

PENINGKATAN MANAJEMEN DAN STRATEGI BISNIS PADA UMKM DESA WARNASARI, KABUPATEN BANDUNG

Oleh :

¹Niantoro Sutrisno, ²Tarto, ³Enny Diah Astuti, ⁴Rahayu Tri Utami, ⁵Amie Primarni

¹Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik LP3I Jakarta
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450 Indonesia
Telp. 021-31904598 Fax. 021-31904599

²Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Tangerang
Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang,
Kota Tangerang, Banten 15118

³Program Studi Manajemen Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi
Jl. Sersan Aswan, RT.002/RW.009, Margahayu, Bekasi Timur, Bekasi, West Java 17113

⁴Program Studi Manajemen Ritel, Universitas Ichsan Satya
Jl. Jombang Raya No.41, Jombang, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414

⁵Program Studi Pendidikan Agama Islam, Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba
Jl. Setu, Leuwimekar, Kec. Leuwiliang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16640

Email: torrosoet@gmail.com¹, tartoasmara45@gmail.com², ennydiah169@gmail.com³,
ayyu.sam@gmail.com⁴, amieprimarni.ap@gmail.com⁵

ABSTRACT

The existence of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) can create jobs and empower households to earn income. UMKM have a very large role in economic growth, as a provider of jobs and also as a source of income for the community. Therefore, empowerment is needed so that UMKM can develop further and be able to support the stability of the national economy. The development of the era, technology and competition in the business world which is getting higher every day makes UMKM actors have to have a good business strategy to be able to compete with their competitors. Various problems in running a business occur in today's economy. The millennial generation has a different perspective from the previous generation. Their purchasing power is needed not like the generation above them who are more established, but they can get goods and services that are much cheaper. Several aspects play an important role in determining consumer purchasing power. This community service activity is carried out to help UMKM in Warnasari Village, Bandung regency in facing competition in the digital era. By learning about daily financial management, conducting digital promotions, and also knowing how to determine the ideal selling price.

Keywords : UMKM, Business Strategy

ABSTRAK

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan rumah tangga untuk mendapatkan pendapatan. UMKM memiliki peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi, sebagai penyedia lapangan pekerjaan dan juga sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan agar UMKM lebih berkembang dan mampu mendukung

kestabilan perekonomian nasional. Perkembangan zaman, teknologi dan persaingan di dunia usaha yang kian hari semakin tinggi membuat para pelaku UMKM harus memiliki strategi bisnis yang baik untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya. Berbagai permasalahan menjalankan bisnis terjadi dalam ekonomi saat ini. Generasi milenial mempunyai cara pandang yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Daya beli mereka memang belum seperti generasi di atasnya yang lebih mapan, tetapi mereka bisa mendapatkan barang dan jasa yang jauh lebih murah. Beberapa aspek memegang peranan penting dalam menentukan daya beli konsumen. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu para UMKM di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung dalam menghadapi persaingan di era digital. Dengan mempelajari mengenai manajemen keuangan harian, melakukan promosi digital, dan juga mengetahui bagaimana menentukan harga jual yang ideal.

Kata Kunci : UMKM, Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja lokal, meningkatkan daya beli masyarakat sekitar dan memperkuat ekonomi berbasis komunitas. Di tengah perekonomian saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam memacu perekonomian di Indonesia. Keberadaan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan rumah tangga untuk mendapatkan pendapatan. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM yang tercatat pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit usaha yang tersebar di berbagai sektor termasuk perdagangan, manufaktur, pertanian, jasa, kuliner, fashion, kerajinan tangan dan teknologi digital. Sebagai penyedia lapangan kerja dan juga sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, perlu adanya pemberdayaan agar UMKM lebih berkembang dan mampu mendukung kestabilan perekonomian nasional.

