

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PENYULUHAN PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN KELURAHAN DENGAN PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGIS

Penyusun:

Widiyono, SE., MM

Samsudin, S.Sos, M.Si

INSTITUT ILMU SOSIAL DAN MANAJEMEN STIAMI

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Penyuluhan Pengembangan Produk Unggulan Kelurahan
Dengan Pendekatan Manajemen Strategis

Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : Widiyono, SE., MM
NIDN : 0318076503

Anggota
Nama Lengkap : Samsudin, S.Sos., M.Si
NIDN : 0315107906

Sumber Dana : PT Internal

Biaya dari LPPM : Rp. 5.500.000,-

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Administrasi,


(Dr. Bambang Irawan, M.Si, MM)
NIK : 200130580

Jakarta, 24 September 2015
Ketua Pelaksana,


(Widiyono, SE., MM)
NIDN : 0318076503

Menyetujui,
Kepala LPPM



(Dr. Ir. A. H. Rahadian, M.Si)
NIK : 201219447

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunianya, Kami dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan Penyuluhan Pengembangan Produk Unggulan Kelurahan Dengan Pendekatan Manajemen Strategis dengan lancar. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan perwujudan salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi yang dilaksanakan oleh civitas akademika Program Studi Ilmu Administrasi Negara Institut STIAMl. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2015 di Kecamatan Cempaka Putih. Materi Penyuluhan dipilih berdasarkan perkembangan kebutuhan Ekonomi masyarakat di sekitar kampus Institut STIAMl, terutama dalam Rangka pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan produk local sebagai produk unggulan daerah. . Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Institut STIAMl yang telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan pengabdian.
2. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) yang telah memberikan fasilitas dalam kegiatan pengabdian ini
3. Ketua dan sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Negara yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.
4. Ketua PKK dan anggota PKK di Kecamatan Cempaka Putih yang telah memfasilitasi dan turut serta berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini

Akhir kata semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi peningkatan kualitas SDM masyarakat di Kecamatan Cempaka Putih, Khususnya peningkatan SDM dalam mengembangkan produk unggulan daerah.

Jakarta, 24 September 2015

Ketua Pelaksana

RINGKASAN

Ketersediaan sumberdaya yang melimpah di berbagai daerah di Indonesia memunculkan berbagai potensi produk dan bahkan di beberapa daerah, produk tersebut menjadi unggulan dan menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat setempat . Namun sayangnya, ketersediaan sumber daya yang melimpah tidak menjamin keberhasilan dalam pengembangan produk unggulan daerah. Belum diterapkannya manajemen strategis yang baik dalam proses pengembangan, sistem pemasaran, ijin usaha, promosi, informasi, bahan baku, permodalan dan berbelitnya layanan birokrasi untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diindikasikan menyebabkan produk unggulan belum dapat dikembangkan secara maksimal.

Penerapan manajemen strategis dalam pengembangan produk unggulan kelurahan menjadi alternative dari berbagai permasalahan yang terjadi dalam pengembangan produk unggulan kelurahan di Indonesia. Agar masyarakat lebih memahami tentang penerapan manajemen strategis didalam mengembangkan produk unggulan kelurahan maka dilakukanlah penyuluhan kepada para ibu PKK di Kecamatan Cempaka Putih dengan tujuan menambah pengetahuan, wawasan, serta pemahaman para ibu PKK sebagai motor penggerak masyarakat didalam peningkatan pemberdayaan masyarakat.

