

PKM Peningkatan Daya Saing Kelompok Usaha Konveksi Dan Bordir Joho

Rita Kusumawati¹, Alien Akmalia²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta,
55183

¹kusumawatirita@yahoo.com; ²akmalia_alien@yahoo.com

Abstrak

Program ini bertujuan untuk membantu mitra agar lebih mandiri dan meningkatkan daya saing usahanya. Mitra usaha dalam program ini adalah kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Dusun Joho terletak di Desa Condongcatur, kecamatan Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kelompok usaha konveksi dan bordir Joho sudah ada sejak tahun 2008. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain: 1). pasar masih terbatas untuk kebutuhan sekolah dan instansi, sedangkan masyarakat umum belum mengenal. 2) Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. 3) mitra juga belum memanfaatkan media promosi dengan optimal. 4) kemampuan pengelolaan administrasi keuangan usaha yang belum baik. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah melalui pelatihan, pendampingan dan bantuan media pemasaran. Hasil dari program ini adalah: 1) mitra memiliki akun pemasaran online di IG dan marketplace tokopedia; 2) mitra memiliki buku katalog produk; 3) titik usaha mitra sudah ada di googlemap, 4) mitra memiliki papan nama usaha; 5) mitra memiliki video profile; 6) mitra memiliki catatan administrasi keuangan.

Kata Kunci: daya saing usaha, konveksi, bordir, pemasaran online, marketplace

Pendahuluan

Lingkungan bisnis yang terus menerus mengalami perubahan dan persaingan yang semakin ketat membuat pelaku usaha harus berfikir keras agar tetap dapat berkompetisi di kancah persaingan tersebut. Pelaku usaha hendaknya memiliki kemampuan untuk mendeteksi trend yang muncul, memiliki kemampuan pengambilan keputusan dengan cepat dan akurat serta memiliki kecakapan untuk selalu mencari inovasi baru dalam menjalankan bisnisnya. Untuk bisa berkompetisi di tengah persaingan yang semakin ketat, suatu usaha dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat. Upaya peningkatan daya saing perlu selalu dilakukan bagi perusahaan juga bagi UMKM.

Salah satu usaha UMKM di daerah Sleman adalah usaha Konveksi dan Bordir yang tergabung didalam "Kelompok usaha Konveksi dan Bordir Joho". Lokasi tepatnya berada di dusun Joho, Desa Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, ± 1 km arah barat terminal Condong Catur atau 2 km arah utara kota Yogyakarta. Pada awalnya, di wilayah itu usaha konveksi dan bordir hanya ada beberapa, kemudian lama kelamaan berkembang

semakin banyak, para pengrajin awalnya bekerja di tempat orang lain sebagai penjahit hingga mahir, selanjutnya mereka mendirikan usaha sendiri. Setelah banyak yang memiliki usaha sejenis, maka pada awal tahun 2008 dibentuk kelompok usaha konveksi dan bordir yang diketuai oleh Bapak Supriyanto dengan anggota sekitar 38 orang. Pembentukan kelompok ini ditujukan untuk menghindari persaingan yang tidak sehat diantara pelaku usaha di daerah tersebut dan agar anggotanya saling membantu dalam menjalankan usahanya dan saling menjaga kualitas. Kerjasama antar pengrajin sudah cukup baik, jika pesanan yang datang cukup besar dan pengrajin merasa tidak mampu mengerjakannya, maka mereka saling bekerjasama untuk menyelesaikan pesanan tersebut.

