

USULAN PROGRAM PENGEMBANGAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PRODUKSI PADA KOPERASI KAMPUNG JAHIT NUSANTARA

Agatha Zelda Geraldine¹, Amalia Putri Salsabila², Anastasia Claudi Reta³,
Mufida Aqila Yurizki⁴, Muhammad Rizky Athallah⁵, Nazwa Nur
Rasyidah⁶, Tri Siwi Agustina⁷, John Hardi⁸, Noorlaily Fitdiarini⁹, Gurun
Sudarwito¹⁰.

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia.

Jl. Airlangga No.4 - 6, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60115.

e-mail: muhammad.rizky.athallah-2022@feb.unair.ac.id

ABSTRACT

This research explores the role of MSMEs in improving Indonesia's socioeconomic conditions, with a focus on Kampung Jahit Nusantara Cooperative in Surabaya. MSMEs play an important role in absorbing labor, increasing GDP, and helping poor families escape poverty. The Kampung Jahit Nusantara Cooperative, based on labor-intensive housing, provides economic opportunities for local residents and improves the lives of poor families. Despite their positive contributions, these MSMEs face several challenges, such as weak reserve funds, unstructured financial reports, lack of digital marketing, low product quality, and lack of knowledge regarding employee manners. This research was conducted through field observations, interviews, and SWOT analysis. The results show that MSMEs have the potential to improve Indonesia's socio-economic conditions, but need to overcome some of the challenges faced.

Keywords : Digital, poverty, socio-economic conditions, Kampung Jahit Cooperative Nusantara Cooperative, MSMEs.

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi peran UMKM dalam meningkatkan kondisi sosial ekonomi Indonesia, dengan fokus pada Koperasi Kampung Jahit Nusantara di Surabaya. UMKM memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan PDB, dan membantu keluarga miskin keluar dari lingkaran kemiskinan. Koperasi Kampung Jahit Nusantara, berbasis di rumah padat karya, memberikan peluang ekonomi bagi penduduk lokal dan meningkatkan taraf hidup pada mereka yang termasuk kedalam golongan keluarga miskin. Meskipun memberikan kontribusi positif, UMKM ini menghadapi beberapa tantangan, seperti lemahnya persediaan dana cadangan, laporan keuangan yang tidak terstruktur, kurangnya pemasaran digital, kualitas produk yang rendah, dan minimnya pengetahuan terkait sopan santun para karyawan. Penelitian ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi Indonesia, namun perlu mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi

Kata kunci : Digital, kemiskinan, kondisi sosial ekonomi, Koperasi Kampung Jahit Nusantara, UMKM.

PENDAHULUAN

Kondisi sosial ekonomi dari masyarakat Indonesia ini sangat bervariasi dan secara signifikan yang dapat berubah sejalan dengan perubahan sumber-sumber kehidupan yang terjadi, baik dalam skala lokal, nasional, hingga global. Kondisi sosial ekonomi Indonesia ini memainkan peran yang sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di negara ini. Dengan populasi yang besar dan beragam, Indonesia ini memiliki pasar domestik yang luas, yang tentunya mendukung keberlangsungan berbagai jenis usaha, termasuk UMKM. UMKM di Indonesia

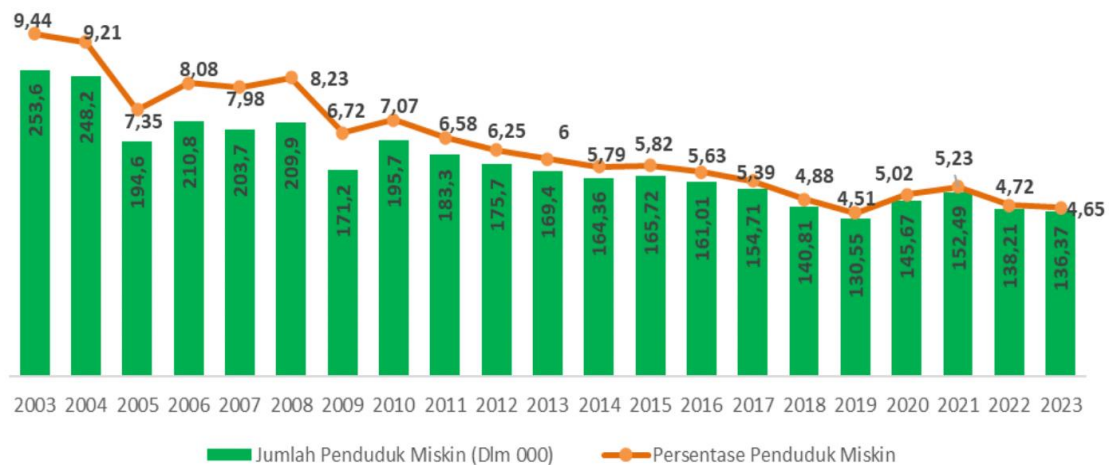
ini menjadi tulang punggung ekonomi untuk Indonesia karena menyerap banyak tenaga kerja, lalu memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, serta menjadi sumber utama pendapatan bagi banyak keluarga terutama keluarga miskin. Di tengah adanya ketidakpastian ekonomi global dan tantangan domestik seperti ketimpangan pendapatan dan pengangguran, UMKM ini berperan sebagai stabilisator ekonomi yang menawarkan fleksibilitas dan inovasi yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar yang ada. Selain itu, dukungan dari pemerintah melalui berbagai program bantuan dan inisiatif kebijakan pro-UMKM ini membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha-usaha kecil di Indonesia ini.

