

PEMBERDAYAAN USAHA *SHUTTLECOCK* DI DESA GADINGAN KECAMATAN MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO

Malik Cahyadin dan Lintang Ayuninggar
Universitas Sebelas Maret
email: malikcahyadin@gmail.com

Abstract

This activity aims to facilitate the development of SME's Shuttlecock in Sukoharjo. It was become a business cluster for supporting local economic development. The SME that becomes the partners in this activity were Aiwan Shuttlecock and Delima Shuttlecock. There are three activities which have been done for them, namely: production management, marketing, and accounting. The results of this activity involve: (1) SME entrepreneurs understood the good production process of shuttlecock based on the work operational standards; (2) SME entrepreneurs were able to use marketing medias to promote shuttlecock product in the form online medias; and (3) SME used accounting for financial bookeeping and accessing financial resource both government fund and private fund. In the future, the government of Sukoharjo District can promote SME's Shuttlecock as local economic icon.

Keywords: *empowerment, SMEs, shuttlecock*

A. PENDAHULUAN

Studi tentang usaha *shuttlecock* di wilayah Soloraya pernah dilakukan oleh Hapsari (2010). Penelitian ini memfokuskan pada karakteristik sosial ekonomi pengrajin *shuttlecock* di Kecamatan Serengan Kota Surakarta. Beberapa temuan Hapsari (2010) seperti berikut. (1) Umur responden yang paling dominan pada 35-39 tahun sebanyak 23,4% dari total

pengrajin. Rata-rata umur responden adalah 42 tahun. (2) Sebagian besar pengrajin *shuttlecock* mempunyai tingkat pendidikan rendah, yaitu 37,7 % hanya tamat SD, tetapi ada juga yang mempunyai tingkat pendidikan sampai perguruan tinggi. (3) Sebagian besar pengrajin *shuttlecock* mempunyai jumlah tanggungan keluarga 4-6 orang, yaitu sebanyak 64,9%. Rata-rata jumlah tanggungan keluarga peng-

rajin adalah 3-4 orang. (4) Lama usaha pengrajin *shuttlecock* yang paling dominan adalah 3-7 tahun sebanyak 36,4%. Rata-rata lama usaha pengrajin adalah 13 tahun. (5) Sebagian besar pengrajin *shuttlecock* pada saat memulai produksi mempunyai modal usaha Rp 500.000 sampai dengan Rp 3.500.000,00 sebanyak 40,3%. Rata-rata modal usaha pengrajin adalah Rp 4.000.000,00.

Studi empiris tentang usaha *shuttlecock* juga telah dilakukan oleh Mayangsari (2014). Studi ini memfokuskan pada pelatihan dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. Mayangsari (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan beberapa hal seperti berikut. (1) Pelatihan yang dilakukan oleh pemilik industri *shuttlecocks* dan kompensasi yang diberikan untuk karyawan dapat meningkatkan kinerja karyawan industri kerajinan *shuttlecocks* Desa Sumengko Kabupaten Nganjuk. (2) Pelatihan yang lebih mudah diterima oleh karyawan industri kerajinan *shuttlecocks* Desa Sumengko Kabupaten Nganjuk adalah pelatihan *job instruction training* dan yang membutuhkan pengorganisasian yang lebih baik lagi adalah pelatihan *self study*. (3) Kompensasi yang lebih banyak dapat meningkatkan kinerja karyawan industri kerajinan *shuttlecocks* Desa Sumengko Kabupaten Nganjuk

adalah kompensasi nonfinansial, yakni adanya suasana kerja yang nyaman. Kompensasi finansial yang berupa bonus memerlukan pengelolaan agar lebih efektif lagi. (4) Pelatihan yang dilakukan dengan berbagai metode dalam industri kerajinan *shuttlecocks* di Desa Sumengko Kabupaten Nganjuk mampu meningkatkan kinerja karyawan lebih banyak daripada kompensasi yang diberikan, baik dalam bentuk kompensasi finansial maupun kompensasi nonfinansial.

Hasil penelitian tentang *shuttlecock* menjadi motivasi untuk melakukan pemberdayaan usaha ini. Mitra kegiatan ini adalah UMK *Shuttlecock* dengan merek Delima dan Indimas, dan UMK Aiwan. Kedua UMK tersebut berada di Jetis RT 002 RW 003 Desa Gadingan Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.

