

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu dalam Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran di Desa Ciputri, Pacet, Cianjur

Fahmi Reyhan¹, Karina Ayu Tangkau², Levin Nathanael³, Shamar Kharisma⁴, Steven Bagus Anzhari⁵, Sylvia Oetomo⁶, Thendi Narada⁷, Sonny Agustiawan^{8*}

^{1,2,6,7}Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ³Program Studi *Finance*, Universitas Prasetiya Mulya; ^{4,5}Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya

*Sonny.agustiawan@pmbs.ac.id (Corresponding Author)

Abstract – *The development of small and medium enterprises is one part of the activities of the 2019 Community Development program held by Universitas Prasetiya Mulya with the aim of developing businesses in several villages, one of which is Ciputri Village. One of the partners who received assistance was the bamboo business. With this assistance, it is hoped that this business can continue to grow to improve the lives of partners. The efforts made to develop this business are through improving the quality of the tools and materials used. The manual bamboo carving tool that was previously used is replaced by an electric carving tool that can produce products faster and of good quality. In addition, marketing is also done not only via offline stores, but through several social media and other e-commerce to simplify the product marketing process.*

Keywords

Bamboo business, business development, ciputri village, community development, small and medium enterprises

Abstract – *Kegiatan pengembangan usaha kecil dan menengah ini merupakan salah satu bagian kegiatan dari program Community Development 2019 yang diadakan oleh Universitas Prasetiya Mulya dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis yang ada di beberapa desa, salah satunya Desa Ciputri. Salah satu mitra yang mendapat pendampingan merupakan bisnis kerajinan bambu. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan bisnis ini dapat terus berkembang guna meningkatkan taraf kehidupan mitra. Upaya yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis ini adalah melalui peningkatan kualitas alat dan bahan yang digunakan. Alat ukir bambu manual yang sebelumnya digunakan diganti menjadi alat ukir listrik yang bisa menghasilkan produk dengan lebih cepat dan kualitas yang bagus. Selain itu, pemasaran yang dilakukan juga tidak hanya melalui toko offline, namun melalui beberapa sosial media dan e-commerce lainnya untuk mempermudah proses pemasaran produk.*

Kata Kunci

Bisnis bambu, community development, desa Ciputri, pengembangan bisnis usaha kecil dan menengah.

Pendahuluan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan agar mahasiswa belajar secara langsung ke lapangan untuk menerapkan semua ilmu yang telah dipelajari kepada kehidupan masyarakat. Mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan segala ilmu tersebut menjadi sebuah hasil nyata yang dapat membantu perkembangan masyarakat. Universitas Prasetiya Mulya sebagai salah satu institusi pendidikan terbaik di Indonesia juga turut melaksanakan kegiatan PKM yang diberi nama *Community Development*. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara membagi mahasiswa ke dalam kelompok berjumlah 6-7 orang, yang kemudian akan melaksanakan *live in* di daerah masyarakat setempat dan mengaplikasikan ilmu menjadi bentuk praktek. Pada tahun 2019 ini, kelompok penulis melaksanakan kegiatan PKM di

daerah Desa Ciputri, Kecamatan Pacet, Cianjur. Daerah tersebut terletak berdekatan dengan Saung Sarongge, yang merupakan sebuah bangunan tempat pariwisata dan tempat berkumpul warga Desa Ciputri. Kelompok penulis bekerja sama dengan mitra usaha bernama Maman Suparman, atau yang kerap disapa dengan Kang Maman. Beliau berprofesi sebagai seorang pengrajin bambu dan memiliki usaha kerajinan bambu yang bernama U'wing Bambu. Produk-produk kerajinan bambu yang dihasilkan oleh Kang Maman memiliki keunikan tersendiri karena mengangkat tema kebudayaan masyarakat Sunda.