Khalayak sasaran dari pengabdian ini yaitu para ibu PKK di Kecamatan Cempaka Putih. Biaya pengabdian diperoleh dari Manajemen STIAMI. Pengabdian telah dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2015 yang bertempat di Kecamatan Cempaka Putih yang diikuti oleh 30 ibu PKK

Dari hasil evaluasi diperoleh manfaat dari kegiatan pengabdian ini yaitu diantaranya meningkatkan Pengetahuan dan pemahaman ibu PKK Kecamatan Cempaka Putih dalam mengembangkan produk unggulan kelurahan melalui penerapan manajemen strategis. Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar karena dukungan terutama partisipasi dan antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan penyuluhan. Kegiatan penyuluhan ini hendaknya dilakukan pada sasaran yang lebih luas dan materinya dapat dikembangkan pada penerapan Manajemen Strategis di berbagai produk UMKM. Dengan Demikian diharapkan kelak dapat membantu para ibu PKK dalam mengembangkan produk unggulan kelurahan di Kecamatan Cempaka Putih Sehingga dapat membantu dalam pemberdayaan Masyarakat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman pengesahan	ii
Kata Pengantar.....	iii
Ringkasan.....	iv
Daftar Isi	v
Bab I Pendahuluan	
A. Analisis Masalah.....	1
B. Identifikasi dan perumusan masalah	2
Bab II Tinjauan Pustaka	
A. Produk Unggulan.....	3
B. Manajemen Strategis.....	4
Bab III Tujuan, Manfaat dan Pemecahan Masalah	
A. Tujuan Kegiatan	7
B. Manfaat Kegiatan	7
C. Kerangka Pemecahan Masalah.....	7
Bab IV Pelaksanaan Kegiatan	
A. Realisasi Pemecahan Masalah	8
B. Khalayak sasaran	8
C. Relevansi Bagi Anggota PKK	8
D. Hasil Kegiatan	9
Bab V Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan.....	10
B. Saran.....	10
Daftar Pustaka	11
Lampiran-lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Masalah

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumberdaya-sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan pekerjaan dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut (Arsyad, 2005). Sebagaimana diuraikan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2005-2023, dinyatakan bahwa pembangunan ekonomi, secara bertahap dilakukan dengan transformasi dari perekonomian berbasis keunggulan komparatif SDA yang melimpah di masing-masing daerah menjadi perekonomian yang berkeunggulan kompetitif.

Pengembangan produk unggulan daerah akan berhasil apabila telah melalui kajian yang mendalam dan di dalam pelaksanaannya senantiasa melibatkan partisipasi (peran serta) mitra baik perseorangan maupun kelompok dalam kegiatan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan keberlanjutan program. Pengembangan produk unggulan juga akan lebih berhasil bilamana didukung oleh peran serta pemerintah daerah khususnya dalam hal koordinasi dan pemberian kebijakan yang berpihak pada koperasi dan UMKM penghasil produk unggulan daerah

Upaya itu dilakukan dengan prinsip dasar mengelola secara berkelanjutan, peningkatan produktivitas melalui penguasaan, penyebaran, penerapan, dan penciptaan (inovasi) iptek menuju ekonomi berbasis pengetahuan, mengelola secara berkelanjutan kelembagaan ekonomi yang melaksanakan praktik terbaik dan pemerintahan yang baik, dan mengelola secara berkelanjutan SDA sesuai kompetensi dan keunggulan daerah. setiap daerah pada

umumnya mempunyai potensi Produk yang dapat dikembangkan menjadi suatu unggulan dari daerah yang bersangkutan. Produk unggulan daerah merupakan produk berupa barang / jasa dengan keunikan / ciri khas di tingkat desa/ kelurahan, kecamatan, kabupaten maupun tingkat provinsi yang biasanya dihasilkan oleh UMKM Keberadaan potensi produk dari suatu daerah tersebut dapat berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber sejarah, maupun geografis. Semua potensi yang dimiliki oleh suatu daerah dapat dikembangkan yang selanjutnya dapat membantu masyarakat yang bersangkutan untuk lebih maju.

