



Pelatihan Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan Pemilik UMKM Rotan Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo

Elia Ardyan¹, Ari Susanti²✉

Manajemen, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia¹

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia²

E-mail: elia.ardyan@ciputra.ac.id¹, santisties@gmail.com²

Abstrak

Masyarakat Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo menjadi pusat untuk industri rotan di Kabupaten Sukoharjo. Produk yang dihasilkan menggunakan bahan utama rotan dan telah lama menjadi sumber pendapatan dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat. Sejalan waktu banyak persaingan yang terjadi terutama adanya produk-produk yang berasal dari bahan selain rotan, sehingga diperlukannya peningkatan pemasaran yang mampu bersaing dengan produk lainnya. Selain itu diperlukan juga pengelolaan keuangan yang mampu dimiliki oleh pemilik UMKM Rotan. Pengelolaan keuangan yang masih menjadi satu antara keuangan UKM dan pribadi membuat para pelaku masih menjalankan usaha tanpa membedakan sistem keuangannya. Metode pelaksanaannya adalah awalnya dilakukan komunikasi dengan pihak Forum Kluster Rotan untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan dalam pelaksanaan pelatihan adalah dilakukan presentasi materi oleh tim pengabdian diikuti peserta pelatihan terdapat 22 peserta yang terdiri dari UMKM Rotan Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo (baik dari anggota kluster maupun dari anggota Koperasi). Hasil dari pelaksanaan pengabdian ini adalah pemahaman tentang strategi pemasaran produk dan akan melakukan pemisahan keuangan antara UMKM dan pribadi. Serta harapan pelaku UKM adanya pendampingan dan pelatihan selanjutnya tentang pemasaran secara *online*.

Kata kunci: rotan, pemasaran, pengelolaan keuangan

Abstract

The people of Trangsan Village, Gatak District, Sukoharjo Regency are the center for the rattan industry in Sukoharjo Regency. The products produced use the main ingredient of rattan and have long been a source of income and increased welfare for the community. Over time, there has been a lot of competition, especially products originating from materials other than rattan, so there is a need for increased marketing that is able to compete with other products. In addition, it also requires financial management that can be owned by the owner of UMKM Rattan. Financial management which is still one between MSMEs and personal finance makes actors still run businesses without distinguishing their financial system. The method of implementation is initially carried out communication with the Rattan Cluster Forum to find out the desired needs in the implementation of the training. members of the cooperative). The result of the implementation of this service is an understanding of product marketing strategies and will separate finances between MSMEs and individuals. As well as the hope of SMEs for further assistance and training on online marketing.

Keywords: rattan, marketing, financial management

Copyright (c) 2021 Elia Ardyan, Ari Susanti

✉ Corresponding author

Address : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Email : santisties@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.290>

ISSN 2721- 9224 (Media Cetak)

ISSN 2721- 9216 (Media Online)

PENDAHULUAN

Perkembangan industri rotan di Desa Trangsan sudah dimulai sejak 1927. Mulanya pekerjaan bersifat sampingan yang membuat anyaman bambu menjadi satu kerajinan. Namun sebagian besar memang masyarakatnya lebih banyak memiliki mata pencaharian sebagai petani. Perkembangan desa tersebut sangat pesat sehingga pada akhirnya masyarakat memulai untuk mengembangkan rotan menjadi produk yang dapat bermanfaat sehingga tidak hanya dijual belikan di dalam negeri namun berkembang sampai dengan skala internasional (Sumarno, 2012).

Perkembangan industri rotan yang sangat pesat maka dengan adanya SK Bupati Sukoharjo No. 410.05/1006/2015 tentang Pembentukan Tim Koordinasi Desa Wisata Rotan Trangsan Ds. Trangsan, Kec. Gatak, Kab. Sukoharjo. Terbentuknya forum yang fokus pada pengelolaannya sehingga dibentuklah Forum Rembuk Klaster Rotan Desa Trangsan dan Koperasi sebagai organisasi yang menghimpun UKM-UKM yang bergerak dibidang industri rotan. Forum dan koperasi tersebut dibentuk sebagai upaya dalam komunikasi antara pengrajin baik untuk perkembangan usahanya, untuk kebijakan, atau permasalahan-permasalahan yang dialami selama menjalankan usaha. Masyarakat Desa Trangsan kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo telah dikenal menjadi pusat *furniture* dan menghasilkan berbagai jenis produk yang berbahan baku rotan. Dalam mendukung perkembangannya maka pemerintah memperbaiki infrastruktur yang seperti jalan utama, jalan

kampung, *showroom* dan saluran irigasi dan adanya pendampingan sadar wisata (Pokdarwis).

