

Strategi Membangun UMKM Unggul Berbasis Nilai Lokal dan Kreatifitas Desa Jatimulya Kecamatan Cidahu Kabupaten Kuningan

Munir Nur Komarudin¹, Dadang Suhardi², Deri Prayudi³, Rina Masruroh⁴

^{1,2,3,4} Prodi Manajemen, Universitas Kuningan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Munir Nur Komarudin

E-mail: munir.nur@uniku.ac.id

Abstrak

UMKM merupakan tonggak perekonomian pada saat ini. Negara Indonesia dewasa ini dikategorikan dalam negara berkembang Dimana untuk memajukan sektor ekonomi salah satunya bergantung pada kemajuan UMKM. Tujuan dari kegiatan yang dilakukan ini adalah agar Desa Jatimulya memiliki pemahaman yang jelas dalam kegiatan usaha dengan mengandalkan potensi dan kreatifitas yang ada. Terdapat beberapa produk yang belum berkembang, dan terkedala dengan salah satunya media pemasaran. Metode yang dilakukan pada pengabdian kali ini adalah dengan menggunakan Teknik partisipatif. Manfaat dari kegiatan ini diharapkan mampu membuat analisis SWOT yang ada pada masing-masing UMKM sehingga mampu membuat rancangan strategi dalam pengembangannya

Kata kunci – Indonesia, UMKM, Kreatifitas, Analisis SWOT

Abstract

MSMEs are a milestone in the economy today. Indonesia is currently categorized as a developing country where advancing the economic sector depends on the progress of MSMEs. The purpose of this activity is that Jatimulya Village has a clear understanding of business activities by relying on existing potential and creativity. There are several products that have not developed, and are constrained by one of them marketing media. The method used in this service is to use participatory techniques. The benefits of this activity are expected to be able to make a SWOT analysis that exists in each MSME so that it can design strategies in its development.

Keywords – Indonesia, MSMEs, Creativity, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

UMKM memiliki pengertian yang cukup beragam. Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) memberikan pengertian tentang UMKM sebagai para pelaku usaha ekonomi yang sering dikategorikan sebagai perusahaan yang berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan dikelola secara sederhana. (Laena, 2010:33). Artinya, dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah suatu usaha perseorangan atau badan usaha yang berskala kecil dan memiliki batasan tertentu dalam hal jumlah tenaga kerjanya, jumlah penjualan atau omsetnya, serta jumlah asset atau aktivitya. Teknologi yang digunakannya masih tradisional, dengan pengelolaan usaha yang sederhana. Meskipun UMKM memiliki berbagai pengertian yang berbeda-beda, namun secara umum menurut Azis dan Ruslan (2009:3) terdapat beberapa indikator atau kriteria yang lazim digunakan untuk mendefinisikan UMKM, antara lain: besarnya volume usaha, besarnya modal, nilai aset, kekayaan bersih, dan besarnya jumlah pekerja.

Jatimulya adalah sebuah desa di Kecamatan Cidahu, Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Letak astronomis Desa Jatimulya adalah di antara 108°40" - 108°42" Bujur Timur dan 6°55" - 6°57" Lintang Selatan dengan luas wilayahnya 470,965 Ha. Desa Jatimulya ini terletak timur laut Kabupaten Kuningan yang berbatasan dengan Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon di Utara, Desa Cikeusik di bagian selatan, Desa Mekarjaya dan Desa Sukajaya di bagian timur dan Desa Cieurih di sebelah barat.

Desa Jatimulya kini terdiri dari 5 dusun, yaitu :

1. Dusun Manis : Ciroke yang terdiri dari 5 RT disebut juga RW 1
2. Dusun Pahing : Leuwihaur terdiri dari 5 RT disebut juga RW 2
3. Dusun Puhun : Cikancas Kulon terdiri dari 9 RT disebut juga RW 2

Desa Jatimulya memiliki banyak potensi desa yang dikembangkan diantaranya UMKM yang sudah berjalan bahkan pemasarannya pun sudah luas hingga keluar daerah bahkan keluar kota, seperti beberapa UMKM yang sudah berjalan di Desa Jatimulya diantaranya :

1. UMKM Kerupuk Dorokdok
2. UMKM Ikan Nila
3. Wisata Ayunan Pelangi
4. UMKM Kerajinan tangan
5. UMKM Pupuk Kompos
6. Makanan Olahan Ikan (Frozen)

Melihat pada potensi diatas sesungguhnya pengembangan UMKM ini penting untuk dilaksanakan. Namun hal ini tidak sejalan dengan kegiatan entrepreneurship yang dilaksanakan oleh para pengelola UMKM tersebut. Melihat saat ini potensi kunjungan masyarakat yang mulai meningkat yang berasal dari revitalisasi sungai dan pelebaran sungai aliran sungai cisanggarung yang membuat peran UMKM harus lebih bisa menunjukkan perannya. Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas.

