



## MENDONGKRAK DAYA SAING UMKM MELALUI WORKSHOP ENAM PROGRAM PRIORITAS PADA DESA TERTINGGAL MARGAMULYA KECAMATAN CILELES, KABUPATEN LEBAK, BANTEN

Faisal Marzuki, Alfatih S. Manggabarani, Mahendro Sumardjo  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
faisal@upnvj.ac.id; alfatihsikki@gmail.com; msumardjo@yahoo.com

### ABSTRAK

Metode pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini adalah partisipasi antara tim program kemitraan masyarakat dan para pelaku UMKM di Kecamatan Cileles. Metode ini digunakan agar mitra memberikan kontribusi dalam peningkatan usahanya. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh mitra. Para pelaku UMKM yang terlibat 150 orang. Setelah kegiatan pengarahan, disimpulkan bahwa rata-rata pelaku UMKM tidak memperhatikan proses produksi dan inovasi mereka, hanya melihat peluang yang ada di sekitarnya dengan alasan barang atau jasa yang mereka produksi dapat dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun keluarganya. Kemudian, dalam kemudahan berusaha sebagian besar pun tidak memerhatikan hal-hal yang sangat penting dalam berwirausaha, yaitu bagaimana mendirikan serta melaporkan usahanya tersebut. Lalu, pada akses modal, sebagian UMKM hanya mengandalkan modal sendiri dengan alasan tidak mengetahui cara mendapatkan modal dengan mudah serta sumber-sumber yang menguntungkan. Dalam proses akses pasar hanya beberapa pelaku usaha yang kurang memerhatikan cara menjual dan memasarkan hasil produk untuk masyarakat luas. Dukungan infrastruktur juga membuat pelaku UMKM kurang termotivasi untuk menjadi lebih baik. Disimpulkan bahwa pelaku usaha UMKM di Desa Margamulya Kecamatan Cileles mulai memahami dan mengerti bagaimana cara agar usahanya berkembang, mulai dari inovasi yang diciptakan, kebutuhan penduduk pada masa mendatang, cara mendirikan usaha yang baik dan benar agar usaha mereka lebih berkembang dan dikenal masyarakat, lebih memahami pemilihan tempat, promosi, harga, serta produk unggulan mereka yang berbeda dengan UMKM lainnya, dan menggunakan beberapa fasilitas pemerintah yang sebelumnya tidak diketahui. Dari wawancara, permasalahan para UMKM, di antaranya keterbatasan bahan pokok penjualan karena harus menunggu barang dari Jakarta, kecuali bahan pokok utama untuk pelaku UMKM dapat dijangkau dengan hasil cocok tanam sendiri. Selanjutnya, masalah permodalan dengan biaya bunga kecil dan kurangnya dukungan dari pemerintah setempat dalam mempromosikan produk-produk unggulan para UMKM tersebut.

**Kata kunci :** UMKM , inovasi , program kemitraan

### PENDAHULUAN

Kebijakan pemberdayaan UKM secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional pada 2006. Dalam kerangka itu, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diarahkan agar memberikan

kontribusi signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia secara umum dan meningkatkan partisipasi UMKM dalam GVC, faktor internal dan eksternal yang menentukan daya saing UMKM serta tingkat partisipasi dalam GVC perlu menjadi perhatian pemerintah. Faktor internal mencakup aspek-aspek yang dapat meningkatkan produktivitas UMKM Indonesia, yaitu sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan inovasi. Sementara itu, faktor eksternal merupakan berbagai aspek di luar UMKM yang dapat memengaruhi dan mendukung daya saing UMKM. Faktor tersebut adalah kemudahan berusaha di Indonesia (*ease of doing business*), akses finansial dan permodalan, akses pasar, infrastruktur, dan kondisi makroekonomi. Secara spesifik, beberapa hal yang perlu dibenahi untuk meningkatkan daya saing UMKM tercakup dalam enam program prioritas berikut.

