

Pendampingan Kewirausahaan Melalui Program Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pada Umkm Hijab Jannata

**Ani Solihat¹, Iis Iskandar², Andry Trijumansyah³, Eli Susana⁴,
Nela Widyastuti⁵**

^{1,3}AMIK BSI Bandung, ani.ani@bsi.ac.id

^{2,4,5}Universitas BSI, iis.iik@bsi.ac.id

Abstrak

UMKM Hijab Jannata merupakan hasil dari pembentukan Wirausahaan Baru tahun 2015, sampai saat ini memiliki system produksi yang rutin dalam pembuatan hijab atau kerudung, dengan produk unggulannya adalah khimar atau hijab panjang syar'i untuk wanita muslim dewasa. UMKM yang terletak di pusat kota Bandung tepatnya di wilayah Pasundan dimana daerah ini sangat potensial dan tepat di area pusat pertokoan dan pembelanjaan Alun-Alun Bandung seperti ITC Kebun Kelapa, Pasar Baru, Parahyangan, dan pertokoan di jalan Kepatihan. Adapun kegiatan pelaksanaan pendampingan usaha pada UMKM Hijab Jannata yang terletak di RW 04 Kelurahan Balonggede Kecamatan Regol Kota Bandung dalam bentuk pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sebagai suatu kegiatan yang diarahkan dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM melalui pendampingan kewirausahaan melalui program bimbingan manajemen pemasaran dan keuangan.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan

Abstract

UMKM Jannata Hijab is the result of the formation of new entrepreneurs in 2015, until now has a routine production system in the manufacture of hijab, and the special products are khimar or hijab syar'i for muslim women. The location Jannata Hijab in the center of Bandung precisely in the area of Pasundan where this area is very potential and right in the area of shopping centers, Alun-Alun Bandung such as ITC Kebun Kelapa, Pasar Baru, Parahyangan, and shops on the road Kepatihan. The implementation of business UMKM Jannata Hijab located in RW 04 Balonggede Sub district Regol District Bandung City in the form of training and community empowerment as an activity directed in improving the welfare of

UMKM through entrepreneurship assistance through marketing and financial management guidance program.

Keywords: Entrepreneurship, Marketing Management, Financial Management

Diterima: 22 Juli 2018, Direvisi : 12 Agustus 2018, Dipublikasikan : 15 Agustus 2018

Pendahuluan

Pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting karena akan meningkatkan perekonomian, mengurangi pengangguran, menambah peluang kerja, dan mengurangi kemiskinan. Jumlah pelaku usaha industri UMKM Indonesia termasuk paling banyak di antara negara lainnya, terutama sejak tahun 2014. Terus mengalami perkembangan sehingga diperkirakan tahun 2016 jumlah pelaku UMKM

di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan. Saat ini populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pada tahun 2014, Abdul Kadir Damanik selaku Staf Ahli Menteri KUKM bidang Penerapan Nilai Dasar Koperasi menyebutkan terdapat sekitar 57,9 juta pelaku UMKM di Indonesia. Di 2016 diperkirakan jumlah pelaku UMKM terus bertambah. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada PDB 58,92% dan penyerapan tenaga kerja 97,30%. Pada 2016 ini, Presiden Jokowi menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global (<http://bandung.bisnis.com>)

Peranan UMKM di Jawa Barat pada tahun 2009 memiliki kontribusi sebesar 52,88 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Barat. Selanjutnya pada tahun 2010 dan 2011 peranan UMKM Jawa Barat mengalami kenaikan masing-masing sebesar 53,68 persen dan 54,20 persen. Kondisi tersebut berbanding terbalik dengan peranan Usaha Besar (UB) terhadap PDRB Jawa Barat yang mengalami penurunan dari tahun 2009 sampai 2011 yaitu pada tahun 2009 sebesar 47,12 persen, tahun 2010 sebesar 46,32 persen, dan pada tahun 2011 kembali mengalami penurunan yang hanya memiliki kontribusi sebesar 45,80 persen terhadap PDRB Jawa Barat (<http://m.galamedianews.com>).

Sedangkan tahun 2016 ini Pemerintah Provinsi Jawa Barat memiliki strategi dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM yaitu Program Menciptakan 10.000 Wirausaha Baru melalui program pelatihan kewirausahaan, hal ini merupakan langkah awal yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kompetensi para pelaku usaha di Jawa Barat guna meningkatkan kinerja UMKM. Salah satunya di Kota Bandung dengan target 1000 Wirausaha Baru.