Dalam menjalankan usaha para pelaku UMKM tidak hanya memproduksi suatu barang atau jasa, tapi juga harus memiliki strategi bisnis dalam menjalankan usahanya. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya, mengelola manajemen keuangan harian, dan menentukan harga jual yang ideal. Sehingga konsumen lebih mengenal produk atau jasa yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Saat ini masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum memahami seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. Penggunaan media digital sebagai strategi bisnis dalam pemasaran merupakan keuntungan bagi UMKM untuk mendapat jangkauan pasar yang lebih luas dan menjadikan biaya pemasaran menjadi lebih efektif. Selain itu, sifat digital marketing adalah real time sehingga para pelaku UMKM dapat langsung menganalisis minat dan umpan balik dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi bisnis yang lebih baik dan lebih cepat. Dalam menjalankan bisnis, pengusaha juga harus mengetahui bagaimana cara untuk menentukan harga jual dari barang atau jasa yang ditawarkan, agar bisa mengetahui seberapa besar keuntungan maupun kerugian yang dialami.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di desa Warnasari Kabupaten Bandung, bertujuan untuk membantu meningkatkan UMKM disana dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka penulis akan merumuskan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pentingnya manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari?
2. Apa kendala manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari?
3. Apa solusi dari manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pentingnya manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari
2. Untuk mengetahui hambatan/kendala yang dihadapi dalam manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari
3. Untuk memberikan solusi dalam manajemen strategi bisnis pada UMKM Desa Warnasari.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilakukan pada Jum'at - Sabtu, 13 – 14 Juni 2025 yang di ikuti oleh warga desa Warnasari, Kabupaten Bandung. Pelaksanaan dilakukan secara tatap muka di ruang kelas dengan materi “Manajemen dan Strategi Bisnis pada UMKM” . Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Presentasi, metode ini digunakan untuk menyampaikan penjelasan kepada peserta mengenai materi terkait.
2. Tanya Jawab dan Diskusi, metode ini dilakukan untuk menggali persoalan – persoalan yang berhubungan dengan materi. Selain itu juga, agar peserta lebih memahami tentang materi dan persoalan yang dihadapi peserta dalam membuat strategi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tema dan Bentuk Kegiatan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan memiliki tema “Manajemen dan Strategi Bisnis pada UMKM pada UMKM Desa Warnasari, Kabupaten Bandung”. Kegiatan ini dipilih karena untuk menghadapi daya saing bisnis dan memperluas pangsa pasar diperlukan adanya manajemen strategi bisnis yang baik.

2. Tempat dan waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini diselenggarakan pada 13 – 14 Juni 2025

3. Peserta Kegiatan

Program Pengabdian pada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Dosen ataupun Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta yang berkolaborasi dengan Perguruan Tinggi Lain pada peserta pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

- a. Peserta : Warga Desa Warnasari
- b. Jumlah peserta : 124 orang

4. Proses Kegiatan

TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN	PIC
13 Juni 2025	08.00 – 08.05	Pembukaan	Enny Diah A
	08.05 – 08.15	Sambutan Kepala Desa	Kepala Desa
	08.00 – 08.30	Motivasi	Amie Primarni
	08.30 – 11.30	Materi Pelatihan 1	Amie Primarni
	11.30 – 14.00	Ishoma	Panitia
	14.00 – 17.00	Materi Pelatihan 2	Niantoro
14 Juni 2025	09.00 – 11.30	Materi Pelatihan 3	Rahayu Tri U
	11.30 – 13.00	Ishoma	Panitia
	13.00 – 16.00	Materi Pelatihan 4	Tarto
	16.00 – 17.00	Penutupan, Foto bersama, Kesan-kesan dari peserta	Enny Diah A

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melakukan presentasi materi secara offline kepada para peserta yang hadir, menggunakan media infokus untuk menampilkan slide materi sehingga dapat dilihat dan dimengerti oleh peserta. Setelah pemaparan materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya sehingga apa yang dijelaskan dapat dipahami dengan baik dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berkontribusi aktif dalam kegiatan pelatihan tersebut. Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