Produk yang telah dihasilkan berupa meja, kursi tamu, kursi makan, kursi santai, meja kursi teras, vas bunga, boncengan sepeda, dan lain-lain. Produk-produk tersebut menggunakan bahan utama rotan. Kerajinan rotan yang dikembangkan tidak hanya dalam pabrik saja namun bisa menciptakan lapangan pekerjaan yang sebagian besar dikerjakan pada industri rumahan oleh masyarakat di Desa Trangsan. Industri rotan di Desa Trangsan ini merupakan proses menciptakan kegiatan perekonomian yang sangat berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan tersebut juga dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menciptakan lapangan kerja dalam membangun perekonomian.

Industri rotan yang ada di Desa Trangsan awalnya berjumlah 450 namun karena beberapa masalah yang terjadi semenjak krisis ekonomi tahun 1997 maka saat ini menjadi sekitar 300 UKM yang masih mampu bertahan. UKM yang mampu bertahan memproduksi berbagai jenis mebel, seperti kursi, meja, lemari, sketsel, perabotan rumah, dan sebagainya, yang termasuk ke dalam kategori skala menengah atas, menengah 20 unit usaha, sedangkan selebihnya adalah dalam skala kecil dan mikro. Perkembangan terkini pengrajin rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo, kini hanya tinggal terdapat 120 pengusaha yang aktif (Rejeki, 2012).

Persaingan yang semakin banyak dan dampak krisis moneter membuat usaha pada industri rotan mengalami penurunan. Dan perkembangan dalam hal pemasaran dan

pengelolaan keuangan mengalami permasalahan. Saat ini masih ada beberapa yang mampu bertahan dalam skala kecil dan menengah, namun ada juga yang berskala besar masih berjalan.

Menjalankan UMKM pada industri rotan harus memperhatikan bagaimana cara pemasarannya dan bagaimana pengelolaan dan literasi keuangannya. Pemasaran UKM berfokus pada bagaimana mendorong kinerja pasar. Misalnya, literatur sering membahas kapabilitas pemasaran seperti intensitas periklanan (García, Avella, & Fernández, 2012), inovasi pemasaran (Lewandowska, Szymura-Tyc, & Golebiowski, 2016), nilai merek (Sharma, Davcik, & Pillai, 2016).

Selanjutnya membahas tentang literasi keuangan harus mencerminkan kemampuan orang untuk memahami informasi keuangan dan menggunakannya dengan terampil dan percaya diri. Perencanaan tujuan dan target keuangan dalam pengelolaan dan memutuskan untuk dapat menggunakan dana yang dimiliki dengan menerapkan prinsip finansial dengan sebaik-baiknya (Humaira & Sagoro, 2018). Harus dipahami dengan baik sebagai kombinasi antara pengetahuan, sikap, dan perilaku. Perilaku keuangan dipengaruhi oleh keterampilan, pengetahuan keuangan aktual dan pengetahuan keuangan yang dirasakan (terkait dengan kepercayaan diri).

Literasi keuangan belum dikonseptualisasikan dalam penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat sehingga literasi keuangan dalam pengabdian yang dilakukan adalah untuk membuka wawasan tentang

pengetahuan keuangan aktual, sikap keuangan dan pengetahuan keuangan pemilik UMKM yang ada.

Pengabdian ini diadakan untuk pemilik UMKM rotan yang berskala menengah dan kecil yang bertujuan untuk menambah wawasan akan pentingnya strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang baik sehingga mampu bertahan dalam menjalankan usahanya.

METODE

Metode yang digunakan pada saat pengabdian adalah sebelum melakukan pengabdian pada masyarakat di Pemilik UMKM Rotan maka, kami melakukan komunikasi dengan Ketua Forum Kluster UMKM Rotan, hasil wawancara yang dilakukan adalah strategi pemasaran yang dilakukan mengalami penurunan dan pengelolaan keuangan yang dilakukan masih sangat sederhana bahkan pengelolaan keuangan yang dilakukan masih tidak dipisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi.