Kegiatan ekonomi di Kecamatan Pacet banyak didominasi oleh usaha makanan dan minuman. Begitu pula halnya dengan masyarakat Desa Ciputri. Desa Ciputri banyak dikunjungi oleh wisatawan khususnya di daerah Saung Sarongge sebagai objek wisata. Oleh karena itu, unsur wisata di sekitar Saung Sarongge cukup kental sehingga potensi untuk menjual kerajinan bambu pun cukup baik. PKM dilakukan dengan tujuan dan harapan bahwa kelompok Penulis dapat memanfaatkan potensi yang ada dan memaksimalkannya sehingga usaha kerajinan bambu milik Kang Maman dapat berkembang dan dapat bermanfaat untuk Desa Ciputri. Hal tersebut sesuai dengan harapan Kang Maman bahwa beliau ingin usahanya dapat berkembang dan menghasilkan keuntungan. Selain perkembangan yang diharapkan, kegiatan PKM dilakukan agar mahasiswa saling bertukar ilmu dan pengalaman antara mitra, warga setempat dan kelompok Penulis sendiri, sehingga sifat dari kegiatan PKM ini dapat dikatakan menguntungkan kedua belah pihak.

Kegiatan PKM ini dilakukan karena adanya urgensi bahwa terdapat kesenjangan yang lebar antara ekonomi di pedesaan dan perkotaan (Subandriyo, 2015). Salah satu faktor yang menjadi penyebab mengapa adanya ketimpangan ini adalah sumber pendapatan yang sangat terbatas serta sarana yang kurang memadai di daerah pedesaan (Fathkuri, 2013). Keberadaan tantangan inilah yang menjadi alasan mengapa penting untuk diadakan pelaksanaan kegiatan PKM di pedesaan.

Secara umum, kondisi kegiatan ekonomi di Desa Ciputri berlangsung dengan cukup baik, namun sarana jalur yang dilalui kendaraan sangat minim. Jarak dari jalan utama ke dalam desa ini pun cukup jauh sehingga kendaraan yang digunakan oleh warga umumnya berbentuk motor atau mobil *pick up*, biasa digunakan untuk mengangkut sayuran atau orang. Hal tersebut menyulitkan masyarakat untuk membawa barang-barang dalam jumlah yang besar besar terlebih jalur yang harus dilalui pun sudah rusak dan berlubang, sehingga sarana transportasi di daerah ini sangat minim. Selain itu, pengetahuan warga setempat mengenai kewirausahaan kurang, sehingga potensi yang ada belum dapat dimaksimalkan. Begitu halnya dengan kerajinan bambu Kang Maman yang masih berada di tahap awal, namun memiliki potensi yang cukup besar jika dapat dikembangkan.

Usaha kerajinan bambu Kang Maman ini merupakan pengolahan bahan mentah bambu menjadi sebuah produk kerajinan, yang memiliki fungsi baik untuk estetika maupun fungsional. Beberapa produk yang telah diproduksi oleh Kang Maman adalah kalung berbentuk kujang, pin kujang, dan gantungan kunci Kujang. Kujang merupakan senjata tradisional masyarakat zaman dahulu yang berasal dari Jawa Barat. Selain produk kerajinan berbentuk Kujang juga terdapat tempat geret atau korek api bernama geretan, gelas bambu, dan juga *name tag*. Ada pula sebuah produk yang juga memiliki nilai budaya tradisional yang sangat kental yaitu Karinding, sebuah alat musik tradisional yang berasal dari Sunda.

U'wing Bambu termasuk dalam usaha kecil menengah sehingga usaha ini memiliki jumlah pegawai dan peralatan produksi yang sedikit dan masih tradisional. Peralatan produksi yang tradisional membawa konsekuensi pada proses produksi yang lebih lama, sehingga mitra tidak bisa menerima produksi berskala besar dalam waktu yang singkat.

Perumusan Masalah

Pada kegiatan PKM ini, kelompok penulis akan membantu salah satu warga Desa Ciputri yang usahanya termasuk dalam kategori kriya atau kerajinan tangan. Mitra kami ini bernama Maman Suparman atau lebih sering disapa Kang Maman. Beliau berprofesi sebagai pengrajin bambu hitam di desa Ciputri. Berawal dari hobinya, beliau memberanikan diri bersama dengan rekannya untuk membuka usaha kerajinan bambu yang dinamakan U'wing Bambu.