Dalam konteks sosial, UMKM ini juga berfungsi sebagai motor penggerak pengembangan komunitas lokal yang memberikan peluang ekonomi bagi kelompok-kelompok marginal serta mendorong inklusi sosial. Salah satu kelompok yang diuntungkan oleh pertumbuhan UMKM ini adalah keluarga miskin. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), keluarga miskin ini didefinisikan sebagai keluarga yang memiliki pendapatan di bawah garis kemiskinan yang ditetapkan, yang berarti mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan. Dimana di grafik bawah di tahun 2021 penduduk miskin di surabaya sebanyak 154,49 ribu jiwa. Dan pada tahun 2022 menurun menjadi 138,21 ribu jiwa. Tahun 2023, tahun lalu menurun 2rb menjadi 136,37 ribu jiwa. UMKM ini tentunya memberikan kesempatan kerja dan penghasilan tambahan bagi anggota keluarga miskin, membantu mereka dalam meningkatkan taraf hidup serta keluar dari lingkaran kemiskinan.

Kota	Jumlah Penduduk Miskin (Ribu Jiwa)		
	2021	2022	2023
Surabaya	152,49	138,21	136,37

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Gambar 1.1 Penduduk Miskin (Ribu Jiwa) kota Surabaya, 2021-2023



(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Gambar 1.2 Penduduk Miskin (Persentase) kota Surabaya, 2003-2023

Banyak UMKM di Indonesia ini berbasis di rumah padat karya (RPK), yaitu rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat tinggal sekaligus tempat produksi. RPK ini tentunya memberikan peluang ekonomi penting bagi penduduk di daerah perkotaan dan pedesaan yang padat penduduk. Dengan menggunakan rumah sebagai tempat usahanya, biaya operasionalnya ini dapat ditekan lalu lebih banyak anggota keluarga dapat terlibat dalam proses produksi serta meningkatkan produktivitas dan pendapatan keluarga secara keseluruhan.

Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini merupakan salah satu dari contoh konkret bagaimana UMKM ini berperan dalam mendukung kondisi sosial ekonomi Indonesia. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini didirikan oleh Pak Roni dan Pak Yayan pada tahun 2017, yang bergerak di sektor *garment*. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini memproduksi berbagai jenis pakaian seperti kaos komunitas, kaos jersey, kaos distro, kaos polo, seragam batik, seragam kerja, seragam sekolah, dan seragam olahraga. UMKM ini beroperasi dari sebuah rumah

padat karya di Jalan Manukan Kulon I Nomor 1, Manukan Kulon, Kec. Tandes, Surabaya, Jawa Timur. Dengan model usaha seperti ini, Koperasi Kampung Jahit Nusantara mampu menekan biaya operasional dengan melibatkan lebih banyak anggota keluarga serta komunitas lokal dalam proses produksi, sehingga meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka.

UMKM ini juga memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan komunitas lokal dengan menciptakan lapangan kerja bagi warga di sekitarnya dan memberikan pelatihan keterampilan menjahit kepada penduduk sekitar. Dalam konteks keluarga miskin, keberadaan Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini sangat membantu mereka dalam memperoleh pendapatan tambahan serta meningkatkan taraf hidup mereka. Selain itu, koperasi ini juga berfungsi sebagai sarana inklusi sosial yang di mana anggota komunitas dari berbagai latar belakang dapat bekerja sama dan mendapatkan manfaat ekonomi yang ada. Dengan demikian, Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini tidak hanya berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga memperkuat struktur sosial masyarakat sekitar. UMKM seperti inilah yang memainkan peran kunci dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi ketimpangan sosial, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Namun, Koperasi Kampung Jahit Nusantara masih menghadapi beberapa tantangan. Terutama bidang keuangan, koperasi masih menghadapi masalah lemahnya persediaan dana cadangan yang penting untuk membiayai pesanan-pesanan yang masuk tanpa adanya down payment. Selain itu, laporan keuangan yang tidak terstruktur dengan baik dan tidak adanya rekap gaji yang jelas untuk para karyawan mengakibatkan ketidakjelasan dalam pengelolaan upah dan kesejahteraan karyawan. Di bidang pemasaran, Koperasi Kampung Jahit Nusantara tidak memiliki karyawan yang secara khusus ditempatkan pada divisi pemasaran, kurang memanfaatkan pemasaran digital, dan tidak memiliki branding yang kuat untuk produk-produk mereka, yang mengurangi daya tarik dan kepercayaan konsumen. Dalam hal operasional, kualitas dan desain produk yang dihasilkan masih kurang baik, mengakibatkan produk kurang diminati di pasar yang kompetitif, dan beberapa fasilitas alat yang disediakan masih belum lengkap, seperti mesin bordir pakaian. Tantangan dalam sumber daya manusia juga terlihat dari belum adanya penyeragaman pakaian karyawan, serta minimnya pengetahuan sopan santun, etika, dan tata krama yang dimiliki oleh para karyawan, yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen. Mengatasi tantangan-tantangan ini sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan Koperasi Kampung Jahit Nusantara, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kondisi sosial ekonomi lokal.