Produk yang dihasilkan oleh pengrajin dalam kelompok iniantara lain topi bordir, topi drumband, jaket, kaos, toga, atribut sekolah, seragam sekolah dan lain-lain (gambar 1). **Akses pasar usaha konveksi dan bordir Joho selama ini masih terbatas** Selama ini konsumen masih terbatas pada instansi dan sekolah, belum banyak masyarakat umum yang membeli produk yang dihasilkan kelompok usaha ini. Terbatasnya akses pasar ini kemungkinan disebabkan karena **masih belum optimalnya strategi pemasaran** yang dilakukan pengrajin. Suatu usaha memerlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran agar usaha tersebut memiliki daya saing yang kuat. Dalam mengenalkan produknya ke pasar, **pengrajin belum memanfaatkan media promosi** yang tersedia saat ini. Produk selama ini dipasarkan di wilayah yogyakarta dan jawa tengah, walaupun ada pesanan dari luar DIY seperti Aceh, medan, Jambi, Palembang, Kalimantan, jumlahnya masih terbatas. Pesanan dari luar DIY ini biasanya berasal dari guru yang kebetulan sedang mengikuti penataran di P4TK di dekat wilayah Joho.

Dari segi aspek pemodal dan finansial, umumnya sumber modal usaha anggota kelompok berasal dari modal pribadi dan pinjaman. Penghasilan yang diterima pengrajin tergantung dari besarnya pesanan yang datang, dengan rata-rata omset pertahun sekitar Rp 75.000.000,- tiap pengrajin. Sistem administrasi dan keuangan yang diterapkan oleh sentra ini masih bersifat tradisional dan bercampur dengan administrasi keluarga. **Mayoritas anggota kelompok belum memiliki kemampuan yang memadai dalam membuat catatan administrasi keuangan.** Padahal pencatatan keuangan sangat penting bagi suatu usaha, diantaranya adalah: memudahkan pemilik untuk mengurai masalah terkait usaha, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait jalannya usaha, agar memudahkan pemilik dalam mengontrol jalannya usaha dan sebagai bahan untuk mengajukan tambahan modal kepada investor atau pemberi pinjaman (Sandy, 2017)

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka program ini difokuskan pada program peningkatan daya saing usaha melalui optimalisasi pemasaran dan administrasi keuangan dengan rincian kegiatan yaitu: (1) Melakukan perluasan pasar dan memaksimalkan media promosi dengan cara: mengadakan pelatihan pemasaran online, pembuatan akun online marketing, pembuatan katalog produk, pembuatan titik usaha di google map, pembuatan papan nama kelompok usaha, pembuatan video profile usaha, dan pendampingan pemasaran; (2) Meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha dengan cara: mengadakan

pelatihan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha, dan pendampingan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha.

Tujuan dari program ini adalah membantu mitra agar lebih mandiri dan meningkatkan daya saing usahanya melalui optimalisasi pemasaran dan pencatatan administrasi keuangan. Kegiatan pemasaran yang optimal diharapkan akan memperluas jangkauan pemasaran sehingga omset penjualanpun akan meningkat.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program peningkatan daya saing usaha untuk mitra bisa dilihat pada tabel

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pemecahan Masalah Usaha

No	Masalah	Solusi / Metode Pemecahan Masalah
1.	Pasar masih terbatas untuk kebutuhan sekolah dan instansi, sedangkan masyarakat umum belum mengenal. Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. Selain itu, mitra juga belum memanfaatkan media promosi dengan optimal. Selama ini mitra memasarkan produknya hanya berdasarkan pesanan, promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode "words of mouth".	<p>Untuk memperluas jangkauan pemasaran maka dilakukan beberapa kegiatan yaitu:</p> <p>1.1 Pelatihan dan Pendampingan pemasaran online</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan lokasi untuk pelatihan dan membantu mengkoordinir para pemilik usaha kecil di wilayah mitra untuk berpartisipasi aktif dalam pelatihan.</p> <p>1.2. Pembuatan media promosi berupa: akun online marketing; katalog produk; titik usaha di google map; papan nama kelompok usaha; dan video profile usaha</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan materi berupa foto dan informasi terkait yang dibutuhkan untuk membuat media pemasaran</p>
2.	Sebagian besar pengrajin belum memiliki kemampuan pengelolaan keuangan usaha dan catatan administrasi keuangan yang baik. Bahkan banyak yang tidak memiliki pencatatan keuangan untuk usahanya. Mereka masih mencampur keuangan usaha dan keuangan rumah tangga mereka sehingga akan sulit melihat. memperhitungkan kemajuan usaha yang dijalankan.	<p>Dalam rangka memberikan kemampuan pengelolaan keuangan dan menunjang berkembangnya usaha, mitra akan diberikan Pelatihan dan pendampingan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha.</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan lokasi untuk pelatihan dan membantu mengkoordinir para pemilik usaha kecil di wilayah mitra untuk berpartisipasi aktif dalam pelatihan.</p>