Namun sayangnya, ketersediaan sumber daya yang melimpah tidak menjamin keberhasilan dalam pengembangan produk unggulan daerah. Belum diterapkannya manajemen strategis yang baik dalam proses pengembangan, sistem pemasaran, ijin usaha, promosi, informasi, bahan baku, permodalan dan berbelitnya layanan birokrasi untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diindikasikan menyebabkan produk unggulan belum dapat dikembangkan secara maksimal.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Ketersediaan sumberdaya yang melimpah di berbagai daerah di Indonesia memunculkan berbagai potensi produk dan bahkan di beberapa daerah, produk tersebut menjadi unggulan dan menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat setempat. namun, potensi yang dimiliki mengalami perkembangan yang tidak merata, dimana ada daerah yang telah mengembangkan produk unggulan hasil produksi setempat dengan pangsa pasar yang telah melampaui pasar nasional dan ada beberapa daerah yang masih memerlukan penguatan serta masih berada pada pasar lokal dan regional. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh kendala dalam kemitraan yang mencakup bahan baku, produksi, proses, produk, manajemen, distribusi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan finansial

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Produk Unggulan

Pengertian Produk Unggulan Daerah Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu. Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan

Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestic dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001).

Kriteria produk unggul menurut Unkris Satya Wacana Salatiga, adalah komoditi yang memenuhi persyaratan kecukupan sumberdaya lokal, keterkaitan komoditas, posisi bersaing dan potensi bersaing. Dari kriteria ini memunculkan pengelompokkan komoditas berikut:

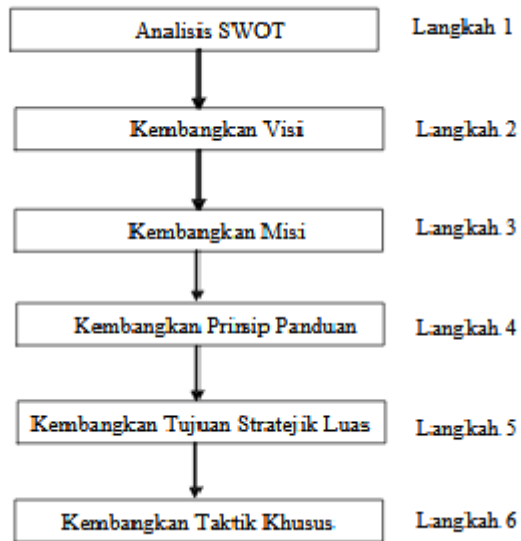
1. Komoditas potensial adalah komoditas daerah yang memiliki potensi untuk berkembang karena keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif terjadi misalnya karena kecukupan ketersediaan sumberdaya, seperti bahan baku lokal, keterampilan sumberdaya lokal, teknologi produksi lokal serta sarana dan prasarana lokal lainnya.
2. Komoditas andalan adalah komoditas potensial yang dipandang dapat dipersandingkan dengan produk sejenis di daerah lain, karena disamping memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi. Efisiensi usaha itu tercermin dari efisiensi produksi, produktivitas pekerja, profitabilitas dan lain-lain.
3. Komoditas unggulan adalah komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif, karena telah memenangkan persaingan dengan produk sejenis di daerah lain. Keunggulan kompetitif demikian dapat terjadi karena efisiensi produksinya yang tinggi akibat posisi tawarnya yang tinggi baik terhadap pemasok, pembeli, serta daya saingnya yang tinggi terhadap pesaing, pendatang baru maupun barang substitusi.

B. Manajemen Strategis

Arnoldo C Hax dan Nicholas S Majluk dalam Nugraha (2007) mendefinisikan manajemen strategis sebagai cara menuntun organisasi/perusahaan pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggung jawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategis dan operasional pada seluruh tingkat hierarki, dan melewati seluruh lini bisnis dan fungsi otoritas perusahaan.

Manajemen Strategis dibagi atas dua kegiatan yang saling berkaitan, yaitu perencanaan strategis dan pelaksanaan strategis. Perencanaan strategis berhubungan dengan visi dan misi organisasi, proyeksi, pedoman dan taktik-taktik yang menunjang dalam pencapaian tujuan organisasi. Perencanaan strategis lebih berhubungan dengan analisis terhadap internal organisasi. Yaitu analisis terhadap bentuk organisasi, apa tujuan organisasi, kekuatan dan kelemahannya, peluang dan tantangan yang

dihadapi serta analisis terhadap pasar/masyarakat dari organisasi tersebut. Terdapat beberapa langkah yang harus dilalui dalam proses perencanaan strategis. Setiap langkah merupakan pijakan untuk langkah selanjutnya, sehingga harus dilakukan secara berurutan dan teratur. Langkah-langkah tersebut dapat dilihat dalam gambar di bawah ini.