Menurut penelitian dari Muhammad Syaufiq tentang *Mengatasi Ancaman Identitas Kemiskinan: Studi Kasus Sebuah Keluarga Miskin di Surabaya*. Keluarga miskin di Surabaya terutama mengalami berbagai situasi yang sulit baik secara material maupun nonmaterial (Muhammad Syaufiq, 2013). Mereka mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya sehingga harus berhutang dan kadang menerima perlakuan tidak menyenangkan dari orang lain. Situasi-situasi tersebut menimbulkan respon psikologis berupa perasaan sedih, minder, dan marah atau sensitif. Mereka mengaku sering merasakan kesedihan atas tidak terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan mereka. Dalam penelitian ini memiliki dua cara untuk mengatasi kemiskinan: *intrapersonal dan interpersonal*. Cara intrapersonal dilakukan dengan menganggap kemiskinan sebagai kehendak Tuhan atau takdir, sehingga beban tanggung jawab mereka menjadi lebih ringan dan mereka dapat menerima kondisi tersebut. Cara interpersonal dilakukan dengan berbagai cara, contohnya dengan adanya UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara orang yang memiliki minat dan kemampuan menjahit dapat bergabung, bersinar dan menonjolkan identitas kemampuan mereka di UMKM tersebut maka dapat menjadi salah satu membantu mengatasi kemiskinan.

METODE

Adapun metodologi yang kami gunakan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Observasi Lapangan : Melakukan kunjungan lapangan ke Kampung Jahit Nusantara merupakan langkah strategis yang kami ambil untuk secara langsung mengamati serta memahami secara menyeluruh kondisi saat itu, termasuk aktivitas operasional, fasilitas yang tersedia, dan juga dinamika lingkungan di sekitar kawasan tersebut. Dengan melakukan observasi secara langsung, kami dapat menggambarkan secara detail situasi yang sedang berlangsung pada saat kunjungan tersebut dilakukan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang keadaan kampung tersebut.
2. Wawancara : Kami juga melakukan wawancara langsung dengan pemilik, kepala operasional, dan kepala administrasi Kampung Jahit Nusantara sebagai narasumber utama untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang masalah atau kendala yang dihadapi dalam menjalankan operasional usahanya. Melalui interaksi langsung ini, kami dapat menggali informasi lebih rinci mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM tersebut, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan perkembangannya.
3. Analisis SWOT : Selanjutnya, kami melakukan analisis SWOT terhadap usaha UMKM tersebut dengan tujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Dengan

pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor tersebut, kami dapat merumuskan strategi dan solusi yang relevan serta tepat sasaran untuk membantu memperkuat posisi pasar dan meningkatkan kinerja usaha tersebut dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu Koperasi Kampung Jahit Nusantara dalam meningkatkan efektivitas produksinya melalui pengembangan program pemasaran. Koperasi ini sebelumnya mengalami kendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness karena masih terpaku pada pemasaran offline.



Infografis UMKM Jahit Nusantara



Gambar 2.1 Infografis UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Profil UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Berikut kelompok kami tampilkan beberapa data yang berhasil kami dapatkan setelah melakukan kunjungan pada UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara.

No	Uraian	Keterangan
1	Nama/Bentuk Usaha	Koperasi Kampung Jahit Nusantara
2	Nama Pemilik/Penanggung Jawab	Owner: Pak Roni & Pak Yayan Kepala Produksi: Mas Hamzah Kepala Administrasi: Mbak Aini
3	Foto Pemilik & Foto Produk UMKM	 <p><i>Gambar 3.2 Foto Pemilik</i></p>  <p><i>Gambar 3.3 Foto Produk UMKM</i></p>
4	Alamat Usaha	Jl. Manukan Kulon I No.1, Manukan Kulon, Kec. Tandes, Surabaya, Jawa Timur 60185

5	No Telpon Usaha HP/WA	0878-9562-4467
6	Email/Website	jahitnusantara@gmail.com
7	Sektor Usaha	<i>Garment</i>
8	Tahun Berdiri	2017
9	Status Tempat Usaha	Aktif Beroperasi
10	Izin yang Dimiliki	Perizinan dimiliki oleh Pemerintah Kota Surabaya dan dibawah oleh Dinas Koperasi Daerah.
11	Jumlah Pekerja	Koperasi Kampung Jahit Nusantara sendiri memiliki cukup banyak sumber daya manusia untuk menunjang aktivitas berjalannya usaha, dengan rincian sebagai berikut: Pekerja Tetap : 25 Orang Pekerja Lepas : 190 Orang
12	Riwayat Usaha	Dimulai dari owner yang awalnya mengikuti pelatihan sablon, serta mendalami dunia konveksi pada tahun 2016. Pada akhirnya memantapkan niat untuk memulai mendirikan usaha konveksi dengan modal keahlian sablon yang awalnya bernamakan CV. Nusantara Progres pada tahun 2017.
13	Jenik Produk/Jasa	Adapun jenis produk/jasa yang dihasilkan dari koperasi kampung jahit nusantara sendiri seperti Kaos Komunitas, Kaos Jersey, Kaos Distro, Kaos Polo. Seragam Batik, Seragam Kerja, Seragam Sekolah, ataupun Seragam olahraga. Mereka juga melayani pembuatan tas dan celana.