Hasil dan Pembahasan

Persaingan menjadi suatu kewajaran yang tidak bisa dihindarkan. Setiap produsen baik jasa dan manufaktur bersaing sangat ketat. Pihak manajemen dari setiap produsen berupaya untuk menghasilkan suatu produk / jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen dan dalam rentang biaya yang rendah. Perusahaan yang dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih baik adalah perusahaan yang dapat mentransformasikan keinginan dari setiap pelanggan dan memajukan sistem di dalam perusahaan tersebut (Meliala, Matondang, & Sari, 2014). Untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif di era digitalisasi membuat pelaku usaha harus terus berusaha meningkatkan daya saing usaha mereka. Permasalahan peningkatan daya saing perusahaan dikaitkan dengan usaha kecil-menengah (UKM) menjadi hal yang sangat menarik dan penting untuk diperhatikan. Ditengah ketangguhannya menghadapi krisis yang terjadi dalam perekonomian, serta kontribusinya yang besar dalam sektor perekonomian khususnya bagi penyerapan tenaga kerja dan pemerataan, usaha kecil-menengah sesungguhnya memiliki masalah yang sangat rumit dan mengakar, yaitu lemahnya kompetensi yang dimiliki pada berbagai aspek pengelolaan bisnisnya (Churiyah, 2013).

Untuk membantu kelompok usaha konveksi dan bordir Joho meningkatkan daya saing usaha, maka dalam program pengabdian ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu dengan memperbaiki sistem pemasaran memanfaatkan teknologi dan juga memperkuat *skill* pengelolaan administrasi keuangan. Berikut adalah penjelasan rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian PKM di wilayah Joho.

A. Perluasan Pasar melalui media promosi online dan offline

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi kelompok usaha konveksi dan bordir yang luas pasarnya masih terbatas, maka dilakukan beberapa upaya dalam rangka memperluas pasar kelompok usaha konveksi dan bordir Joho, diantaranya dengan memberikan pelatihan pemasaran online kepada pelaku usaha konveksi dan bordir Joho, melakukan pendampingan pemasaran online, pembuatan akun pemasaran online di *instagram*, di *marketplace* tokopedia, pembuatan katalog produk, pembuatan video *profile*, dan pembuatan titik di *google map*.

1. Pelatihan Pemasaran Online

Perkembangan teknologi merubah sistem pemasaran dari yang tadinya hanya *offline* berkembang menjadi pemasaran *online*. Pemasaran online merupakan bagian dari *e-commerce*. Peran *e-commerce* penting terhadap daya saing produk, karena didalam *e-commerce* perusahaan dapat melakukan promosi penjualan serta dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan yang berdampak pada meningkatkan volume penjualan serta mampu mempromosikan produk-produk industri cukup tinggi. (Jauhari & Jaidan, 2010). Pemasaran online merupakan pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer. (Kotler & Armstrong, 2018). Pemasaran online memberikan banyak manfaat yang tidak didapatkan pada pemasaran *offline*. Manfaat tersebut diantaranya adalah: tidak terbatas ruang dan waktu, biaya pemasaran

lebih murah, kemudahan dalam memilih target pasar, organisasi lebih mudah dan sederhana, kemudahan mengelola barang, pelayanan lebih fokus, riset pasar lebih mudah. (Bisnis UKM, 2019).

