

Pengembangan Manajerial Pada UMKM Handoyo Budhi Orchids dalam Menghadapi Tantangan Era Transformasi Digital

Anna Budiani¹, Dedy Irawan², Agus Hermawan³

Universitas Negeri Malang

E-mail: anna.budiani.2204138@students.um.ac.id

Article History:

Received: 5 November 2023

Revised: 7 November 2023

Accepted: 15 November 2023

Keywords: Sosialisasi;
Pengembangan Manajerial;
UMKM

Abstrak: Perkembangan teknologi dan informasi membuat UMKM harus bertransformasi agar dapat mengelola manajemen usahanya dengan efektif dan efisien serta untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya. Pengabdian ini bertujuan untuk pengembangan kemampuan manajerial yang dimiliki oleh UMKM Handoyo Budi Orchids. Proses pengabdian ini dilakukan dengan metode observasi dan sosialisasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terciptanya pemahaman terhadap penerapan teknologi dan informasi dalam pengelolaan kegiatan-kegiatan manajerial UMKM Handoyo Budi Orchids dalam menghadapi tantangan transformasi digital saat ini

Pendahuluan

Pada era transformasi digital ini UMKM dituntut untuk bertransformasi juga agar mampu beradaptasi dan bersaing di pasar. UMKM adalah salah satu sektor yang penting bagi pembangunan ekonomi masyarakat dan penggerak ekonomi nasional (Firdausya & Ompusunggu, 2023), karena berperan besar dalam berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto. Sehingga tidak dapat disangkal jika UMKM dianggap sebagai salah satu sektor penggerak ekonomi paling penting karena memiliki kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan maupun krisis ekonomi yang mungkin terjadi (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Pada saat ini bisnis telah mengalami banyak perkembangan dan perubahan. Dalam menjalankan usahanya UMKM, tidak bisa lagi hanya menggunakan cara konvensional saja dengan menawarkan produk atau jasa secara langsung bertatap muka dengan calon konsumen. Pada masa digitalisasi ini bisnis juga perlu dilakukan dengan berbagai media berupa software maupun aplikasi untuk dapat menjangkau konsumen lebih cepat dan lebih luas. Penggunaan berbagai sarana media ini akan membantu UMKM dalam pengelolaan manajemen, menciptakan berbagai peluang pasar hingga mereka akan mampu untuk bersaing dengan lebih efektif untuk memuaskan keinginan konsumen mereka (Utama, 2019).

Handoyo Budi Orchids (HBO) merupakan UMKM yang bergerak pada usaha

pembibitan dan produksi anggrek yang beralamat di Jl. Bondowoso No.9A Klojen kota Malang. UMKM ini berdiri sejak tahun 2000, Laboratorium Handoyo Budi Orchids berlokasi di Jl. Bondowoso No.9A Klojen Kota Malang dan di depan laboratorium juga terdapat showroom tanaman anggrek, sedangkan kebun Handoyo Budi Orchids beralamat di Jl. Balai Desa Kepuharjo Karanglo Malang. Kapasitas produksi UMKM ini yaitu sekitar 30.000 botol (max) per tahun dengan 1200-1500 botol bibit anggrek potensial per bulan. Produk yang dihasilkan oleh UKM ini seperti bibit tanaman anggrek dalam botol, tanaman anggrek dewasa, kompos, pestisida dan kelengkapan pemeliharaan tanaman anggrek lainnya. Produk yang dihasilkan oleh Handoyo Budi Orchids telah meliputi pasar lokal, nasional dan internasional (Malaysia). Pada UKM ini terdapat beberapa permasalahan manajerial yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka. Diantaranya adalah tidak ada perekaman yang jelas mengenai arus keluar dan masuk jumlah produk yang diproduksi, pencatatan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi masih menggunakan pembukuan konvensional secara manual, serta perlu adanya pengembangan promosi pengenalan produk dengan menampilkan berbagai produk yang dihasilkan melalui media-media sosial dengan lebih intensif.