1. Produktivitas dan inovasi kualitas. Sumber daya manusia UMKM Indonesia merupakan salah satu faktor yang menghambat kinerja UMKM tersebut. Berdasarkan analisis data sekunder dan hasil diskusi dengan pelaku usaha, disimpulkan bahwa produktivitas tenaga kerja UMKM masih rendah. Demikian juga tingkat inovasi dalam perusahaan. Perbaikan pada tingkat pendidikan dan keahlian manajerial sangat berpengaruh pada peningkatan produktivitas UMKM. UMKM membutuhkan keahlian khusus untuk menjalankan usahanya. Umumnya, UMKM tersebut harus memberikan pelatihan tersendiri agar lulusan SMK dapat terlibat langsung dalam proses produksi dan operasional perusahaan.
2. Kemudahan berusaha (*ease of doing business*). Beberapa indikator memperlihatkan bahwa untuk memulai usaha di Indonesia sangat sulit dan memerlukan biaya. Saat ini pemerintah telah memberikan kemudahan pengurusan perizinan dan pembebasan biaya bagi UMKM. Namun, meskipun proses pengurusan izin usaha bagi UMKM telah dipermudah dan bebas biaya, banyak pemilik UMKM di Indonesia lebih memilih tidak melakukan legalisasi usahanya.
3. Akses permodalan (*access to finance*). Sumber permodalan eksternal bagi UMKM di Indonesia masih didominasi oleh sektor perbankan. Namun, jika dibandingkan dengan negara-negara lain, besar pinjaman yang disalurkan perbankan Indonesia untuk UMKM masih relatif rendah. Berdasarkan hasil *focus group discussion* (FGD), ada beberapa hal yang penting untuk dicatat terkait akses pembiayaan UMKM. Perbankan hanya dapat menyalurkan pinjaman kepada calon debitur (usaha) yang telah berumur setidaknya enam bulan. Selain itu, umumnya perbankan akan meminta UMKM untuk menyediakan agunan tambahan.
4. Akses pasar kemudahan akses pasar, baik domestik maupun internasional, akan sangat mendukung peningkatan daya saing UMKM Indonesia. Terkait dengan karakteristik UMKM yang lemah dalam pemanfaatan teknologi dan inovasi, lingkup pemasaran produk-produk UMKM di pasar domestik umumnya terbatas di wilayah UMKM tersebut berada, sehingga bantuan pemerintah akan sangat diperlukan dalam pembukaan akses bagi UMKM. Diperlukan cara pandang yang lebih berorientasi pada pasar global jika Indonesia ingin meningkatkan partisipasinya dalam pasar global.
5. Dukungan infrastruktur. Keterbatasan ketersediaan infrastruktur (*hard and soft infrastructure*) dan kualitas serta mahalnya layanan logistik selama ini menjadi kendala pertumbuhan bisnis secara keseluruhan di Indonesia. Dampak kualitas infrastruktur dan logistik terhadap biaya transaksi UMKM akan lebih besar daripada usaha besar karena skala bisnis UMKM yang relatif lebih kecil.



6. Siklus bisnis. Dampak krisis finansial yang masih dirasakan sampai saat ini menyebabkan turunnya permintaan global. Dampak tersebut juga dirasakan oleh Indonesia dengan melambatnya pertumbuhan ekonomi menjadi 4,73 persen di kuartal II 2015. UMKM juga akan merasakan dampak negatif dari krisis ini. Idealnya kondisi bisnis yang lesu ini dimanfaatkan oleh UMKM dan kementerian pembina UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan keahlian pelaku UMKM sehingga pada saat permintaan mulai naik, UMKM Indonesia telah memiliki daya saing yang lebih baik.