Pelaku usaha konveksi dan bordir di Indonesia sudah banyak yang melakukan pemasaran secara online baik itu lewat media sosial maupun *marketplace*. Karena itu agar bisa bersaing dan mampu bertahan di era digital ini pelaku usaha konveksi dan bordir di Joho perlu diberikan pelatihan pemasaran *online*. Pelatihan pemasaran online diberikan selama 4 sesi dimana materi diberikan oleh bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA, MBA, dihadiri oleh sekitar 25 orang anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Selama pelatihan, peserta terlihat tertarik dan antusias dalam menerima materi yang disampaikan. Kendala yang dihadapi adalah ketika pelaku usaha tersebut orang yang sudah berumur mengalami kesulitan didalam menerima materi. Karena itu dalam sesi pelatihan berikutnya, didampingi oleh anak/keluarga yang “melek” teknologi.

Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Online dengan narasumber bapak Miftahun Nadzir



Sumber: dokumen penulis

2. Pembuatan Akun Pemasaran Online.

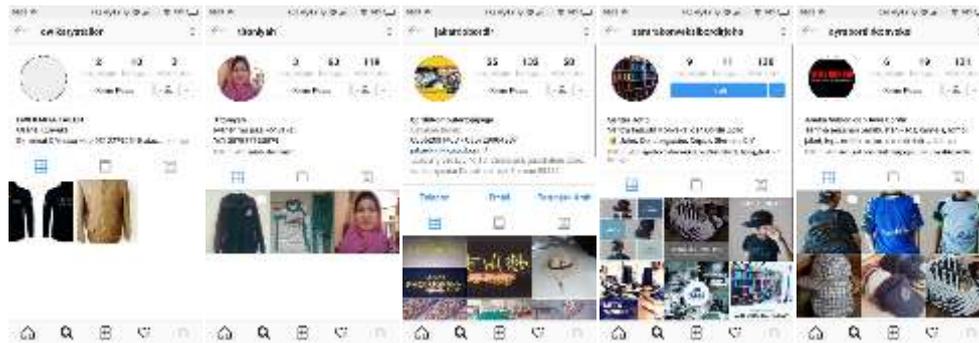
Setelah mengikuti pelatihan, selanjutnya dilakukan pendampingan pembuatan akun pemasaran online di instagram dan *marketplace* di tokopedia. Selain melakukan pendampingan selama program pengabdian berjalan, tim juga membuatkan buku petunjuk penggunaan/ pengoperasian akun pemasaran online baik di instagram maupun di marketplace tokopedia. Dengan adanya buku tersebut, maka setelah tim tidak lagi mendampingi, para pelaku usaha tetap bisa mengoperasikan akun pemasaran onlinenya.

Gambar 2. Foto kegiatan Pendampingan Pemasaran Online



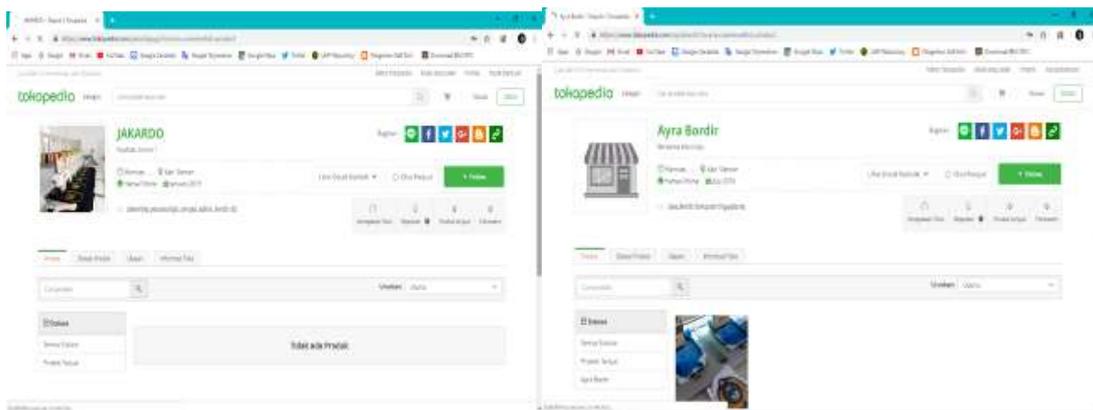
Sumber: dokumen penulis

Gambar 3 Contoh akun instagram pemilik usaha



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. contoh marketplace pelaku usaha konveksi dan bordir Joho di Tokopedia



