

Pembinaan Manajemen Usaha dan *Marketing* Pada Pengrajin Sepatu UD Barokah di Desa Mojoranu, Kecamatan Sooko, Kabupaten Mojokerto

Budi Utami¹, Kasnowo²

¹Manajemen Pemasaran, Universitas Islam Majapahit, utamiwahjoe@gmail.com

²Manajemen SDM, Universitas Islam Majapahit, kasnowo@gmail.com

Abstraksi

Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan daya saing melalui pendampingan pemasaran dan manajemen usaha. Metode pelaksanaan kegiatan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, serta observasi. Pengabdian bagi masyarakat ini diharapkan dapat membantu UD Barokah dalam mengembangkan usahanya. Berhasilnya pembinaan yang diberikan, diharapkan bisa memotivasi masyarakat sekitarnya yang memiliki usaha sejenis untuk bersama-sama mengembangkan usaha, sehingga produk sepatu bisa dijadikan produk unggulan Kabupaten Mojokerto. Solusi yang ditawarkan adalah melakukan pembinaan dan pendampingan usaha untuk mengembangkan usaha dan memasarkan hasil usahanya. Rencana luaran yang ditargetkan berupa pendampingan dalam pengelolaan manajemen usaha secara profesional agar mitra mempunyai kemampuan manajerial dan membantu memasarkan hasil usaha melalui kegiatan pemasaran seperti e-marketing serta strategi pemasaran sederhana.

Kata kunci: pemasaran, e-marketing, manajemen usaha, kemampuan manajerial

Pendahuluan

Mojokerto, baik kabupaten maupun kotanya sejak dulu dikenal memiliki banyak industri rumahan. Salah satu produk industri rumahan yang menjadi unggulan adalah *home industry* sepatu. Home industry ini cukup banyak dan potensial sehingga perlu dikembangkan secara optimal. Home industry sepatu ini tersebar di seluruh wilayah Mojokerto, tetapi terbanyak terdapat di Kota Mojokerto dan Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Salah satu industri rumahan (*home industry*) sepatu di Kecamatan Sooko adalah UD. Barokah. UD. Barokah didirikan oleh Bapak H.Zaenuri pada tahun 2008. Sebelum membuka usahanya sendiri, bapak H.Zaenuri pernah magang atau bekerja pada *home industry* sepatu milik orang lain. Setelah dirasa cukup pengalaman dan modal maka beliau mendirikan usahanya sendiri. UD. Barokah terletak di Desa Mojoranu Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Home industry ini memproduksi sepatu pantofel untuk laki-laki. UD Barokah tergolong dalam Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Setiap minggu menghasilkan 30 kodi sepatu (1 kodi = 20 pasang sepatu). Harga sepatu per kodi berkisar antara Rp 1.100.000 (satu juta seratus ribu Rupiah). Produk sepatu yang dihasilkan diberi merk “GM Mostar”, “Falcon” dan “Datpro”. Sepatu “GM Mostar” dipasarkan di Jakarta. Sepatu

“Falcon” dipasarkan di Surabaya. Untuk sepatu “Datpro” dipasarkan di Jakarta dan Surabaya serta dibuat untuk melayani pesanan.

Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UD. Barokah sebanyak 15 (Lima belas) orang terdiri dari 6 (enam) orang tenaga kerja perempuan dan sisanya sebanyak 9 (sembilan) orang adalah laki-laki. Semua tenaga kerja tersebut adalah tenaga kerja tidak tetap. Proses produksi yang dilakukan sejak awal didirikan sampai dengan saat ini masih manual. Bahan baku sepatu bukan kulit diperoleh dari beberapa supplier di Kabupaten dan Kota Mojokerto.

