

PKM USAHA KREATIF ACRYLIK DI KABUPATEN PANGKEP

Safaruddin*, Andi Yusri

Program Studi Teknik Elektro, Universitas Fajar

*Email: safarmks69@gmail.com

Abstrak - Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara atau daerah, pertumbuhan UMKM di Sulawesi Selatan khususnya di Kabupaten Pangkep mencapai 1 juta pelaku UMKM, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis bertindak semakin unggul dan penyesuaian diri pelaku bisnis terhadap perkembangan keadaan mutlak diperlukan. Pada kegiatan PKM ini yang menjadi mitra adalah “47 Acrylic”. Kedua mitra UMKM tersebut bergerak pada bidang penawaran jasa. Mitra adalah 47 acrylic menawarkan jasa editing dan jasa pembuatan cendramata dengan memanfaatkan acrylic sebagai bahan utama. Permasalahan yang dialami mitra berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan oleh Tim PKM adalah peralatan yang digunakan masih manual, Manajemen Usaha yang belum profesional dan kurangnya strategi pemasaran. Adapun solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah (a) Memberikan sarana pada bidang produksi sehingga kelompok usaha dapat menambah variasi produk yang dihasilkan; (b) Memberikan pelatihan dan pendampingan perawatan alat produksi; (c) Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang manajemen usaha; dan (d) Pendampingan kemitraan secara berkala dalam mengembangkan usahanya; dengan metode pendekatan pelatihan operasionalisasi alat “pemotong acrylic (semi otomatis)”, agar UMKM mitra lebih lancar dalam mengoperasikan alat, Metode pelatihan dengan memproduksi berbagai macam bentuk pemanfaatan acrylic serta , Metode perluasan pemasaran produk acrylic, untuk meningkatkan permintaan dan mengimbangi peningkatan penawaran produk dan Metode Pendampingan, agar dalam proses penerapan PKM ini, mitra dapat berjalan sesuai dengan program PKM, secara tuntas.

Kata kunci : acrylic, manajemen, pemasaran

LATAR BELAKANG

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan wujud strategi ASEAN menjadi key player dalam global chain production dan memperkuat suara ASEAN dalam forum internasional agar mampu memetik manfaat dari setiap kerjasama ekonomi global. Kekuatan ekonomi Indonesia yang berpotensi untuk menghadapi persaingan MEA kelak adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berbasis kerakyatan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja sektor ini juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Dengan begitu besarnya potensi UKM di Indonesia seharusnya mampu untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat serta dapat

mengurangi tingkat pengangguran, apalagi diprediksi pada tahun berikutnya jumlah UKM di Indonesia akan terus bertambah dengan dukungan pemerintah, bank dan pelaku korporasi besar. Namun, hal yang patut disayangkan ialah persiapan pemerintah belum bersifat menyeluruh ke semua pelaku UMKM, hasil penelitian penulis di Sulsel membuktikan pangsa pasar pelaku UMKM masih berskala regional.

Dinas Koperasi dan UMKM Sulsel mencatat jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Sulsel saat ini mencapai 1 juta (4/4/2018), Karena semakin banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah, maka mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang membuat pelaku bisnis bertindak semakin unggul dan membuat pengusaha mencari kiat-kiat yang tepat agar mampu bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu, penyesuaian diri pelaku bisnis

terhadap perkembangan keadaan mutlak diperlukan.

Mengembangkan strategi pemasaran yang tepat bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, maka dari itu diperlukan dukungan dari semua karyawan. Untuk mencapai strategi pemasaran kompetitif yang efektif, pelaku bisnis harus memperoleh informasi mengenai para pesaingnya dan secara terus menerus mampu membandingkan antara produk, harga, saluran distribusi dan promosinya dengan pesaing yang terdekat (Mandailina, *et al.*, 2019) Dengan cara ini, maka pelaku bisnis dapat menemukan bidang yang memiliki keunggulan dan kelemahan kompetitif. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, membedakan penerapan strategi pemasaran merupakan suatu keharusan. Keunggulan dasar yang diperoleh perusahaan ketika mampu menerapkan strategi pemasaran adalah dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan pembelanjaan organisasi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara atau daerah. Meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa jauh, namun jumlah UMKM sangat besar dan sumbangan yang diberikan selama ini baik bagi masyarakat maupun Negara dapat dirasakan hasilnya. Peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Terdapat tiga alasan yang mendasari Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM yaitu, Pertama karena UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Kedua, karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Ketiga, karena UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar.