Sumber: dokumen penulis

3. Pembuatan Katalog produk

Selain melakukan pemasaran online, upaya untuk memperluas pasar secara *offline* juga perlu ditingkatkan. Untuk mempermudah promosi produk ke pasar, maka kelompok usaha konveksi dan bordir Joho dibantu/didampingi untuk membuat katalog produk. Dengan adanya katalog akan memudahkan bagi kelompok usaha konveksi dan bordir Joho untuk mempromosikan produk yang dihasilkan diberbagai event yang mereka ikuti.

Kegiatan pembuatan katalog ini melibatkan semua tim dan anggota kelompok usaha konveksi dan Joho. Mulai dari pengumpulan materi sampai ke disain katalog melalui hasil diskusi dengan anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Adapun buku katalog produk kelompok usaha konveksi dan bordir dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini

Gambar 5. Katalog Produk Kelompok Usaha Konveksi dan Bordir Joho

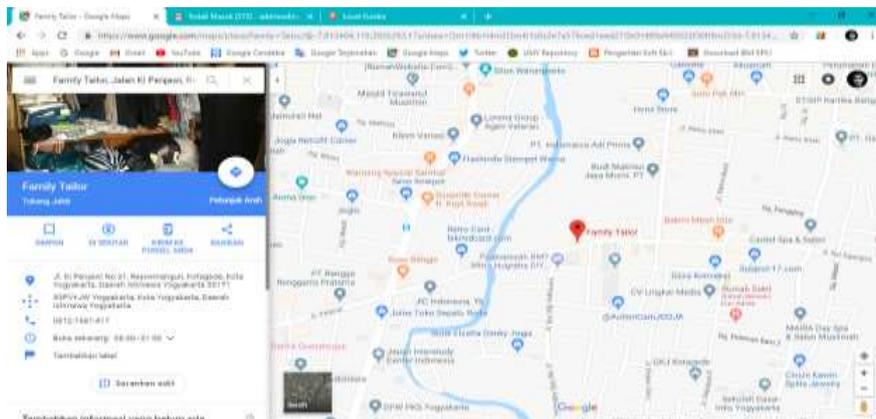


Sumber: dokumen penulis

4. Pembuatan titik usaha di *google map*

Perkembangan teknologi membuat kita semakin mudah lokasi tertentu dengan memanfaatkan google maps termasuk mencari lokasi usaha/restoran/toko dan yang lainnya. Agar lokasi usaha kelompok usaha konveksi dan bordir Joho mudah ditemukan, maka tim membantu membuatkan titik di google map untuk masing-masing usaha anggota kelompok tersebut. Berikut adalah titik usaha di google map

Gambar 6 Contoh titik usaha anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho di google map



Sumber: dokumen penulis

5. Pembuatan papan nama kelompok usaha

Papan nama seperti halnya brosur/katalog produk merupakan alat promosi. Papan nama berfungsi sebagai identitas usaha atau brand atau produk disuatu tempat atau

lokasi.berdasarkan fungsinya tersebut, tim emandang penting untuk membuat papan nama di lokasi usaha konveksi dan bordir Joho. Papan nama kelompok usaha konveksi dan bordir Joho di jalan besar sudah dibuatkan atas bantuan Disperindag Sleman. Karena itu, tim membuat papan nama di lokasi ketua kelompok usaha konveksi dan bordir Joho.