Permintaan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran dan memberikan pengetahuan keuangan kepada pemilik UMKM Rotan agar memiliki literasi keuangan dan mampu memisahkan keuangan milik pribadi dan usahanya. Laporan keuangan yang nanti akan dibuatnya dilakukan dengan sederhana, langkah awal adalah melek akan pentingnya laporan keuangan. Tindaklanjutnya adalah melakukan monitoring tentang laporan keuangan yang dihasilkan setiap bulannya. Penjelasan diatas dapat disimpulkan Langkah-langkah yang kami lakukan adalah:

1. Komunikasi dengan pihak Forum Kluster Rotan dan koperasi untuk melakukan pelatihan serta pendampingan dengan tema pengabdian yang tepat sasaran untuk para pemilik UMKM Rotan.
2. Melakukan pelatihan kepada Pemilik UMKM Rotan terutama yang memiliki usaha menengah dan kecil dengan tema strategi pemasaran dan literasi keuangan.
3. Menunjuk beberapa UMKM yang membutuhkan pendampingan lebih lanjut untuk mendampingi bagaimana cara pemasaran dan bagaimana mengelola keuangannya.
4. Dokumentasi pelatihan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilakukan dengan beberapa cara, hasil dari komunikasi dengan Pihak Kluster dan Pihak Koperasi dan pihak kelurahan maka tim pengabdian menyiapkan materi yang berkaitan sesuai dengan kebutuhan. Materi pertama tentang strategi pemasaran yang tepat sedangkan materi yang kedua adalah pengelolaan keuangan.

Pelaksanaan pelatihan adalah dilakukan presentasi materi oleh tim pengabdian diikuti peserta pelatihan terdapat 22 Peserta yang terdiri dari UMKM Rotan Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo (Baik dari Anggota Kluster maupun dari anggota Koperasi). Adapun pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat di Forum Kluster UMKM Rotan Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Adapun jadwal kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan	PIC
Registrasi peserta	Panitia
Pembukaan	Ketua Forum Kluster Rotan Bapak Mujiman
Materi 1 Strategi Peningkatan Pemasaran Produk	Pemateri Dr. Elia Ardyan, S.E.MBA
Materi 2 Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan	Pemateri : Ari Susanti, S.Pt.,M.M.
Sesi tanya jawab	Tim
Penutup dan dokumentasi	Panitia

Setelah pemaparan materi dibuka sesi diskusi atau tanya jawab. Peserta menanyakan tentang strategi pemasaran yang tepat dalam rangka peningkatan penjualan. Apalagi pada saat ini sudah kalah bersaing, banyak yang melakukan kegiatan pemasaran melalui *online*. Selain itu banyak bersaing dengan produk-produk yang berasal dari plastik, sehingga rotan kurang diminati oleh konsumen.

Salah satu contoh pertanyaan yang diberikan kepada tim maka solusi yang diberikan adalah membuat suatu inovasi dan kreatifitas dari produk sehingga tetap mampu bersaing dengan produk yang kini berasal dari plastik, yang menimbulkan pemikiran dibenak pelanggan lebih awet dan mudah didapat. Sehingga strategi yang dilakukan juga bisa melalui pemasaran *online*, mulai mengenal media sosial, dan bagaimana caranya melakukan marketing secara *online*.

Pemasaran *online* melalui fasilitas yang serba digital perlu dipertimbangkan oleh para pelaku UMKM bahkan menjadi skala prioritas. Manfaat yang diperoleh adalah bisa dijadikan

untuk mempromosikan produk-produk yang tentunya menampilkan gambar atau foto yang menarik sehingga dapat menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membelinya. Pelatihan selanjutnya bisa diarahkan untuk mengadakan pelatihan strategi digital marketing dengan pemanfaatan media social agar mampu menambah wawasan para pelaku UMKM.

Pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan digital *marketing*, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital *marketing*. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen.

Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai digital *marketing* menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku UMKM

paham akan pentingnya digital marketing bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

Untuk tema yang kedua tentang literasi keuangan dan pengelolaannya, pertanyaan yang diajukan adalah bagaimana caranya agar keuangan mereka dapat tercatat dengan baik, karena rata-rata peserta yang hadir mengungkapkan bahwa keuangan yang digunakan untuk usaha dan pribadi masih jadi satu, sehingga tidak bisa membedakan keperluan untuk industri dan keperluan untuk rumah tangga. Prinsipnya adalah yang penting bisa berjalan.

Tanggapan dari tim pengabdian adalah sebaiknya melakukan pemisahan keuangan industri dan Pribadi, mulai melakukan pencatatan keuangan walaupun sederhana. Pengumpulan bukti-bukti pengeluaran yang dilakukan di industri sehingga kita dapat mengetahui berapa besar pendapatan dan pengeluarannya. Hal ini dilakukan sederhana terlebih dulu pada awalnya. Selain itu tim pengabdian menyarankan untuk membuat laporan keuangan sederhana sehingga bisa berguna juga untuk kepentingan peminjaman dana ke lembaga keuangan atau bank sebagai modal tambahan dalam menjalankan usaha rotan.