Tabel 2.1 Profil UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

Setelah kelompok kami melakukan survei pada UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara, kami menilai Jahit Nusantara banyak memiliki kelebihan-kelebihan tersendiri dibanding kompetitor lainnya. Namun perlu kita pahami juga, kelebihan yang mereka miliki juga berbanding lurus dengan kelemahan yang mereka hadapi ataupun alami. Berikut analisis *swot* yang dilakukan kelompok kami berdasarkan data juga fakta yang berada di lapangan.

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjalannya kerja sama antara Jahit Nusantara dengan Pemerintah kota Surabaya. 2. Tenaga kerja yang dimiliki sudah ahli karena telah menjalani proses pelatihan yang cukup panjang. 3. Sudah hampir cukup lengkap fasilitas yang dimiliki oleh Koperasi Kampung Jahit Nusantara, guna membantu jalannya usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja yang dibutuhkan saat musim-musim tertentu. 2. Lemahnya persediaan modal yang dimiliki disaat pesanan daripada pemerintah Surabaya masuk, karena tidak adanya <i>down payment</i>. 3. Kurangnya etika serta sopan santun yang dimiliki para karyawan.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan untuk mau berkolaborasi dengan desainer fashion untuk memproduksi produk khusus atau <i>limited edition</i>. 2. Masih adanya ruang yang cukup lebar untuk menjalin kerja sama dengan beberapa universitas khususnya di Surabaya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maraknya UMKM jahit lainnya yang dimana lokasinya tidak jauh dari lokasi Jahit Nusantara itu sendiri. 2. Adanya penerapan <i>predatory pricing</i> yang dilakukan oleh beberapa kompetitor di sekitar, guna merebut hati calon konsumen.

Tabel 2.2 Analisis SWOT terkait UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Identifikasi Masalah Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Setelah kita pahami kelebihan juga kekurangan yang dimiliki UMKM Jahit Nusantara melalui analisis *swot*, maka kelompok kami dapat melakukan beberapa identifikasi masalah yang terjadi pada Koperasi Kampung Jahit Nusantara sebagai berikut:

Bidang	Masalah yang Dihadapi
Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih lemahnya persediaan dana cadangan yang dimiliki guna nantinya untuk membiayai pesanan-pesanan yang masuk tanpa adanya <i>down payment</i> pada Koperasi Kampung Jahit Nusantara. 2. Tidak ada catatan yang jelas besaran keuntungan dari setiap produk yang ditawarkan. 3. Pencatatan keuangan kurang lengkap untuk ukuran usaha kecil ini. 4. Arus kas yang tidak lancar karena tunggakan pembayaran. 5. Tidak ada rencana anggaran belanja secara rutin baik setiap bulan, semester ataupun setiap tahun sehingga mengalami kesulitan dalam mengatur arus kas saat bahan baku naik.

	<p>6. Kurang Modal untuk pengembangan bisnis karena hanya mengandalkan SHU yang ditahan.</p> <p>7. Metode pembukuan yang masih konvensional.</p> <p>8. Tidak ada evaluasi rutin terkait keuangan dan seluruh proses bisnis.</p>
Pemasaran	<p>1. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini tidak memiliki strategi pemasaran terpadu yang menggabungkan berbagai saluran pemasaran (offline dan online). Ini menyebabkan upaya pemasaran mereka menjadi kurang terkoordinasi dan tidak maksimal.</p> <p>2. Tidak adanya branding yang dilakukan oleh Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini untuk setiap produk yang mereka hasilkan. Hal ini yang menyebabkan produk mereka kurang dikenal dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas.</p> <p>3. Keterbatasan Jangkauan Pasar, dimana produk Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini hanya dikenal di kalangan lokal dan belum mampu untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Karena mereka belum memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk secara nasional atau internasional.</p> <p>4. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini belum melakukan inovasi produk secara berkala untuk produk selain seragam, sehingga kurang menarik bagi pelanggan potensial.</p> <p>5. Koperasi Kampung Jahit Nusantara masih sangat kurang dalam memanfaatkan pemasaran digital. Mereka belum memaksimalkan penggunaan media sosial atau platform e-commerce untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Padahal, dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, mereka dapat mempromosikan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan meningkatkan kesadaran merek secara signifikan.</p> <p>6. Tidak adanya website tersendiri, sehingga mereka kehilangan kesempatan untuk menjangkau pelanggan potensial secara online yang lebih luas.</p> <p>7. Koperasi Kampung Jahit Nusantara belum memanfaatkan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan operasional. dimana mereka ini belum menggunakan software manajemen bisnis, CRM (Customer Relationship Management), atau alat analisis pemasaran lainnya yang dapat membantu meningkatkan kinerja mereka.</p> <p>8. Koperasi Kampung Jahit Nusantara kurang dalam memanfaatkan potensi kemitraan dan jaringan bisnis dengan pihak lain, seperti retailer atau influencer yang</p>