Gambar: Proses Perencanaan Strategis

Sumber: Nugraha (2007)

Komponen yang kedua dari manajemen strategis adalah implementasi strategis yang merupakan kelanjutan dari perencanaan strategis. Setelah rencana tersusun, langkah selanjutnya adalah melaksanakan perencanaan strategis tersebut. Pada proses implementasi ini sering sekali muncul kendala-kendala, seperti ketidaksesuaian antara rencana dengan realitas. Hal tersebut mungkin bukan disebabkan oleh buruknya proses perencanaan, akan tetapi terkadang ada hal-hal yang diluar kendali.

Manajemen strategis ialah sebuah cara atau berbagai cara untuk memastikan suatu tujuan organisasi dapat dicapai sesuai dengan ketentuan yang telah direncanakan. Dalam pencapaian ini akan diperlukan sebuah

media aplikasinya misalnya organisasi pemerintahan. Media dalam hal ini adalah organisasi, baik organisasi publik maupun organisasi pemerintahan atau organisasi bisnis yang sudah biasa menggunakannya. Kalau dipersamakan, manajemen adalah jiwa sedangkan organisasi adalah raganya. Organisasi tanpa manajemen tidak berjalan dengan baik begitu juga sebaliknya manajemen tanpa organisasi akan menjadi sebuah ide saja.

BAB III

TUJUAN, MANFAAT DAN KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

A. TUJUAN KEGIATAN

1. Menjelaskan potensi pengembangan produk daerah
2. Menjelaskan betapa pentingnya penerapan Manajemen Strategis dalam pengembangan produk unggulan daerah
3. Menjelaskan Strategi pengembangan produk unggulan

B. MANFAAT KEGIATAN

Setelah mengetahui potensi pengembangan produk daerah dan strategi pengembangan produk unggulan dengan penerapan manajemen Strategis diharapkan masyarakat mampu mengembangkan produk local yang dimiliki oleh setiap kelurahan di cempaka putih

C. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Alternatif Pemecahan Masalah dilakukan dengan melakukan penyuluhan terhadap para ibu PKK sebagai penggerak kegiatan wanita di setiap kelurahan di Cempaka Putih

BAB IV

PELAKSANAAN KEGIATAN

A. REALISASI PEMECAHAN MASALAH

Persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan persiapan-persiapan sebagai berikut:

1. Melakukan studi pustaka tentang pengembangan potensi produk local
2. Melakukan persiapan terkait dengan materi pelatihan tentang Pengembangan Produk Unggulan Kelurahan Dengan Pendekatan Manajemen Strategis
3. Menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana

Pelaksanaan kegiatan pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada hari sabtu, 15 Agustus 2015 jam 08.00-12.00 WIB dengan diharidi oleh 30 anggota ibu PKK di Kecamatan Cempaka Putih

B. Khalayak Sasaran

Khalayak Sasaran yang dipilih adalah ibu PKK Kecamatan Cempaka Putih. Tempat Kegiatan di Kantor Kecamatan Cempaka Putih.

C. Relevansi bagi anggota PKK

Kegiatan pengabdian ini memiliki relevansi dengan pengembangan produk unggulan kelurahan. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan sebelum pelaksanaan, kebanyakan masyarakat kesulitan didalam menggali potensi produk unggulan daerah dan kesulitan didalam melakukan manajemen pengembangan produk dan strategi yang digunakan dalam mengembangkan produk tersebut.