Pada kegiatan PKM ini yang menjadi mitra adalah “47 Akrilik”. UMKM tersebut bergerak pada bidang penawaran jasa. Mitra

“47 akrilik” menawarkan jasa editing dan jasa pembuatan cendramata dengan memanfaatkan akrilik sebagai bahan utama. Kerajinan ini berupa bunga dan hiasan-hiasan lainnya.

Semakin pesatnya pertumbuhan UMKM sejenis menjadi pesaing kedua mitra, Berdasarkan hasil wawancara tim PKM dengan kedua mitra terdapat beberapa masalah yang dihadapi adalah peralatan yang digunakan masih manual, sehingga tidak bisa mengembangkan variasi produk, Manajemen Usaha yang belum profesional sehingga tidak dapat mengembangkan pemasaran, Belum adanya sistem informasi keuangan yang menggambarkan usaha sehingga manajemen tidak dapat melakukan evaluasi kinerjanya apakah usaha tersebut sudah berkembang atau stagnan dan kurangnya strategi pemasaran.

Permasalahan kedua mitra berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan oleh Tim PKM diketahui bahwa terdapat beberapa kelemahan yang dihadapi mitra diantaranya peralatan yang digunakan masih manual, sehingga tidak bisa mengembangkan variasi produk, Manajemen Usaha yang belum profesional sehingga manajemen tidak dapat melakukan evaluasi kinerjanya apakah usaha tersebut sudah berkembang atau stagnan dan kurangnya strategi pemasaran.

Meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas dan kuantitas suatu produk, mendorong para produsen UMKM untuk mempercepat proses produksi serta mutu barang produksi (Suzantry, *et al.*, 2020). Percepatan proses produksi bersumber dari faktor peralatan yang digunakan, Alat produksi yang berkualitas adalah suatu subyek produksi yang cocok pada proses produksi. Kualitas produk merupakan keseluruhan karakteristik produk atau jasa dari rancangan sampai pengiriman produk tersebut ke pelanggan sesuai dengan diharapkan dimana pada proses produksi mitra masih dilakukan secara manual dengan alat yang sederhana. Kelemahannya

adalah waktu yang dibutuhkan untuk proses produksi lama sedangkan hasilnya juga sedikit, produk yang dihasilkan tidak presisi karena menggunakan sistem “kira-kira”. Hal tersebut menyebabkan kualitas dan kuantitas produk tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Disamping itu, pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal UMKM, agar UMKM benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi “controlling tools”, dalam perjalanannya, bisnis yang dijalankan berada dalam line yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan.

Strategi pemasaran juga menjadi perhatian permasalahan mitra, teknik pemasaran yang dilakukan selama ini hanya mengandalkan promosi lewat teman-teman sebaya atau dari mulut-kemulut. Maka dari itu, dengan kegiatan PKM ini akan dilakukan upaya perluasan pemasaran produk.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan PKM ini, metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh mitra adalah dengan cara kegiatan partisipatif aktif antara tim pengusul dengan mitra, Tim pengusul sebagai pengendali program berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala kepada para mitra dengan cara koordinasi intens. adapun rincian metode yang akan diterapkan adalah :

- a. Metode pelatihan operasionalisasi alat “pemotong acrylik (semi otomatis)” agar UMKM mitra lebih lancar dalam mengoperasikan alat;
- b. Metode pelatihan dan demonstrasi dengan memproduksi berbagai macam bentuk pemanfaatan. Metode ini digunakan untuk

memperagakan tata cara kerja (Ratnawuri & Nurul, 2019).

- c. Metode perluasan pemasaran produk acrylik untuk meningkatkan permintaan dan mengimbangi peningkatan penawaran produk.;
- d. Metode Pendampingan, agar dalam proses penerapan PKM ini, mitra dapat berjalan sesuai dengan program PKM, secara tuntas.