U'wing Bambu ini berasal dari 'U' yang merupakan inisial dari 'usaha' dan 'wing' berarti sayap. Sehingga arti keseluruhan dari U'wing Bambu ini adalah sayap usaha. Mitra kami berharap bahwa bisnis kerajinan bambu ini bisa tumbuh meluas seperti sayap yang lebar dan dapat memberi keuntungan bagi dirinya dan orang di sekitarnya. Namun ternyata selama perkembangannya, mitra kami mengalami kesulitan sehingga bisnis kerajinan ini tidak stabil dan mengalami masalah. Oleh karena itu, kelompok penulis melakukan observasi guna mencari tahu apa masalah yang ada dalam bisnis kerajinan ini.

Berikut beberapa masalah yang kelompok temukan:

1. Beberapa produk yang dihasilkan, memiliki perbedaan ketebalan bambu yang tidak sama.
2. Proses produksi yang selama ini dilakukan membutuhkan waktu yang cukup lama karena dilakukan secara manual.
3. Mitra memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai pemasaran terutama secara *online*, sehingga produk sebagian besar dijual secara *offline*.
4. Logo U'wing Bambu yang kurang mewakili produk kerajinan bambu.
5. Produk gelas bambu tidak tahan lama akibat kemungkinan adanya jamur yang tumbuh.

Masalah pertama yang terjadi pada U'wing Bambu adalah dikarenakan proses bisnis yang selama ini berjalan belum memiliki standar prosedur. Sehingga produk yang dihasilkan memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Mitra memproduksi berdasarkan preferensi pribadi. Contoh dari masalah ini adalah produk gelas polos. Ukuran dan ketebalan gelas yang dihasilkan selalu berbeda dan perbedaan tersebut cukup signifikan antara produk satu dengan yang lainnya.

Permasalahan kedua yang dihadapi oleh U'wing Bambu disebabkan ketersediaan alat yang sangat minim. Proses produksi yang dilakukan masih menggunakan alat-alat sederhana, seperti *cutter*. *Cutter* digunakan untuk mengukir secara manual, sehingga waktu produksi menjadi lama. Selain itu, alat sederhana lainnya yang digunakan adalah amplas. Amplas digunakan untuk menghaluskan produk kerajinan bambu yang dihasilkan, seperti gelas. Baik untuk menghaluskan bagian dalam maupun luar gelas, mitra masih menggunakan amplas secara manual. Hal ini juga tentunya memakan waktu yang tidak sedikit.

Kemudian, permasalahan yang ketiga terdapat pada bagian pemasaran. Sebelumnya mitra pernah membuat media sosial, yaitu Instagram sebagai media untuk pemasaran secara *online*. Namun, mitra tidak mengingat *email* dan *password* yang digunakan untuk Instagram tersebut sehingga mitra tidak dapat mengaksesnya kembali. Oleh sebab itu, mitra hanya melakukan proses pemasaran secara *offline* atau biasa dikenal dengan *word of mouth* di daerah sekitar Desa Ciputri dan kota Cianjur.

Permasalahan yang keempat masih berada di bagian pemasaran, yaitu logo. Menurut kelompok penulis, logo U'wing Bambu yang ada kurang mencerminkan usaha kerajinan bambu. Sedangkan logo usaha seharusnya dirancang agar konsumen bisa lebih mudah untuk mengidentifikasi usaha dan produk yang ditawarkan oleh bisnis tersebut. Bisa dilihat dari logo yang ada, gambar bambu yang terpampang di kartu nama, kurang terlihat seperti bambu. Logo sebagai identitas produk, merupakan hal penting yang harus ada dalam sebuah bisnis, sehingga kelompok penulis menilai hal ini sebagai suatu masalah.

Membahas permasalahan yang terakhir yang ada adalah berada pada bagian produksi, terutama pada produk gelas bambu yang baru. Terdapat kemungkinan bahwa produk gelas bambu tidak tahan lama atau bahkan lebih parah tidak layak untuk digunakan sebagai gelas

minum oleh masyarakat. Kelompok penulis pun kemudian mencari informasi terkait kelayakan bambu sebagai sebuah tempat minum yang dapat digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil yang kelompok dapatkan, produk gelas bambu pada dasarnya layak digunakan oleh masyarakat, namun perlu diberikan pelapis untuk membersihkan dan mencegah bakteri yang ada di gelas tertinggal. Beberapa sumber yang berbeda mengatakan bahwa ada potensi timbulnya jamur pada produk gelas bambu. Masalah ini merupakan masalah yang cukup serius, karena akan berdampak secara nyata kepada konsumen, sehingga kelompok akan melakukan riset yang lebih mendalam terkait dengan masalah ini.