- Melakukan rapat koordinasi dengan tim atau dengan panitia pelaksana abdimas
- Koordinasi dengan mitra yaitu Desa Warnasari, Kabupaten Bandung
- Membuat proposal permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada institusi
- Pengurusan administrasi (surat-menyurat)
- Persiapan alat mulai dari membuat form absen dan sertifikat
- Penyusunan bahan/materi pelatihan : slide Power point untuk kegiatan Pelatihan manajemen dan strategi bisnis pada UMKM desa Warnasari, Kabupaten Bandung
- Kegiatan Gladi bersih untuk panitia di hari H pelaksanaan

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- Pembukaan dan perkenalan dengan para warga desa Warnasari, Kabupaten Bandung yang menjadi sasaran kegiatan
- Perkenalan Tim Dosen Abdimas
- Sambutan dari Kepala Desa Warnasari
- Ice Breaking yang dilakukan moderator
- Pemaparan materi untuk Pelatihan manajemen dan strategi bisnis untuk oleh Nara Sumber



Kegiatan selanjutnya adalah peningkatan manajemen dan strategi bisnis pada UMKM di Desa Warnasari Kabupaten Bandung. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi tentang manajemen dasar bagi pelaku UMKM, mendorong penerapan strategi sederhana namun berdampak besar, dan menyediakan panduan praktis berbasis studi kasus lokal. Ada berbagai permasalahan umum yang terjadi pada UMKM lokal diantaranya yaitu:

1. Keuangan yang tidak tercatat sehingga sulit untuk dilakukan evaluasi
2. Harga jual yang asal – asalan. Harga jual yang dibuat asal – asalan akan membuat rugi diam- diam
3. Promosi pasif. Hanya mengandalkan pelanggan tetap
4. Produksi tidak terencana. Boros waktu dan bahan baku.

Lalu untuk apa manajemen yang efektif? adanya manajemen yang efektif, para pelaku UMKM dapat mengetahui posisi usaha (apakah untung atau rugi), bisa menyiapkan ekspansi skala kecil, membuat usaha lebih tahan krisis dan juga mempermudah dalam mencari mitra/seller. Beberapa Strategi bisnis yang bisa diterapkan bagi para pelaku UMKM, antara lain :

1. Manajemen Keuangan Harian. Untuk mengatur keuangan harian bisa menggunakan alat seperti buku tulis, buku warung, catatan keu, dan google sheet dimana dalam catatan tersebut memiliki format : tanggal, barang terjual, uang masuk, pengeluaran dan keuntungan. Pelaku UMKM harus rajin atau disiplin dalam mencatat setiap transaksi dan juga perlu dilakukannya evaluasi mingguan untuk analisa kecil.
2. Menentukan harga Jual yang ideal. Dalam menentukan harga jual bisa menggunakan rumus : $\text{harga jual} = (\text{bahan} + \text{operasional} + \text{kemasan}) + \text{margin (20-50\%)}$. Jangan menetapkan harga jual yang asal – asalan tanpa rumus yang jelas.

3. Promosi Digital. Dalam berbisnis, suatu usaha perlu melakukan promosi terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan berkembangnya zaman saat ini, maka media yang digunakan untuk promosi juga dilakukan secara digital. Misalnya saja dengan menggunakan platform Marketplace, Instagram, Tiktok, Whats App Business dll. Selain itu kita juga bisa memberikan strategi seperti: flash sale mingguan/bulanan, foto produk yang menarik, testimoni pelanggan lama, dan respon yang cepat untuk menarik perhatian para pembeli.
4. Produksi Efisien dan Anti Boros. untuk mencegah produksi yang berlebih, para pelaku UMKM dapat memprediksi penjualan dari minggu lalu, menetapkan jam kerja yang tetap, melakukan cek stok bahan 2 hari sekali dan mengurangi produk gagal karena stok lama.