UMKM Hijab Jannata merupakan hasil dari pembentukan Wirausahaan Baru tahun 2015, sampai saat ini memiliki system produksi yang rutin dalam pembuatan hijab atau kerudung, dengan produk unggulannya adalah khimar atau hijab panjang syar'i untuk wanita muslim dewasa. UKM yang terletak di pusat kota Bandung tepatnya di wilayah Pasundan dimana daerah ini sangat potensial dan tepat di area pusat pertokoan dan pembelanjaan Alun-Alun Bandung seperti ITC Kebun Kelapa, Pasar Baru, Parahyangan, dan pertokoan di jalan kepatihan, hal ini merupakan peluang (*opportunity*) bagi para UKM di wilayah Pasundan. Adapun kegiatan pelaksanaan pendampingan usaha pada UMKM Hijab Jannata yang terletak di RT 02 RW 04 Kelurahan Balonggede Kecamatan Regol Kota Bandung dalam bentuk pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sebagai suatu kegiatan yang diarahkan dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM melalui pendampingan kewirausahaan melalui program bimbingan pemasaran dan keuangan. System penjualan yang dilakukan oleh UMKM Hijab Jannata ini dalam bentuk glosir, tetapi saat ini UMKM ini akan menambah system penjualannya berupa eceran yang langsung dijual ke konsumen akhir, namun hasil pengamatan UMKM ini memiliki system yang harus dilakukan pembenahan. Sebagai bentuk pendamping melakukan kegiatan secara pendampingan usaha dalam manajemen pemasaran dan keuangan. Menurut Alma

(2013:139) mengemukakan manajemen pemasaran adalah “merencanakan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun dibagian pemasaran

Maksud dan Tujuan kegiatan pendampingan ini diantaranya :

1. Melakukan pendampingan wirausaha kepada UMKM Hijab Jannata Kelurahan Balonggede Kecamatan Regol Kota Bandung
2. Melakukan bimbingan kegiatan wirausahaan hijab dengan memberikan solusi bagi masalah-masalah yang dihadapi UMKM Hijab Jannata khususnya dalam bidang pemasaran dan pengaturan kegiatan produksi
3. Memberikan bimbingan strategi usaha dalam menciptakan wirausahaan yang stabil dan tangguh dalam menghadapi persaingan
4. Memberikan bimbingan strategi pemasaran produk agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat khususnya target konsumen
5. Melakukan pengelolaan pembukuan usaha sehingga dapat menciptakan kerapihan dan kedisiplinan dalam kersipan/dokumen.
6. Memberikan bimbingan dalam manajemen keuangan.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian ini melakukan kegiatan secara pendampingan usaha mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan dalam kegiatan pemasaran dan keuangan. Setelah mempelajari potensi dan permasalahan yang dimiliki oleh UMKM Hijab Jannata, maka pendamping melakukan beberapa program kerja, sebagai berikut:

1. Bimbingan Manajemen Pemasaran
2. Bimbingan Keuangan

Hasil dan Pembahasan

Beberapa permasalahan pada kegiatan pendampingan UMKM Hijab Jannata sebagai produsen hijab adalah sebagai berikut :

Aspek Pemasaran

Program bimbingan pemasaran dilakukan secara menyeluruh berdasarkan kegiatan bisnis hijab pada UMKM Hijab Jannata melalui kegiatan perencanaan, dalam penentuan harga, promosi, distribusi dan focus pada produk agar sesuai dengan keputusan dan keinginan konsumen dalam mengutamakan kepuasan konsumen.

Kegiatan pendampingan usaha bidang pemasaran sebagai berikut :

- a. Memberikan pemahaman kepada peserta bimbingan (UMKM Hijab Jannata) dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b. Memperluas jaringan distribusi barang yang dihasilkan oleh peserta bimbingan
- c. Memberikan pengarahan system promosi yang tepat bagi produk yang dihasilkan
- d. Menyusun strategi segmentasi-targeting-positioning bagi produk sesuai dengan visi dan misi usaha
- e. Memberikan pemahaman mengenai penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk, pesaing produk dan target pasar produk

f. Menyusun desain kemasan produk

Menurut Corey dalam Dolan yang dikutip oleh Tjiptono (2008:6) menyatakan bahwa strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkait, kelima elemen tersebut adalah:

- a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani.
- b. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini.
- c. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- d. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- e. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing* dan *public relations*.

