

PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT MELALUI KERAJINAN BOSSARA DI
DESA BONTO RAJA KECAMATAN GANTARANG KABUPATEN BULUKUMBA

Indrayani Nur*¹, Munawar Yantahin², H. I Nyoman Mariantah³

^{1,2,3} Universitas Bosowa

Email: indrayani.nur@universitasbososwa.ac.id, munawar.yantahin@universitasbososwa.ac.id,
hi.nyomanmariantha@universitasbososwa.ac.id

ABSTRAK

Desa Bontoraja merupakan salah satu dalam wilayah Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba. Dengan luas wilayah Desa Bontoraja 9.7 km kepadatan penduduk mencapai 3.899 jiwa penduduk tetap. Dengan jumlah wajib pilih 2.875 orang namun dari keluasan yang begitu potensial saat ini masih banyak sumber daya alam berpotensi belum digali. Letak geografis Desa Bontoraja berada di wilayah barat kabupaten Bulukumba pada lingkungan 750 M dari permukaan laut. Keseharian masyarakat Desa Bontoraja yaitu bercocok tanam bertani, berkebun, beternak sapi, ayam, buruh bangunan serta berdagang lainnya. Mengingat keadaan wilayah sebahagian persawahan dan perkebunan 75% dari luas wilayah Desa Bontoraja dan selebihnya 25% untuk perumahan dan lahan lainnya. Masyarakat umumnya sudah aktif mengelolah lahan pertanian dan perkebunan dengan menanam padi, coklat, cengkeh dan merica dengan menggunakan cara yang masih tradisional. Namun seutuhnya hasil panen belum ditemukan harga yang sebanding dengan pekerjaan tersebut. Kendala utamanya adalah naik turunnya harga perdagangan tanaman padi terutama pada saat panen raya. Demikian juga harga cengkeh dan coklat yang sering turun drastis sementara yang tinggi kadang-kadang tidak mampu bertahan lama sehingga banyak yang belum sempat menjual turun harga lagi. Jarak pusat desa dengan ibu kota kabupaten yang dapat ditempuh melalui perjalanan darat kurang lebih 20 km. Kondisi prasarana jalan poros desa yang masih berupa konstruksi lapen dengan kondisi aspal waktu tempuh menggunakan kendaraan bermotor mencapai kurang lebih 30 menit. Sedangkan jarak pusat desa dengan ibu kota kecamatan yang dapat ditempuh melalui perjalanan darat kurang lebih 15 km. Kabupaten Bulukumba terletak di bagian selatan Provinsi Sulawesi Selatan dengan jarak kira-kira 150 km dari kota Makassar ke arah selatan. Secara umum luas Bulukumba 1.154,67 km² yang terdiri dari 10 kecamatan dan 27 kelurahan serta 109 desa/kelurahan. Dan jumlah penduduk kabupaten Bulukumba 394.757 jiwa. Desa Bontoraja adalah salah satu Desa di Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba yang memiliki potensi yang bisa dikembangkan yaitu pengembangan kewirausahaan melalui pelatihan pembuatan Bossara yang dikembangkan oleh kelompok masyarakat. Pembuatan Bossara ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan masyarakat yang akan memberikan nilai tambah untuk meningkatkan pendapatan bagi masyarakat di desa Bontoraja.

Kata Kunci: Peningkatan, Pendapatan, Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Penguatan UMKM pada aspek pemasaran hakekatnya adalah bagaimana produk yang dihasilkan disukai oleh konsumen yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan usaha. Aspek pemasaran dilingkupi oleh lingkungan yang mempengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti konsumen dan pesaing. UMKM memerlukan kreativitas dan inovasi untuk dapat mengantisipasi perubahan selera konsumen dan pesaing. Keberhasilan dan pertumbuhan usaha akan sangat tergantung kepada kemampuan mengadakan penyesuaian secara dinamis terhadap kondisi tersebut. Konsumen umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka.

