

Pelatihan Manajemen Dasar Dan Produksi UKM D'Mar Craft Di Desa Meunasah Mee Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe

Ismed Wijaya^{1*}, Zulkarnaini², Muhammad Nasir³

^{1,2,3}Jurusan Tata Niaga Politeknik Negeri Lhokseumawe
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 INDONESIA

ismed.did@gmail.com (penulis korespondensi)*

Abstrak— Usaha kerajinan D'Mar Craft merupakan usaha yang memproduksi kerajinan tangan berupa manik-manik, bunga hias, dan produksi rak bunga dari besi. Meskipun masih dalam cakupan kecil-kecilan, produk yang dihasilkan ternyata sudah banyak dikenal konsumen. Usaha ini mulai dirintis sejak tahun 2018 oleh pemiliknya ibu Mariati, SIP, MSM, namun selama masa pandemi Covid 19, operasional usaha nyaris berhenti akibat daya beli masyarakat turun sementara biaya produksi sangat tinggi. Dalam menjalankan aktivitasnya, usaha ini terbentur dengan dua permasalahan utama yaitu masalah produksi dan masalah manajemen usaha. Hal ini disebabkan karena pengelolaan usaha sangat rapuh kurang terorganisir, dan lemah penguatan kapasitasnya. Metode yang digunakan adalah metode orasi dan demonstrasi (praktikum/aplikatif). Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2020. Khalayak sasaran berjumlah 4 orang peserta. Tim telah memberdayakan mitra dari sisi manajemen produksi kerajinan tangan dan penentuan saluran pemasaran. Hasilnya menunjukkan adanya perubahan konsep bisnis UKM dari sistem tradisional menjadi sistem digital teknologi informasi. Selain itu secara kelembagaan (capacity building) mitra UKM D'Mar Craft, kini mulai memproduksi kembali dengan sistem pemasaran produk baru menggunakan media sosial online.

Kata kunci— Usaha, Kecil, Kerajinan, Masyarakat

I. PENDAHULUAN

Persaingan merupakan kunci penentu keberhasilan dari sebuah organisasi bisnis. Meunggungi pesaing tentu harus lebih mapan terlebih dahulu secara internal. Dalam menuju industri yang tangguh, kekuatan entitas bisnis sebenarnya harus merata. Perusahaan berskala besar dan usaha kecil menengah (UKM) sedianya bersama-sama membangun jaringan yang kuat. Hal ini agar perusahaan mampu mengungguli pesaing dengan penawaran produk yang kompetitif.

Kemampuan manajerial UKM tidak setara dengan kemampuan perusahaan berskala besar. UKM kalah bersaing dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan dalam melakukan inovasi bisnis. Terlebih dengan pemanfaatan teknologi informasi. Padahal sistem informasi bisnis dapat memberikan tiga peranan penting: mendukung proses bisnis dan operasi, mendukung pengambilan keputusan dalam bisnis, dan mendukung strategi-strategi untuk keunggulan kompetitif.

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, UKM sangat memungkinkan meraih kesuksesan optimal. Misalnya menggunakan fasilitas internet untuk mencapai pangsa pasar yang luas. Karenanya pelaku usaha perlu beralih model marketing dari sistem tradisional menjadi sistem lebih modern dengan memanfaatkan keunggulan digital teknologi informasi. UKM dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui pilihan promosi secara online [5].

Penawaran dan penjualan secara online memiliki berbagai kelebihan diantaranya dapat meningkatkan margin keuntungan. Pangsa pasar semakin luas, volume penjualan meningkat, dan biaya promosi dapat diminimalkan. Sayangnya informasi ini tidak seluruhnya diketahui oleh UKM. Sampai saat ini sebagian besar usaha kecil masih dikelola secara tradisional. UKM relatif sulit meningkatkan daya saing produk karena mempunyai jaringan usaha terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang lemah. Selain karena ketidaktahuan informasi, penyebab lainnya adalah tidak

terampil, dan kurangnya pemberdayaan dari pihak terkait. Padahal berbagai perangkat media seperti handphone atau smartphone android hampir semua dimiliki.

Seperti diketahui bahwa dewasa ini hampir semua kegiatan manusia dimudahkan dengan teknologi informasi berupa internet. Banyak pengguna internet baik di Indonesia maupun dunia menjadikan bisnis mereka maju karena bisnis online (e-commerce) [4]. Dengan banyaknya orang yang menggunakan media internet, peluang usaha semakin besar. Hal ini karena pangsa pasar bisnis online sangat luas dan tidak terbatas. Dengan menggunakan internet, penjual dapat melakukan komunikasi dengan konsumen tanpa adanya batasan ruang gerak dan waktu. Transaksi penjualan meningkat tajam. Begitupun dengan tingkat keuntungan akan berlipat ganda.