Metode Pelaksana

Pengembangan wawasan manajerial ini sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UKM Handoyo Budi Orchids. Tujuan dari program pengembangan manajerial ini untuk melakukan sosialisasi pengembangan manajemen dengan cara pendampingan serta berusaha untuk memberikan masukan terhadap permasalahan manajerial yang terjadi. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan UKM Handoyo Budi Orchids dalam upaya peningkatan pengetahuan tentang informasi teknologi dilakukan dengan menggunakan pendekatan individual atau personal. Adapun tahapan-tahapan kegiatan dalam pendampingann UKM Handoyo Budi Orchids dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Investigasi Awal dan Observasi

Proses investigasi dan observasi awal di lokasi kegiatan dilakukan dengan mewawancarai pemilik UMKM. Hasil wawancara dengan pemilik UMKM direcord dengan menggunakan ponsel dan sebagian dicatat secara manual.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil diskusi dan pengamatan secara langsung di lapangan dapat dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Permasalahan-permasalahan yang telah disampaikan oleh pihak UMKM maupun yang dilihat sendiri oleh tim pengabdian kepada masyarakat akan disusun berbagai alternatif solusi sebagai langkah kerja yang akan dilakukan selama kegiatan pendampingan berlangsung.

3. Sosialisasi

Mensosialisasikan upaya-upaya penyelesaian terhadap masalah yang saat ini terjadi.

Bentuk sosialisasi dilakukan dalam bentuk diskusi interaktif secara mendalam di Handoyo Budi Orchids Jl. Bondowoso 9A, Gading Kasri, Klojen, Malang.



Gambar 1. Tim Pelaksana dan Pemilik Handoyo Budi Orchids

Hasil Pembahasan

Berdasarkan pendampingan yang telah dilakukan, terdapat berbagai gagasan yang dilakukan untuk pengembangan manajerial pada UMKM Handoyo Budi Orchids.

1. Manajemen Operasional

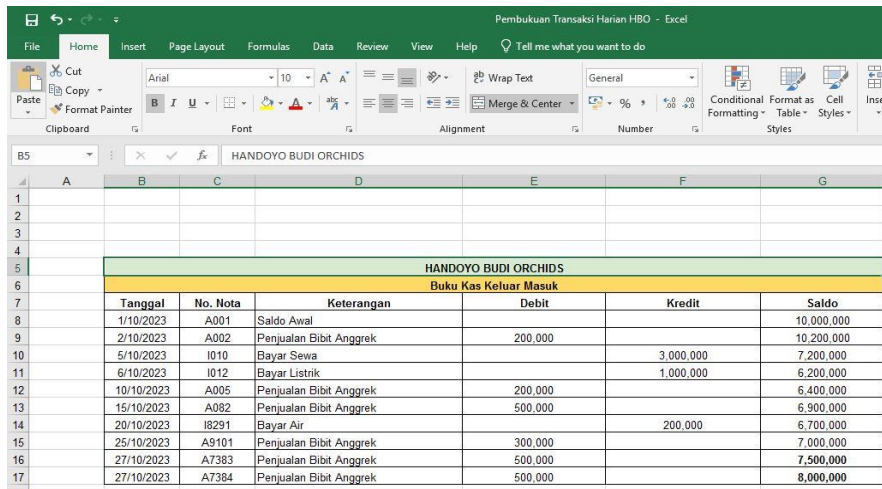
Pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan dengan melibatkan pemilik beserta pegawai, kegiatan diskusi membahas mengenai proses produksi dari awal bahan baku diperoleh hingga pemrosesan barang jadi. Pada sosialisasi ini juga diperkenalkan penggunaan *software* MsExcel untuk mengelola *input* dan *output* produk supaya kegiatan produksi menjadi lebih terkendali. Dengan penggunaan *software* ini kepala bagian produksi akan mampu melihat jumlah produksi harian serta berapa jumlah produk yang berhasil terjual dengan lebih seksama sesuai dengan tipe masing-masing varian produk.

