



PENDAMPINGAN PADA UMKM SEPATU DAN SANDAL WANITA “BERBIE” MOJOKERTO

Budi Utami^{1*}, Muhammad Syamsul Hidayat², Eny Setyariningih³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit
utamiwahjoe@gmail.com*

Article History:

Received: 02-12-2022

Revised: 26-12-2022

Accepted: 30-12-2022

Keywords: UMKM,
Manajemen,
Pendampingan

Abstract: *Persaingan bisnis dalam perekonomian dewasa ini semakin berkembang, tidak terkecuali dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dimana usaha ini menjadi dayatarik bagi semua orang, sehingga semakin berkembang jumlahnya. Namun demikian banyak permasalahan yang terjadi pada UMKM, bukan hanya masalah dari aspek permodalan. Tetapi juga masalah aspek pasar dan pemasaran, aspek legalitas dan aspek lainnya yang dapat menyebabkan UMKM sulit untuk berkembang. Demikian juga dengan yang di alami oleh UMKM sepatu sandal Wanita “Berbie” di Mojokerto. Oleh sebab itu Tim pengabdian melakukan pendampingan terhadap UKM ini berkaitan berkaitan dengan aspek legalitas, aspek pemasaran, aspek bidang manajemen dan manajemen keuangan yang termasuk pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan.*

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perekonomian Indonesia semakin membaik. Hal ini didorong oleh perkembangan bisnis yang sangat pesat di Indonesia. Perkembangan bisnis ini dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan baik di bidang teknologi, sistem informasi, komunikasi maupun bidang ilmu manajemen. Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan berbagai kemudahan di segala bidang membuat masyarakat tertarik untuk memulai sebuah bisnis baik yang menghasilkan barang maupun jasa. Prospek usaha dibidang bisnis begitu menggiurkan untuk digeluti oleh semua kalangan yang ingin dan mampu untuk bersaing sehat dengan segala inovasi dan produk yang menarik konsumen. Dunia bisnis hidup begitu sederhana akan tetapi mempunyai peluang yang besar untuk terjun ke dalamnya dan memperoleh laba yang begitu menjanjikan.

Dunia bisnis yang digeluti begitu banyak dan beragam, mulai dari makanan, minuman, toko kue, cafe, resto, butik pakaian, dan lain sebagainya. Untuk itu didalam dunia bisnis pesaing bukanlah lagi musuh besar bagi seorang pengusaha bisnis, tapi pesaing bisa dijadikan sebagai mitra untuk saling bekerjasama dalam penjualan produk masing-masing. Sebelum seorang pengusaha merintis bisnis yang diinginkan, pengusaha harus melakukan sebuah perencanaan bisnis terlebih dahulu, yang bertujuan untuk memudahkan pengusaha dalam mengawali bisnisnya. Perencanaan bisnis merupakan gambaran dari bisnis yang akan digeluti oleh pengusaha, untuk itulah perencanaan bisnis sangat diperlukan untuk mempermudah pengusaha dalam menggeluti dunia bisnisnya. Sebuah bisnis pada umumnya di anggap termasuk usaha kecil apabila dimiliki secara mandiri, di operasikan dan di biyai, memiliki kurang dari 100 karyawan; dan memiliki

pengaruh yang relatif kecil pada industrinya.[1]. Karakteristik UMKM sangat heterogen dengan fleksibilitas yang tinggi disertai dengan semangat kewirausahaan yang cukup inovatif. UMKM memiliki berbagai ukuran yang memiliki tingkat teknologi yang berbeda dengan karakteristik layanan dan produk yang bervariasi.[2]. UMKM dalam menjalankan usahanya harus fokus yang lebih kuat untuk mengetahui dan memuaskan kebutuhan dan permintaan pelanggan mengarah pada penjualan dan keuntungan yang lebih tinggi dalam jangka panjang, sedangkan menganalisis dan mengantisipasi tindakan pesaing memungkinkan melindungi dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar.[3]. Disamping itu dalam kegiatan pemasarannya berkaitan dengan persaingan bisnis saat ini, UMKM cenderung belum menggunakan pemasaran yang modern dan berbasis teknologi digital.[4]

Demikian juga dengan UMKM BERBIE adalah adalah UMKM yang sudah lama berdiri. UMKM ini dimiliki oleh Bapak Solan dan beralamat di Kemas Gang 8 Barat Kota Mojokerto. Cikal bakal berdirinya usaha ini dimulai pada tahun 2015, saat itu pemilik mulai mensub orderan sepatu dari tetangganya. Dengan keinginan meningkatkan taraf hidup untuk mengubah nasib dari yang sebelumnya hanya bekerja sebagai tukang sol di sebuah home industri sandal dan sepatu hingga beliau ingin mendirikan usaha sandal dan sepatu miliknya sendiri pada 2016 yang beliau tawarkan sendiri di pasar di area Surabaya.

