

**Usaha Mikro Dalam Keluarga di WK Audio Sound Sistem Bogor**

**Aminudin<sup>1</sup>, Dedi Junaedi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> IAI Nasional Laa Roiba Bogor

[aminudin@gmail.com](mailto:aminudin@gmail.com), [dedijunaedi@laaroiba.ac.id](mailto:dedijunaedi@laaroiba.ac.id)

**ABSTRACT**

*This community service activity aims to identify micro, small and medium enterprises in WK Audio System Cileungsi Bogor. The method used is a field study and qualitative analysis of the operation of a family business. Based on the results of the analysis of the WK Audio Sound System business, it can be concluded: (1) the internal factors that become the main strengths of the WK audio sound system are a well-managed family business, having employees who are closely related and understand each other's sound system; (2) external factors that become the main opportunity for WK Audio Sound System, namely consumers of sound system equipment that continue to increase so that the potential to get more customers, while the main threat of WK Audio Sound System is the emergence of competitors that cause competition.*

**Keywords: SMEs, WK Audio, Bogor**

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenali usaha mikro kecil dan menengah di WK Audio System Cileungsi Bogor. Metode yang digunakan adalah studi lapangan dan analisis kualitatif tentang operasional usaha keluarga. Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha WK Audio Sound System dapat disimpulkan: (1) faktor internal yang menjadi kekuatan utama wk audio sound system adalah usaha dalam keluarga yang dikelola dengan baik, mempunyai karyawan yang sudah berkerabat dekat dan mengerti tentang sound system satu sama lain; (2) faktor eksternal yang menjadi peluang utama wk audio sound system yaitu konsumen alat-alat sound system yang terus meningkat sehingga potensi untuk mendapatkan pelanggan lebih banyak,

sedangkan ancaman utama Wk Audio Sound System adalah munculnya kompetitor yang menyebabkan persaingan.

**Kata Kunci: UMKM, WK Audio, Bogor**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang dan gambaran umum pelaksanaan PPL**

Perkembangan yang ada di dunia dalam era globalisasi membuat dunia pendidikan harus bergerak cepat karena memasuki persaingan yang ketat. Kondisi yang terjadi harus di emban langsung oleh para pelaku pendidikan dalam menciptakan dan mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada. Hal ini diperlukan adanya perbandingan antara pendidikan secara teoritis yang diperoleh dibangku kuliah dan praktek lapangan yang harus berjalan secara seimbang sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan apa yang telah didapat dibangku kuliah.

Praktek pengalaman lapangan merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa SI Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah IAI-N Laa Roiba Bogor. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan akademik, kegiatan ini juga diharapkan sebagai sarana mahasiswa terhubung antara dunia industri dengan dunia pendidikan serta dapat menambah pengetahuan mahasiswa didunia industri sehingga mahasiswa mampu mengatasi persaingan didunia kerja.

Guna mengembangkan dan meningkatkan kegiatan mahasiswa maka diperlukan adanya suatu kegiatan yang bertujuan untuk melatih dan mendidik mahasiswa, salah satunya adalah kegiatan praktek pengalaman lapangan (PPL). Praktek pengalaman lapangan merupakan suatu kegiatan praktek mahasiswa dengan mendapatkan para mahasiswa pada suatu tempat yang berkaitan dengan bidang studi yang di tempuh selama kuliah.

Kegiatan yang positif ini bertujuan untuk melatih serta mendidik mahasiswa agar menjadi insan yang unggul dan maju dengan ilmu yang dimiliki serta dapat mempelajari hal baru selama melaksanakan praktek pengalaman lapangan. Tentunya kegiatan ini sangat membantu para mahasiswa untuk mempersiapkan diri sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

### **Ruang lingkup magang**

Alat-alat sound system sudah banyak digunakan di Indonesia dan di seluruh dunia. Oleh karena itu sudah banyak sekali yang menjual belikan alat-alat sound system. Sound system tidak hanya digunakan hanya untuk orang-orang yang mengadakan event-event besar saja, akan tetapi di gunakan untuk orang yang menyukai alat sound system di kehidupan sehariannya (suka mendengarkan lagu, radio, televisi dan alat-alat sound system yang lainnya). Dan ruang lingkup ditempat magang lokasinya strategis

dan tidak banyak pesaing didekat tempat usaha, karena bertepatan dipinggir jalan raya mayor oking yang ramai di lewati setiap orang dan juga berdekatan dengan pasar.