Keberhasilan revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik (interesting), jadi bukan sekedar membuat *beautiful place*. Maksudnya, kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realms*). Sudah menjadi sebuah tuntutan yang logis, bahwa kegiatan perancangan dan pembangunan suatu kawasan untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjiwa (*place making*) dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik. Wahyudiono dan Soekiman, S (2019 : 64). Melihat hal ini artinya yang menjadi pusat perhatian ini adalah nilai lokal yaitu bisa saja kita membuat wisata air dimana masyarakat yang membuat usaha pada peternakan ikan di sekitar daerah aliran sungai cisanggarung dimana para pengunjung bisa langsung belajar dari sana.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Selain itu bisa juga membuat tempat makan, olahan ikan dan sebagainya dari hasil perikanan tersebut. Hal ini merupakan sebuah peluang yang harus diimplementasikan di Kawasan tersebut. Namun tantangan yang paling besar di lokasi ini adalah masih rendahnya SDM yang ada sehingga sulitnya mengembangkan UMKM atau dalam kata lain masih belum terdapat kreatifitas dalam pengembangan atau penciptaan produk UMKM.

METODE

Metode yang dilakukan pada pengabdian kali ini adalah dengan menggunakan Teknik partisipatif. Tahapan dalam menyelenggarakan program kegiatan bersama masyarakat dapat dilakukan dengan langkah-langkah yang terurai berikut ini. (Mikkelsen and Britha : 2003)

1. Tahapan identifikasi/ Asessment
Tahap identifikasi/assessment merupakan tahap yang paling kritis dalam suatu daur kegiatan program. Tahap ini sangat menentukan tahapan berikutnya. Untuk itu, tahap ini perlu dipersiapkan dengan baik dan matang, yang mungkin juga perlu melibatkan tenaga ahli atau pakar untuk melakukannya. Tahap ini disebut juga "Proses pengembangan proyek pada tahap dini" (Early Project Process) yang mencakup: identifikasi-persiapananalisa dan penilaian (appraisal). Kegiatan identifikasi "program" bukanlah suatu kegiatan diskret (terpisah) melainkan kegiatan yang berlangsung terus menerus (kontinyu). Demikian pula bukan peristiwa satu kali jadi, melainkan suatu perkembangan adaptif untuk menemukan apa yang baik dikerjakan pada tiap tahapan.
2. Tahap Perencanaan/ Desain Program
Perencanaan merupakan suatu proses atau kegiatan menyusun rencana kegiatan. Dengan demikian, rencana adalah segala hal yang belum dilakukan dan diharapkan akan dilakukan. Tahap perencanaan partisipatif diawali dengan kajian keadaan pedesaan secara partisipatif dan dilanjutkan dengan pelaksanaan rencana. Dalam pemberdayaan masyarakat, setiap proses perlu dilakukan monitoring dan evaluasi, perencanaan partisipatif tidak bisa berdiri sendiri tetapi harus melalui tahap proses yang berjalan terus menerus.
3. Menyusun Desain Program
Melakukan lokakarya dan mengidentifikasi pelaksanaan yang akan dilaksanakan. Selain itu kemudian Menyusun rencana kerja secara spesifik.
4. Tahap pelaksanaan dan Pemantauan
Pada umumnya, antara Tahapan Pelaksanaan dan Pemantauan tidak bisa dipisahkan, karena merupakan satu kesatuan kegiatan yang berjalan secara terus menerus untuk mencapai tujuan tertentu dan memantau apakah kegiatan yang dilakukan terarah pada tujuan yang ditetapkan. Hal ini sebagai suatu akibat pada orientasi program, yaitu orientasi yang lebih menekankan pada proses yang terjadi dalam mencapai keluaran yang diharapkan melalui input tertentu. Demikian juga halnya dengan "Evaluasi", mengingat bahwa "kegiatan pemantauan dan evaluasi" berjalan simultan dengan kegiatan pelaksanaan dan di dalam kegiatan pelaksanaan itu sendiri dan bersifat terus menerus walaupun dalam evaluasi ada interval waktu tertentu.
5. Tahap Evaluasi
Evaluasi dapat dilakukan secara periodik. Pada umumnya dilakukan secara triwulanan ataupun 6 bulanan yang bertujuan untuk mengkaji kemajuan dan perkembangan serta tingkat capaian kinerja sesuai dengan indikator yang ada. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat capaian program, permasalahan yang dihadapi, dan pemanfaatan sumberdana yang telah tersedia. Evaluasi dilakukan secara berjenjang mulai dari kelompok sasaran yaitu masyarakat sampai dengan jenjang atau tingkat selanjutnya dengan melibatkan berbagai pihak terkait yang terlibat. Dengan demikian akan diketahui dampak program yang telah dilaksanakan, sehingga dapat dijadikan rencana tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1.

