

PENTINGNYA POLA KEMITRAAN DALAM MEMBANGUN PRODUKTIVITAS MASYARAKAT DESA WISATA SALENRANG KABUPATEN MAROS

Syamsinar¹⁾, Andi Abdul Azis Ishak¹⁾, Muhammad Ridwan¹⁾, Dien Triana¹⁾

¹⁾Dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

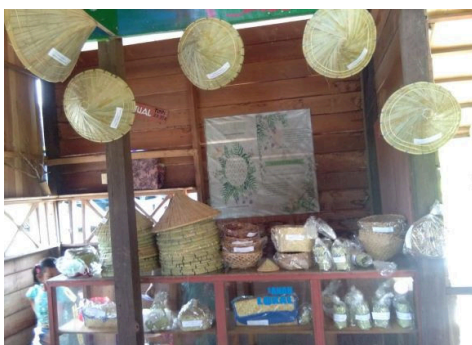
This community service was held to help local community in Salenrang Village, near Rammang Rammang Cave Site, enhance their skill and knowledge in making qualified local handcraft products as well as marketing these products locally and nationally. Mostly the products are made by housewife in this village. The aim of this activity is to increase awareness and build confidence of the local community in improving regional economic potential through the use of its natural resources. The current problem faced by partners is the low quality of the product, thus hampering marketing volume. The products are only displayed at stalls around the entrance of Rammang-Rammang tourist attraction. The reasons are a) the quality of woven is not attractive b) the lack of creativity in product innovation c) the production handicraft products is yet to be popular among the locals. Through this community service, educating them in making high quality of handicraft products and creating a linked marketing channel, such as linking them with vendors who help to promote and sale the products, are hoped to enhance quality and number of sold products.

Keywords: *Product Quality, Business Partners, Marketing*

1. PENDAHULUAN

Desa Salenrang yang terletak di Kabupaten Maros merupakan salah satu desa yang menjadi destinasi wisata di Sulawesi Selatan. Panorama alam yang indah dan sejarah panjang kehidupan manusia yang ditampakkannya menjadi magnet wisatawan manca negara. Desa ini berjarak sekitar 40 km di sebelah utara Kota Makassar, ibukota Provinsi Sulawesi Selatan. dengan luas mencapai 13,556 km². Pemerintah setempat berharap dapat mengoptimalkan keberadaan objek wisatanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah memberikan perhatian khusus pada pengembangan keterampilan kerajinan berbahan dasar local [1].

Pada tahun 2020, Kelompok Sadar Wisata (Kopdarwis) dengan dikoordinir oleh seksi kuliner dan kerajinan telah mengikutsertakan beberapa remaja dan ibu rumah tangga, khususnya yang tergabung dalam Majelis Taklim Khairunnisa dan Kopdarwis dalam pelatihan keterampilan produk kerajinan berbahan dasar lokal, yaitu, daun nipah [2]. Sejak saat itu, kelompok ini mulai melakukan aktivitas produksi. Hasil produksinya mulai terpajang di kios sekitar area wisata seperti pada gambar 1. Selain itu, mereka mulai berpartisipasi dalam kegiatan lomba karya dan menggelar produknya pada kegiatan pameran. Mereka bahkan berhasil memperoleh penghargaan seperti pada gambar 2. Sayangnya, produk dengan kreasi anyaman seperti tas dan wadah belum layak untuk dipasarkan secara luas karena masih terkendala dengan kualitas produk.



Gambar 1. Kios penjualan produk



Gambar 2. Memenangkan lomba seni/ karya

Tahun 2020 adalah tahun pertama proses produksi. Produksi tersebut dilakukan dengan skala yang masih sangat kecil di lingkungan orang-orang tertentu sekitar pengurus Kopdarwis. Dengan kata lain, usaha

¹ Korespondensi penulis: Syamsinar, 081342678882, syamsinar275muhtar@gmail.com

produksi dan penjualan saat ini belum ditangani secara profesional karena masih menjadi kegiatan sampingan. Adapun berbagai jenis produknya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Tas, Tempat pensil, Mainan, Okang, dan Bakul.



Gambar 4. Topi caping



Gambar 5. Okang



Gambar 6. Tas

Berdasarkan hasil analisis situasi saat ini, maka permasalahan mitra dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, khususnya produk anyaman masih rendah;
- b. Kreasi model masih sangat rendah;
- c. Sulit mengembangkan produktivitasnya karena tidak ada jaminan pemasarannya.