D. HASIL KEGIATAN

1. Hasil Kegiatan

Berdasarkan wawancara, Tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung kegiatan pengabdian ini memberikan hasil sebagai berikut:

- a. Memberikan pemahaman terkait dengan potensi daerah
- b. Meningkatkan pengetahuan terkait dengan potensi pengembangan produk unggulan kelurahan
- c. Memberikan pemahaman terkait penerapan manajemen strategis dalam pengembangan produk unggulan kelurahan

2. Faktor pendukung dan faktor penghambat

Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan melakukan Penyuluhan Pengembangan Produk Unggulan Kelurahan Dengan Pendekatan Manajemen Strategis adalah besarnya minat dan antusiasme anggota PKK sebagai peserta kegiatan penyuluhan sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan efektif. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan waktu penyuluhan dan fasilitas yang minim.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan dan pemahaman ibu PKK Kecamatan Cempaka Putih terkait pengembangan produk unggulan daerah kelurahan meningkat
2. Pengetahuan dan pemahaman ibu PKK Kecamatan Cempaka Putih terkait penerapan manajemen strategis pengembangan produk unggulan daerah kelurahan meningkat

B. SARAN

1. Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian penyuluhan Pengembangan Produk Unggulan Kelurahan Dengan Pendekatan Manajemen Strategis, maka selanjutnya perlu:
 1. Mengadakan penyuluhan serupa pada ibu PKK di kecamatan/ kelurahan lainnya
 2. Adanya kesinambungan dan monitoring program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga para ibu PKK benar-benar dapat menerapkan manajemen strategis dalam pengembangan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Rangkuti, F. (2002). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta : Gramedia

Nugraha, Qudrat. (2007). Manajemen Strategis Organisasi Publik. Jakarta: Universitas Terbuka

LAMPIRAN

A. MATERI PENYULUHAN

No	Tema	Sub Tema
1	Manajemen strategis dalam pengembangan produk daerah	<ol style="list-style-type: none">1. Konsep Manajemen Strategis2. Manfaat Manajemen Strategis3. Proses Manajemen Strategis4. Analisis Lingkungan Eksternal Dan Internal5. Peta Hasil Analisis Lingkungan6. Jenis-Jenis Strategis
2	Pengembangan produk daerah	<ol style="list-style-type: none">1. Konsep Produk Daerah2. Atribut Produk Daerah3. Konsep Pengembangan Produk Daerah4. Tujuan Pengembangan Produk Daerah5. Tahapan Pengembangan Produk6. Proses Pengembangan Produk

B. SUSUNAN ACARA




















Waktu	Kegiatan	Tempat	Ket
08.00-08.05	Pembukaan Oleh MC	Kecamatan Cempaka Putih	
08.05-08.15	Pembukaan	Kecamatan Cempaka Putih	
08.15-09.30	Penyajian Materi	Kecamatan Cempaka Putih	
09.30-10.30	Penyajian Materi	Kecamatan Cempaka Putih	
10.30-11.30	Presentasi Produk Unggulan Kecamatan Cempaka Putih	Kecamatan Cempaka Putih	
11.30-11.50	Tanya Jawab	Kecamatan Cempaka Putih	
11.50-12.00	Penutup	Kecamatan Cempaka Putih	


C. DOKUMENTASI





D. Daftar Hadir

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Iin Tarkini	1 	2 
2	Yulia Rahmawati		
3	Setyarini	3 	4 
4	Yuyun Setyani		
5	Ayu Fitriana	5 	6 
6	Elisabeth Ayu		
7	Tri Fitriani	7 	8 
8	Sulastri		
9	Ade Suryani	9 	10 
10	Eli Pujiyanti		
11	Siti Mukaromah	11 	12 
12	Susanti		
13	Umi Khabibah	13 	14 
14	Novalisa Fitriani		
15	Rara Anjani	15 	16 
16	Ayu Paramitha		
17	Ayu Intan Kurnia	17	18 
18	sukarsih		
19	Dewi Anjani	19 	20 
20	Citra Purnama Sari		

21	Yuliana	21		22	
22	Gusti Ayu Ningsih				
23	Rustini	23		24	
24	Istiani				
25	Eni Rahmawati	25		26	
26	Leni Adek Fitri				
27	Rudi Setiawan	27		28	
28	Agus Suryawan				
29	Neneng Setyawati	29		30	
30	Ratna Farida				
31	Syahrotun	31		32	
32	Ani Gusanti				
33	Tia Lestari	33		34	
34					