

Pendampingan Pengembangan Usaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah "Baso Aci Cingcay Radja Rasa" di Kecamatan Rancaekek

Dadan Hamdani
Universitas Koperasi Indonesia
dadanhamdani@ikopin.ac.id

ABSTRAK

Pengelola usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pihak yang berperan dalam memajukan ekonomi masyarakat. Namun demikian para pengelola masih menghadapi beberapa kendala dan memiliki beberapa kekurangan di mana pengelola tidak sepenuhnya memahami manajemen bisnis. Oleh karena itu, untuk berperan aktif dalam pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi salah satunya adalah dengan menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Bentuk aktivitas pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam kesempatan ini yaitu pendampingan dalam pengembangan usaha bagi pelaku usaha "Baso Aci Cingcay Radja Rasa" di Rancaekek Kabupaten Bandung. Salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha. Upaya mencapai tujuan tersebut adalah dengan menggelar diskusi antara narasumber dan pelaku usaha. *Output* dari pengembangan usaha dan pendampingan bagi UMKM adalah adanya penambahan wawasan mengenai ilmu bisnis yang dapat mendukung pengembangan bisnis selanjutnya agar usaha ini dapat berkembang pesat dan bertahan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Pendampingan, Pengembangan Usaha, UMKM

ABSTRACT

Managers of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the parties that play a role in advancing the community's economy, but there are still some deficiencies or they do not understand business management. Therefore, community service through the implementation of business development and assistance for business actors "Baso Aci Cingcay Radja Rasa" in Rancaekek is to increase understanding and discussion between resource persons and business actors. The output of business development and assistance for MSMEs is the addition of insight into business knowledge and discussion regarding the follow-up of further business development, namely that the business will grow rapidly in the long term.

Keywords: Assistance, Business Development, MSMEs

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan terutama pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) perlu mengimplementasikan manajemen bisnis (produksi, pemasaran, sumberdaya manusia, keuangan, akuntansi dan komunikasi) yang baik, agar mampu meningkatkan efisiensi, dapat memproduksi

produk yang berkualitas dan meningkatkan produktivitas. Kondisi UMKM saat ini masih banyak dipersepsi oleh calon konsumen sebagai pelaku usaha yang tidak dapat menyediakan produk yang berkualitas. Persepsi negatif calon konsumen terhadap suatu produk tersebut akan berdampak pada kepada kemampuan pelaku usaha untuk dapat

bersaing dalam bisnisnya bahkan untuk memenangkan persaingan tersebut.

Salah satu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah produsen “Baso Aci Cingcay Radja Rasa” di Rancaekek. Pada awalnya pada tahun 2017 usaha ini merupakan usaha warungan biasa, dijual dari rumah ke rumah dan dikelola oleh rumah tangga. Seiring dengan waktu, usaha ini terus berkembang yaitu pada tahun 2022, produksi perharinya sudah mencapai 2000 pcs, dengan harga Rp10.000,00. Pencapaian omzet sebesar Rp4.800.000,00 tercapai dalam satu tahun. Pelaku usaha “Baso Aci Cingcay Radja Rasa” memproduksi lima (5) varian yaitu Baso aci original, Cewol, Tulang Rangu, Geprek, Cuanki dan Seblak. Pemilik usaha ini melakukan pemasaran secara *online* dan tidak dilakukan pemasaran langsung ataupun secara tatap muka (*face to face*). Kegiatan usaha ini meningkat pada masa pandemi Covid-19. Wabah ini bagi pengusaha “Baso aci Cingcay Radja Rasa” ternyata membuka peluang usaha sehingga dapat mencapai omzet tersebut.

Segmen pasar “Baso Aci Cingcay Radja Rasa”, adalah remaja (siswa SMP dan SMA) dengan sebaran wilayah di antaranya Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Sulawesi. Segmen pasar mempersepsi Baso Aci sebagai produk yang berkualitas. Persepsi yang dibangun para konsumen selama ini adalah pengelola dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Pelanggan puas maka bisnis “Baso Aci Cingcay Radja Rasa” akan menghasilkan penjualan yang meningkat.