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut, maka dibutuhkan kegiatan-kegiatan yang dapat membantu dalam hal berikut:

- a. Meningkatkan kualitas produk anyaman dan meningkatkan inovasi kreasi model produk anyaman. Adapun indikator kualitas produk yang ditargetkan adalah kerapihan anyaman, ukuran dan bentuk yang simetris, dan anyaman tali atau pegangan tas.
- b. Menerapkan pola kemitraan dalam pemasaran dengan produsen yang lebih profesional di bidang industri yang sama. Mitra usaha adalah pihak yang bersedia membantu pemasaran, yang sekaligus berfungsi untuk memantau kualitas kerajinan yang dipasarkan.

Langkah awal yang dapat dilakukan adalah mengikutsertakan sebanyak mungkin anggota masyarakat dalam pelatihan ini dengan harapan jumlah tenaga terampil akan bertambah. Alumni pelatihan ini diarahkan untuk bisa berinovasi baik secara individu ataupun kelompok dengan berorientasi pasar.

Adapun metode pelaksanaan yang telah berlangsung adalah:

- a. Mengadakan pelatihan teknik anyaman kerajinan yang dapat menghasilkan produk yang rapi.
- b. Pelatih adalah dari pengusaha kerajinan anyaman yang sudah menunjukkan kreativitasnya dalam kualitas maupun kreativitas dalam pemasaran. Pengusaha kerajinan yang dipilih adalah yang bersedia menjadi mitra untuk memasarkan produk kerajinan.
- c. Mempublikasikan produk dan kegiatan pelatihan. Diharapkan dari hasil publikasi ini akan ada pihak lain yang mau bekerja sama atau berkolaborasi dalam pemasaran.
- d. Memberikan rekomendasi metode perhitungan biaya produk untuk mengetahui biaya per jenis produknya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kegiatan Pelatihan

Hasil dari kegiatan pelatihan ini adalah seluruh peserta sudah dapat membuat anyaman dengan teknis yang lebih baik sehingga produknya menjadi rapih. Kegiatan dan hasil anyaman dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 7. Kualitas anyaman sebelum pelatihan



Gambar 8. Proses Pelatihan



Gambar 9. Produk hasil pelatihan berbahan plastik



Gambar. 10. Produk berbahan nipah (setelah pelatihan)

b. Penerapan Pola Kemitraan

Pilihan alternatif pemberdayaan pada usaha kecil adalah melalui konsep mekanisme kerjasama atau keterkaitan dengan perusahaan besar dalam bentuk kemitraan usaha. Langkah kerjasama dalam bentuk kemitraan usaha merupakan suatu strategi untuk dapat mengembangkan usaha kecil, dan secara moril kerjasama ini sangat diperlukan adanya dukungan yang maksimal dari pihak pengusaha besar melalui paket pembinaan [3].

Tim pelaksana PkM bekerja sama dengan perusahaan “Tuta Etnik”, yaitu salah satu produsen kerajinan tas berskala menengah di Kabupaten Soppeng yang bersedia menjalin kemitraan dengan produsen rumahan berskala kecil. Pola kemitraan yang diterapkan adalah kombinasi antara pola inti plasma dan pola dagang umum. Pola inti plasma dalam hal ini adalah produsen berskala lebih besar membina dan mengembangkan produsen berskala kecil. Sedangkan pola dagang umum adalah hubungan kemitraan antara pengusaha kecil dan pengusaha besar yang mana pengusaha besar memasarkan hasil produksi pengusaha kecil, atau pengusaha kecil memasok kebutuhan yang diperlukan oleh pengusaha besar [4]. Penerapan kombinasi dua pola kemitraan ini telah menghasilkan manfaat, yaitu telah terselurnya beberapa buah produk (tas) ke mitra Tuta Etnik untuk dipasarkan.

c. Publikasi Produk dan Kegiatan Pelatihan

Publikasi produk sangat penting untuk mempertemukan antara pihak-pihak yang saling berkepentingan. Publikasi produk kerajinan ini telah mendapatkan respon dari pengusaha industri rumahan lainnya, yaitu industri batik rumahan yang membutuhkan kemasan dari produk alam. Perpaduan dua jenis produk lokal menambah nilai estetika produk yang menarik para pencinta produk budaya dan alami. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 12, produk-produk terpajang lebih menarik. Hingga saat ini beberapa jenis produk kerajinan lainnya (selain produk tas) telah diorder dalam jumlah ratusan buah.