Pelaksanaan kegiatan PKM yang telah disepakati bersama antara TIM PKM Universitas Cokroaminoto dan UMKM Mitra adalah sebagai berikut:

- a. Koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Makassar. Hal ini diperlukan, agar pasca kegiatan pelatihan dan pendampingan selesai, dinas terkait tersebut yang akan membantu mengembangkan pasar produk dan penggunaan jasa mitra;
- b. Pengadaan sarana berupa alat “pemotong acrylik”.
- c. Pelatihan pengoperasian alat “pemotong acrylik serta pemanfaatannya dalam produksi;
- d. Pendampingan, terutama dalam hal pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa teknologi yang akan diterapkan kepada mitra UMKM sasaran dalam rangka penyelesaian masalah berikut:

- a. pengadaan sarana produksi berupa alat “pemotong acrylik (semi otomatis)” untuk menujung produksi kedua mitra
- b. pelatihan pengoperasian dan pendampingan perawatan alat “pemotong acrylik (semi otomatis)” agar mitra mampu mengoperasikan alat;
- c. Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang manajemen usaha, sehingga kelompok usaha mampu menyusun rencana

strategi pengembangan usaha.

- d. Melakukan pendampingan kepada kedua mitra, agar mitra lebih mandiri dalam perancangan strategi pemasaran

Target luaran yang diharapkan pada kegiatan PKM ini diuraikan sebagai berikut:

- a. Sarana produksi berupa alat “pemotong acrylik (semi otomatis)”.
- b. Kemandirian sumberdaya manusia yang terampil dalam mengoperasikan alat “pemotong acrylik (semi otomatis)”.
- c. Manajemen usaha yang baik dan terukur; sehingga dapat melakukan evaluasi kinerja setiap bulan.
- d. Terjadinya perluasan pangsa pasar dengan terbentuknya kerjasama diantara para pengusaha dan adanya jaringan pemasaran dengan membuat web di media elektronik.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan pembekalan warga dengan praktek pembuatan aksesoris dari bahan acrylick, dapat direspon dengan baik oleh warga masyarakat. Sehingga diharapkan jika aksesoris *handmade* untuk hijab dari bahan acrylick tersebut dijual, akan dapat menambah pendapatan keluarga.

Selain itu, masyarakat yakin bahwa keterampilan yang diperoleh setelah mengikuti kegiatan ini dapat diterapkan dan dimanfaatkan langsung setelah mengikuti kegiatan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan pada akhirnya dapat menjadi sumber penghasilan.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini antara lain menyatakan kesediaan untuk menyiapkan tempat dan memfasilitasi terkait penggunaan peralatan yang ada. Selain itu bersedia untuk mengikuti kegiatan secara aktif selama berlangsungnya kegiatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan yang dilakukan berupa observasi, brainstorming dan diskusi, upaya perbaikan produk (kemasan, inovasi), pengoperasian mesin penyangrai, pemilihan

pasar potensial serta cara pemasaran produk, dan penerapan manajemen pemasaran.

Perlu dilanjutkan dengan pelatihan mengenai pemasaran yang lebih memadai seperti mengenalkan *e-commerce* atau *market place* dan mengenalkan *social media* sebagai sarana pemasaran. Selain itu, diharapkan agar lurah setempat dapat memfasilitasi warganya ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Mandailina, V., Syaharuddin, Abdillah, Pramita, D. & Sirajuddin. (2019). Kerajinan Bunga Akrilik Sebagai Bahan Muatan Lokal Bagi Siswa MTs Shohiburrahman Lombok Tengah. *JPMB J. Pemberdaya. Masy. Berkarakter*. 2(1), 29–34.
- Ratnawuri, T. & Nurul, F. (2019). Pengembangan Entrepreneurship Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Akrilik. *Jurnal Masyarakat Mandiri*. 3(2), 156.
- Suzantry, Y.H., Adhadi, K & Fitriliana. (2020). Pelatihan Pembuatan Lampu Hias Akrilik 3D Led Untuk Meningkatkan Pendapatan Bagi Pemuda Tuna Karya di Kota Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Lancang Kuning*. pp. 45–50.