

Perbaikan Aspek Produksi, Manajemen dan Hukum Kelompok UMKM “Tuty Collections”

Ahmad Mukhlis¹, Encep Saefullah^{2*}, Mohammad Hifni³

ahmad.mukhlis@binabangsa.ac.id¹, encepsaefullah82@gmail.com^{2*},

mohammad.hifni@binabangsa.ac.id³

^{1,2}Program Studi Manajemen

³Program Studi Hukum

^{1,2,3}Universitas Bina Bangsa

Received: 28 08 2024. Revised: 08 09 2024. Accepted: 14 09 2024

Abstract : The problems of the target partners of the "Tuty Collections" MSME group include that the production process is still done manually, so the products produced are not yet standardized, product designs and models do not have many variations, the number of sewing machines they own is still insufficient, thus affecting the amount of production produced, knowledge and skills Partner human resources in business management are still minimal, they do not have legal business operations, partner skills in marketing are still minimal and sales methods are still conventional, not using digital media, so it is difficult for sales volume to increase. Using the chronological method, the implementation of this activity resulted in an increase in the number of production and sales of partner products by 75% and the legal legality of business operations in the form of NIB was obtained.

Keywords : MSMEs, Production, Management, Law.

Abstrak : Permasalahan mitra sasaran kelompok UMKM “Tuty Collections” meliputi proses produksi masih dikerjakan secara manual, sehingga produk yang dihasilkan belum terstandarisasi, desain dan model produk belum banyak variasi, jumlah mesin jahit yang dimiliki masih kurang, sehingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan, pengetahuan dan keterampilan SDM mitra dalam pengelolaan usaha masih minim, belum memiliki legalitas operasional usaha, keterampilan mitra dalam pemasaran masih minim dan metode penjualan masih secara konvensional, belum menggunakan media digital, sehingga volume penjualan sulit naik. Dengan menggunakan metode kronologis, pelaksanaan kegiatan ini menghasilkan peningkatan jumlah produksi dan penjualan produk mitra sebesar 75% dan diperolehnya legalitas hukum operasional usaha dalam bentuk NIB.

Kata kunci : UMKM, Produksi, Manajemen, Hukum.

ANALISIS SITUASI

UMKM memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi Indonesia (Encep, 2022). Untuk memaksimalkan potensi ini, perlu dilakukan pengoptimalan dan eksplorasi

lebih lanjut untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat (Jauhari, 2010). Pengembangan UMKM sebaiknya melalui inovasi dan pendekatan pemberdayaan usaha yang memperhatikan aspek sosial dan budaya lokal, karena UMKM biasanya berasal dari masyarakat itu sendiri (Encep, 2022). Selain itu, peran pemerintah sangat penting dalam memberdayakan UMKM serta meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, terutama dalam pengelolaan manajerialnya (Encep, 2021). Upaya ini akan memperkuat kontribusi UMKM terhadap ekonomi nasional. Inovasi dan pengembangan UMKM sangat penting untuk kelangsungan usaha (Batubara, 2021) dan pemanfaatan teknologi informasi, seperti media pemasaran produk, adalah kunci untuk memaksimalkan pemasaran (Laura, 2020). Pengembangan UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mencakup berbagai sektor usaha.

Kontribusi UMKM sangat signifikan dalam meningkatkan pendapatan, terutama bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Zulkarnaen, 2023). Dengan mengoptimalkan teknologi dan strategi pemasaran, UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta internet yang sangat cepat telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan perdagangan (Elsandra, 2013). Keberadaan internet dan TIK memungkinkan proses pemasaran dan penjualan produk dilakukan secara fleksibel tanpa batasan ruang dan waktu (Encep, 2023). Dengan teknologi ini, perusahaan dapat menjangkau pasar global dan melakukan transaksi kapan saja, yang mempermudah aksesibilitas dan efisiensi dalam menjalankan bisnis. Selain itu, inovasi dalam teknologi informasi membuka peluang baru untuk strategi pemasaran yang lebih efektif dan terintegrasi, mendukung pertumbuhan dan daya saing dalam dunia usaha yang semakin kompetitif.