Salah satu produsen yang memproduksi yang ada diWK Audio Sound System yaitu box speaker yang di buat sesuai berbagai macam ukuran yang dibutuhkan konsumen. Usaha tersebut berdiri pada tahun 2010 dengan di pimpin oleh Bapak Totong Muslih.

Saat ini, WK Audio Sound System mengandalkan pemasaran melalui offline dan online. Offline di dipasarkan di toko dan online dipasarkan melalui memposting di sosial media dan di pasarkan online shop.

Berikut data penjualan toko WK Audio Sound System

Tabel 1.2 penjualan WK Audio Sound System pada tahun 2019-2020

No	Pendapatan	Tahun
1.	Rp.201.000.000	2020 ( Januari - Desember )

### Tujuan dan manfaat magang

Adapun tujuan dan manfaat dari pelaksanaan kegiatan praktek pengalaman lapangan, yaitu sebagai wadah mahasiswa untuk mempraktekkan apa yang telah dipelajari selama dibangku kuliah secara lebih spesifik dan mengarah pada kemampuan professional mahasiswa. Selain itu tujuan dan manfaat dari praktek pengalaman lapangan ( PPL ) yaitu sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman akan menerapkan ilmu management
2. Melatih dan mengembangkan analisa serta aplikasi praktek penerapan ilmu didunia kerja nyata, yang termasuk dalam pematangan kemampuan softskill dan hardskill sebagai sarana peningkatan pengetahuan praktis disamping pengetahuan teori.
3. Meningkatkan kedisiplinan dan kemandirian mahasiswa melalui pemahaman akan budaya kerja professional yang menuntut kerjasama, ketepatan waktu, kepemimpinan, dan tanggung jawab.
4. Menumbuhkan kepekaan dalam menangkap permasalahan kerja, menganalisis, dan menyelesaikannya sesuai dengan ilmu yang dimiliki dan dipelajari dikelas.
5. Menyesuaikan dan mempersiapkan diri untuk dapat terjun langsung dalam menghadapi lingkungan kerja setelah menyelesaikan studi.
6. Membuat suatu laporan berbentuk karya tulis yang dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi peningkatan management perusahaan.

7. Melaksanakan program kuliah wajib yakni praktek kerja lapangan, dan menggunakan hasil seta data-data untuk dikembangkan menjadi tugas akhir.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian atau kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deksriptif kualitatif dengan pendekatan analisis berdasarkan data hasil observasi dan wawancara dengan narasumber terkait. Pada kesempatan ini juga dilakukan introduksi dan sosialisasi tentang prinsip-prinsip dasar pengelolaan usaha dan sistem pelaporan keuangan yang baik dan sesuai standar akuntansi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah WK Audio Sound System**