Permasalahan Mitra

Dari hasil wawancara dan beberapa kali kunjungan ke UD. Barokah dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kesulitan mendapat bahan baku dalam jumlah tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan terutama pada saat permintaan naik.
2. Ada saat-saat tertentu dalam satu tahun dimana tidak ada permintaan sama sekali, yaitu dalam bulan Juli – Oktober.
3. Kesulitan memenuhi permintaan untuk sepatu dengan merk “GM Mostar” untuk daerah pemasaran Jakarta.
4. Produk sepatu dengan merk “GM Mostar”, “Falcon” dan “Datpro” kurang dikenal di daerah Mojokerto.
5. Di lingkungan UD. Barokah berada terdapat beberapa *home industry* sejenis.
6. Keuangan usaha dan pribadi masih bercampur.
7. Belum melakukan pemasaran.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dalam bentuk pelatihan, pemantauan dan pendampingan. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi, demonstrasi dan praktik langsung. Metode ceramah dan tanya jawab digunakan pada saat pelatihan *enterpreunership* dan pemasaran. Metode diskusi digunakan pada sesi diskusi tentang strategi pemasaran dan manajemen usaha. Metode demonstrasi digunakan pada pelatihan mengenai desain label, desain produk, desain grafis, desain web untuk mendukung pemasaran produk sepatu. Metode observasi dilakukan untuk mengamati kemampuan mitra, baik selama proses pelatihan maupun sesudah pelatihan. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana dampak dan keberlanjutan dari kegiatan yang telah dilaksanakan terkait dengan usaha pengembangan usaha mandiri dan pentransferan Iptek pada mitra.

Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan pengabdian diantaranya : 1) tahapan survey yaitu peninjauan lokasi pengabdian pada mitra UD. Barokah, 2) identifikasi permasalahan mitra, 3) tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan kegiatan pengabdian ini didasarkan pada tiap permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sebagai berikut:

1. Kesulitan mendapatkan bahan baku dalam jumlah tertentu pada sesuai dengan yang dibutuhkan terutama saat permintaan naik.

Untuk permasalahan seperti ini, maka solusi yang ditawarkan adalah 1) UD. Barokah harus menjalin kerjasama dengan supplier bahan baku sepatu sehingga terjamin ketersediaan bahan baku setiap saat. 2) UD. Barokah harus membuat perhitungan kebutuhan bahan baku dengan memperkirakan kebutuhan untuk produksi per minggunya dan “*safety stock*” yang harus tersedia, sehingga keadaan kekurangan bahan baku untuk produksi tidak perlu terjadi lagi karena sudah ada antisipasi terhadap hal tersebut. Dalam hal ini mitra diberikan pemahaman tentang menghitung kebutuhan produksi, menghitung EOQ dan menghitung “*safety stock*” (pelatihan manajemen usaha dan produksi).

2. Ada saat-saat tertentu dalam satu tahun dimana tidak ada permintaan sama sekali, yaitu dalam bulan Juli – Oktober.

Untuk permasalahan seperti ini, diperlukan analisis mengapa pada bulan-bulan tersebut tidak ada permintaan. Apakah hal ini hanya terjadi pada UD. Barokah atau pada semua home industry sepatu lain di Kota dan Kabupaten Mojokerto. Dari hasil analisa lingkungan diketahui bahwa penurunan penjualan terjadi hampir di semua *home industry* sepatu, tetapi hanya pada UD. Barokah yang tidak ada permintaan sama sekali. Solusi yang ditawarkan adalah 1) menganalisa penjualan selama setahun berjalan. Tujuannya adalah untuk mengetahui fluktuasi permintaan dari setiap daerah pemasaran, apakah terjadi penumpukan permintaan pada satu waktu tertentu sehingga pada periode Juli – Oktober tidak ada permintaan sama sekali. 2) memberikan alternatif pemasaran dengan melakukan pemasaran aktif dan membuka daerah pemasaran baru (dengan pelatihan marketing) atau menciptakan model sepatu baru (pelatihan desain produk) untuk menciptakan permintaan pada bulan-bulan Juli – Oktober.

3. Kesulitan memenuhi permintaan untuk sepatu dengan merk “GM Mostar” untuk daerah pemasaran Jakarta.

Selama ini permintaan sepatu dengan merk “GM Mostar” untuk daerah pemasaran Jakarta belum bisa dipenuhi karena selain kesulitan dalam bahan baku juga kekurangan tenaga kerja. Solusi untuk permasalahan ini menyarankan UD. Barokah untuk mempertimbangkan merekrut tenaga kerja terampil sebagai tenaga kerja tetap dengan mempertimbangkan beban kerja dan skala produksi (pelatihan manajemen SDM dan manajemen produksi).

4. Produk sepatu dengan merk “GM Mostar”, “Falcon” dan “Datpro” kurang dikenal di daerah Mojokerto.

Selama ini produk sepatu dengan merk-merk tersebut selalu dipasarkan di luar daerah, sehingga merk-merk tersebut kurang dikenal di Mojokerto. Solusi yang ditawarkan pada UD. Barokah adalah memasuki pasar Mojokerto dengan melakukan pemasaran aktif, memiliki outlet dan menyediakan *display* produk hal ini bisa juga menjadi solusi untuk ketiadaan permintaan pada bulan-bulan tertentu (pelatihan pemasaran).