Dikarenakan permintaan semakin hari kian banyak, pemilik terus melakukan inovasi dalam menambah jumlah model produknya, ide-ide baru tentang model sandal wanita dari usia balita hingga dewasa serta model sepatu pantofel ia pelajari setiap harinya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM di bidang produksi sandal dan sepatu agar dapat mempertahankan eksistensinya serta keberlanjutan usahanya maka harus terus melakukan inovasi .Di samping itu juga agar untuk lebih berkembang dan menuju pada kemandirian UMKM.[5].

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di UMKM BERBIE yang dimiliki oleh Bapak Solan dan beralamat di Kemas Gang 8 Barat Kota Mojokerto. Dimana pelaksanaan pengabdian bulan September sampai dengan bulan Desember 2022.

Adapun metode yang di gunakan Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada UMKM Sepatu Sandal “Berbie” adalah :

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini ,Tim pengabdian dari Universitas Islam Majapahit yang terdiri Budi Utami SE.MM,,M Syamsul Hidayat,SE.MM dan Eny Setyariningsih,SE.MM melakukan persiapan dengan melakukan kordinasi dengan Bapak Solan selaku pemilik UMKM “Berbie”.

2. Tahap Observasi

Selanjutnya tim pendamping melakukan pengamatan,identifikasi dan Analisa permasalahan mitra (UMKM Sepatu sandal “Berbie”) baik berkaitan dengan pengelolaan usaha maupun aspek legalitasnya.

3. Tahap Pendampingan

Dalam tahap ini tim pendamping melakukan pendampingan berkaitan dengan strategi marketing mix dan pengembangan bisnis UMKM Sepatu Sandal “Berbie”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan UMKM Sepatu sandal "Berbie" dilakukan dalam beberapa tahap antara lain :

A. Permasalahan Mitra



Gambar 1. Saat Obsevasi Bapak Solan Selaku Pemilik UMKM "Berbie"

Dalam tahap ini, kita melakukan pengamatan dan identifikasi permasalahan mitra dalam pengelolaan usaha UMKM Sepatu sandal "BERBIE". dengan tujuan identifikasi permasalahan dalam pengelolaanya Usahanya. Adapun hasilnya dapat di jelaskan dalam beberapa aspek yang menjadi fokus dalam kegiatan ini yaitu :

1. Aspek Legalitas/Hukum

Aspek ini berkaitan dengan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Izin Gangguan (HO), Nomor Induk Berusaha (NIB), Akta Notaris dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

Dari hasil identifikasi tersebut di peroleh bahwa hingga saat ini UMKM sandal dan sepatu pantofel wanita milik bapak Solan ini belum mendaftarkan surat legalitas dari usaha yang tengah dijalankan. Sesuai dengan observasi yang telah kami lakukan, alasan pemilik belum mendaftarkan legalitas dari usahanya dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik tentang bagaimana alur untuk mendaftarkan legalitas tersebut. Adapun lebih jelaskan dapat di lihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Aspek Legalitas UMKM Berbie

NO.	Bentuk Legalitas	Ya	Tidak	Alasan
1.	Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)		✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut (untuk membantu mengurus IUMK di kecamatan)
2.	Izin Gangguan atau Hinder Ordonnantie (HO)		✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut
3.	Nomor Induk Berusaha (NIB)		✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut
4.	Akta Notaris		✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut (d disesuaikan dengan bentuk usahanya)
5.	Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)		✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut

6.	Nomor Wajib (NPWP)	Pokok Pajak	✓	Karena pemilik belum mengerti mengenai alur pendaftaran perizinan tersebut (untuk membantu mengurus IUMK di kecamatan)
----	--------------------	-------------	---	--

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

2. Aspek SDM

Dalam UMKM yang menjadi objek pendampingan dalam kegiatan pengabdian kami ini bergerak dalam bidang produksi sandal wanita dan sepatu pantofel. Dimana UMKM ini dipimpin oleh bapak Solan, 49 tahun warga prajurit kulon kota Mojokerto. Tak hanya sebagai pemimpin peran bapak Solan pada UMKM ini yaitu sebagai pengelola dan perbantuan. Sebelum adanya pandemi covid-19 ini jumlah tenaga kerja pada UMKM ini terdapat 17 pegawai dimana 7 diantaranya sebagai tukang sol, 8 diantaranya sebagai tukang kap dan 2 tukang finishing. Namun adanya pandemi covid-19 UMKM sandal dan sepatu milik bapak Solan ini mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan moneter (penurunan omset) akibat berkurangnya permintaan secara drastis karena adanya kebijakan *Lockdown* di berbagai pasar sehingga pemimpin memutuskan untuk melakukan pengurangan pegawai sekitar 12 orang. Saat ini UMKM ini memiliki 6 (enam) tenaga kerja yang terdiri dari 3 tukang sol, 2 tukang kap, dan 1 tukang finishing. Yang mana semua tenaga kerja tersebut tidak terikat (tanpa kontrak) dengan UMKM atau dengan kata lain bersifat borongan. Lebih jelasnya akan ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. Aspek SDM UMKM Berbie