Awal mula dibangunnya usaha WK Audio Sound System itu hanya rental, rental itu hanya untuk di sewakan sound system seperti buat event-event ataupun untuk di wedding acara keagamaan tablik akbar dan yang lain-lain. Dibangun dari tahun 1999 Bapak mengawali proses Usaha sound sistem ini dengan hanya merentalkan atau menyewakan alat-alat sound sistem, dan alhamdulillah rame karna diciteureup hanya kita saja, berjalan terus bertahun-tahun dan mengembangkan kita juga memperbaiki alat-alat sound sistem supaya bisa menampilkan yang terbaik untuk konsumen, dan sampai tahun 2015 masih berlanjut rental, tapi namanya perkembangan zaman kita sudah ketinggalan karena mungkin sudah tidak update lagi alat-alatnya sehingga di tahun 2013-2014 itu kita mengalami penurunan omset tapi masih mengejar ketertinggalan barang-barang kita, kita selalu upgrade tetapi cara itu tidak optimal kita sudah habis modal untuk membeli barang-barang untuk mengikuti zaman, yang menyewa masih belum ramai seperti di mana bertahun-tahun berlalu mulailah berpikir tentang bagaimana kita mendapatkan barang bagus tapi tidak mengeluarkan modal dengan cara alat yang lama kita jual dan upgrade dengan kita berikan dengan alat yang baru walaupun jumlahnya lebih sedikit dari pada alat yang dijual, , pada tahun 2018 awal seperti itu terus dijalankan, lalu kegiatan perputaran uang itu kita juga masih ketinggalan, barang kita jadi sedikit juga harus menjadi pekerja yang menjual belikan barang baru dengan jumlah yang lebih sedikit, dan Memulai Bisnis kecil atau meneruskan hal yang kita jalani tapi barangnya tidak kita pakai akan tetapi kita jual lagi agar bisa mendapatkan untung, awalnya jual beli kita jalani dan itu emang ada hasilnya mulai dari equalizer yang untungnya Rp200.000 dari modal Rp. 500.000 – Rp.600.000 terus bertambah kita jual speaker component sekitar yang modalnya yaitu Rp. 1.000.000 lebih mengambil untung Rp. 200.000, terus kita beralih ke barang-barang

yang kita naikkan agar keuntungannya lebih besar, mencari barang di online lalu mau jualan lagi, berawal dari equalizer, speaker, politur terus terus mulai dari aksesorisnya sehingga modal terus di kembangkan sehingga ada pola pikir gimana kita jualan aja, rental hanya sebatas sampingan yang dulu awalnya kita ingin memajukan rental tapi sekarang setelah tahu dunia jual beli sound sistem lebih menguntungkan ketimbang merentalkan dan sekarang rental hanya untuk sampingan. Adapun penghasilan adanya awal tahun 2019 sudah mulai jualan namun untuk jualan kita masih di rumah mencari borongan kecil-kecilan orang borongan sound system kecil-kecilan mulai dari Rp. 5.000.000 - Rp. 8.000.000 juta, dan waktu itu sempet pinjam dana sama saudara kita kekurangan modal, Alhamdulillah proses jual beli barang ini sangat cepat untuk mendapatkan keuntungannya, pasaran umum berkembang hingga saat ini mungkin kita mulai memberanikan diri untuk menyewa kios atau ruko, pada bulan Agustus tahun 2020 awal buka kios atau ruko perjalanan itu ada perkembangannya yang tadinya hanya banyak pesanan online sedangkan sekarang pelanggan bisa langsung kekios, dengan perkembangannya yang semakin ramai kita dapat menjalankan dengan lebih semangat dan harus lebih maju kedepannya.

## Visi Dan Misi Perusahaan

### Visi

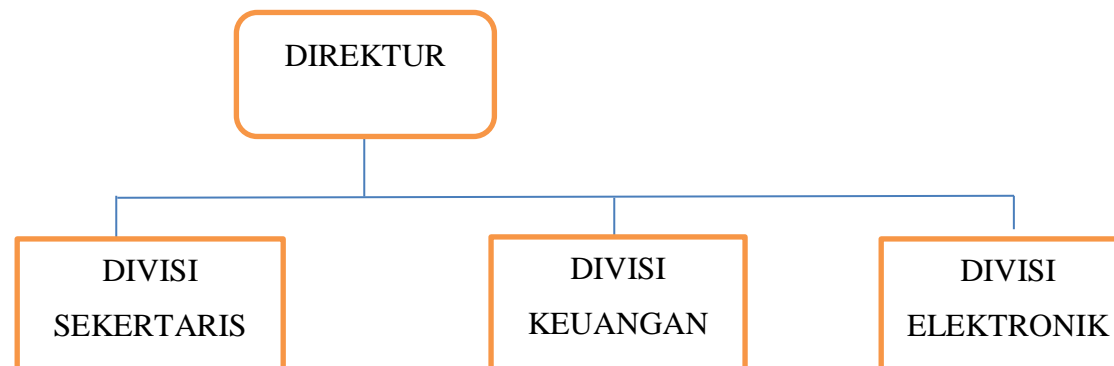
Menjadikan Usaha Persewaan yang Terbaik dari yang Terbaik di Indonesia

### Misi

1. Melakukan inovasi untuk menghasilkan alat-alat sound system yang berkualitas.
2. Mengembangkan dan memajukan usaha dalam keluarga.

## Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar struktur organisasi perusahaan



Berikut adalah jobdesk dari organisasi WK AUDIO SOUND SISTEM :

1. Direktur

Menjalankan fungsi POAC ( *planning, organizing, actuating, and controlling* ) dalam perusahaan, memastikan ketersediaan stok barang, menjaga dan merawat hubungan baik antara karyawan serta konsumen untuk kemajuan bersama.

2. Devisi Sekertaris

Mengentri data barang masuk dan mengelola dokumen, menerima dan menjelaskan alat sound system kepada calon konsumen yang datang langsung ke toko, menerima masalah atau komplain yang dikemukakan oleh konsumen. Sekaligus menjadi marketing yaitu yang Mengenalkan alat-alat sound system. Yaitu dengan melakukan promosi melalui online seperti Facebook. Sedangkan melalui offline yaitu menggunakan banner disekitar toko WK Audio Sound System.

3. Devisi keuangan

Menerima uang hasil penjualan dari bagian administrasi berupa uang, membuat laporan keuangan setiap bulannya.

4. Devisi Elektronik

Devisi ini kerjanya mengontrol alat-alat dan membeli alat-alat yang sudah habis atau sudah rusak dan harus di beli lagi dengan yang baru.

## **Kegiatan perusahaan**

Kegiatan perusahaan nya adalah menjual dan meminjamkan alat sound system kepada konsumen yang membutuhkan untuk acara wedding, acara keagamaan atau tabliq akbar dan acara lain-lainnya.

## **Proses Pruduksi**

Sesuai dengan permintaan konsumen, lalu merakit kemudian di cet, dan *finishing* bagian resing penjualan

## **Kegiatan produksi**

1. Jika melihat barang yang rusak di servis
2. Membersihkan alat-alat agar tidak kotor dan terlihat bersih ketika konsumen datang ke toko
3. Mencari barang untuk dijual
4. Membuat box speaker dengan berbagai jenis ukuran

## **Jam kerja**

jam kerja karyawan WK Audio Sound System yang bekerja di toko di mulai pukul 09.00 pagi sampai 18.00 sore.

## **Pengunaan Bahan Baku**

Sebagian besar bahan baku utama pada usaha ini adalah Kayu triplek dan bahan pelapisnya seperti resin, cat, dan pernis, karena kayu triplek lebih kuat dan mudah

untuk dibuat di bandingkan dengan serbuk kayu yang dipadatkan. Selain kayu yang menjadi bahan baku adalah resin, serat plastic, cat minyak, dan pernis, utuk menguatkan lapisan permukaan box speaker.

## **Produk perusahaan**

Produk WK Audio adalah alat-alat sound system, seperti speaker, power mixer, equalizer, microphone, tiang mic dan stand speaker.

## **Pengembangan UKM dalam persprektif islam**

Dalam islam, hal utama yang harus diperhatikan untuk bisnis yang bergerak dibidang uasaha sound sistem adalah mengenai kehalalan produk. Sebagai seorang muslim wajib hukumnya memberikan yang halal baik dari modalnya, bahan bakunya, peralatan yang bersih dari najis, hingga cara pembuatannya harus halal.