	<p>dapat membantu memasarkan produk mereka lebih luas.</p> <p>9. Tidak Ada Strategi Mobile Marketing. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini belum memiliki strategi pemasaran yang spesifik untuk pengguna mobile, padahal dijamin sekarang ini banyak pelanggan yang mengakses internet melalui perangkat mobile.</p> <p>10. Kurangnya penggunaan dalam teknologi otomatisasi untuk proses pemasaran, seperti email marketing automation, yang dapat membantu menghemat waktu dan meningkatkan efisiensi kampanye pemasaran.</p> <p>11. Tidak Ada Pemanfaatan Iklan Online Berbayar seperti Google Ads atau iklan di media sosial lainnya. Ini mengakibatkan keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan tertarget.</p> <p>12. Koperasi Kampung Jahit Nusantara ini belum memanfaatkan strategi content marketing yang efektif yang dapat meningkatkan engagement dan menarik pengunjung melalui platform media sosial mereka.</p> <p>13. Kurangnya dalam upaya untuk mengumpulkan dan menampilkan ulasan serta testimoni pelanggan di media sosial yang berguna untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas.</p> <p>14. Kapasitas kewirausahaan yang memadai belum dimiliki oleh UMKM. Ini terlihat dari pola bisnis UMKM yang masih lebih banyak berfokus pada produksi daripada memperhatikan permintaan pasar.</p>
Operasional	<p>1. Kapasitas produksi yang terbatas pada periode waktu tertentu karena banyaknya pesanan.</p> <p>2. Kualitas dan desain produk yang dihasilkan masih tergolong kurang baik ataupun rendah, padahal diketahui bahwa terdapat persaingan sesama produsen konveksi lainnya di bawah naungan Pemerintah Kota Surabaya. Hal tersebut juga dapat mengakibatkan produk yang dihasilkan kurang diminati di pasar maupun konsumen.</p> <p>3. Terdapat beberapa fasilitas alat yang disediakan oleh Koperasi Kampung Jahit Nusantara dimana bisa dikatakan belum lengkap, contohnya adalah mesin untuk bordir pakaian.</p> <p>4. Bahan baku jahit seperti; kain dan benang berkualitas tidak sesuai dengan standar, seperti bahan yang tipis, mudah robek, atau luntur yang menyebabkan kualitas produk kurang bagus dan harus diulang.</p> <p>5. Tidak ada proses quality control sebelum diserahkan menjadi produk jadi.</p>

	<p>6. Kurangnya fasilitas dan layanan yang ditawarkan di tempat, seperti ruang ganti.</p> <p>7. Tidak adanya penyimpanan bahan baku yang layak sehingga menyebabkan risiko kerusakan bahan baku dan kain.</p> <p>8. Kurangnya akses ke modal untuk pengembangan bisnis.</p> <p>9. Tidak adanya SOP yang lengkap untuk penggunaan mesin yang menyebabkan pekerjaan tidak bisa di swap.</p>
Sumber Daya Manusia	<p>1. Perlengkapan keselamatan kerja karyawan yang belum memadai dan belum adanya SOP terlebih pada penggunaan alat pemotong.</p> <p>2. Tidak adanya karyawan yang ditempatkan pada bagian divisi pemasaran.</p> <p>3. Belum adanya penyeragaman pakaian yang digunakan oleh para karyawan yang bekerja, hal ini juga dapat memberikan dampak penurunan kepercayaan oleh para calon konsumen.</p> <p>4. Masih sangat minimnya pengetahuan sopan santun, etika, juga tata krama yang dimiliki oleh para karyawan Koperasi Kampung Jahit Nusantara.</p> <p>5. Kurangnya pelatihan dan pengembangan karyawan. Minimnya pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan dapat menghambat produktivitas dan kualitas pekerjaan. Hal ini dapat membuat UMKM Kampung Jahit Nusantara tertinggal dari pesaingnya.</p> <p>6. Sistem penggajian dan penghargaan yang tidak efisien yang menyebabkan demotivasi karyawan dan fluktuasi turnover yang tinggi.</p> <p>7. Jika karyawan Kampung Jahit Nusantara merasa tidak ada peluang untuk maju dalam karir mereka, mereka mungkin mencari pekerjaan lain di tempat lain.</p> <p>8. Kurangnya komunikasi dan koordinasi antara manajemen dan karyawan Kampung Jahit Nusantara, yang dapat mengakibatkan kebingungan dan ketidakpastian di tempat kerja.</p> <p>9. Masalah dalam rekrutmen dan retensi karyawan yang berkualitas karena kurangnya daya tarik dari paket remunerasi atau benefit yang ditawarkan oleh UMKM Kampung Jahit Nusantara.</p>

Tabel 2.3 Beberapa identifikasi masalah UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara

Solusi dan Implementasi

Dengan kita sudah melihat begitu banyaknya permasalahan yang terjadi pada koperasi kampung jahit nusantara, UMKM di Indonesia bisa kita sebut bagaikan terjebak dalam siklus stagnasi, enggan berkembang namun tak ingin gulung tikar. Berbagai upaya pemerintah untuk mendongkrak

para UMKM nampaknya belum membuahkan hasil yang signifikan. Seperti yang telah kita ketahui serta alami diperparah dengan adanya situasi pandemi Covid-19, sektor UMKM semakin terpuruk. Penurunan permintaan menyebabkan penawaran pun ikut merosot. Alhasil dampaknya, pertumbuhan ekonomi melambat, harga barang meroket, pengangguran meningkat, dan defisit neraca pembayaran yang semakin membesar.