Telaah Literatur

Proses produksi

Penggunaan alat-alat produksi tradisional yang menyebabkan lamnya proses produksi dapat dibenahi dengan menggunakan strategi operasional *lean production*. Menurut Russell & Taylor. (2014) "*Lean production means doing more with less--less inventory, fewer workers, less space.*" (p.531). Dengan kata lain, *lean production* merupakan suatu upaya untuk menghilangkan pemborosan dalam produksi. Dengan menerapkan strategi tersebut, U'wing Bambu dapat melakukan proses produksi dengan lebih efektif.

Proses produksi yang lama termasuk ke dalam salah satu dari 7 *waste* dalam *lean manufacturing* yaitu *waste of waiting*. Proses pengerjaan grafir/gambar pada produk *custom* membutuhkan waktu yang lama sehingga proses penghalusan dan pengemasan produk yang selanjutnya dilakukan tidak dapat berjalan. Dengan menerapkan strategi tersebut, U'wing Bambu dapat mengurangi *waste of waiting* dari proses pembuatan grafir/gambar tersebut, dikutip pada sumber yang sama, yaitu *Operation and Supply Chain Management* (eight edition) mengatakan, "Salah satu manfaat yang diperoleh perusahaan manufaktur Amerika selama 5 tahun menerapkan *lean production* yaitu terjadinya pengurangan waktu produksi sebesar 90%" (Russel & Taylor, 2014). Oleh karenanya, kelompok memutuskan bahwa strategi *lean production* merupakan strategi yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan produksi.

Usaha kerajinan bambu merupakan usaha yang termasuk dalam industri kreatif, sehingga dalam perjalanannya kelompok penulis mengumpulkan ide dengan melakukan *brainstorming* terkait dengan perkembangan bisnis U'wing Bambu. Kelompok penulis memutuskan untuk mengeluarkan produk kerajinan baru agar variasi/jenis produk U'wing berkembang. Seperti yang dikutip dari salah satu jurnal (Setiawan, 2015, p.145):

"UKM perlu senantiasa mengikuti selera pasar dalam hal desain produk, agar produk yang diciptakan dapat memikat hati para calon konsumen, baik konsumen baru maupun konsumen lama. UKM perlu melakukan terobosan yang lebih kreatif lagi selain pengembangan produk dengan menggunakan rotan sebagai ikatan siku. Contohnya seperti mengkombinasikan kayu dengan bambu, atau mungkin dengan menambahkan busa atau bantal pada dudukan maupun sandaran kursi. Selain itu, para pengrajin juga dapat memanfaatkan keahlian yang dimilikinya dengan menawarkan jasa pembuatan berbagai produk kerajinan lainnya yang terbuat dari bambu, misalnya saung Bambu."

Sama halnya dengan U'wing Bambu sebagai sebuah bisnis kreatif, senantiasa membuat produk baru yang kreatif dan unik.

Metode

Setelah mengetahui masalah-masalah yang dialami oleh usaha U'wing Bambu, kelompok kemudian melakukan berbagai metode guna menemukan solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah. Metode yang kelompok gunakan adalah diskusi kelompok atau biasa yang disebut dengan *brainstorming* atau *focus group discussion* (FGD). FGD yang kelompok

lakukan tidak hanya di dalam anggota kelompok, melainkan bersama dengan mitra, Dosen Pembimbing Lapangan, dan fasilitator kegiatan PKM di daerah desa Ciputri.

Selain itu, kelompok mencari *voice of customer* terkait dengan produk gelas bambu, dengan menggunakan metode kualitatif yaitu melakukan wawancara dengan 10 narasumber, yaitu 5 narasumber perempuan dan 5 narasumber laki-laki. Kelompok melakukan wawancara kepada narasumber yang berumur 20-45 tahun dengan metode wawancara terbuka sehingga kelompok dapat lebih memahami kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut. Wawancara dilakukan pada tanggal 4-7 Februari 2019. Berikut merupakan profil narasumber:

Tabel 1. Profil Narasumber

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Davy Basyir	20 tahun	Mahasiswa
2	Virginia Mentari	20 tahun	Mahasiswa
3	Safira D	21 tahun	Mahasiswa
4	Dheanti Widi	22 tahun	Mahasiswa
5	Luwinda	30 tahun	Ibu Rumah Tangga
6	Riendy Rasyid	31 tahun	Dokter Gigi
7	Ardelia	32 tahun	Ibu Rumah Tangga
8	Yachya Lubis	34 tahun	Freelancer
9	Erwin Tosin	36 tahun	Wirausaha
19	William Sukilim	42 tahun	Wirausaha

Sedangkan dari sisi bisnis U'wing Bambu, kelompok melakukan identifikasi SWOT analysis untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, ancaman, dan peluang yang dimiliki oleh usaha U'wing bambu.

Tabel 2. Identifikasi SWOT Kerajinan Bambu merk U'wing

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>

<ul style="list-style-type: none"> • Semua hasil produk U'wing terbuat dari bambu hitam yang memiliki karakteristik lebih kuat dan tahan dibandingkan dengan bambu lainnya. • Produk U'wing bisa di <i>custom</i> sesuai yang diinginkan oleh konsumen. ● Produk U'wing melambangkan nilai budaya dan kesenian khas Jawa Barat. ● Produk sulit ditiru oleh orang lain karena produk dibuat secara <i>homemade</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pengerjaan yang memakan waktu yang lama untuk setiap produksi 1 produk. • Belum memiliki SOP produksi ● Tidak menggunakan media sosial untuk pemasaran produk U'wing Bambu. • Skala bisnis yang masih kecil.
<p>Opportunities</p>	<p>Threats</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi pembuatan produk, yaitu Desa Ciputri, merupakan desa wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. • U'wing bambu menjadi satu-satunya usaha kerajinan bambu di Desa Ciputri. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak pengrajin lain yang memiliki tingkat produktivitas lebih tinggi. • Produk yang dibuat secara massal oleh pabrik lebih presisi, murah dan rapih.

Hasil

Berdasarkan masalah-masalah yang berhasil kelompok temukan dalam usaha Uwing Bambu milik Kang Maman, kelompok mencoba mendeskripsikannya pada bagian perumusan masalah agar kemudian dapat dikategorikan. Selanjutnya, kelompok kemudian melakukan berbagai metode yang tepat agar dapat menyelesaikan kendala usaha tersebut. Salah satu metode yang sering digunakan oleh kelompok adalah diskusi bersama atau yang biasa disebut dengan *Focus Group Discussion* (FGD).

Masalah pada bidang produksi adalah pada nomor 1,2, dan 5. Masalah pada bidang pemasaran adalah pada nomor 3 dan 4. Pada permasalahan yang pertama, yaitu permasalahan dalam bidang produksi, kelompok melakukan FGD bersama dengan kelompok terlebih dahulu lalu memutuskan untuk membuat *standar operasional procedure* (SOP) bagi proses produksi. Kemudian kelompok bersama dengan mitra, Kang Maman, melakukan FGD bersama, dan membuat SOP yang dibutuhkan dalam proses produksi sehingga produk lebih konsisten dibandingkan dengan sebelumnya. SOP dapat dilihat pada lampiran, gambar 09.

Masalah kedua adalah bagian produksi. kelompok penulis melakukan FGD bersama dengan DPL kami, yaitu Pak Sonny. DPL memberikan saran agar kelompok membeli alat *hand carving* guna membantu mitra agar bisa bekerja dengan efektif. Produk kerajinan bambu memang membutuhkan waktu yang cukup lama dibandingkan dengan produk-produk lain yang bisa diproduksi secara *mass production*. Ada alat-alat khusus yang dibutuhkan bagi para pengrajin agar dapat meminimalisir waktu produksi dan menghasilkan produk yang bersih dan halus. Perbedaan dapat terlihat pada lampiran, gambar 12. Terlihat jelas perbedaan permukaan yang lebih kasar pada gambar kiri dan saat penggunaan alat menjadi lebih rapih dan halus.

