

PENGEMBANGAN MOTIVASI DAN PENGELOLAAN ORGANISASI LOKAL DI DESA CIPACING

Ishartono, Risna Resnawaty, dan Dessy Hasanah Siti Asiah

Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Jatinangor

E-mail: ishartono@unpad.ac.id; Risna.Resnawaty@unpad.ac.id; Dessyhasanahsitiasiah@yahoo.com

ABSTRAK

Pengembangan ekonomi lokal dapat dilakukan melalui pengembangan UMKM yang ada disekitar masyarakat. Salah satu wilayah yang memanfaatkan potensi tersebut adalah Desa Ciacing. Tujuan dari artikel ini untuk mengembangkan motivasi dan pengelolaan organisasi lokal dalam upaya mengembangkan perekonomian masyarakat Desa Cipacing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari pelatihan menggambarkan peningkatan motivasi untuk melakukan inovasi dalam bisnis proses kerajinan memanfaatkan teknologi website. Selain itu, UMKM mendapatkan pengetahuan baru tentang sistem sumber yang dapat menyediakan kebutuhan dana melalui platfor crowdfunding yaitu Kitabisa.com

Kata kunci: UMKM, Pengembangan Motivasi, Pengelolaan Organisasi

ABSTRACT

Local economic development can be done through the development of MSMEs around the community. One area that utilizes this potential is Ciacing Village. The purpose of this article is to develop motivation and management of local organizations in an effort to develop the economy of the Cipacing Village community. The method used in this study is qualitative. The results of the training illustrate the increasing motivation to innovate in the craft process business utilizing website technology. In addition, MSMEs get new knowledge about the source system that can provide funding needs through the crowdfunding platform, Kitabisa.com

Key words: MSMEs, Motivation Development, Organizational Management

PENDAHULUAN

Pengembangan potensi lokal sebagai sumber ekonomi masyarakat dalam implementasinya dapat dilihat dari aktivitas kelompok-kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Keberadaan UMKM tersebut dapat menjadi penggerak pemanfaatan potensi lokal yang berimplikasi kepada kehidupan masyarakat. Hal tersebut didukung pernyataan Tambunan (2001) yang mengemukakan bahwa UMKM merupakan kelompok penggerak yang paling efisien dalam menggerakkan perekonomian suatu negara atau daerah. Hapsari (2014) menambahkan bahwa usaha kecil dan menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan karena sifat dari UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Dengan demikian, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi masyarakat dilakukan dengan pemanfaatan sumber lokal menempatkan peran dari UMKM sebagai penggerak dan juga jaring pengaman ekonomi suatu daerah yang dapat berdampak langsung ke masyarakat.

Kondisi empiris dari perkembangan UMKM sebagai sektor penggerak perekonomian lokal memiliki berbagai permasalahan. Penelitian yang dilakukan oleh Urata (2000) menyatakan permasalahan UMKM terdiri dari Finansial dan Non-Finansial. Masalah finansial terdiri dari (1) Kurangnya kesesuaian (terjadinya mismatch) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UKM, (2) Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UKM, (3) Biaya transaksi yang tinggi,

yang disebabkan oleh prosedur kredit, (4) yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikururkan kecil, (5) Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai, (6) Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi, (7) Banyak UKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan financial.

Sedangkan permasalahan non-finansial terdiri dari (1) kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan quality kontrol yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan, (2) kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UKM untuk menyediakan produk/ jasa yang sesuai dengan keinginan pasar, (3) Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) secara kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM serta (4) Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia (seperti Hafshah, 2004; Mansur dan Sulistio, 2010; Winarni, 2006). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM. Sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan usaha kecil perlu dipelajari karakteristik serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM (Winarni, 2006). Oleh sebab

itu, perlu adanya upaya pengembangan UMKM yang komprehensif dilakukan salah satunya adalah penguatan manajemen keorganisasian.