Gambar 6. papan nama usaha dan buku katalog produk



Sumber: dokumen penulis

6. Pembuatan video profile

Video profile penting sebagai media pemasaran. Pembuatan video profile kelompok usaha konveksi dan bordir Joho melibatkan semua anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho dan semua tim pengabdian. Dalam proses pembuatan video profile melalui proses diskusi dengan semua tim baik dari tim pengabdian maupun pengurus dan anggota kelompok usaha

B. Pelatihan dan pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha

Pengelolaan keuangan usaha seringkali disebut sebagai jantung sebuah usaha. Pengelolaan keuangan yang tidak baik bisa menyebabkan kondisi buruk bagi perusahaan. Tidak sedikit UMKM yang terpaksa harus menghentikan kegiatan operasionalnya karena kondisi keuangan yang tidak stabil. Kondisi keuangan yang tidak stabil ini adalah salah satu contoh kurangnya manajemen keuangan yang pasti dan jelas. Manajemen keuangan bagi UMKM memiliki fungsi yaitu: rencana keuangan lebih jelas, mengetahui besarnya utang yang dimiliki, kesalahan penggunaan dana dapat dihindari, mengetahui biaya operasional, mengendalikan keuangan, dan pengawasan biaya. (Rifzan, 2019).

Mengingat pentingnya pengelolaan keuangan usaha dengan baik bagi UMKM, maka dalam program ini dilakukan pelatihan pengelolaan administrasi keuangan yang diberikan selama 4 sesi dengan narasumber ibu Rita Kusumawati, SE, M.Si dan bu Alien Akmalia, SE.M.Sc. Materi yang diberikan adalah Pengelolaan keuangan UMKM, pencatatan administrasi keuangan, dan upaya untuk memperoleh pinjaman dana. setelah mengikuti pelatihan, selanjutnya pelaku usaha didampingi dalam mencatat administrasi keuangan usaha

dan dalam pengelolaan keuangan usaha. Berikut adalah beberapa foto kegiatan pelatihan dan pendampingan serta contoh catatan administrasi keuangan pelaku usaha di Joho.

Gambar 7. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha



Sumber: dokumen penulis

Gambar 9. Contoh catatan administrasi keuangan pelaku usaha



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan program PKM ini adalah:

1. Terbangunnya kesadaran mitra untuk meningkatkan daya saing melalui beberapa aspek.
2. Terbangunnya pemahaman akan pemasaran online
3. Terbangunnya kesadaran dan pemahaman akan pentingnya pencatatan administrasi keuangan usaha.

Saran

Dari semua program yang telah dijalankan diajukan saran saran sebagai berikut:

1. UMKM harus selalu menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan pasar agar mampu mempertahankan daya saing
2. Pemerintah setempat perlu merancang program yang tepat sasaran untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Supriyanto, Ketua Kelompok Usaha Konveksi dan Bordir Joho.
2. Disperindag Sleman.
3. LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendanai program pengabdian masyarakat ini dengan skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM),

Daftar Pustaka

- Bisnis UKM (2019). Retrieved juli 15, 2019, from Bisnis UKM: <https://bisnisukm.com/manfaat-pemasaran-online-bagi-keberhasilan-bisnis.html>
- Churiyah, M. (2013). Strategi Bersaing dan Core Capability Pada Usaha Konveksi dan Bordir. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 249-257.
- Jauhari, & Jaidan. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan e commerce. *Jurnal Sistem Informasi Vol 2 No 1*.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles of marketing*. Prenhallindo.
- Meliala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2014). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BERBASIS KAIZEN. *Jurnal Optimasi Sistem Informasi*, 641-664
- Rifzan. (2019). Retrieved juli 15, 2019, from Cara Investasi Bisnis: <https://carainvestasibisnis.com/6-fungsi-manajemen-keuangan-umkm/>
- Sandy, W, 2017, Tata Kelola Administrasi Keuangan Sederhana Bagi UMKM, dan Kelompok Usaha Bersama, <https://widytaurus.wordpress.com/2017/11/16/tata-kelola-administrasi-keuangan-sederhana-untuk-umkm-dan-kelompok-usaha-bersama/>