1. Proses produksi dilaksanakan dengan beberapa faktor halal yang terdiri atas :
  - a) Modal yang berasal dari uang pribadi dan tidak ada system ribawi
  - b) Tanah ( lokasi ) yang digunakan bukan tanah yang bermasalah karena merupakan tanah di sewa dengan dibayar pertahun.
  - c) Memiliki tenaga kerja yang memang diberikan upah dan tidak ada unsur memeras
  - d) Bapak Aldi Wijaya Kusuma selaku direktur dari perusahaan WK Audio Sound System telah menjalankan bisnisnya sesuai dengan konsep syariah. Seperti dalam hal berpakaian, Bapak Aldi Wijaya Kusuma mewajibkan pada karyawannya untuk senantiasa memakai pakaian yang sopan dan menutup aurat, dari segi ibadah pun bapak iman menganjurkan kepada karyawannya untuk senantiasa melaksanakan sholat 5 waktu, selai itu sikap jujur yang menjadi point penting dalam bisnis yang dijalankan Rasulullah pun ditekankan untuk senantiasa dilaksanakan oleh setiap karyawannya dalam melaksanakan transaksi bisnis.
  - e) Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan dalam penjualannya akan tetapi juga memberikan kebermanfaatn bagi masyarakat.

## **Analisis lingkungan internal**

### **Sumber Daya Manusia**

Yang di miliki oleh WK Audio Sound System saat ini masih merupakan keluarga atau kerabat terdekat dari pemilik perusahaan. Prekrutan karyawan juga hanya berdasarkan kerabat dekat yang saling mengerti mengenai sound system, tidak harus memiliki kualifikasi khusus. Hal ini membuat lingkungan kerja di WK Audio Sound System sangat terasa kekeluargaannya.

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh WK Audio Sound System saat ini berjumlah 1 orang. Karyawannya pun masih merupakan kerabat dekat.

## **Rekrutmen**

Menurut bapak Aldi Wijaya Kusuma selaku pemilik usaha mengatakan bahwa perekrutan karyawan baru belum ada di karenakan usaha masih terbilang mikro kecil saja.

## **Pelatihan**

Menurut penjelasan dari pemilik usaha untuk pelatihan sendiri tidak diterapkan karena pemilik usaha hanya mencari karyawan yang sudah mempunyai pengalaman di bisang alat sound system.

## **Penilaian kinerja**

Menurut pemilik usaha langsung mengatakan bahwa kinerja karyawan adalah salah satu penunjang keberhasilan dari berbagai aspek untuk memberikan kualitas barang atau jasa perusahaan terhadap pelanggan. Kinerja karyawan juga harus diperhatikan oleh pihak pemilik usaha. Dalam memperhatikan kinerja karyawan, pihak perusahaan memberikan penilaian langsung kepada karyawan, karyawan yang didasarkan pada sikap dan hasil kerjanya. Sikap karyawan menjadi hal prioritas penilaian. Karena dalam sikap tersebut menentukan bagaimana karyawan mau belajar atau tidak. Maka dengan siap mau belajar tersebut, jika suatu saat karyawan melakukan kesalahan maka ia akan mencoba memperbaikinya.

## **Sistem pemberian kompensasi**

Menurut hasil wawancara pemilik usaha mengatakan bahwa sistem pemberian kompensasi atau upah kepada karyawan disepakati sejak awal, yaitu saat wawancara. Terkait upah pemilik usaha memberikannya perminggu.

## **Penjualan Dan Strategi Pemasaran**

WK Audio Sound System bisa dikatakan masih kurang optimal dalam sistem pemasaran produk. Untuk usaha yang berdiri selama 22 tahun sudah cukup optimal dalam mengelola media promosi atau mekanisme pemasaran yang baik. Karena pelanggan bukan hanya orang terdekat saja, tetapi pelanggannya sudah sampai luar kota.

### **a) Bauran pemasaran**

Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut "Empat P", yaitu :

a. Produk (*product*)



WK Audio Sound System menyediakan jenis produk beraneka macam, jika dilihat dari jenis – jenis produk tidak jauh berbeda dengan produk competitor. Seperti bubuk cabai lainnya.