5. Di lingkungan UD. Barokah berada terdapat beberapa *home industry* sejenis.

Di sekitar lokasi UD. Barokah terdapat 2 (dua) *home industry* sepatu dengan merk berlainan. Analisa situasi untuk permasalahan ini adalah terjadinya persaingan sempurna. Untuk situasi seperti ini maka pada pelatihan dan pendampingan *entrepreneurship* mengarahkan UD. Barokah untuk melakukan diversifikasi produk, labelling serta memperluas jaringan pemasaran mitra.

6. Keuangan usaha dan pribadi masih bercampur.

Dikarenakan ketidakpedulian dan minimnya pengetahuan tentangnya manajemen usaha, maka selama 11 (sebelas) tahun berusaha UD. Barokah belum melakukan pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Solusi untuk masalah ini 1) memberi kesadaran kepada mitra tentang pentingnya melakukan pemisahan keuangan dan pribadi, 2) memberi gambaran “keuntungan” yang bisa diperoleh jika mempunyai pencatatan keuangan dan tertib administrasi, 3) memberikan pelatihan akuntansi sederhana dan manajemen kas.

7. Belum melakukan pemasaran (aktif).

Diketahui selama ini pemasaran belum optimal dilakukan oleh UD. Barokah karena selama ini UD. Barokah hanya memproduksi sepatu berdasarkan permintaan pasar Jakarta dan Surabaya. Artinya dalam penjualannya UD. Barokah tidak melakukan promosi sama sekali. UD. Barokah hanya bertindak sebagai produsen, untuk promosi dan semuanya yang berkaitan dengan pemasaran dilakukan oleh distributor di Jakarta dan di Surabaya. Solusi untuk masalah ini adalah 1) memberi pemahaman kepada mitra bahwa promosi sangat penting bagi penjualan produk, 2) memberi pelatihan *e-marketing* kepada mitra agar mampu memasarkan produknya tanpa harus bergantung pada distributor di Jakarta dan di Surabaya.

Kesimpulan

Dari hasil pelaksanaan pengabdian ini telah dapat dijalankan dengan baik dan tanpa halangan yang berarti. Ada beberapa kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan pada kedua mitra yaitu pelatihan akuntansi dasar dan manajemen usaha, label, pelatihan pemasaran dan pelatihan kemasan. Pemantauan tetap dilakukan secara berkala untuk memotivasi dan melihat kemajuan yang dicapai oleh UD. Barokah.

Rekomendasi

Rekomendasi yang bisa diberikan untuk UD. Barokah antara lain:

1. Menjaga konsistensi kualitas produk.
2. Melakukan diversifikasi produk.
3. Melakukan *labelling* dan *branding* produk.
4. Konsisten melakukan pencatatan keuangan (tertib administrasi).
5. Melakukan perekrutan tenaga kerja terampil sebagai karyawan tetap.

6. Memanfaatkan CSR atau PKBL dari perusahaan-perusahaan yang ada di sekitar Mojokerto untuk mendapatkan dana.
7. Aktif melakukan koordinasi dengan dinas pemerintah terkait untuk mendapatkan berbagai macam informasi pameran dan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintaro. 1989. Dalam Interaksi Desa – Kota dan Permasalahannya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Boone dan Kurtz, 2000, Pengantar Bisnis Jilid 2, Jakarta, Erlangga (terjemahan)
- Brantas, 2009, Dasar-Dasar Manajemen, Bandung, Alfabeta.
- Buchari Alma, 2008, Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum, Bandung, Alfabeta.
- Irham Fahmi, 2011, Manajemen Pengambilan Keputusan: teori dan Aplikasi, Bandung, Alfabeta.
- Kasmir dan Jakfar, 2003, Studi Kelayakan Bisnis, Jakarta, Pranada.
- Pontas M. Pardede, 2007, Manajemen Operasi dan Produksi, Teori, Model dan Kebijakan, Edisi Revisi, Yogyakarta, Andi.
- Ray H. Garrison, Eric W. Noreen and Peter C. Brewer, 2006, Managerial Accounting, Mc Graw Hill Irwin, New York.
- Zulian Yamit, 2005, Manajemen Keuangan: Ringkasan Teori dan Penyelesaian Soal, Yogyakarta, Ekonesia