Peserta berharap setelah pelatihan ini tetap ada pendampingan agar mereka akan lebih paham bagaimana implementasi dalam industri rotan ini. Banyak hal juga yang belum terpikirkan oleh mereka adalah pengelolaan limbah untuk

meningkatkan nilai guna dan nilai jual dalam menghasilkan produk dan menambah penghasilan.

Ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian ini adalah adanya pemahaman peserta terutama pemilik UKM Rotan di Desa Trangsan akan pentingnya melakukan strategi pemasaran serta pentingnya pengelolaan keuangan. Peserta mengusulkan agar tindaklanjut kegiatan ini adalah melakukan pendampingan dan monitoring terhadap perubahan yang dilakukan. Selanjutnya mengusulkan diadakan kegiatan pengabdian yang mengarah pada penggunaan media digital untuk melakukan pemasaran dan penggunaan aplikasi keuangan yang mempermudah dalam pembukuan keuangan UKM.

Dampak dan manfaat setelah kegiatan adalah peningkatan pemahaman peserta dibidang pemasaran dan keuangan. Pemilik UKM memperoleh gambaran tentang strategi pemasaran, Strategi pemasaran yang akan dilakukan peserta adalah lebih fokus pada kualitas produk yang dihasilkan, penentuan harga, target pasar dan peningkatan promosi yang dilakukan. Pemilik UKM telah melakukan serta pengelolaan keuangan. Untuk keberlangsungan usahanya maka pelaku akan mulai dari hal yang sederhana seperti melakukan pencatatan pada setiap transaksi keuangan, membuat pembukuan sederhana setiap harinya. Mulai memisahkan keuangan pribadi dan UKM sehingga bisa mendapatkan data keuangan dalam menjalankan usahanya. Untuk pendampingan akan dilakukan tindaklanjut dengan membuat laporan keuangan sederhana untuk usahanya berupa laporan kas dan laporan laba/rugi.

Dokumentasi yang dilakukan adalah mulai dari pembukaan oleh Bapak Ketua Forum Kluster Rotan Desa Trangsan yaitu Bapak Mujiman, penyampaian materi dan penutupan.



Gambar 1. Pembukaan oleh Ketua Kluster



Gambar 2. Pemateri 1 tentang Strategi Pemasaran



Gambar 3. Pemateri 2 tentang Pengelolaan Keuangan



Gambar 4. Peserta Pelatihan



Gambar 5. Acara penutupan

SIMPULAN

Pada forum ini maka hal-hal yang menjadi kesimpulan untuk para peserta adalah

1. Pentingnya melakukan strategi pemasaran dan literasi keuangan.
2. Penjelasan tahap-tahap melakukan pemasaran dan pengelolaan keuangan sederhana.
3. Pengenalan masalah pelaku usaha yaitu beralihnya pemasaran digital melalui media sosial dan masih tercampur antara Keuangan keluarga dan keuangan UKM Rotan.
4. Pencarian informasi tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha.
5. Mengevaluasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha.

6. Keputusan Pelaku usaha yaitu menginginkan adanya pendampingan dalam melakukan pemasaran dan pembukuan keuangan UKM.
7. Evaluasi Pasca pengabdian adalah Pemilik UMKM mampu melakukan penerapan pada usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Tim Pengabdian dan Bapak Ketua Forum Kluster Rotan dan Bapak Ketua Koperasi yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk berbagi keilmuan pada kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- García, F., Avella, L., & Fernández, E. (2012). Learning from exporting: The moderating effect of technological capabilities. *International Business Review*, 12(6), 1099-1111.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 96-110.
- Lewandowska, M. S., Szymura-Tyc, M., & Golebiowski, T. (2016). Innovation complementarity, cooperation partners, and new product export of free trade agreements. *Asia Pacific of Management*, 36(1), 135-160.
- Rejeki, S. (2012, 2 Juli 2012). Pasang Surut Mebel Rotan Trangsan. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2012/07/02/03155764/pasang.surut.mebel.rotan.trangsan?page=all>
- Sharma, P., Davcik, N., & Pillai, K. G. (2016). Product innovation as a mediator in the impact of R&D expenditure and brand

382 *Pelatihan Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan Pemilik UMKM Rotan Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo – Elia Ardyan, Ari Susanti*
DOI: <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.290>

equity on marketing performance. *Journal of Business Research*, 69(12), 5662-5669.

Sumarno. (2012). *Inovasi Desain Furnitur Berbasis Budaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sentra Industri Rotan Ds.Trangsan, Kec. Gatak, Kab.Sukoharjo*. Laporan penelitian DIPA ISI Surakarta.