Besarnya antusias publik terhadap pemanfaatan internet semestinya dapat dimanfaatkan oleh usaha kecil untuk mempromosikan keunggulan produknya. Para UKM dapat menyediakan informasi mengenai spesifikasi produk dan kelebihan layanannya. Sebagai media sosial dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi seperti toko online, Whats App, line, instagram, facebook, youtube, dan aplikasi lainnya. Promosi seperti ini bertujuan untuk memperoleh brand yang kuat. Tanpa promosi calon pembeli tidak akan mengenal usaha dan jenis produk yang diperjualbelikan [3].

Gampong Meunasah Mee Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe merupakan desa tidak jauh dari kampus Politeknik Negeri Lhokseumawe. Jaraknya sekitar 6,5 km saja. Di desa Gampong Meunasah Mee ini banyak bermunculan unit usaha kecil industri rumah tangga (home industri). Usaha kecil disini tumbuh bersama dengan gencarnya kemajuan digital teknologi informasi. Sayangnya, sebahagian besar UKM setempat belum mengetahui bahwa berbisnis secara online adalah prospek usaha yang lebih baik. Pada umumnya pengusaha kecil masih melakukan aktivitas bisnisnya secara tradisional dari pintu ke pintu [2].

Penguasaan teknologi tepat guna sangat memungkinkan diimplementasikan ke dalam komunitas pelaku bisnis di Kota Lhokseumawe. Politeknik Negeri Lhokseumawe (PNL) sebagai institusi pendidikan vocational memiliki kapabilitas untuk memberi penguatan tersebut. Dengan memanfaatkan sarana/prasarana dan keunggulan kampus, jurusan Tata Niaga dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan berupa pelatihan promosi produk menggunakan media sosial online bagi usaha kecil memungkinkan untuk dilaksanakan.

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan difokuskan untuk menyelesaikan dua bidang permasalahan yaitu bidang produksi dan bidang manajemen. Kedua bidang permasalahan tersebut terangkum dalam tiga tahapan metode pelaksanaan berikut ini yaitu pendampingan lapangan, penguatan dengan metode orasi, dan demonstrasi (praktikum/aplikatif).

Instruktur akan melakukan observasi dan pendampingan lapangan untuk mengetahui permasalahan. Instruktur akan melihat struksi organisasi dan proses produksi D'Mar Craft. Pelatihan Terpadu dengan Metode Orasi. Instruktur memperagakan secara teknis cara beriklan di media sosial seperti whats App, line, instagram, facebook, dan youtube. Selanjutnya mitra binaan melakukan sendiri dibawah bimbingan instruktur.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UKM D'Mar Craft di Desa Meunasah Mee Nomor 61 Kandang Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Pemiliknya adalah ibu Mariati. Selama Pandemi Covid-19 UKM D'Mar Craft tidak berhenti beraktivitas, namun usahanya sangat sulit dijalankan karena daya beli, peminat, harga bahan baku sangat sekali. Agar dapat menjalankan usaha ini pemilik memerlukan dana yang besar. Saat biaya tersebut dibebankan pada produk, maka harga jual produknya tidak dapat dijangkau oleh konsumen. Wabah pandemi Corona telah menyebabkan kegiatan produksi terganggu.

A. Penguatan Bidang Produksi.

Dari sisi proses produksi, UKM D'Mar craft memang sedang bermasalah. Penyebabnya pemilik tidak dapat menghitung harga pokok produksi. Dampaknya pada harga jual. Kadangkala harga jual produk yang ditetapkan terlalu murah kadang pun terlalu tinggi sehingga sulit untuk bersaing dengan harga jual dari rumah produksi lain. Penyebabnya lainnya adalah terbatas peralatan dan ruang usaha pengelasan yang sangat sempit. Akibat modal kerja yang terbatas, pemilik UKM sulit bergerak sehingga tidak dapat merancang layout etalase dan gerai usaha. Banyak produk yang dihasilkan tidak dapat terlihat oleh para konsumen.

Begitu juga halnya dalam pengelolaan manajerial. Banyak faktor penghambat yang harus diatasi segera. Misalnya masalah saluran distribusi pemasaran, manajemen usaha, studi respon pasar, penyusunan laporan keuangan, perhitungan/pelaporan pajak, penguasaan pasar market place (online). Memasuki tatanan kehidupan baru (new normal), UKM D'Mar Craft telah diberdayakan dari berbagai sisi teknologi. Tim telah menerapkan teknologi simple marketing,

manajemen produktivitas usaha, dan perencanaan bisnis (bussiness plan).