Berikut daftar produk yang disediakan WK Audio Sound System:

Tabel Jenis WK Audio Sound System

Nama Produk	Harga
Speaker pasif	Rp. 5.000.000
Speaker aktif	Rp. 8.000.000
Power Mixer	Rp. 5.000.000
Equalizer	Rp. 5.000.000
Microphone	Rp. 5.000.000
Tiang Mic	Rp. 350.000
Stand Speaker	Rp. 150.000

Secara keseluruhan barang yang disediakan WK Audio Sound System memiliki beragam barang untuk dijual. Seperti speaker, power mixer, equalizer, microphone, tiang mic dan stand speaker.

b. Harga (*Price*)

Harga yang ditentukan oleh WK Audio Sound System kepada pelanggan yaitu sesuai dengan apa yang di butuhkan dengan pelanggan, WK Audio Sound System menyediakan barang yang harganya yang rendah sampai yang tertinggi.

c. Tempat (*place*)

WK Audio Sound System memiliki tempat penjualan yang cukup strategis, yaitu terletak di pinggir jalan yang mana banyak sangat terlihat dengan setiap orang yang melewati jalan tersebut. Dan membuat pelanggan mudah mengakses toko tersebut.

d. Promosi

WK Audio Sound System dilakukan melalui online yaitu dengan cara memposting barang-barang yang dijual di toko melalui aplikasi facebook

## **b) *Segmentation, Targeting, Positioning ( STP )***

### *Segmentation*

Segmentation pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok – kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar perlu dilakukan karena secara umum pasar suatu produk dan jasa memiliki banyak perbedaan jika dilihat dari kebutuhan, keinginan dan kekuatan daya beli masyarakat. Dengan melakukan segmentasi pasar, maka perusahaan akan lebih tepat dalam menghadirkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Secara segmentasi geografis, WK Audio Sound System menunjukan semua pasar yang ada di wilayah Indonesia terutama daerah jabodetabek. Sedangkan secara demografis WK Audio Sound System menargetkan orang – orang disemua kalangan. WK Audio Sound System diproduksi untuk semua kalangan dan untuk digunakan siapa aja. Dan secara psikografis, WK Audio Sound System ditunjukan untuk masyarakat yang menyukai alat sound system dan sering yang membuat acara-acara.

### *Targeting*

Targeting adalah suatu kelompok konsumen yang menjadi sarana pendekatan perusahaan untuk membeli produk yang dijual. Singkatnya target pasar adalah kelompok yang akan dilayani sebagai konsumen. Target pasar biasanya mempunyai rentan umur, sifat, dan karakter yang hampir sama. Target pasar dapat ditentukan, setelah mengevaluasi segmentasi pasar yang ingin dimasuki oleh perusahaan tersebut. Target pasar yang dituju oleh WK Audio Sound System adalah masyarakat yang menengah kebawah dan para pengusaha sering mengadakan acara.

### *Positioning*

Positioning adalah suatu cara yang dilakukan perusahaan dalam menempatkan posisi perusahaan tersebut dalam membangun citra di masyarakat. Strategi positioning yang dapat dilakukan pemasar dalam memasarkan produknya kepada konsumen yang dituju, dengan focus utamanya adalah bagaimana membuat konsumen mempunyai persepsi yang sama dengan harapan produsen tentang produk yang ditawarkan.

Hasil dari *positioning* adalah terciptanya citra perusahaan di dalam benak masyarakat dan terus mencoba untuk menciptakan inovasi agar lebih banyak pilihan. WK Audio Sound System ingin memposisikan diri sebagai usaha

yang dapat diterima masyarakat dan dapat menyebar kebermanfaatannya bagi masyarakat.

## **Laporan Keuangan**

Dari hasil wawancara kepada pemilik usaha, pengeluaran tiap bulan dari awal sampai akhir bulan semua direkap mulai dari modal yang berupa penjualan dan juga modal keuntungan.

## **Lingkungan Eksternal**

### **Pemasok**

Pemasok pemasaran perusahaan adalah lembaga – lembaga atau individual yang melakukan kegiatan penyediaan sumber daya yang diperlukan untuk operasional perusahaan. (Sunarto, 2006)

Pemasok WK Audio Sound System adalah proses keluar dan masuk barangnya seperti ini misalnya ada satu gedung dia mau memperbarui alatnya, alat-alat yang lama kita tarik di sini di tampung kita apa sortir mana yang masih bagus mana yang harus di service baru kita jual.