Gambar 11. Hasil publikasi direspon oleh *stakeholder*



Gambar 12. Beberapa produk batik membutuhkan kemasan dari produk anyaman lokal (di atas meja)



Gambar 13. Salah satu produk yang kualitasnya diandalkan



Gambar 14. Produk-produk yang saat ini paling banyak diminati stakeholder

Minat *stakeholder* yang cukup menjanjikan menunjukkan bahwa kualitas produk kerajinan dari kelompok usaha masyarakat Desa Salenrang sudah mulai dapat diperhitungkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa kelompok usaha ini sudah layak untuk membuat *website* khusus untuk memperkenalkan produknya. Namun, satu hal yang sangat penting adalah kesiapan anggota unit usaha untuk menyelesaikan sejumlah pesanan secara tepat waktu, dan tersedianya tenaga trampil khusus yang dapat memfokuskan perhatiannya untuk merespon calon konsumen.

d. Metode Perhitungan Biaya Produk

Bahan baku produk bersumber dari alam yang tidak dibeli, tetapi membutuhkan biaya untuk mengumpulkan dan mengangkut bahan dari sungai ke rumah produksi. Setiap kelompok bahan digunakan seringkali digunakan untuk lebih dari 1 (satu) jenis produk. Seluruh bagian dapat menghasilkan produk,

seperti: tulang daun menghasilkan sapu lidi dan okang, sedangkan bagian lembar daunnya untuk produk anyaman. Sesuai dengan kesepakatan internal, setiap harga jual disisihkan sebagai upah pembuatan produk. Jadi pembayaran upah hanya dilakukan ketika produk telah terjual. Dengan demikian, maka tim PKM merekomendasikan metode perhitungan biaya produk secara sederhana seperti pada Tabel 1. Untuk menerapkan metode ini dibutuhkan tenaga khusus yang terampil dalam menerapkan perhitungan alokasi biaya bersama yang dalam hal ini biaya angkut bahan.

Tabel 1. Perhitungan Biaya Produk

| Nama Biaya | Total Biaya (Rp) | Produk A (Rp) | Produk B (Rp) | Produk C (Rp) | Produk (Rp) |
|-----------------------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Biaya angkut bahan ^{*)} | yyy | ...% x yyy | ...% x yyy | ...% x yyy | ...% x yyy |
| Biaya upah kerja ^{**)} | | ..%xPenjualan A | ..%xPenjualan B | ..%xPenjualan C | ..%xPenjualan.. |
| Biaya angkut penjualan (biaya umum) ^{***)} | zzz | 0 | 0 | 0 | 0 |

Keterangan:

*) biaya bahan dibagi ke produk berdasarkan persentasi (%) jumlah produk yang dihasilkan dari bahan tersebut;

***) biaya upah dibayarkan sejumlah persentasi tertentu dari jumlah penjualan produk yang dibuatnya masing-masing;

***) biaya angkut penjualan biasanya diperlakukan sebagai biaya umum, biaya ini tidak dibebankan atau tidak menambah biaya produk.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan kualitas dan pembentukan pola kemitraan sangat efektif meningkatkan kualitas produk kerajinan. Pada awalnya produk sangat jauh dari standar kualitas, dalam hal ini kualitas kerapian anyaman, keseimbangan ukuran sisi, keindahan anyaman. Publikasi produk dan kegiatan pelatihan membuka jalan pemasaran ke industri rumahan lain yang terkait.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] RPJM Desa Salenrang 2020 – 2025, *Terwujudnya Desa Wisata dan Lumbung Pangan yang Sejahtera, Mandiri, dan Religius*.
- [2] Syamsinar, ., Ishak, A. A. A. ., Triana, D., & Ridwan, M. (2021). *Pemberdayaan Potensi Ekonomi Lokal Melalui Usaha Kerajinan Anyaman Daun Nipah di Desa Salenrang Kabupaten Maros*. *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 7(1), 123-134. <https://doi.org/10.20956/jdp.v7i1.18427>
- [3] Sapparuddin, M. dan Bado, Basri, 2011, *Pengaruh Kemitraan Usaha terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan*, *Econo Sains*, Vol. IX, No. 2, Agustus 2011.
- [4] Risambessy A., Sormin, R.B.D.,Fernandus, S.J., *Stategi Kemitraan Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pengolahan Dan Pemasaran Rumput Laut Di Wilayah Kota Ambon Dan Kabupaten Maluku Tenggara Barat - http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/925/pdf_133* (online) tanggal akses 14 Maret 2021.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana PkM tahun 2021 memanjatkan rasa syukur dan mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada Allah SWT atas terselenggaranya kegiatan ini sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Ucapan terima kasih kepada Direktur Politeknik negeri Ujung Pandang dan seluruh staf P3M PNUP yang telah memfasilitasi kegiatan ini sehingga dapat terselenggara sebagaimana mestinya.