UKM D'Mar Craft dan jasa kerajinan rumah kreatif Mariati dikelola langsung oleh Ibu Mariati sebagai pemilik tunggal. Dari hasil observasi awal diperoleh gambaran bahwa entitas bisnis ini memiliki dua permasalahan dasar yaitu masalah kualitas produksi dan masalah ketahanan usaha.

Unit usaha D'Mar Craft tidak memiliki ruangan yang luas untuk melakukan proses produksi terutama yang menyangkut pengelasan. Saat dikunjungi proses produksi dilakukan di belakang rumah dengan luas tanah 3 x 4 m. Pekerjaan dilakukan dibawah terik matahari karena UKM ini belum memiliki kanopi tempat berlindung.

Unit usaha ini belum memiliki peralatan pengelasan yang memadai. Alat pengelasan menggunakan mesin portable dengan daya listrik yang sangat kecil. Banyaknya pemesanan barang tidak mampu diimbangi dengan fasilitas usaha yang terbatas. Selain itu kualitas pengelasan besi sangat kurang bagus/rapi karena para pekerja belum pernah mendapatkan pelatihan teknis tentang pengelasan.

Proses produksi sering terputus karena pada umumnya produksi dilakukan secara pesanan (*job order cost*) dan pemilik tidak dapat menghitung berapa harga pokok produksi yang sebenarnya. Diragukan bahwa harga jual produk yang ditetapkan tidak mampu menutupi harga pokok produksi.

Material kerajinan tangan berupa-manik-manik dan bahan baku lainnya harus dipesan dari Medan. Selama Pandemi Corona Covid-19 harga beli dan ongkos angkut sangat mahal sehingga mempengaruhi proses produksi.

B. Penguatan Manajemen dan Ketahanan Usaha

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2020 bertempat pada sentra UKM D'Mar Craft Lhokseumawe. Saat diobservasi dan wawancara mitra diketahui penguatan dibidang manajemen dan ketahanan usaha sangat kurang. Permasalahan manajemen dan ketahanan usaha terdiri UKM ini antara lain adalah :

Produk belum begitu dikenal luas oleh masyarakat karena area pemasaran masih terbatas. Pemilik usaha tidak dapat mensurvey saluran pemasaran produknya karena keterbatasan sumber daya.

Pemilik usaha UKM D.Mar Craft kurang cakap dalam memanfaatkan teknologi informasi. Manajemen usaha UKM sudah memiliki media sosial, namun postingan gambar dan bahasa bisnisnya kaku dan tidak menarik. Pemilik usaha belum menguasai ilmu tentang manajemen resiko dan kewirusahaan.

IV. KESIMPULAN

Pelatihan manajemen dasar untuk para UKM sangat penting sekali diperhatikan. Banyak UKM sangat kesulitan mengelola unit bisnisnya karena ketidaktahuan merke dengan dasar-dasar manajemen bisnis. Misalnya cara mengambil keputusan bisnis yang tepat. UKM D Mar Craft salah satu UKM yang berada di Lhokseumawe yang sangat membutuhkan pendampingan manajemen. Dimasa pandemi Covid-19 unit usaha ini sangat kesulitan mengelola usahanya karena produktivitas dan penjualan menurun drastis.

Daya beli masyarakat yang rendah ditambah biaya produksi yang tinggi menjadikan UKM ini sulit untuk berproduksi. Memasuki kondisi tatanan kenormalanbaru

diharapkan pertahian dari semua pihak untuk memberikan stimulus agar para UKM dapat bangkit kembali beroperasi.

REFERENSI

- [1] Politeknik Negeri Lhokseumawe, 2020. Pedoman Penulisan Proposal dan Pengabdian Masyarakat. Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Lhokseumawe 2020. www.p3m.pnl.ac.id/simpenmas
- [2] Zahrotul Umami, 2015. Social Strategy pada Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, Vol 4 No 2, Juli 2015 : 195 – 20. Page 195 – 201
- [3] Achmad Jamaludin, dkk, 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Malang: Universitas Brawijaya *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 21 No. 1 April 2015 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- [4] Jaidan Jauhari, 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, VOL. 2, NO. 1, April 2010 Halaman 159-168 ISSN Print : 2085-1588 ISSN Online : 2355-4614 <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- [5] Muhammad Amirullah, 2018. Kelebihan Serta Kekurangan dari Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Online. *Surya Semesta Digital Media*. <https://www.suryasemesta.com/blog/artikel-4/post/kelebihan-serta-kekurangan-dari-pemasaran-tradisional-dan-pemasaran-online-18>
- [6] Singgih Nurgiyantoro, 2014. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang dimediasi Word of Mouth Marketing. Jogjakarta: Universitas Negeri Jogjakarta