### **Perantara**

Perantara pemasaran membantu perusahaan untuk mempromosikan, menjual dan mendistribusikan produknya ke pembeli akhir. Perantara pemasaran termasuk *reseller*, perusahaan distributor fisik, agen pelayanan pemasaran, dan perantara keuangan (Sunarto, 2006).

WK Audio Sound System belum mempunyai perantara pemasaran.

### **Pelanggan**

Pelanggan adalah mereka yang membeli produk atau jasa yang dihasilkan organisasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya. (Nasukah, 2017)

Pelanggan WK Audio Sound System yaitu Peminatnya sudah banyak tidak hanya pelanggan dekat saja, tetapi sudah sampai keluar kota.

### **Pesaing**

Tiap organisasi perlu mengidentifikasi dan memonitor pesaingnya agar kesetiaan pelanggan terhadap organisasi dapat dipertahankan. Untuk menguasai atau memenangkan sebuah persaingan, maka organisasi hendaknya dapat melihat atau mengambil dari sudut pandang pelanggannya. (Nasukah, 2017)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa saat ini WK Audio Sound System banyak pesaing online maupun offline

# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

**Vol 2 No 1 (2022) 92-105 P-ISSN2746-9794E-ISSN2747-2736**

**DOI: 10.47467/elmujtama.v2i1.541**

## **Masyarakat**

Masyarakat yang memiliki potensi sebagai pendukung WK Audio Sound System dalam mencapai tujuannya adalah masyarakat Citereup, Bogor.

## **Kendala Dan Tantangan**

menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha kendalautama sulitnya mendapatkan barang kalau kondisi terkini harga barang itu tak beraturan yang tinggi namun kebanyakan ya rendah karena kondisi dimasa covid-19 seperti ini jarang orang yang ingin membelanjakan alat-alat sound system karena mereka juga bingung tidak dipake karena sudah jarang untuk mengadakan acara.

Dan kendala tantangannya ya kita bersaing ketat di dunia online maupun offline yang kita secara bersih tanpa adanya iri hati atau pun berjalan seperti biasanya orang lain belum mendapatkan barang ngambil keluarkan orang penjualannya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis terhadap WK Audio Sound System dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor Internal Yang menjadi kekuatan utama WK Audio Sound System adalah usaha dalam keluarga yang dikelola dengan baik, mempunyai karyawan yang sudah berkerabat dekat dan mengerti tentang sound system satu sama lain.

Faktor Eksternal yang menjadi peluang utama WK Audio Sound System yaitu konsumen alat-alat sound system yang terus meningkat sehingga potensi untuk mendapatkan pelanggan lebih banyak, sedangkan ancaman utama WK Audio Sound System adalah munculnya kompetitor yang menyebabkan persaingan.

### **Kesan Dan Saran**

Dalam hasil penelitian ini saya bermaksud ingin memberikan saran bagi beberapa pihak, yaitu.

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan strategi pengembangan bisnis. Dari kelemahan yang ada dalam perusahaan harapannya agar dapat segera diantisipasi dan diperbaiki. Usaha dapat memanfaatkan peluang dengan baik, dalam hal ini yaitu mengoptimalkan peran media *online* berupa media social sebagai sumber informasi pertama yang menarik. Khususnya salah satu media promosi yang potensial yang berupa *facebook* dengan cara menggunakan promosi melalui memposting alat-alat sound system yang sesuai dengan target pasar.