Nama	Jabatan	Domisili	Pendidikan Terakhir	Gaji (Rp)
Solan	Pemimpin dan Pengelola	Prajuritkulon	SMP sederajat	4.000.000
Saiful	Tukang sol	Prajuritkulon	SMP sederajat	2.500.000
Agus	Tukang sol	Sumobito	SMP sederajat	2.500.000
Supri	Tukang sol	Sumobito	SMP sederajat	2.500.000
Yanto	Tukang kap	Prajuritkulon	SMP sederajat	2.500.000
Remon	Tukang kap	Sooko	SMP sederajat	2.500.000
Linda	Tukang kap	Sooko	SMA sederajat	2.500.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

3. Aspek Produk

Aspek ini meliputi harga jual, volume penjualan dan bahan proses produksi. Volume penjualan UMKM ini berfluktuasi terutama pada saat pandemic. Jika diambil rata-rata (berdasarkan informasi dari Bapak Solan) maka total penjualan sepatu dan sandal berkisar 150 – 180 kodi per bulan. Adapun kondisi berkaitan dengan aspek tersebut dapat di jelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1. Harga Produk

Jenis Produk	Harga Jual (per kodi)
Sepatu Pantofel	Rp480.000,-
Sandal Wanita	Rp450.000,-

Tabel 3.2. Kebutuhan Bahan Baku (untuk satu kodi sepatu pantofel)

Nama Bahan	Harga (Rp)
Sol fiber	80000
Bahan imitasi (MM)	95000
Texon	12000
Ring besi	3000
Tamsin	9500
Jaguar	6000
Velcro tape	4000
Spon	3000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

4. Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai. Penjualan masih dilakukan secara offline. Customer merupakan reseller yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Wilayah pemasaran Jawa Tengah, Lampung, Jakarta. Merk yang digunakan adalah “Berbie” untuk sandal wanita dan “Solanda” untuk sepatu. Dalam aspek ini dapat di lihat dalam beberapa hal yaitu :

a. Segmentasi

Segmentasi pasar pada dari produk sandal dan sepatu pantofel UMKM “Berbie” milik bapak Solan ini adalah Kalangan anak-anak hingga wanita dewasa berbagai tingkat pendidikan, pekerjaan, hingga jumlah penghasilan konsumen tertentu. Dengan rentang usia 8-35 tahun.

b. Targeting

Target konsumen dari UMKM ini ialah Berdasarkan segmentasi wilayah pemasaran, produk pada UMKM ini dipasarkan di wilayah Jawa timur, Jawa Tengah, Lampung dan Jakarta yang mana proses pendistribusiannya melalui Sales (distributor).

c. Positioning

Dikarenakan produk UMKM ini proses pendistribusiannya melalui sales/reseller, yang mana produk tersebut akan dijual kembali oleh sales di pasar-pasar maupun toko sandal/sepatu di daerah Tulungagung, Solo, Kudus.

d. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan suatu upaya yang bertujuan untuk memodifikasi suatu produk dengan tujuan agar produk tersebut lebih menarik yang dilakukan dengan cara mengubah suatu karakteristik dari produk tersebut. Pada saat ini diferensiasi produk pada UMKM belum dilakukan, mengingat UMKM ini sempat berhenti pada masa pandemi sehingga hanya memproduksi sesuai pesanan distributor berupa sepatu pantofel dan sandal wanita saja.

B. Solusi

Dari hasil observasi dan permasalahan dalam UMKM ini maka solusi yang di

lakukan dalam Kegiatan pendampingan ini adalah :

1. Strategi Marketing Mix

a. Strategi Produk

1) Kualitas Produk

Untuk peningkatan kualitas produk dengan cara meningkatkan kompetensi UKM Sepatu dengan cara peningkatan skill dari SDM yang ada berupa Inovasi Produk dan bagaimana memperoleh bahan yang berkualitas.

2) Model Produk

Untuk memenuhi kebutuhan pasar, UMKM sepatu dan sandal “Berbie: Mojokerto perlu berinovasi dan melakukan survey pasar mengenai model sepatu yang diinginkan oleh konsumen tentunya yang trend saat ini.

3) Kemasan

Dalam pengemasan UMKM sepatu dan sandal menggunakan kardus sederhana yang membuatnya terkesan minimalis. bagi produk yang di jual ke tempat lain kemasan yang harus di perhatikan ialah bagaimana sepatu tersebut supaya awet apabila sedang dalam proses pengiriman dan disimpan ditempat yang dituju.