Salah satu kelompok UMKM yang mengalami permasalahan dalam manajemen keorganisasiannya adalah UMKM di Desa Cipacing. Ciri khas dari suatu kawasan merupakan suatu identitas yang semestinya dijaga. Namun, seiring berjalannya waktu dan masuknya era globalisasi, perlahan-lahan identitas itu tergeser oleh zaman. Desa Cipacing sebagai suatu kawasan yang terkenal karena *home industry* kerajinan, kini tengah menghadapi situasi di mana sebagian usaha *home industry* kerajinannya tersebut terancam gulung tikar. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor.

Desa Cipacing adalah salah satu desa di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Desa ini merupakan salah satu daerah yang berada di kawasan industri dan sentra pengrajin. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh pemerintah Desa Cipacing pada tahun 2015, terdapat 80 usaha kerajinan dan jumlah penduduk yang berprofesi sebagai pengrajin adalah sebanyak 1.415 orang.

Ada berbagai macam kerajinan yang dibuat oleh para pengrajin di Desa Cipacing. Berdasarkan bentuk kerajinannya, pengrajin di Desa Cipacing dapat dikelompokkan sebagai kelompok pengrajin senapan angin, kelompok pengrajin mainan tradisional seperti panah, suling, dan layang-layang, serta kelompok pengrajin kesenian Afrika seperti alat musik, topeng, dan sumpit.

Secara organisasi, UMKM Desa Cipacing masih belum bisa menjalankan usahanya dengan stabil. Permasalahan tersebut didasari dari sumberdaya manusia yang secara keterampilan dan pengetahuan masih terbatas. Hal tersebut dapat dilihat dari manajemen koperasi yang masih dilakukan tidak konsisten seperti jadwal kegiatan yang tidak menentu, strategi dan pengelolaan manajemen yang dilakukan secara sederhana. Keadaan tersebut menghambat perkembangan kelompok Koperasi Cipacing Mandiri untuk mampu berkembang dan mensejahterakan anggotanya.

Selain itu, saat ini jumlah pengrajin selain kelompok senapan angin telah berkurang drastis. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya naiknya harga kebutuhan pokok dan harga produk kerajinan tidak sebanding dengan harga produk kerajinan, pasar untuk kerajinan semakin menurun dan sepi, dan sebagian pengrajin memindahkan tempat pembuatannya ke Bali sehingga jumlah pengrajin di Desa Cipacing berkurang. Selain itu, kurangnya motivasi dari para pemuda di Desa Cipacing juga menjadi salah satu faktor berkurangnya jumlah pengrajin di Desa Cipacing.

Berdasarkan kepada kondisi tersebut, dibutuhkan upaya pengembangan motivasi dan pengelolaan organisasi di Desa Cipacing. Kegiatan PPM ini berjudul Pelatihan Peningkatan Kapasitas Koperasi Cipacing Mandiri dalam Mengelola Keroganisasian. Adapun tujuan dari dilaksanakannya PPM ini adalah meningkatkan kemampuan

dan pemahaman dari Pengurus Koperasi Cipacing Mandiri dalam menjalankan organisasinya