Kegiatan PkM ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan para pelaku UMKM di desa Warnasari, Kabupaten Bandung mengenai pentingnya pemasaran digital. Peserta tidak hanya belajar tentang membuat strategi bisnis yang baik, tetapi juga memperoleh pengetahuan yang lebih dalam tentang cara menentukan harga jual dan promosi melalui media digital. Selain itu, dengan ketrampilan yang diperoleh, diharapkan UMKM desa Warnasari dapat memanfaatkan platform digital secara lebih optimal, meningkatkan eksposur produk mereka, melakukan pencatatan transaksi keuangan yang lebih disiplin. Dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan usaha mereka di era digital yang terus berkembang. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa manajemen dan strategi bisnis telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pelaku UMKM di desa warnasari. Dampak ini dapat dilihat dari kemampuan para pelaku usaha membuat pencatatan pembukuan transaksi, menentukan harga jual produk, promosi media digital, dan melakukan personalisasi strategi pemasaran kepada pelanggan. Selain itu, strategi bisnis juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi waktu dan biaya, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform digital yang lebih terarah.

Kedepannya, diharapkan bahwa para pelaku usaha ini dapat terus mengembangkan keterampilan keuangan harian dan digital mereka dalam membuat strategi bisnis untuk mendukung pemasaran produk mereka. Hal ini sejalan dengan upaya untuk memperkuat ketahanan ekonomi lokal, meningkatkan akses pasar bagi produk UMKM, dan mendorong terciptanya inovasi dalam dunia pemasaran yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan terus meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital, diharapkan UMKM desa Warnasari dapat bersaing lebih kompetitif dalam pasar global yang semakin terhubung secara digital.

Selain manfaat praktis, para pelaku UMKM juga memberikan kesan positif terhadap metode penyampaian materi yang interaktif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Mereka merasa lebih percaya diri untuk membuat strategi bisnis dalam usaha mereka, sekaligus termotivasi untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan zaman. Pelaku UMKM berharap kegiatan seperti ini dapat dilakukan secara berkelanjutan, agar manfaat yang mereka peroleh dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang bagi usaha mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung antara lain adalah adanya respon positif dari para peserta dengan pertanyaan dan tanggapan yang diberikan selama kegiatan, adanya

kesesuaian materi dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam usaha meningkatkan minat, pemahaman dan kemampuan dalam membuat strategi bisnis yang baik dan sederhana. Manajemen keuangan harian, penentuan harga jual yang ideal dan pemasaran digital merupakan salah satu unsur penting dalam menjalankan suatu usaha yang diperlukan para pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal “ Manajemen dan Strategi Bisnis pada UMKM” dapat dijadikan sebagai sarana berbagi pengetahuan konseptual akademik dengan praktek pelaksanaan pengembangan bisnis dalam kenyataannya.

Saran

Untuk lembaga, penulis mengharapkan dapat lebih Peran aktif Lembaga dapat lebih ditingkatkan, sebagai peran serta Lembaga dalam memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar dan berbagi keterampilan bagi masyarakat untuk lebih berdaya guna. Untuk peserta, Sebagai ajang pelatihan, keterampilan yang sudah diberikan selalu dijalankan secara konsisten. Segala bentuk pelatihan yang telah diberikan agar dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan serta pengetahuan konseptual para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan pengembangan bisnis yang dilakukan dan dapat meningkatkan perekonomian desa warnasari, kabupaten Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G.R., & Pitaloka, E.2020. Strategi Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan [ada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, Vol.6 ,No. 2, tahun 2020
- Alma, Buchari.2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta, tahun 2014
- David, Fred R.2011. Strategic Management. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta. Salemba Empat, Tahun 2011.
- Mulyadi, Andi Hidayatul, Maizar, & Khadijah.2024. Pendampingan dan Penerapan Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kelurahan Bengkong Indah Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: I-Com: Inonesian Community Journal*, Vol.4, No. 1, Tahun 2024
- Nugroho,P.I., & Takaliwuhang, J.G.2022. Penerapan Akuntansi Manajemen dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 10 No. 2, tahun 2022