Pada dasarnya masih banyak potensi lokal yang belum bisa dimanfaatkan oleh masyarakat yang memiliki peluang bisnis yang baik. Kelompok Usaha Bersama dibentuk sebagai wadah berkumpulnya ibu-ibu rumah tangga yang berada di Desa Bontoraja Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba salah satunya adalah produk pembuatan Bossara.

Desa Bontoraja adalah salah satu Desa di Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba yang memiliki potensi yang bisa dikembangkan yaitu pengembangan kewirausahaan melalui pelatihan pembuatan Bossara yang dikembangkan oleh kelompok

masyarakat. Pembuatan Bossara ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan masyarakat yang akan memberikan nilai tambah untuk meningkatkan pendapatan bagi masyarakat di desa bontoraja.

Berdasarkan latar belakang diatas maka pengembangan kewirausahaan di desa Bontoraja kecamatan Gantarang kabupaten Bulukumba perlu dikembangkan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu dalam pengembangan kewirausahaan di desa Bontoraja tidak terlepas dari penciptaan budaya kewirausahaan melalui penerapan pola pikir, sikap dan orientasi kewirausahaan melalui pelatihan di bidang kewirausahaan, pemasaran dan tata kelola keuangan dan melakukan pendampingan dalam membuat Bossara (kerajinan) di desa bontoraja kecamatan Gantarang kabupaten Bulukumba. Dengan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan diharapkan agar masyarakat dapat meningkatkan keterampilannya sehingga dapat meningkatkan taraf hidupnya secara berkelanjutan. Hal ini adalah sangat penting dalam program pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan kewirausahaan di Desa Bontoraja Kabupaten Bulukumba. Sehubungan dengan hal tersebut, keberadaan pihak perguruan tinggi (Universitas Bosowa Makassar) terhadap lingkungan adalah pemberdayaan masyarakat kelompok pengrajin Bossara dengan melakukan berbagai inovasi dalam meningkatkan pendapatan

masyarakat.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1) Aspek Manajemen.

Sebelum kegiatan dilaksanakan beberapa pelatihan telah diikuti mitra yang diselenggarakan oleh beberapa instansi. Berdasarkan diskusi Mitra dapat memahami manajemen keuangan.

Indikator memahami adalah mitra telah memisahkan keuangan usaha dan keuangan keluarga serta membuat neraca keuangan. Mitra cukup antusias dan berminat melakukan akses perbankan, untuk mendapatkan tambahan modal.

Awalnya mitra belum membuat neraca keuangan, dengan alasan belum sempat dan perputaran keuangan relatif kecil. Dengan pembinaan secara kekeluargaan dan menyampaikan peranan adanya neraca keuangan untuk melakukan refleksi dan evaluasi terhadap usaha yang dijalankan. Dengan pembinaan secara kontinu, mitra mau dan dapat membuat laporan atau neraca keuangan.

2) Kemasan Produk.

Pada saat kegiatan dilaksanakan mitra telah memiliki beberapa jenis produk yaitu produk bossara. Produk tersebut telah memasuki beberapa swalayan yang ada di Kabupaten

Bulukmba seperti supermarket di pusat perbelanjaan .

3) Pemasaran produk

Pada strategi pemasaran mitra masih melakukan strategi yang sederhana. Selain memasukkan produk ke swalayan, mitra juga menerima pesanan secara individu yang datang langsung ke mitra. Melalui pameranpameran juga menjadi pilihan dari mitra untuk memasarkan produknya. Saat ini pemasaran melalui online belum ada. Namun tim optimis kedepan pemasaran melalui online akan mungkin untuk dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perubahan Paradigma berpikir Masyarakat akan pentingnya Pelatihan / Pendampingan Produk Bossara yang diberikan masyarakat khususnya bagi kelompok Ibu-Ibu PKK Kelompok Anggrek dan menambah pengetahuan serta keterampilan bagi masyarakat dalam menunjang perekonomian bagi keluarga dan dapat meningkatkan kapasitas dalam memproduksi produk Bossara tersebut.