4) Jaminan Produk

Untuk memberikan pelayanan terbaik demi menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, maka UKM Sepatu dan sandal :Berbie” memberikan jaminan kepada konsumen jika produk tidak sesuai pesanan atau produk yang dibeli cacat, maka bisa dikembalikan maupun ditukar dengan produk sejenis maupun lain dengan harga yang sama. Dan jika dikembalikan maka 100% uang akan kembali.

b. Strategi Harga

Semakin rumit Model yang diinginkan maka akan semakin lama proses pembuatannya dan semakin tinggi harga jual produk tersebut. Harga yang di tetapkan harus kompetitif. Untuk Sepatu harga sepatu pantofel harga yang ditawarkan berkisar Rp. Rp480.000,- untuk per kodinya. Sedangkan untuk harga Sandal wanita berkisar Rp. Rp450.000,- untuk per kodinya.

c. Strategi Tempat/Distribusi (*Place*)

Penjualan sepatu dan sandal wanita pada UMKM ini didistribusikan ke sekitar kota Mojokerto hingga Luar Kota, tergantung dengan distributor yang tertarik memiliki *Brand*.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan UMKM Sepatu dan sandal wanita ‘Berbie” biasanya lewat yang media sosial seperti facebook maupun dari mulut ke mulut. Media sosial membantu promosi produk UMKM ini agar sampai ke pendistributor sepatu dan sandal.

2. Aspek Perencanaan dan pengembangan Bisnis antara lain :

Berkaitan dengan strategi marketing mix tersebut di atas, maka selanjutnya dalam aspek perencanaan dan pengembangan bisnis dapat di lakukan dalam UMKM ini antara lain :

a. Dilihat dari jumlah permintaan rata-rata sandal dan sepatu 180 kodi, usaha ini sangat menjanjikan. Maka dari itu UMKM butuh penambahan modal yang lebih besar agar dapat memproduksi lebih banyak pesanan, tak hanya itu UMKM ini juga bisa meningkatkan permintaan dengan cara meningkatkan strategi pemasaran antara lain melakukan promosi melalui media sosial, melakukan endorsment serta memperluas pangsa pasarnya.

b. Diversifikasi produk juga perlu dilakukan guna menambah inovasi pada variasi

produk UMKM Bapak Solan. Pada pengembangan UMKM ini, diversifikasi produk menjadi fokus utama yang akan dilakukan. Dengan memanfaatkan perekonomian yang mulai pulih setelah pandemi, inovasi – inovasi baru harus digunakan untuk menambah jumlah produk yang akan dipasarkan agar tetap berjalan dan semakin memperkuat UMKM ini ditengah persaingan pasar yang semakin panas.

- c. Penambahan tenaga kerja juga perlu dilakukan untuk kedepannya agar proses produksi dapat berjalan dengan baik. Pemilik ingin menambah pegawai dengan merekrut warga sekitar, tujuan pemilik yaitu untuk mengurangi pengangguran di daerah sekitar UMKM nya serta membantu meningkatkan kesejahteraan perekonomian warga sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pendampingan dan analisis yang didapat, UMKM produksi sandal dan sepatu pantofel wanita milik bapak Solan sudah berdiri selama hampir 12 tahun yang lalu. Usaha ini sangat berpeluang besar dalam pasar. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha yang dijalankan sangat terasa keuntungan dan kepuasannya. Usaha ini layak untuk dijalankan karena mempunyai prospek yang menjanjikan untuk kedepannya. Oleh sebab itu, tim melakukan pendampingan berkaitan dengan aspek legalitas, aspek pemasaran, aspek bidang manajemen dan manajemen keuangan yang termasuk pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Timothy S. Hatten, *Small Business Management Entrepreneurship and Beyond*, Fifth Edit. USA: South-Western, Cengage Learning ALL, 2012.
- [2] S. Chatterjee and A. Kumar Kar, "Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India," *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 53, no. February, p. 102103, 2020, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103.
- [3] A. Solano Acosta, Á. Herrero Crespo, and J. Collado Agudo, "Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs)," *Int. Bus. Rev.*, vol. 27, no. 6, pp. 1128–1140, 2018, doi: 10.1016/j.ibusrev.2018.04.004.
- [4] M. S. Hidayat, T. H. Dwihandoko, and E. Setyariningsih, "Pembinaan Administrasi Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada UMKM Karunia Desa Sawahan Mojokerto," *ABDIMAS Nusant. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, pp. 58–64, 2022.
- [5] E. Setyariningsih and B. Utami, "Pemberdayaan Umkm Dalam Mewujudkan Desa Mandiri Di Desa Segunung Kecamatan Dlanggu Mojokerto," *J. Pengabd. Pada Masy. Indones.*, vol. 1, no. 4, pp. 39–44, 2022, doi: 10.55542/jppmi.v1i4.258.