Pada umumnya UMKM memiliki kelemahan manajemen, termasuk UMKM yang terdapat

di Rancaekek ini yaitu kelemahan manajemen produksi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, akuntansi dan komunikasi bisnis sehingga perlu dikembangkan wawasannya dan didampingi dalam pengelolaan usahanya. Untuk dapat terus mempertahankan dan meningkatkan usahanya, pelaku usaha “Baso Aci Cingcay Radja Rasa” berkomunikasi dengan penulis untuk berdiskusi, konsultasi dan mendapatkan pendampingan.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam pendampingan untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dipilih metode yang paling tepat yang disesuaikan dengan kondisi pelaku usaha yaitu orang dewasa yang sudah memiliki pengalaman tentang berusaha sebagai pengusaha mikro, yang telah menghadapi permasalahan dan memecahkan permasalahan untuk menjadi UMKM yang mandiri, tangguh sehingga memiliki *bargaining position* yang tinggi.

Urutan aktivitas pendampingan dan pengembangan usaha yang dilakukan adalah:

1. Pembekalan kepada tim yang akan melakukan pendampingan dalam pengembangan usaha.
2. Diskusi dengan pelaku usaha
3. Menetapkan hasil pengembangan dan pendampingan
4. Menentukan langkah selanjutnya.

Untuk menunjang efektivitas kegiatan ini, beberapa media digunakan seperti alat tulis, meja, kursi dan alat yang lain. Kegiatan ini dilaksanakan secara *offline* di Komplek Griya Jl. Alba II 37 Desa Rancaekek Wetan Kec. Rancaekek Kab. Bandung Jawa Barat.



Gambar 1
Pembekalan Pengembangan dan Pendampingan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembekalan kepada mahasiswa yang akan melakukan pendampingan untuk pengembangan diberikan di ruang kelas Ikopin *University*. Materi yang disampaikan berkaitan dengan mengembangkan tingkat volume penjualan, segmen pasar dan *second line* untuk omset meningkat dalam jangka Panjang.

Diskusi dilakukan secara santai diselingi dengan humor, cerita lucu. Tema yang didiskusikan berkaitan dengan kasus-kasus yang dialami pelaku usaha, kemudian dibandingkan dengan teori sebagai rujukan dan dicari *best practicenya*.

Profil dari usaha ini adalah “Baso Aci Cingcay Radja Rasa” dimulai pada tahu 2017, dengan niat sekedar iseng membuka warung baso aci, terus berkembang tiap tahun maka pada akhirnya pada tahun 2022 omzetnya menembus seperti perhitungan berikut:

1. Produksi perhari kurang lebih 2000 pcs.
2. Harga jual Rp. 10.000,-

3. Satu minggu lima hari kerja (5 X Rp 2000)
4. Satu tahun (52 minggu X 4 X 2000 X Rp. 10.000.) = Rp4.800.000.000,00
5. Dikerjakan oleh sembilan (9) orang (Bapak, Ibu, ke tiga putra putrinya ditambah tetangga)

Varian Baso Aci Cingcay yang diproduksi terdiri dari:

1. Original
2. Cewol
3. Tulang Rangu
4. Geprek
5. Cuanki
6. Seblak

Dari hasil diskusi di tempat, maka dapat disimpulkan perlunya *diversifikasi produk*, pemasaran yang lebih luas, produksi, SDM, keuangan, akuntansi dan komunikasi.

Pendampingan dan pengembangan kepada pelaku usaha ini akan terus dilakukan oleh mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia tingkat akhir.



Gambar 2
Proses Pembuatan Baso Aci



Gambar 3
Proses Topping



Gambar 4
Proses Packaging

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan Pengembangan dan Pendampingan bagi pelaku usaha sangat diperlukan karena salah satunya pelaku usaha UMKM sangat kurang dalam manajemen bisnisnya, maka diterapkan pada usaha mikro kecil yang lainnya.

Saran

Perlu dilakukan Bimtek untuk menjelaskan tentang *diversifikasi produk*, pemasaran,

produksi, SDM, keuangan, akuntansi dan komunikasi.

BIBLIOGRAFI

Buhchari Alma, 1992. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sucipto Solihin, 2004, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