UMK Delima dan Indimas dimiliki oleh Bapak Mujiyono. Usaha ini didirikan pada tahun 1990. Pada saat ini, tenaga kerjanya sejumlah 5 orang. Penjualan per bulan mencapai Rp 12.000.000,00 atau 400 lusin. Bahan baku produksi diperoleh dari Kabupaten Sukoharjo, Magelang, dan Nganjuk. Kapasitas produksi mencapai 30 lusin per hari dengan metode tradisional (manual). Jenis alat produksi antara lain supit, gunting potong, ting (oven), alat untuk mencuci

bulu ayam. Produk dipasarkan di daerah Kabupaten Garut dan Kota Solo. Izin usaha dalam bentuk SIUP sedang dalam proses pengajuan ke Pemerintah Kabupaten Sukoharjo. Sementara itu, proses pencatatan keuangan usaha masih manual dan tidak menggunakan standar akuntansi usaha.

UMK Aiwan dimiliki oleh Bapak Rubiman Rantodiharjo. Usaha ini didirikan pada tahun 1984. Jumlah tenaga kerjanya sebanyak 8 orang. Total penjualan per bulan mencapai Rp 32.000.000,00 atau 800 lusin. Bahan baku produksi diperoleh dari Jawa Timur, Kota Solo, Jawa Barat, Bali, dan Sumatera. Proses produksi dilakukan secara manual/tradisional. Alat produksi yang digunakan antara lain supit, gunting potong, ting (oven), alat untuk mencuci bulu ayam, lem, pita, dan Dob. Produk dipasarkan di daerah Cilacap dan Karesidenan Surakarta. Sementara itu, proses pencatatan keuangan usaha sama dengan UMK Delima dan Indimas yang masih manual.

Pada sisi produksi, UMK Delima dan Indimas, dan UMK Aiwan menggunakan metode manual/tradisional dalam proses produksi. Proses produksi tersebut meliputi pemilihan bulu ayam, pemotongan dan pengeringan bulu ayam, gunting, lem, oven, dan pita. Kondisi ini masih mungkin

dipertahankan, tetapi sudah tidak mampu lagi memenuhi permintaan konsumen atau pasar secara tepat waktu dan efisien. Salah satu solusi yang relatif sederhana untuk diterapkan adalah penggunaan alat pengering bulu ayam. Alat ini akan mampu meningkatkan kualitas *shuttlecock* dan mempercepat proses produksi. Selain itu, kendala jumlah tenaga kerja yang tidak mudah untuk diperoleh sebagai pengrajin *shuttlecock*.

Pada sisi manajemen usaha, UMK Delima dan Indimas, dan UMK Aiwan sudah mulai memproses perizinan usaha, termasuk Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Namun demikian, semua izin usaha yang diurus belum selesai (belum ada sertifikatnya). Di sisi lain, kedua UMK mitra juga masih menggunakan metode pemasaran yang relatif sederhana, yaitu berdasarkan pesanan dari pelanggan tetap dan pesanan musiman. Media promosi seperti brosur, jejaring sosial dan pameran produk UMK belum banyak dilakukan. Perencanaan pengembangan usaha sesuai dengan perubahan dan kondisi pasar terkini juga belum dilakukan.

Pada sisi pembukuan keuangan usaha, UMK Delima dan Indimas, dan UMK Aiwan belum mempunyai dokumen pembukuan keuangan usaha sesuai standar akuntansi usaha. Hal ini

menjadi salah satu penyebab keduanya relatif sulit untuk mengakses sumber pendanaan usaha dari perbankan. Karyawan yang dimiliki juga tidak mempunyai keahlian yang cukup di bidang pencatatan keuangan usaha.

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMK *Shuttlecock* ini bertujuan untuk memberikan: (1) pelatihan dan pendampingan dalam manajemen produksi *shuttlecock*; (2) fasilitasi dalam proses pemasaran produk melalui jejaring sosial dan pameran; dan (3) pelatihan dan pendampingan dalam proses pembukuan usaha.

Manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini seperti berikut. Pertama, manfaat bagi mitra, yaitu peningkatan: (1) *omset* melalui proses

produksi yang sistematis dan berstandar SNI; (2) *omset* melalui pemasaran *online* dan pameran; dan (3) kemampuan pembukuan hasil produksi dan keuangan usaha. Kedua, manfaat bagi pemerintah daerah, yaitu mendorong tumbuh dan berkembangnya UMK *Shuttlecock* di Kabupaten Sukoharjo dan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha *Shuttlecock*. Ketiga, manfaat bagi perguruan tinggi, yaitu pelaksanaan Tri Dharma UNS dan kontribusi riil UNS dalam pengembangan UMK *Shuttlecock* di Kabupaten Sukoharjo.