Permasalahan pelaku UMKM di Desa Margamulya Kecamatan Cileles Kabupaten Lebak, Banten, di samping dana yang kurang, juga dibutuhkan penyuluhan atau pelatihan yang perlu dilakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberikan mereka bekal dalam menghadapi persaingan pada masa yang akan datang. Di samping itu, memberi mereka pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis, menangani keluhan pelanggan, dan cara mengelola keuangan yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, terlihat kurangnya pelaku UMKM di Desa Margamulya, Kecamatan Cileles, Kabupaten Lebak, Banten, dalam mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan, kurangnya pelaku UMKM tersebut dalam meningkatkan pengetahuan manajemen pengelolaan, dan kurangnya SDM UMKM dalam hal pengetahuan dan keterampilan pengembangan usaha.

Tujuan kegiatan program kemitraan masyarakat ini adalah

- a. mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM,
- b. meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran pelaku UMKM,
- c. membantu UMKM kecil untuk bertahan dan lebih banyak meraih pendapatan dari hasil produksi yang mereka buat agar dapat menggerakkan roda perekonomian dengan pencapaian yang lebih maksimal sesuai dengan problem atau masalah yang mereka lakukan agar dapat menaikkan taraf kehidupan dalam menjalani kehidupannya.

## **METODE KEGIATAN**

Metode pelaksanaan kegiatan ini berupa kombinasi metode analisis yang dilaksanakan secara bersama antara tim dan pelaku UMKM di Desa Margamulya Kecamatan Cileles Lebak, Banten. Metode yang mengikutsertakan mitra tersebut disebut metode partisipatif. Adapun digunakannya metode ini agar mitra memberikan kontribusi dalam peningkatan usahanya. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh mitra. Tahapan kegiatan abdimas ini sebagai berikut.

### **Tahap persiapan**

Tahap persiapan meliputi

- Penentuan lokasi
- Perizinan
- Analisis situasi wilayah dan mitra
- Penulisan proposal

### **Tahap pengarahan** kepada para pelaku UMKM

1. Tahap pembuatan laporan kemajuan
2. Tahap pelatihan dan pendampingan
  - Melatih mitra terkait sumber daya manusia
  - Melatih mitra dalam hal kegiatan pemasaran
3. Tahap wawancara permasalahan
4. Tahap pembuatan laporan akhir

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kegiatan Pengarahan untuk Pelaku UMKM

Kegiatan pengarahan, tanggal 21 Juli 2019, dihadiri 150 pelaku UMKM Desa Margamulya Kecamatan Cieleles. Tim membuat materi terkait dalam mempelajari jaringan pemasaran, melengkapi sarana dan prasarana UMKM, melakukan inovasi hasil produksi UMKM, sehingga dapat diketahui tahapan mana yang sekiranya dapat diperbaiki dan ditingkatkan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sumber pembuatan materi berasal dari sumber literatur dan media internet.

### Kegiatan Pelatihan dan Pembinaan untuk Pelaku UMKM

Pelatihan dan pembinaan ini dilaksanakan pada 21 Juli 2019 di gedung SDN 02 Margamulya dan dihadiri 150 pelaku UMKM Desa Margamulya, Kecamatan Cieleles (Gambar 1).



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan dan Pembinaan

Tim program kemitraan masyarakat menyampaikan materi terkait langkah-langkah dalam menciptakan daya saing yang unggul. Secara ringkas, materi yang disampaikan adalah sebagai berikut.

### Strategi pemasaran yang baik

Tim menjelaskan tahapan-tahapan usaha yang dijalankan UMKM dengan baik dan memiliki daya saing yang tinggi, yaitu memiliki strategi pemasaran yang baik dengan cara memiliki jaringan pemasaran yang luas di berbagai titik wilayah atau daerah agar produk tersebut dapat dikenal masyarakat luas.

### Promosi produk

Tim memberikan pelatihan bagaimana melakukan promosi produk yang baik dan unggul, yaitu dengan menentukan target yang dituju, mengetahui bagaimana karakter target, membuat konsep promosi dengan unik dan kreatif, menyertakan kelebihan produk yang dapat membedakan dengan produk lain, membuat promosi yang baik, melakukan promosi *online* dan *offline*. Sebelum mengeluarkan produk baru sebisa mungkin pelaku UMKM memberikan sampel untuk masyarakat sekitar agar mengetahui kurang atau lebihnya produk tersebut.