Permasalahan yang ketiga adalah bagian pemasaran. Brand U'wing Bambu jarang sekali dikenal oleh masyarakat, Kelompok menggunakan metode penyelesaian yang sama dengan

masalah pertama, yaitu FGD. Selanjutnya kelompok memutuskan untuk membuat ulang media sosial instagram agar setelah kegiatan PKM selesai, Kang Maman dapat meneruskan pemasaran produk secara mandiri. Dapat dilihat pada lampiran gambar 10, instagram baru U'wing memiliki 29 *followers* pada bulan pertama, jumlah ini semakin naik setiap bulannya dan mempengaruhi *brand awareness* produk,

Masalah keempat adalah bagian pemasaran. Kelompok melakukan FGD bersama, lalu memutuskan untuk mengganti logo U'wing Bambu. Pembuatan ulang logo dilakukan dengan menggunakan bantuan dari salah satu kenalan anggota kelompok. Pembuat logo memberikan 6 gambar desain logo yang berbeda, lalu kemudian kelompok melakukan voting untuk memilih desain terbaik dari ke-6 gambar yang di berikan. Logo yang sudah jadi kami pergunakan sebagai *profil picture* media sosial Instagram dan Facebook U'wing Bambu, serta sebagai logo kartu nama mitra kami, Kang Maman. Logo dapat dilihat pada lampiran, gambar 01.

Masalah kelima adalah bagian produksi. Kelompok melakukan pencarian data pada internet terkait dengan informasi adanya kemungkinan tumbuh jamur pada gelas bambu dan kelompok menemukan bahwa ada produk yang digunakan agar mencegah terjadinya pertumbuhan jamur pada gelas bambu dan membuat produk gelas bambu aman untuk dikonsumsi. Produk tersebut bernama *beeswax*. *Beeswax* memang sudah teruji dan sering digunakan pada produk-produk organik agar aman dikonsumsi oleh konsumen. Cara penggunaan *beeswax* ini dengan dioleskan pada keseluruhan gelas, agar gelas dapat dikonsumsi dengan aman oleh konsumen.

Kelompok melakukan wawancara untuk mendapatkan *voice of customer* dalam hal penambahan jumlah produk U'wing bambu, yaitu gelas bambu. Gelas bambu yang ditawarkan kepada konsumen merupakan sebuah alat makan yang berbentuk gelas, diproduksi menggunakan bahan baku bambu hitam. Selain itu terdapat 2 macam model gelas bambu. Produk pertama gelas bambu polos, sedangkan gelas bambu kedua merupakan gelas bambu yang dapat diukir atau digambar *custom* sesuai dengan keinginan konsumen, sesuai dengan analisa SWOT yang telah kelompok lakukan. Gelas dapat dilihat pada lampiran, gambar 06-08.

Selain itu, dari segi produksi, kelompok berinisiatif untuk membuat produk baru agar produk yang ditawarkan semakin beragam. Kelompok memutuskan untuk membuat gelas bambu berdasarkan hasil wawancara yang telah kelompok lakukan pada saat menjalani kegiatan pengabdian. Sebanyak 6/10 narasumber, 4 laki-laki dan 2 perempuan, mengatakan bahwa mereka bersedia untuk membeli produk gelas bambu, sedang narasumber berkata tidak tertarik untuk membeli. Narasumber yang bersedia membeli mengatakan bahwa produk yang ditawarkan unik terkhusus pada gambar/grafir, tetapi narasumber juga berkata bahwa kelompok harus bisa memastikan kembali terkait dengan kehygienisan produk. Sedangkan narasumber yang menolak mengatakan bahwa produk kurang menjual dan hasil gelas bambu *custom* kurang rapi, ada pula yang mengatakan bahwa produk lebih cocok dijadikan sebagai souvenir dibandingkan sebagai alat makan. Meskipun begitu, ke 4 narasumber mengakui bahwa produk gelas bambu memiliki keunikan dan nilai tradisional yang tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, kelompok akhirnya memutuskan untuk tetap memproduksi gelas bambu. Terdapat 2 jenis gelas bambu, yaitu gelas bambu polos dan gelas bambu *custom*. Konsumen dapat membuat gambar atau sketsa wajah atau grafir pada gelas bambu *custom*. Kelompok kemudian melakukan pemasaran gelas bambu ini bersama-sama dengan produk U'wing lainnya.