UMKM di Indonesia sendiri telah lama dihambat oleh berbagai kendala serta tantangan, seperti sistem manajemen yang begitu lemah, terkendalanya permodalan yang sangat terbatas, SDM yang kurang memadai dengan kebutuhan yang ada, akses informasi yang terbatas, dan semangat juang yang sangatlah rendah. Di era new normal, kendala-kendala ini harus segera diatasi agar UMKM dapat berkembang. Sektor UMKM yang paling terkena dampak pandemi adalah makanan dan minuman, akomodasi, perdagangan, dan industri pengolahan. Namun, bagi UMKM yang mampu beradaptasi dengan situasi pandemi, peluang untuk bertumbuh tetap terbuka (Herman, 2020). Untuk menata dan mengembangkan UMKM di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan UU No. 20 Tahun 2008 yang mendefinisikan UMKM sebagai "perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu". Berikut kelompok kami lampirkan kriteria aset dan omzet pada UMKM.

Pada akhirnya kelompok kami mengambil satu garis benang merah terhadap keseluruhan masalah yang dialami koperasi kampung jahit nusantara, kelompok kami pun mengambil solusi daripada permasalahan pemasaran yang ada dengan judul "Usulan Program Pengembangan Pemasaran Untuk Meningkatkan Efektivitas Produksi Pada Koperasi Kampung Jahit Nusantara". Karena menurut kami pemasaran menjadi tombak ujung suatu perusahaan atau sebuah usaha dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya, tentu ketika kita dapat memiliki kekuatan ataupun strategi pemasaran yang efektif. Hal ini akan berdampak positif secara langsung terhadap performa daripada penjualan yang dapat dihasilkan oleh koperasi kampung jahit nusantara itu sendiri. Dan kelompok kami pun akan lebih menekankan terhadap pemasaran melalui digital.

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (Dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp. 50 juta – Rp. 500 juta	Lebih dari Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp. 500 juta – Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Gambar 2.2 Kriteria Penggolongan Aset dan Omset UMKM

Melalui digitalisasi usaha, menurut kelompok kami UMKM memiliki peluang untuk memanfaatkan berbagai platform digital guna meningkatkan kinerja usaha mereka. Digitalisasi telah merambah semua sektor usaha, membuka akses pasar yang sebelumnya terbatas pada wilayah tertentu menjadi tanpa batas. Potensi luar biasa dari ruang tanpa batas ini seharusnya dimanfaatkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, menengah, maupun koperasi. Namun, pertanyaannya saat ini adalah bagaimana suatu UMKM dapat secara optimal memanfaatkan platform digital ini dalam perjalanan digitalisasi

menuju pasar yang terbuka. Dunia digital, sebagai alat yang masih baru, membutuhkan keahlian dan kemampuan dari pelaku usaha untuk memanfaatkannya dengan tepat dan efektif. Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi di tengah persaingan global yang semakin ketat, UMKM harus meningkatkan kapasitas dan kompetensi dalam sumber daya manusia, teknologi, dan inovasi produk.

Di era digital seperti saat ini, UMKM sebenarnya memiliki peluang besar untuk berkembang dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, UMKM sendiri perlu cermat dalam mengoptimalkan platform digital ini agar dapat menjangkau pasar yang jauh lebih luas. Meningkatnya persaingan global menuntut UMKM untuk terus meningkatkan kapasitas dan kompetensi SDM, teknologi, dan inovasi produknya. Dukungan regulasi dan pelatihan dari pemerintah kota Surabaya diharapkan dapat membantu UMKM Jahit Nusantara dalam meningkatkan wawasan dan kapasitasnya.

Memahami kebutuhan konsumen masa kini yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman, dan praktis, menjadi kunci bagi UMKM Jahit Nusantara untuk beradaptasi dan meningkatkan daya saingnya. Pengembangan kreativitas dan inovasi produk yang menghasilkan nilai tambah merupakan strategi penting bagi UMKM untuk menjadi komoditas unggul di pasar domestik maupun internasional.



***Gambar 2.3** Beberapa saran dari kami untuk Jahit Nusantara*

Di era digital yang semakin kompetitif, Jahit Nusantara perlu memperkuat strategi marketingnya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Seperti yang kita tahu, Pemerintah Kota Surabaya sering mengadakan berbagai pameran dan acara yang diikuti oleh banyak masyarakat. Jahit Nusantara dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk berpartisipasi dalam pameran tersebut dan memamerkan produk-produknya secara langsung. Hal ini akan memberikan kesempatan bagi Jahit Nusantara untuk menarik perhatian calon pelanggan baru, meningkatkan brand awareness, dan membangun koneksi dengan para pelaku bisnis di bidang fashion. Selain itu, pameran juga dapat menjadi platform yang ideal untuk mendapatkan feedback dari pelanggan secara langsung dan mempelajari tren terbaru di industri fashion.

Bekerja sama dengan influencer di media sosial yang memiliki banyak pengikut dan engagement yang tinggi dapat membantu Jahit Nusantara dalam mempromosikan produknya dengan lebih efektif. Influencer dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap brand Jahit Nusantara, serta menarik minat pelanggan baru yang mungkin belum mengetahui brand tersebut. Pilihlah influencer yang memiliki target audience yang sesuai dengan profil pelanggan Jahit Nusantara. Pastikan influencer tersebut memiliki citra yang positif dan sesuai dengan nilai-nilai brand Jahit Nusantara. Buatlah konten promosi yang menarik dan kreatif bersama influencer, dan pantau engagement dari para pengikut influencer untuk mengetahui efektivitas strategi ini.