Definisi dan kriteria tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Kriteria tersebut dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria UMKM Berdasarkan Pasal 6 UU Nomor 20 Tahun 2008

No.	Kriteria	Keterangan
1.	Usaha Mikro	a. Kekayaan bersih < Rp 50 juta (kecuali tanah dan bangunan tempat usaha) b. Hasil penjualan tahunan < Rp 300 juta
2.	Usaha Kecil	a. Kekayaan bersih Rp 50 juta – Rp 500 juta (kecuali tanah dan bangunan tempat usaha) b. Hasil penjualan tahunan Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
3.	Usaha Menengah	a. Kekayaan bersih Rp 500 juta – Rp 10 miliar (kecuali tanah dan bangunan tempat usaha) b. Hasil penjualan tahunan Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar

Sementara itu, definisi pemberdayaan telah diatur pada Pasal 1 Ayat 8 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan definisi tersebut diketahui bahwa ada empat pihak yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM, yaitu: pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat. Konteks pemberdayaan diterjemahkan ke dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha UMKM. Adapun prinsip yang dikembangkan dalam pemberdayaan UMKM meliputi (Pasal 4 UU Nomor 20 Tahun 2008): usaha yang mandiri, kebijakan publik sesuai tata kelola yang baik, pengembangan potensi daerah, peningkatan daya saing usaha, dan integrasi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian usaha.

Chen, Pan, dan Chen (2009) menekankan pendekatan ilmiah dalam penentuan *shuttlecock* dan permainan badminton yang tepat. Hal ini ditujukan sebagai dasar untuk mengarahkan para pemain badminton yang berkualitas. Di sisi lain, Yunanto (tanpa tahun) menyimpulkan bahwa:

“...posisi strategis UKM *shuttlecock* adalah memiliki daya tarik menengah dan kekuatan persaingan yang rata-rata, sehingga strategi pengembangan yang cocok bagi UKM *shuttlecock* adalah melakukan identifikasi segmen pertumbuhan, melaku-

kukan spesialisasi dan melakukan investasi secara selektif”.

Sementara itu, Mayangsari (2014) menekankan variabel pelatihan dan kompensasi yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan UKM *Shuttlecock*. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa pelatihan dan kompensasi dapat mendorong peningkatan kinerja karyawan UKM *Shuttlecock*.

B. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk dua mitra UMK. Kedua mitra ini merupakan pelaku usaha *shuttlecock*. Mitra pertama adalah UMK Delima dan Indimas. Mitra kedua adalah UMK Aiwan. Kedua mitra tersebut berada di Desa Gadingan, Kecamatan Mojo-laban, Kabupaten Sukoharjo.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan manajemen produksi, fasilitasi pemasaran *online* dan pameran, pembuatan brosur produk *shuttlecock*, dan pelatihan dan pendampingan pembukuan usaha.

Pelatihan manajemen produksi dilakukan untuk memberikan pemahaman atas alur proses produksi yang sistematis. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk menjaga kualitas pro-

duk *shuttlecock*. Salah satu bentuk kegiatan ini adalah pembuatan SOP (*standard operating procedure*) produksi *shuttlecock*.

Media pemasaran yang akan diterapkan pada kedua UMK *shuttlecock* adalah jejaring sosial, dan pameran UMK di wilayah Soloraya. Penjelasan masing-masing media pemasaran seperti berikut. Jejaring sosial dalam bentuk *facebook*/WA/blog diperlukan untuk memberikan informasi yang lengkap tentang produk dari UMK mitra. Selain itu, jejaring sosial tersebut dapat menjadi media komunikasi dua arah antara UMK mitra dengan pelanggan. Pameran UMK di wilayah Soloraya sebanyak 1 kali pada tanggal 16-18 Mei 2016 di Kampus UNS Kota Surakarta.

Brosur diperlukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk *shuttlecock* yang sudah diproduksi oleh UMK mitra. Brosur ini ditujukan kepada kelompok-kelompok olahraga badminton.

Pelatihan dan pendampingan pembukuan usaha dilakukan dalam bentuk penyerahan dan transfer pengetahuan modul pembukuan keuangan usaha. Media untuk latihan pembukuan keuangan usaha adalah *Microsoft excel* dan *software* SI APIK (Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan)

Usaha Mikro dan Kecil yang disusun oleh Bank Indonesia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan pada awal tahun 2016. Pada kegiatan ini dibahas agenda kegiatan pengabdian masyarakat yang meliputi: penyamaan persepsi tentang pelatihan dan pendampingan manajemen produksi, pemasaran, dan pembukuan keuangan usaha. Aktivitas ini ditunjukkan oleh Gambar 1.