Kesimpulan

Selama 27 hari kegiatan PKM berlangsung, kelompok Penulis mengetahui bahwa usaha kerajinan bambu Kang Maman memiliki potensi bisnis yang baik apabila dikelola dengan cara yang tepat. Namun kelompok Penulis juga mengetahui siklus bisnis yang harus dihadapi tidak

mudah. Bisnis kerajinan U'wing Bambu merupakan bisnis UMKM yang saat ini belum bisa dikatakan stabil, karena memiliki permasalahan internal dan eksternal.

Kelompok berhasil menemukan lima masalah yang harus dibenahi oleh mitra, Kang Maman, selaku pemilik usaha kerajinan U'wing bambu. Kemudian kelompok melakukan pengkategorian masalah, yaitu masalah pada bidang produksi dan masalah pada bidang pemasaran. Berdasarkan kategori yang ada, kelompok mengetahui bahwa pembenahan yang harus dilakukan oleh U'wing Bambu ada pada aspek produksi dan pemasaran produk. Pembenahan atau perubahan yang dilakukan kemudian memberi dampak positif usaha dan membawa usaha pada keadaan keuangan yang lebih baik.

Kelompok melakukan FGD bersama-sama lalu menemukan solusi yang dibutuhkan oleh usaha. Solusi yang ditemukan lalu diterapkan secara nyata dalam usaha yang dijalankan. Solusi tersebut dideskripsikan oleh Kelompok pada bagian Hasil. Terlihat perubahan baik yang terjadi setelah mitra menerapkan solusi yang kelompok utarakan.

Pada bagian produksi, U'wing bambu menjalankan proses bisnisnya tidak berdasarkan standar produksi sehingga produk yang dihasilkan memiliki perbedaan yang cukup significant antara produk yang satu dengan lainnya (sama jenis) dan proses produksi berjalan tidak berurutan. Hal tersebut terjadi karena U'wing bambu tidak membuat SOP produksi, namun setelah SOP tersebut dibentuk dan diterapkan proses produksi menjadi lebih terstruktur dan perbedaan yang sebelumnya terlihat menjadi tidak terlalu terlihat.

Pembelian alat *carving* membuat proses produksi yang sebelumnya cukup lama berkisar 5-6 jam untuk membuat 1 produk, menjadi 3-4 jam untuk membuat 1 produk. Perubahan waktu yang menjadi lebih cepat tentunya membantu Mitra dalam memproduksi barang dengan jumlah yang banyak. Selain itu, kelompok juga membuat produk baru yaitu gelas bambu yang dapat di custom gambar. Kelompok kemudian membeli *beeswax* demi meningkatkan kualitas produk baru sehingga aman dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini dilakukan sebagai pencegahan tumbuhnya jamur pada gelas bambu. *Beeswax* dapat dilihat pada lambiran, gambar 13.

Pengaktifan kembali media sosial Instagram dan pembuatan media sosial lain yaitu Facebook dan Tokopedia, yang sebelumnya tidak aktif dan tidak ada, dilakukan kelompok agar pemasaran *online* bisa berjalan dengan baik. Begitu pula dengan logo baru yang telah diperbaharui sesuai dengan identitas U'wing Bambu. Sebelum ini, Kang Maman hanya memasarkan usahanya secara mulut ke mulut atau biasa dikenal dengan WOM di sekitar Desa Ciputri. Perubahan yang dilakukan ini agar dapat memperluas *market* dan mendatangkan konsumen dari luar Desa Ciputri, serta dapat menjangkau lebih banyak lagi *potential customer*.

Kelompok melakukan wawancara terbuka dengan 10 narasumber yang berbeda. Narasumber yang diwawancarai berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda. Kelompok menentukan narasumber berada pada kisaran usia 20-45 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, kelompok memutuskan untuk tetap melakukan produksi gelas bambu, dengan hasil wawancara 6/10 narasumber memiliki niat beli produk gelas bambu. Gelas bambu merupakan produk baru dari U'wing bambu. Harapan kelompok dengan penambahan produk yang dilakukan, U'wing bambu semakin kreatif dalam menghasilkan kerajinan-kerajinan bambu yang berkualitas.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) Universitas Prasetya Mulya, dari awal hingga akhir. Kami berterima kasih kepada kampus kami tercinta, Universitas Prasetya Mulya, selaku penyelenggara kegiatan PKM di Cianjur, atas kesempatan yang diberikan kepada kelompok penulis untuk mempelajari dan memahami secara nyata tentang bagaimana praktek pengembangan bisnis usaha mikro kecil dan menengah atau biasa disingkat dengan UMKM, pun juga memberikan pengalaman sekaligus pelajaran berharga yang tidak akan bisa kami lupakan