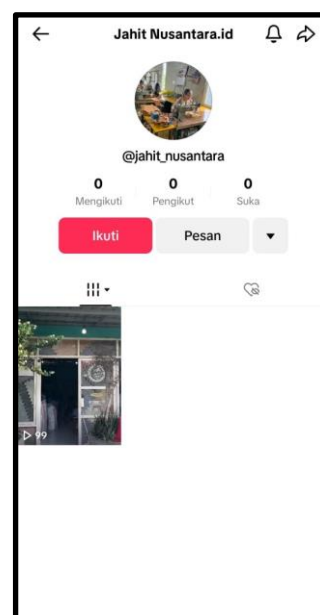
Tidak lupa juga dengan adanya logo yang unik dan mudah diingat dapat membantu Jahit Nusantara dalam membangun brand identity yang kuat. Logo ini dapat digunakan di berbagai media promosi, seperti website, media sosial, produk Jahit Nusantara, dan even-even yang diikuti. Logo yang kuat akan membantu Jahit Nusantara dalam menonjolkan diri dari para pesaingnya dan menarik perhatian pelanggan. Pastikan logo tersebut mencerminkan nilai-nilai dan filosofi brand Jahit Nusantara. Gunakan logo tersebut secara konsisten di semua platform untuk membangun brand awareness dan meningkatkan brand recognition.

Perkembangan Solusi

Kelompok kami berfokus pada permasalahan bagian pemasaran. Solusi dari kami, yaitu pembentukan tim pemasaran. Dimana tim ini nantinya Akan berfokus pada pengelolaan akun instagram, aktif mempromosikan produk, membagikan konten konten proses produksi dan pesanan yang didapatkan. Pada kunjungan kedua kami UMKM Koperasi Jahit Nusantara telah memiliki tim pemasaran. dalam perkembangannya, UMKM ini juga telah membuat sebuah galeri yang nantinya akan diisi contoh contoh produk yang telah mereka hasilkan. dimana, contoh produk ini nantinya dapat digunakan untuk mengikuti acara dan pameran yang diadakan pemerintahan. UMKM juga dapat bekerjasama dengan influencer (Duta Jawa Timur) untuk mempromosikan produk mereka. Pada kunjungan terakhir, Kami memberikan saran untuk pembuatan logo dan stiker sebagai identitas usaha. Hal ini merupakan langkah kecil yang krusial sebagai bentuk kepemilikan dan identitas. sehingga nantinya banyak masyarakat yang menyadari UMKM ini lewat produk yang telah mereka hasilkan.

Kami menilai bahwasannya pihak Koperasi Kampung Jahit Nusantara sendiri sangatlah idealis terhadap apa-apa yang menjadi nilai yang dipegang dari dahulu, layaknya pemasaran, UMKM Jahit Nusantara melakukannya secara offline atau bisa kita sebut dengan *door to door*. Memang tidak ada salahnya ketika di zaman era digital seperti ini masih melakukan kegiatan seperti itu, akan tetapi harapan kami pihak UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara ingin membuka diri terhadap perkembangan *marketing* telah berubah saat ini. Setelah adanya beberapa pertemuan dengan kelompok kami, alhasil pihak UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara mulai sedikit demi sedikit membenahi daripada pemasaran melalui digitalisasi. Berikut kami tampilkan beberapa gambar perubahan pemasaran yang terjadi pada UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara.

Program ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pelatihan kepada UMKM tentang penggunaan platform digital, pembuatan konten yang menarik, pemasaran produk di platform digital, dan membangun jaringan dengan influencer dan media. Pengalaman ini menunjukkan bahwa pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM dalam meningkatkan efektivitas produksi dan daya saing mereka di era digital.



*Gambar 2.4 Feeds Instagram yang Menarik**Gambar 2.5 Mulai Merambah Pada Tiktok*

Tentu dengan adanya perubahan-perubahan kecil yang terjadi, akan memberikan dampak positif kepada perkembangan UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara secara tidak langsung. Tak lupa juga hal yang membuat kami turut bangga kepada UMKM Jahit Nusantara ini ialah dengan mulai berdirinya galeri yang nantinya akan dijadikan sebagai tempat menyimpan koleksi, produk, ataupun barang-barang yang dijadikan pameran. Hal ini sebenarnya sangatlah baik, karena dengan adanya galeri maka masyarakat setempat dapat lebih jauh mengenal serta memahami apa-apa saja yang dilakukan oleh UMKM Jahit Nusantara selama ini. Galeri butik sendiri akan menjadi tempat fisik bagi Jahit Nusantara untuk memamerkan produk-produknya secara langsung kepada pelanggan. Hal ini akan meningkatkan brand awareness dan membantu Jahit Nusantara dalam membangun citra brand yang kuat. Pelanggan dapat melihat dan merasakan kualitas produk secara langsung, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap brand Jahit Nusantara.