### Pemasaran produk

Tahapan selanjutnya, tim memberikan pelatihan bagaimana cara memperluas pemasaran produk, yaitu dengan menambahkan produk serta memberikan pelayanan yang baik, menjual produk dan layanan pada pelanggan yang sudah ada dengan



peningkatan jumlah, melebarkan pasar ke daerah baru, menargetkan pasar serta pelanggan baru, masuk pada sistem penjualan baru dan ikut organisasi atau komunitas agar produk lebih dikenal masyarakat luas.

### **Pemahaman saluran distribusi produk**

Pada tahapan ini, tim memberikan pelatihan pemahaman saluran distribusi produk. Pertama, produsen atau perusahaan kecil yang hanya memiliki sumber keuangan terbatas tidak mampu mengembangkan organisasi penjualan langsung. Kedua, distributor merasa lebih efektif dalam penjualan partai besar karena menyesuaikan skala operasi terhadap pada pengecer dan keahlian khususnya. Ketiga, pengusaha atau pabrik dengan cukup modal lebih senang menggunakan dananya untuk melakukan ekspansi daripada melakukan kegiatan promosi. Keempat, pengecer yang menjual banyak sering kali lebih senang membeli macam-macam barang dari pedagang grosir daripada membeli langsung dari pabrik.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Para pelaku UMKM masih memiliki pemahaman yang kurang dalam melakukan peningkatan potensi UMKM untuk meningkatkan pemasarannya, kurang memiliki jaringan dalam pemasaran, serta tidak memberdayakan sarana dan prasarana UMKM yang telah disiapkan oleh pemerintah. Setelah pelatihan dan pembinaan, pelaku memahami pentingnya pengetahuan akan manajemen sumber daya manusia dan pemasaran serta siap mengimplementasikan hasil pelatihan dan program kemitraan masyarakat yang mereka terima. Pelaku UMKM mulai melihat dan mempertimbangkan inovasi dalam memproduksi usahanya. Disarankan selanjutnya kegiatan dilakukan dalam bentuk peningkatan manajemen sumber daya manusia dan pemasarannya dengan memberikan masukan inovasi-inovasi terkait produk agar dapat bersaing dengan baik.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim menyampaikan terima kasih kepada Dr. Erna Hernawati, Ak.,CPMA,CA., Rektor UPN Veteran Jakarta; Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si. selaku Ketua LPPM; Drs. Munasiron Miftah M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan S-1 Manajemen; Wahyudi, S.E., M.M. selaku Kaprodi S-1 Manajemen; pihak lain yang terkait dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Badan Perindustrian Koperasi dan UMKM. (2013). Data base UMKM per sektor usaha Kabupaten Sragen. Sragen.
- Boone, L. E., Kurtz, & David, L. (2011). *Contemporary business*, 14 ed. Wiley.
- DepKop. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id).
- Fitriyah, H. (2006). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada usaha menengah Kabupaten Sidoarjo*. Tesis. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Fuad, S. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada usaha kecil dan menengah (Studi pada Kab. Sido Rukun Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Edisi kelima. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Gray, C. (2006). Absorptive capacity, knowledge management and innovation in entrepreneurial small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(6), 345--360.
- Handayani, D.B. (2011). Faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi usaha kecil dan menengah. *Jurnal Akuntabilitas*, 1.
- Herawati, dkk. (2008). Manfaat penggunaan informasi akuntansi bagi kelangsungan usaha kerajinan ukiran Jati Nugroho di Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 46.
- Holmes, S. & Nicholls. (1988). An analysis of the use of accounting information by australian small business. *Journal of Small Business Management*.  
<http://www.dpr.go.id/artikel/artikel.php?aid=2839>.  
<http://www.hukumonline.com/detail.asp?id=16783&cl=Berita>.  
<http://www.menlh.go.id/usaha-kecil>.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).