Gambar 01. Logo lama (kiri) dan Logo baru (kanan)



Gambar 02. Kalung kujang



Gambar 03. Geretan



Gambar 04. Pin Kujang



Gambar 05. Gantungan Kunci Kujang



Gambar 06. Gelas polos berpegang



Gambar 07. Gelas Polos

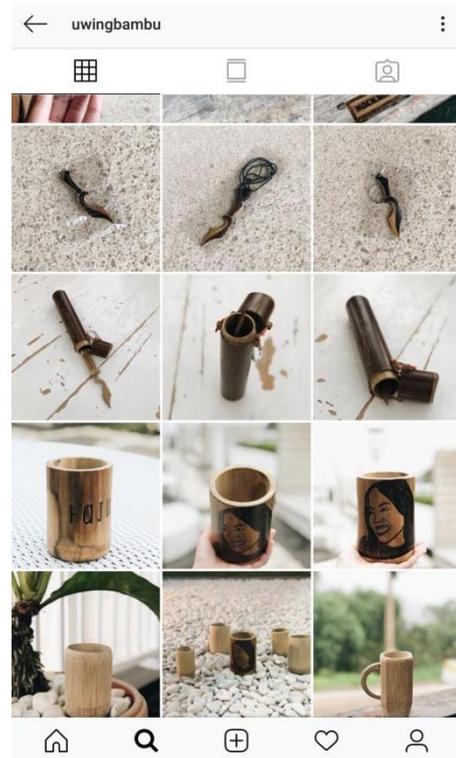
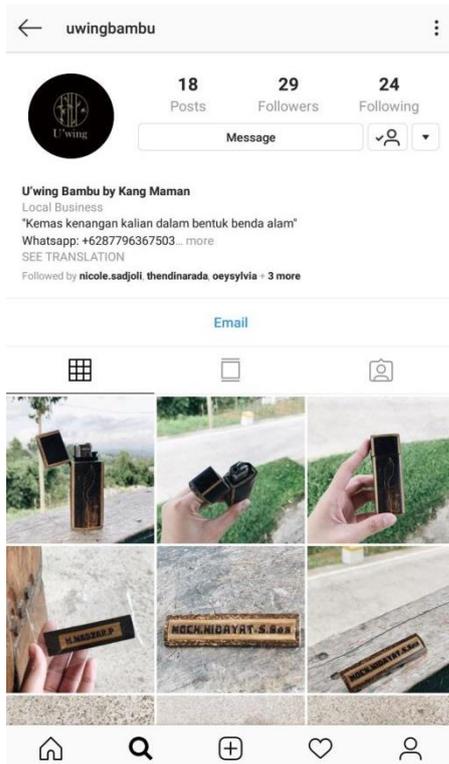


Gambar 08. Gelas Custom

SOP *inventory management* meliputi:

Tujuan	Sistem <i>inventory management</i> produk U'wing Bambu dapat berjalan sehingga setiap harinya bisa melakukan sistem produksi guna mempercepat proses produksi.
Ruang Lingkup	Prosedur ini meliputi sistem <i>inventory management</i> dari bisnis U'wing.
Tolak Ukur	Setiap hari U'wing Bambu memiliki <i>inventory</i> sebanyak 5 unit untuk produk.
Prosedur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen memesan produk U'wing. 2. Mengecek stok barang setengah jadi. 3. Mengeluarkan stok barang sesuai dengan pesanan konsumen. 4. Melanjutkan proses produksi barang setengah jadi. 5. Setelah produk dikirim pada konsumen, pekerja memproduksi barang setengah jadi lagi sebanyak 5 unit untuk setiap produk.

Gambar 09. SOP *Inventory Management*



Gambar 10. Media Sosial Instagram U'wing



Gambar 11. Alat *hand carving* elektrik yang dibeli



Gambar 12. Sebelum dan Sesudah finishing



Gambar 13. Beeswax