Aktivitas Kegiatan Perencanaan, Pendampingan dan Evakuasi kegiatan pendampingan strategi Pengembangan Produk Desa Jatimulya

No	Uraian Aktivitas
1	 <p>Kegiatan pertemuan awal memperkenalkan mengenai strategi dalam pengembangan UMKM. Selain itu dikenalkan jenis-jenis usaha kreatif yang potensial sesuai dengan keadaan daerah. Kegiatan ini dilakukan pada Hari Sabtu Tanggal 5 Agustus 2023.</p>
2	 <p>Melakukan diskusi dengan pelaku UMKM dan karang taruna terkait perencanaan dan implementasi dari hasil materi yang didapat sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan pada Hari Minggu Tanggal 20 Agustus tahun 2023</p>
3	 <p>Evaluasi kegiatan dari hasil perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang telah disampaikan. Dilaksanakan pada Hari Sabtu 16 September 2023</p>
4	 <p>Presentasi dan pemaparan hasil kinerja selama satu bulan bersamaan dengan kegiatan evaluasi. Dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 16 September tahun 2023.</p>

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan strategi pengembangan UMKM dan kreatifitas yang dilakukan memerlukan persiapan dan pelaksanaan yang serius. Hal ini dikarenakan potensi di desa Jatimulya ini akan menjadi desa wisata dengan pelebaran Sungai sepanjang jalan. Hal ini sudah tentu akan mengundang para wisatawan baik lokal maupun nasional. Perlu adanya persiapan yang matang bagi para pelaku UMKM dalam rangka strategi bagi pengembangan serta peningkatan kreatifitas produk UMKM. Walaupun masih cukup banyak kekurangan dalam kegiatan ini, berikut adalah hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan :

1. Terdapat 3 UMKM yang mampu membuat desain produk yang lebih menarik dan ekonomis sehingga diharapkan akan lebih meningkatkan penjualan.
2. Terdapat 2 UMKM yang mampu memasarkan usahanya melalui digital marketing diantaranya adalah melalui Marketplace Facebook dan Shopee.
3. Peningkatan SDM bagi 30 UMKM yang hadir pada kegiatan seminar mengenai strategi pengembangan UKM dengan berlandaskan pada kreatifitas berbasis lokal.
4. Terdapat ide baru dari hasil pengembangan produk UMKM dari yang sudah ada menjadi lebih menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih banyak kepada Universitas Kuningan atas koordinasi dan bantuan anggaran PkM 2023. Selain itu kami ucapkan terima kasih banyak kepada Pemerintah Desa Jatimulya, karang taruna dan para pengelola setempat yang sudah sangat berperan aktif dalam pengabdian kali ini. Tak lupa rekan-rekan mahasiswa yang membantu terselenggaranya kegiatan pengabdian ini sampai selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, A dan Rusland, A.H. 2009. Peranan Bank Indonesia di Dalam Mendukung Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia
- Dorst, J. 1974. The Life of Birds. New York: Columbia University Press
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Mikkelsen, Britha, Metode Penelitian Partisipatoris dan UpayaUpaya Pemberdayaan Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2003.
- Nuryanti, Wiendu. (1993). Concept, Perspective and Challenges, Laporan Konperensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya. [Online] : <http://ejournal.unesa.ac.id/kajian-tentang-kesiapan-desa-margomulyo/2013>. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada
- Wahyudiono., Soekiman, S. 2019. Manajemen UMKM Meningkatkan Daya Saing Berbasis Kearifan Lokal. Surabaya : CV. Putra Media Nusantara
- William Visser. 2006. Teori Design Thinking. Oxman, 2017.