Dengan demikian berdasarkan pernyataan tersebut maka penerapan strategi pemasaran yang disusun sesuai dengan permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. *Pemilihan Pasar*

- a. Saat ini umkm Jannata masih belum memiliki target pasar
- b. Belum terbagi spesifikasi segmentasi-targeting-positioning

2. *Perencanaan produk*

- a. Produk yang dihasilkan saat ini masih belum terspesifikasi sesuai dengan keinginan konsumen
- b. *Packaging* masih menggunakan plastic/pembungkus biasa

3. *Penetapan harga*

- a. Penetapan harga masih belum berdasarkan konsep persaingan produk
- b. Belum adanya konsep penarikan penjualan dalam pengurangan harga seperti paket diskon dalam penjualan

4. *System distribusi*

- a. Saat ini masih belum melakukan system distribusi hasil produksi, yang dilakukan hanya menggunakan system penjualan langsung

5. *Komunikasi Pemasaran*

- a. Belum memiliki media promosi dalam penyebaran produk
- b. Belum memiliki media promosi online seperti social media

Berdasarkan permasalahan yang ada saat pendampingan UMKM Hijab Jannata maka dapat diberikan solusi sebagai berikut :

1. *Pemilihan Pasar*

Telah dibuatkan strategi STP (*segmentasi-targeting-positioning*) :

segmentasi : perempuan, dewasa, menengah ke atas, hijaber

target : dewasa hijaber

positioning : hijab dewasa kualitas tinggi dan kekinian

2. *Perencanaan produk*

Dibuatkan desain logo, kemasan dan cara pengemasannya



Gambar 1
Alur Pembuatan Logo dan Kemasan

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan alur pembuatan logo dan kemasan, yaitu dimulai dari :

- 1) Desain logo : desain ini disesuaikan dengan filosofi *brand*, yaitu Jannata yang artinya surga, dengan demikian dibuatkan seperti mahkota kerajaan
- 2) Desain kemasan : desain ini disesuaikan dengan efisiensi produksi, yaitu logo hanya diletakkan di sebuah kertas yang menempel pada hijab, sekaligus berfungsi sebagai pengikat hijab agar tetap rapih.
- 3) Diberikan pengarahan cara menggunakan kemasan agar tetap rapih.
3. Penetapan harga
 - a. Diberikan pemahaman dan perhitungan mengenai penetapan harga produk
 - b. Dibuatkan konsep-konsep strategi promosi harga
4. System distribusi.
 - a. Dibuatkan strategi system distribusi hasil produksi
 - b. Diberikan pengarahan cara melakukan system kerjasama dengan pertokoan/dengan para supplier
5. Komunikasi Pemasaran
 - a. Dibuatkan strategi promosi dalam penyebaran produk
 - b. Dibuatkan strategi promosi online seperti social media

Aspek Keuangan

- a. Belum memiliki system pembukuan keuangan berupa laporan rugi laba (cashflow)
- b. Belum adanya pengaturan finansial dalam pengembangan usaha
- c. Belum melakukan system pembagian modal secara efektif

Program bimbingan manajemen keuangan dilakukan memberikan keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut.

Kegiatan pendampingan usaha bidang keuangan sebagai berikut:

- a. Memberikan bimbingan tentang pembukuan finansial berupa laporan rugi laba
- b. Memberikan bimbingan dalam pembagian modal dan pembagian keuntungan usaha
- c. Memberikan bimbingan dalam pengaturan finansial dalam pengembangan usaha
- d. Memberikan informasi mengenai penambahan modal dalam pengajuan pengkreditan usaha

Simpulan dan Rekomendasi

UMKM Hijab Jannata berlokasi di RT 02 RW 04 Kelurahan Balonggede Kecamatan Regol Kota Bandung saat ini masih didominasi pada system wirausahaan yang tradisional, sehingga dalam proses pendampingan diarahkan pada konsep-konsep manajemen sehingga lebih teratur dan terdokumentasikan. System penjualan yang hanya mengandalkan penjualan langsung tanpa membuat sebuah strategi tentunya akan terkalahkan dengan para pengusaha atau para *competitor* muda, system produksi yang seadanya membuat saat ini usaha belum berkembang sebagaimana mestinya, dengan demikian tentunya dengan adanya proses bimbingan ini akan membuat usaha ini lebih baik lagi terutama dari manajemen pemasaran dan pengelolaan keuangannya, sehingga brand Hijab Jannata ini akan semakin terkenal dan dapat meningkatkan keuntungan pada UMKM ini.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI
- <http://bandung.bisnis.com>
- <http://m.galamedianews.com> Bandung Raya | Senin, 15 Februari 2016 | 20:49 WIB