METODE

Metode PPM ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari kegiatan dideskripsikan dalam narasi yang menjelaskan proses kegiatan dan implikasi yang dicapai oleh peserta pelatihan. Metode yang digunakan dalam Program Kreativitas Mahasiswa yaitu dengan menggunakan metode pendekatan perorangan dan kelompok. Metode pendekatan perorangan kami lakukan dengan terjun langsung dari setiap warga yang memiliki *home industry* guna melakukan *survey* dan eksplorasi kondisi untuk kemudian dilakukan penyusunan program yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat desa tersebut. Kami melakukan wawancara terhadap pemilik usaha, melihat proses produksi, hingga produk jadinya. Setelah melakukan *survey*, kami memetakan masalah yang ada, sehingga lebih mudah dalam menentukan tindakan atau program yang harus kami ambil untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Dalam penyusunan program, kami melakukan sosialisasi program guna membantu memudahkan tim untuk merealisasikan program. Langkah selanjutnya yaitu pelaksanaan program yang dilakukan dengan pendekatan kelompok dan perorangan. Pendekatan massal dilakukan pada program pelatihan bagi pemilik pengrajin yang dilaksanakan secara bersama di desa tersebut. Ketika program pelaksanaan telah selesai, kami melakukan evaluasi guna mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan dalam menjalankan program pengembangan usaha pengrajin di Desa Cipacing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi dalam sesebuah barang kerajinan merupakan aspek yang penting dalam memastikan barangan ini mampu berdiri di pasaran seiring dengan barang kerajinan yang berasal dari luar negeri. Pengrajin yang mendatangkan hasil inovasi yang baru sesuai dengan peredaran masa akan mendapat perhatian dari semua generasi dan peringkat umur tanpa mengira tua atau muda. Pengrajin di desa Cipacing juga mampu untuk melakukan inovasi pada barang kerajinan mereka tanpa menghilangkan nilai khas yang dibawa di dalam produk tersebut sesuai dengan permintaan masyarakat setempat.

Sesipertama pelatihan dengan Memberi pengetahuan mengenai sistem penjualan *online* kerajinan yang dibuat. Peserta diberikan pengetahuan terkait teknologi-teknologi yang semakin berkembang dan terbuka di apsar global. Dalam Pelatihan ini menggunakan metode pendidikan orang dewasa dengan prinsip belajar dai pengalaman. Prinsip inilah yang menjadi landasan pendekatan seluruh proses pelatihan dimana peserta menjadi pelaku utama dalam pencapaian tujuan.

Selanjutnya, tim peneliti memfasilitasi peserta untuk memiliki sendiri portal website yang dapat dimanfaatkan sebagai platform jual beli organisasi. Selanjutnya peserta pun diberikan pengetahuan mengenai pengeolaan *website* tersebut, berikut website yang dibuatkan untuk pengrajin olahan kayu dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Gambar Website Kelompok Pengrajin Cipacing

Peserta berpartisipasi aktif dalam kegiatan dengan menjalani setiap tahapan dengan baik dan antusias ditinjau dari banyaknya peserta yang terlibat dalam kegiatan praktik dan tanya jawab. Materi yang diberikan dalam kegiatan ini sesuai dengan *Term of Reference* (TOR) kegiatan yang diajukan kepada pemateri. Sebelumnya, penyusunan TOR sendiri disesuaikan dengan hasil *assesstment* yang dilakukan untuk mengetahui materi yang dibutuhkan Pelaku UMKM di Kelompok Koperasi Cipacing Mandiri. Respon yang diberikan oleh peserta cukup bagus, terlihat dari aktifnya peserta dalam tanya jawab dengan pemateri.

Adapun tujuan workshop pengembangan jaringan organisasi melalui social campaign ini memiliki tujuan agar semua pihak yang berada di Organisasi Rumah Inspirasi Subang dapat memanfaatkan social campaign sebagai sarana memperoleh relasi serta berbagai hal yang berkaitan dengan operasional organisasi. Hal ini sangat penting agar organisasi yang berjalan dapat memenuhi kebutuhan operasionalnya serta memiliki berbagai relasi yang bermanfaat untuk mengembangkan organisasi melalui program-program sosial yang dimiliki oleh organisasi.

Sedangkan untuk industri kreatif, dikarenakan organisasi pengrajin memiliki output berupa kerajinan tangan serta makanan, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan juga disebarluaskan. Melalui industri kreatif juga organisasi dapat lebih dikenal melalui produk-produk yang dihasilkan dan dapat dimanfaatkan dalam kehidupan domestik. Sehingga workshop ini

dipandang sangat penting dan diharapkan dapat menjadi sarana pelaku organisasi dalam usaha mengembangkan organisasi pengrajin menjadi semakin maju.