Gambar 1.1 pelatihan/pendampingan Bossara
2. Peningkatan Kemampuan Pemasaran Produk Termasuk Pemasaran Online

Bertambahnya pengetahuan dan keterampilan bagi Ibu-Ibu PKK kelompok Angrek diharapkan produk Bossara ini semakin dikenal oleh masyarakat bukan hanya pemasarannya di Wilayah Kabupaten Bulukumba saja akan tetapi sudah terkenal melalui pemasaran secara online Via Whatshap, Facebook dan media sosial lainnya diseluruh wilayah diIndonesia berkat adanya pelatihan dan pendampingan kewirausahaan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.



Gambar 1.2 : Pelatihan Pemasaran

3. Peningkatan kemampuan dalam Tata kelola Keuangan Usaha.

Dalam Pelatihan/Pendampingan manajemen keuangan diharapkan Ibu-Ibu PKK Kelompok Angrek dapat memahami tentang pencatatan, pengarsipan, dan penyimpanan data dan mampu membuat laporan keuangan terkait dengan penjualan Produk Bossara dan mampu membedakan keuangan usaha dan keuangan keluarga.



Gambar 1.3 : Pelatihan Manajemen Keuangan

4. KESIMPULAN

1. Sebelum Tim Pengabdian melaksanakan Pelatihan Pemasaran Pada Ibu-Ibu PKK Kelompok Angrek Didesa Bontoraja Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba belum mengetahui sistem pemasaran Online masih menggunakan pemasaran secara manual, Akan tetapi setelah dilaksanakan Pelatihan/Pendampingan oleh Tim Pengabdian maka Ibu-Ibu PKK Kelompok Angrek sudah memahami dan mengetahui sistem pemasaran secara Online dalam meningkatkan omzet penjualan Produk Bossara tersebut.
2. Memberikan Pelatihan dan Pendampingan tentang Manajemen Usaha/tata kelola keuangan agar Mitra mengetahui dan memahami tentang pencatatan, pengarsipan dan pengelolaan data keuangan dalam mampu membedakan keuangan usaha dan keuangan keluarga dalam menunjang perekonomian.
3. Pentingnya Teknologi informasi baik dalam pemasaran, produksi, keuangan, dan bisnis lainnya karena faktor inilah yang sangat menunjang dalam hal perkembangan kewirausahaan di

Indonesia.

5. DAFTAR PUSTAKA

Astawa,LP Mertha,2006 Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia, Orientasi pasar dan kinerja usaha kecil dan menengah (studi kasus pada industri dan ukiran kayu Kabupaten Gianyar Bali) Tesis Universitas Brawijaya Malang.

Daulay, Harmona,2006. Pemberdayaan Perempuan Studi kasus Pedagang Jamu digeding Johor Medan.Jurnal Harmoni Sosial,Volume 1 Nomor 1 September 2006.

Haeruddin dan Indrayani Nur,2017. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Potensi Hasil Perikanan Di Kabupaten Pangkep(Usaha Bolu Kambu Di Kec.Sigeri) Prosiding Sindhar III Seminar Nasional Desiminasi Hasil Riset dan Pengabdian Masyarakat ,Vol.3 September 2017

Manajemen Millenium
Edition,Prentice Hall.

Novian,Budhy.2010 Sekilas Tentang Pemberdayaan Perempuan.Artikel Sanggar Kegiatan Belajar Kota Pangkal Pinang,Kepulauan Bangka Belitung.

Vitalaya,aida,2000. Tantangan dan Prospek Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Otonomi Daerah. Dalam Prociding Seminar Pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat madani,Bogor,25.26

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Volume 31 Nomor 3 Juli-September 2016. *Kotler,philip,2005 Marketi*

