing dalam rangka mengimbangi perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil pengamatan dan pendampingan tim ada beberapa saran pengabdian masyarakat ini yang penting sebagai temuan, di antaranya :

1. Adanya pendampingan secara khusus dalam rangka mendapatkan merek dan sertifikasi merek, karena merek sangatlah penting kedudukannya bagi sebuah produk. Selain itu, perlu membangun program yang berkelanjutan terhadap UMKM di Kabupaten Majalengka khususnya yang berkaitan dengan pemasaran digital.
2. UMKM bidang kerajinan di Kabupaten Majalengka selalu berperan aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan yang difasilitasi oleh Pemerintah Daerah. Selain itu, menjalin kemitran dengan pemerintah daerah merupakan sebuah terobosan yang baik dalam rangka meningkatkan daya jual UMKM, karena dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah maka setiap informasi yang baru dapat diketahui dengan mudah. Hal yang dianggap penting adanya upaya untuk mewujudkan digital marketing melalui media sosial, misal Instagram atau Facebook dengan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. Perlunya tim pengabdian untuk menindaklanjuti (*follow up*) kegiatan ini dengan membuat program pengabdian lanjutan. Diantaranya dengan memikirkan bagaimana cara memberdayakan produk kerajinan, menjadi produk lokal yang memiliki keunikan, berciri khas daerah setempat, dan disertai dengan diferensiasi produk yang lebih menarik pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchary. 2009. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.

Deborah E. Bouchoux, 2013. *Intellectual Property; The Law of Trademarks, Copyrights, Patents, and Trade Secrets* Delmar, Cengage Learning.

Edward. 2014. *Promosi Merek: Kemendag Gelar Workshop Pengembangan Merek Dagang*.
<http://djpen.kemendag.go.id>.

Hapsari, Pradnya Paramita, Abdul Hakim dan Saleh Soeaidy. 2014. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu)*. *Wacana* 17(2). ISSN : 1411-0199. E-ISSN : 2338-1884.



- Gretz, R. T., & Basuroy, S. 2013. Why Quality May Not Always Win : The Impact of Product Generation Life Cycles on Quality and Network Effects in High-tech Markets. *Journal of Retailing* 89(3), 281–300.
<http://doi.org/10.1016/j.jretai.2013.05.002>.
- Haryono, Tulus dan Siti Khoiriyah. 2013. *Pemberdayaan Industri Kecil dan Menengah Menuju Kemandirian Melalui Pembinaan Kewirausahaan*.
- Hapsoro, Bayu Bagas, Palupiningdyah dan Achmad Slamet. 2019. Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. ABDIMAS* 23 (2) (2019): 117-120.
- Kancana, Saupatika., Puji Lestari dan Fera Nurcahyanti. 2016. Model Komunikasi Pemasaran untuk Pemberdayaan Perempuan pada Sektor Informal di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM* 2(6): 444-458.
- Kurniawan, Ferry Duwi dan Luluk Fauziah. 2014. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP* (ISSN. 2338-445X) 2(2): 103-220.
- Rangkuti, Freddy. 2008, *The Power Of Brands*. Penerbit. Gramedia. Jakarta.
- Sanusi, Anuar dan Anggalia Wibasuri. 2015. Model Pemberdayaan Tata Kelola Kelompok Usaha Kecil Menengah Pengrajin Batu Permata Bungur Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 01(1).