*Gambar 2.6 Kami mengunjungi galeri**Gambar 2.7 Tempat untuk pameran*

Galeri butik dapat menjadi platform yang ideal untuk menjangkau pelanggan baru yang mungkin belum mengetahui brand Jahit Nusantara. Lokasi galeri butik yang strategis dan mudah diakses akan membantu Jahit Nusantara dalam menarik lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, galeri butik juga dapat menjadi tempat untuk mengadakan berbagai acara dan workshop yang dapat menarik minat pelanggan baru. Galeri butik juga dapat menjadi saluran penjualan yang efektif bagi Jahit Nusantara. Pelanggan dapat langsung membeli produk yang mereka inginkan di galeri butik, tanpa harus melalui proses pembelian online. Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan Jahit Nusantara.

Tempat ini nantinya juga dapat menjadi tempat untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Staf galeri butik yang ramah dan profesional dapat membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini akan meningkatkan customer satisfaction dan mendorong pelanggan untuk kembali lagi ke Jahit Nusantara. Kehadiran galeri butik dapat meningkatkan kredibilitas brand Jahit Nusantara. Hal ini menunjukkan bahwa Jahit Nusantara adalah brand yang serius dan profesional. Tentunya dengan seperti itu, pelanggan akan lebih jauh memiliki rasa percaya dengan brand yang memiliki tempat fisik yang dapat mereka

kunjungi. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu Koperasi Kampung Jahit Nusantara dalam meningkatkan efektivitas produksinya melalui pengembangan program pemasaran. Program ini difokuskan pada pemanfaatan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness.

Sebelum program ini dilaksanakan, Koperasi Kampung Jahit Nusantara masih melakukan pemasaran secara offline. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar mereka terbatas dan brand awareness mereka rendah. Akibatnya, mereka mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Program ini difokuskan pada pemanfaatan platform digital, seperti Instagram dan TikTok, untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness. Tim pemasaran dibentuk untuk mengelola akun media sosial, mempromosikan produk, membagikan konten proses produksi, dan mengikuti acara dan pameran. Galeri juga dibuat untuk menampilkan contoh produk dan meningkatkan kredibilitas brand.

Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan efektivitas produksi Koperasi Kampung Jahit Nusantara. Terjadi peningkatan brand awareness, penjualan, dan keuntungan. Hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan terjalin, dan kredibilitas brand meningkat. Keberhasilan ini diukur melalui indikator seperti jumlah pengikut media sosial, pengunjung website, pesanan, penjualan, keuntungan, dan customer satisfaction.

KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi kelompok kami terhadap UMKM Jahit Nusantara, kami menyimpulkan bahwa usaha ini menghadapi beberapa permasalahan yang meliputi aspek keuangan, manajemen sumber daya manusia, operasional, dan pemasaran. Permasalahan-permasalahan ini memiliki potensi untuk menghambat pertumbuhan usaha, mengurangi daya saing, bahkan berpotensi menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, kami berharap bahwa setiap permasalahan yang telah diidentifikasi dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu, solusi yang telah diusulkan juga diharapkan dapat diimplementasikan secara efektif di masa mendatang. Dengan demikian, UMKM Jahit Nusantara dapat terus bertahan, berkembang, dan bersaing dengan usaha Konveksi jahit lainnya. Program ini juga menunjukkan bahwa UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital. Pengalaman ini memberikan pelajaran berharga bagi UMKM lainnya untuk berani beradaptasi dan memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, BPSDM Pemerintah Kota Surabaya, dan Pengurus UMKM Koperasi Kampung Jahit Nusantara yang telah mendukung dan membantu memberikan data untuk penyelesaian proyek "Usulan Program Pengembangan Pemasaran Untuk Meningkatkan Efektivitas Produksi Pada Koperasi Kampung Jahit Nusantara". Kami menyadari bahwa terlaksananya dan terselesaikannya makalah ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan semua pihak yang sudah kami sebutkan. Harapan kami, semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik kami sebagai penulis maupun bagi semua yang membacanya. Kami juga menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan makalah ini. Untuk itu, kami mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun dari para seluruh pembaca. Kami berharap makalah ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi pembaca maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik.* (2024). Badan Pusat Statistik. Retrieved May 28, 2024, from <https://ppukab.bps.go.id/subject/23/kemiskinan.html>
- Badan Pusat Statistik.* (2024). Badan Pusat Statistik. Retrieved May 28, 2024, from <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/23/89/1/jumlah-penduduk-miskin.html>
- Badan Pusat Statistik.* (2023). Badan Pusat Statistik. Retrieved May 28, 2024, from <https://surabayakota.bps.go.id/pressrelease/2023/10/25/316/profil-kemiskinan-di-kota-surabaya-maret-2023.html>
- Heryanto. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Masa Pandemi di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Masa Pandemi di Indonesia, 6. <https://jiip.stkipyapisdempu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/download/2452/1945>
- Muhammad Syaufiq. (2013). Mengatasi Ancaman Identitas Kemiskinan: Studi Kasus Sebuah Keluarga Miskin di Surabaya. *Mengatasi Ancaman Identitas Kemiskinan: Studi Kasus Sebuah Keluarga Miskin di Surabaya*, 04. https://www.researchgate.net/publication/318543303_Mengatasi_Ancaman_Identitas_Kemiskinan_Studi_Kasus_Sebuah_Keluarga_Miskin_di_Surabaya