Metode yang digunakan dalam workshop sesi pertama ini berupa ceramah dan sharing serta diakhiri oleh praktik salah satu media yang digunakan. Di bagian awal pemateri memaparkan strategi-strategi yang bisa dilakukan Organisasi Rumah Inspirasi dalam mengembangkan jejaring. Yang pertama ialah melalui social campaign yang memanfaatkan media *kitabisa.com* yang memiliki fungsi sebagai media untuk social funding berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan sosial. Adapun pengembangan organisasi melalui industri kreatif materi yang disampaikan ialah teknis mengajukan proposal kepada Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Kematerian diakhiri dengan praktik membuat social campaign di platform *kitabisa.com*.

Selain itu, pameran-pameran yang diadakan di daerah sekitar mampu membantu untuk mempromosikan serta menarik minat masyarakat terhadap barang-barang kerajinan. Melalui pameran-pameran seperti ini, para pengrajin mendapat suatu platform untuk mendekati masyarakat sambil menunjukkan bakat yang ada pada mereka dalam membuat berbagai kerajinan. Sesetengah anak-anak muda tidak mengetahui dan tidak terdedah dengan barang kerajinan sehingga mereka berasa teruja melihat barang-barang ini di pameran. Perasaan ingin mencoba perkara yang mereka anggap baru akan menghasilkan satu “trend” dalam kalangan mereka sehingga menyebabkan barang kerajinan mendapat sambutan dan menjadi fenomena buat kesekian kalinya.

Seterusnya, kita tidak boleh menafikan kehebatan dan kuasa media sosial pada zaman ini. Seiring dengan peredaran masa, barang kerajinan juga harus dipromosikan mengikut kesukaan dan ikutan anak muda bagi menarik perhatian mereka. Media sosial mampu mempengaruhi mereka dan dapat dijadikan lapangan bagi mengemaskini (*update*) inovasi-inovasi terbaru bagi barang kerajinan. Media sosial juga merupakan kaedah yang mudah untuk didekati dan didapatkan sehingga sangat digemari oleh mereka.

SIMPULAN

Para pengrajin di Desa Cipacing harus bersikap terbuka dan perlu mencari tahu minat dan kecenderungan masyarakat saat ini agar mereka dapat menciptakan suatu barang kerajinan yang memenuhi kehendak pembeli. Pendekatan yang digunakan untuk menarik minat pembeli juga harus disesuaikan dengan peredaran zaman. Masyarakat zaman kini menuntut kepada perubahan dan lebih tertarik kepada pemodenan. Hal ini mengancam kedudukan barang-barang kerajinan. Akan tetapi, bagi para pengrajin yang kreatif dan inovatif, mereka akan memandang situasi ini sebagai peluang untuk menambah baikkan kualiti barang-barang kerajinan yang dibuat oleh

mereka. Semangat yang berterusan dan kegigihan untuk mengekalkan identitas masyarakat asli inilah yang diperlukan dalam kalangan pengrajin untuk mengembalikan identitas Desa Cipacing sebagai sebuah sentra kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hapsari, Ima maya. 2014. Identifikasi Berbagai Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Ukm Dan Peninjauan Kembali Regulasi Ukm Sebagai Langkah Awal Revitalisasi Ukm. Jurnal PERMANA – Vol . V No.2 Februari 2014.
- Urata Shujiro, 2000, Policy Recommendatins: Outline of tentattive Policy Recomendation for SME Promotion in Indonesia, Publikasi JICA 17 Mei 2007.
- Hafsah, M.J., 2004, Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Infokop No 25 Tahun XX, pp 40-44.
- Mansur, A. dan Sulistio, J. (2010), Policy Analysis and Design of Small and Medium Entreprises for Development Program, Conference Proceeding, The 11th Asia Pacific Industrial Engineering and Management System Conference.
- Winarni, E.S., (2006), Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peingkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan, Infokop Nomor 29 Tahun XXII, pp 92-98