Kesan selaku peneliti sangat berterimakasih kepada Bapak Aldi Wijaya Kusuma karena telah mengizinkan untuk meneliti usahanya yaitu WK Audio Sound System, dan sangat menyabut hangat untuk bisa melihat-lihat dan mencari informasi usaha tersebut, karena tidak banyak UKM dimana pemiliknya berturun langsung dalam membantu mahasiswa untuk menyelesaikan tugas dan tujuannya. Beberapa hari berada di sana sangat terasa keharmonisan antar staf dan juga atasan, terasa seperti keluarga tidak membeda-bedakan, dan saya jadi bisa belajar banyak dengan mengikuti proses pembuatan produksi sampai dengan penjualannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A Ahmadun. 2019. Pemberdayaan UMKM Bagi Usaha Keluarga Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kampung Jangkar Desa Mekarwangi Cariu Bogor  
- Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat, 2019 - [ejournal.urindo.ac.id](http://ejournal.urindo.ac.id)
- RR Sitorus. 2018. Pengelolaan dan Pencatatan Keuangan UMKM Produk Kain Perca dan Barang Bekas Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kampung Cipatat Desa. - Berdikari, 2018 - [journal.uta45jakarta.ac.id](http://journal.uta45jakarta.ac.id)
- Hasyim D. 2013. Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Distribution Store (DISTRO) di Kota Medan) ... 2008. [stiekesatuan.ac.id](http://stiekesatuan.ac.id)
- R Puspitasari, D Astrini. 2021. Dampak Literasi Dan Inkuisi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Di Kota Bogor. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 2021 - [lib.stiekesatuan.ac.id](http://lib.stiekesatuan.ac.id)
- R Puspitasari, D Astrini. 2021. 2016. Menjadikan UMKM Berdaya Saing di Era MEA . Pittsburgh, PA: Software Engineering Institute, Carnegie Mellon University. [unpam.ac.id](http://unpam.ac.id)
- G Supiandi. 2019. Penerapan Sistem Manajemen Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bogor - Jurnal Ilmiah Feasible (JIF), 2019, [openjournal.unpam.ac.id](http://openjournal.unpam.ac.id)
- AS Yani, F Fauziah, RJ Putra, M Mila. 2020. Pemberdayaan Masyarakat Desa Cileuksa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM. Jurnal Komunitas: 2020 - [ojs.stiami.ac.id](http://ojs.stiami.ac.id)
- H Yanfika, I Listiana, I Effendi. 2019. Persepsi Pengelola Ukm Terhadap Pemasaran Online Di Kampung Wisata Tegalwaru Bogor, Jawa Barat - [epository.lppm.unila.ac.id](http://epository.lppm.unila.ac.id)
- R Ferawati, B Juanda, Y Syaukat, DS Bratakusuma - 2015. Domination of Murabaha financing of Islamic microfinance in developed and underdeveloped areas in Bogor regency. 2015 - [repository.uinjambi.ac.id](http://repository.uinjambi.ac.id)

# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

**Vol 2 No 1 (2022) 92-105 P-ISSN2746-9794E-ISSN2747-2736**

**DOI: 10.47467/elmujtama.v2i1.541**

SM Trivena. 2017. Evaluasi Pencatatan Laporan Keuangan pada UKM Rizprod Equipment Sesuai Dengan Sak Etap.- Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis, 2017 - j-adbis.polinema.ac.id

NR Feta, N Wiliani. 2021. Penggunaan dan Pemanfaatan Wordpress Dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Untuk Pelaku UMKM Karang Taruna Bojongkulur

- Jurnal AbdiMas Nusa ..., 2021 - ejournal.nusamandiri.ac.id

Y. Chrismardani. 2018. Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi untuk UMKM. Jakarta: Grafiti.

A Ratnadianti, I Fahmi, S Hannan. 2020. Digital marketing strategy of small and medium enterprises for snack in Bogor city - Jurnal Manajemen & Agribisnis, 2020 - jurnal.ipb.ac.id

Nasukah, B. (2017). Analisis Lingkungan Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Tarbiyatuna*, 15.

Sunarto. (2006). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: UST Press.

Wawancara dengan pihak pemilik usaha

# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

**Vol 2 No 1 (2022) 92-105 P-ISSN2746-9794E-ISSN2747-2736**

**DOI: 10.47467/elmujtama.v2i1.541**



# El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 2 No 1 (2022) 92-105 P-ISSN2746-9794E-ISSN2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v2i1.541

## LAMPIRAN-LAMPIRAN



# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Vol 2 No 1 (2022) 92-105 P-ISSN2746-9794E-ISSN2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v2i1.541