Hasil kegiatan sosialisasi sebagai berikut. Pertama, pelaku UKM *Shuttlecock* berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang dilakukan selama pengabdian masyarakat berlangsung. Hal ini didasarkan pada keinginan pelaku UKM untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Kedua, pelaku UKM masih mempunyai konsumen loyal yang berada di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Barat. Untuk itu, mereka akan mempertahankan konsumen loyal tersebut dengan memperbaiki proses produksi (terutama kualitas bulu ayam) dan cara pemasaran yang digunakan (media *online*). Ketiga, pelaku UKM *Shuttlecock* berupaya untuk mengakses sumber dana untuk permodalan melalui perbaikan pencatatan keuangan usaha.



Gambar 1. Koordinasi dan Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

2. Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Produksi

Pelatihan dan pendampingan manajemen produksi dimulai dari pemahaman akan pembuatan (*Standar Operasional Prosedur* (SOP)). SOP ini menjadi acuan proses produksi yang sistematis dalam pembuatan *shuttlecock*. Keberadaan SOP cenderung mempermudah pelaku UKM *Shuttlecock* untuk menjaga tahapan produksi dan kualitas produk. SOP produksi *shuttlecock* dapat dilihat pada Gambar 2a dan Gambar 2b.

Pada kegiatan tersebut, juga dilakukan pendampingan bagaimana melakukan evaluasi terhadap hasil akhir proses produksi *shuttlecock*. Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan kualitas produk *shuttlecock* sebe-

lum dipasarkan atau dikirim ke pembeli. Dengan demikian, pelaku usaha *shuttlecock* dapat melakukan diferensiasi produk berdasarkan kualitas produk dan harga jualnya. Harga jual untuk produk *shuttlecock* pada UKM Aiwan dan Delima antara Rp 30.000 – Rp 50.000 per kotak.

Hasil dari kegiatan ini adalah: (1) pelaku usaha *shuttlecock* sudah memahami arti penting SOP dalam seluruh proses produksi *shuttlecock*; (2) SOP yang telah dibuat akan menjadi acuan dalam tahapan produksi *shuttlecock*; dan (3) pelaku usaha *shuttlecock* dapat memberi informasi kepada pembeli atau masyarakat yang datang langsung ke tempat usaha untuk mengetahui proses produksi *shuttlecock*.



Gambar 2a. SOP Produksi Shuttlecock



Gambar 2b. SOP Produksi Shuttlecock

3. Fasilitasi Pemasaran melalui Media Online dan Pameran

Fasilitasi pemasaran melalui media online dan pameran merupakan

kegiatan yang ditujukan untuk memperluas akses pasar produk shuttlecock. Melalui media online seperti twitter dan facebook konsumen dapat

langsung melihat produk *shuttlecock* dan memesannya secara langsung. Adapun alamat *twitter* dan *facebook* UKM *shuttlecock* yang mendapat fasilitas pemasaran adalah (1) *Shuttlecock* Aiwan: (a) *twitter*= @aiwan_kok dan (b) *facebook* = aiwan *shuttlecock*; (2) *Shuttlecock* Delima: (a) *twitter* = @delima_kok dan (b) *facebook*= delima *shuttlecock*.

Kegiatan pameran UMKM yang diikuti oleh pelaku usaha *shuttlecock* Aiwan dan Delima yaitu pada tanggal 16-18 Mei 2016 (Gambar 3). Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan SME AWARD Kelima oleh Pusat Studi Pendampingan KUMKM LPPM UNS. Tempat pelaksanaan pameran UMKM yaitu di Auditorium UNS Jl Ir. Sutami No. 36A Kembangan Kota Surakarta.

Hasil kegiatan ini adalah pelaku usaha *shuttlecock* (1) memahami arti penting pemasaran produk *shuttlecock* melalui media *online*; (2) termotivasi untuk aktif melakukan pemasaran secara tidak langsung dan berkomunikasi melalui media *online* dengan para pembeli; (3) dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam rangka mendorong peningkatan dan keberlanjutan usahanya; dan (4) dapat berinteraksi secara langsung dan bertransaksi de-

ngan pembeli melalui media pameran UMKM.

4. Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Keuangan Usaha

Pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan usaha menekankan aktivitas untuk mencatat semua transaksi keuangan usaha secara sistematis dan akurat. Kegiatan ini menjadi penting bagi Pelaku UKM *Shuttlecock* karena akan mempermudah dalam mengakses sumber dana untuk permodalan. Pada kegiatan ini Pelaku UKM tersebut menggunakan dua *software*, yaitu Microsoft Excel dan SI APIK (Sistem Aplikasi Informasi Keuangan) Usaha Mikro dan Kecil.

Hasil kegiatan ini adalah pelaku usaha *shuttlecock*: (1) memahami arti penting pencatatan transaksi keuangan usaha; (2) memahami arti penting pemisahan keuangan usaha dan keluarga dalam bentuk pencatatan akuntansi; (3) memperoleh manfaat atas pencatatan keuangan usaha karena dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk memperoleh dana bergulir dari pemerintah maupun lembaga keuangan seperti bank; dan (4) menjadikan proses pencatatan keuangan usaha sebagai upaya perbaikan manajemen usaha dari sisi keuangan.



Gambar 3. Pameran Produk Shuttlecock di UNS



Sumber: <https://apk-dl.com/aplikasi-ptk-umk> atau <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ptk>

Gambar 5. Software SI APIK Bank Indonesia

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen produksi dalam rangka perbaikan kuantitas dan

kualitas produksi *shuttlecock* telah terlaksana dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari partisipasi aktif pelaku usaha *shuttlecock* dan SOP produksi *shuttlecock* yang telah dibuat dan dilaksanakan. Kedua, kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran melalui media *online* dan pameran telah terlak-

sana dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari terbentuknya media pemasaran *online shuttlecock* Aiwan dan Delima baik di twitter maupun facebook. Selain itu, kegiatan pameran juga telah diikuti oleh pelaku usaha *shuttlecock* pada tanggal 16-18 Mei 2016 di UNS. Ketiga, kegiatan pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan usaha melalui fasilitasi *software* akuntansi UMKM juga terlaksana.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dirumuskan saran sebagai berikut. Pertama, pelaku usaha *shuttlecock* perlu mempertahankan SOP produksi *shuttlecock* dalam rangka menjaga kualitas produknya. Selain itu, proses evaluasi terhadap semua proses produksi juga perlu dilakukan. Kedua, pelaku usaha *shuttlecock* perlu lebih aktif menggunakan fasilitas pemasaran melalui media *online*, yaitu twitter dan facebook dalam rangka memperluas akses pasar. Ketiga, pelaku usaha *shuttlecock* perlu meningkatkan kemampuan dalam pencatatan atau pembukuan keuangan usaha. Hal ini ditujukan untuk mempermudah pelaku usaha tersebut mengakses sumber pendanaan usaha, baik dari pemerintah maupun perbankan. Keempat, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo sebaiknya meningkatkan upaya untuk

membina dan memfasilitasi pengembangan usaha *shuttlecock*, sehingga kegiatan oleh raga badminton dapat dipenuhi dari produk *shuttlecock* lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Lung-Ming, Yi-Hsiang Pan, and Yung-Jen Chen. 2009. "A Study of Shuttlecock's Trajectory in Badminton". *Journal of Sports Science and Medicine*, 8, 657-662.
- Hapsari, Fitri. 2010. "Studi Tentang Karakteristik Sosial Ekonomi Pengrajin *Shuttlecock* di Kecamatan Serengan Kota Surakarta Tahun 2010". *Skripsi*. FE UNS.
- Mayangsari, Vivi 2014. "Analisis Pengaruh Pelatihan dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Pada Industri Kerajinan *Shuttlecocks* Desa Sumengko Kabupaten Nganjuk". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB Vol 2 No. 2*.
- Sudiman, Matius (Maret 2010). *Pe-luang Bisnis Shuttlecock (Kok)* dari Produk *Home* Industri, Pendaur Ulang hingga Produk Ber-label Standar Internasional. <http://sppsoloraya.blogspot.co.id/20>

-
- 10/03/peluang-bisnis-shuttlecock-kok-dari.html. Diakses pada tanggal 3 Februari 2016.
- Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Yunanto, Ary. (Tt). “Analisis Posisi Strategis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) *Shuttlecock*”. www.journal.unipdu.ac.id
- Suryono, Joko, Purwani Indri Astuti, dan Hariyanto. 2011. “Pengembangan Model *Segmenting, Targeting* dalam Membidik Pasar yang Jitu bagi Pasar Produk Unggulan UKM Kabupaten Sukoharjo”. *Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. LPPM Univet Bantara Sukoharjo.