HANDOYO BUDI ORCHID													
Periode 1-7 Oktober 2023 (Mingguan)													
No	Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Harga Pokok	Harga Jual	Stok Awal	10/1 Stok Masuk	10/1 Stok Keluar	10/2 Stok Masuk	10/2 Stok Keluar	10/3 Stok Masuk	10/3 Stok Keluar	Sto
1	A-001	Bibit Angrek	Botol	20,000	25,000	20		5					
2	A-002	Bibit Angrek	Botol	30,000	40,000	20		3					
3	A-003	Bibit Angrek	Botol	15,000	20,000	20	30			4	3	1	
4	A-004	Bibit Angrek	Botol	15,000	10,000	20					3		
5	A-005	Bibit Angrek	Botol	20,000	40,000	20					1		
6	A-006	Bibit Angrek	Botol	100,000	130,000	20		2		2			
7	A-007	Bibit Angrek	Botol	100,000	150,000	20		5					
8	A-008	Bibit Angrek	Botol	200,000	250,000	20	30						
9	A-009	Bibit Angrek	Botol	15,000	10,000	20		4		2			
10	A-010	Bibit Angrek	Botol	70,000	75,000	20							
11	A-011	Bibit Angrek	Botol	20,000	25,000	20		5					
12	A-012	Bibit Angrek	Botol	35,000	40,000	20							

Gambar 2. Contoh Persediaan Produk Handoyo Budi Orchids

2. Manajemen Keuangan

Sosialisasi di bagian keuangan bertujuan agar UMKM memiliki suatu pemahaman tentang catatan transaksi harian yang lebih teratur dan lebih sederhana dengan menggunakan *software* yaitu MsExcel.



HANDOYO BUDI ORCHIDS					
Buku Kas Keluar Masuk					
Tanggal	No. Nota	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1/10/2023	A001	Saldo Awal			10,000,000
2/10/2023	A002	Penjualan Bibit Anggrek	200,000		10,200,000
5/10/2023	I010	Bayar Sewa		3,000,000	7,200,000
6/10/2023	I012	Bayar Listrik		1,000,000	6,200,000
10/10/2023	A005	Penjualan Bibit Anggrek	200,000		6,400,000
15/10/2023	A082	Penjualan Bibit Anggrek	500,000		6,900,000
20/10/2023	I0291	Bayar Air		200,000	6,700,000
25/10/2023	A9101	Penjualan Bibit Anggrek	300,000		7,000,000
27/10/2023	A7383	Penjualan Bibit Anggrek	500,000		7,500,000
27/10/2023	A7384	Penjualan Bibit Anggrek	500,000		8,000,000

Gambar 3. Contoh Pembukuan Sederhana Handoyo Budi Orchids

3. Manajemen Pemasaran

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara diskusi dengan pemilik dan staf mengenai bauran pemasaran 4P meliputi produk yang dihasilkan, harga dan strategi penetapan harga, distribusi produk serta promosi yang telah dilakukan. Pada tahap ini ditekankan mengenai pentingnya upaya promosi yang lebih intensif dalam menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok, dan lain-lain. Adanya *upload* konten media sosial secara rutin (harian dan mingguan) akan membantu menarik lebih banyak konsumen yang penasaran terhadap produk yang dihasilkan. Pada akhir bulan Oktober 2023 jumlah follower sebanyak 5917 di instagram Handoyo Budi Orchids kemudian pada pertengahan bulan November berhasil terjadi peningkatan menjadi 5960 followers.



Gambar 4. Instagram Handoyo Budi Orchids

Kesimpulan

Upaya sosialisasi pengembangan manajerial sangatlah penting bagi UMKM Handoyo Budi Orchids karena akan bermanfaat dalam mengelola usahanya agar menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga dapat menunjang perkembangan dan kemajuan usahanya. Selain itu kegiatan ini akan dapat membantu meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan produksi, keuangan dan pemasaran di masa yang akan datang.

Ucapan Terimakasih

Pelaksana kegiatan ini berterima kasih kepada seluruh pihak Universitas Negeri Malang yang telah mendukung seluruh kegiatan sosialisasi ini. Penghargaan yang sitinggitingginya disampaikan kepada UMKM Handoyo Budi Orchids yang terlibat secara aktif selama pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Referensi

- Fadhillah, Prayudhi, & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Firdausya, Lily Zahra, & Ompusunggu, Dicky Perwira. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14–18.
- Utama, Iston Dwija. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1–10.