Desa Kubang Jaya, yang terletak di Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, dikenal sebagai pusat UMKM tas. Di desa ini, terdapat UMKM “Tuty Collections” yang berfokus pada produksi dan penjualan tas. Beroperasi di Kampung Tajur, “Tuty Collections” telah berdiri selama sekitar 20 tahun dan saat ini mempekerjakan sekitar 15 karyawan. Sebagai salah satu pelaku usaha di bidang tas di Desa Kubang Jaya, UMKM ini berperan penting dalam perekonomian lokal, menyediakan lapangan kerja dan berkontribusi pada pengembangan industri kerajinan tas di wilayah tersebut. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik sekaligus Ketua Kelompok UMKM “Tuty Collections” yang

bernama Yasa, pada tanggal 29 Februari 2024 diperoleh gambaran terkait dengan jumlah produksi dan penjualan tas sebagai berikut:

Tabel 1. Produksi dan Penjualan

No	Produksi	Penjualan
1	3.600 pcs/bulan	Jumlah rata-rata terjual/bulan x harga satuan tas = Jumlah Pendapatan Bruto = 3.240 pcs x Rp. 45.000 = Rp. 145.800.000/bulan
2	Biaya Produksi (Pembelian bahan baku dan ongkos karyawan) = Rp. 65.000.000/bulan	Jumlah Pendapatan Bruto – Biaya Produksi = Jumlah Pendapatan Netto = Rp. 145.800.000 – Rp. 65.000.000 = Rp. 80.800.000/bulan
3	Pembelian bahan baku dari Tanah Abang, Jakarta setiap satu minggu sekali.	
4	Model tas : Tas pinggang, tas punggung, tas sekolah.	

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan tim PKM pada tanggal 13 Oktober 2023 dan 29 Februari 2024, maka dapat diidentifikasi permasalahan dari UMKM “Tuty Collections” sebagai berikut: (1) Proses produksi masih dikerjakan secara manual, sehingga produk yang dihasilkan belum terstandarisasi; (2) Desain dan model produk belum banyak variasi; (3) Jumlah mesin jahit yang dimiliki masih kurang, sehingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan; (4) Pengetahuan dan keterampilan SDM Mitra dalam pengelolaan usaha masih minim; (5) Belum memiliki legalitas operasional usaha; (6) Keterampilan Mitra dalam pemasaran masih minim, dan (7) Metode penjualan masih secara konvensional, belum menggunakan media digital, sehingga volume penjualan sulit naik.

Tujuan kegiatan PKM ini diselaraskan dengan permasalahan mitra yakni sebagai berikut: (1) Peningkatan produktivitas melalui perbaikan proses produksi dengan pelatihan, pendampingan dan melakukan standarisasi produk yang dihasilkan; (2) Pelatihan pembuatan desain dan model produk, sehingga model produk lebih banyak variasi dan konsumen memiliki banyak pilihan; (3) Hibah mesin jahit dan bahan baku produksi sehingga jumlah produksi yang dihasilkan meningkat; (4) Pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha, sehingga pengetahuan dan keterampilan SDM Mitra dalam pengelolaan usaha meningkat; (5) Pendampingan pemrosesan pengajuan legalitas operasional usaha, dalam bentuk NIB; (6) Peningkatan keterampilan mitra melalui: (a) pelatihan dan pendampingan *salesmanship* untuk konsumen toko dan perorangan, (b) pelatihan *onlineshop* untuk melayani dan menjangkau pasar yang lebih luas, dan (7) Pembuatan, pengelolaan dan

penggunaan media online (*website*) dalam pemasaran dan penjualan, sehingga segmentasi pasar lebih luas dan volume penjualan meningkat.

SOLUSI DAN TARGET

Tim pelaksana PKM menyusun solusi dan target untuk mengatasi permasalahan tersebut secara terstruktur. Solusi yang diajukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi mitra meliputi beberapa langkah yang dijelaskan dalam *flowchart* berikut ini:

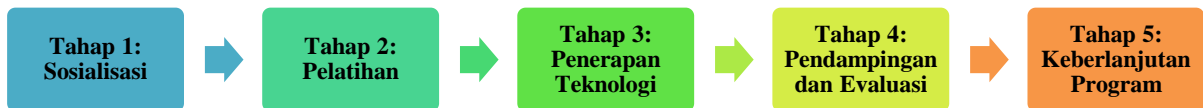


Gambar 1. *Flowchart*: Permasalahan Mitra, Solusi yang Ditawarkan dan Target Luaran

Untuk waktu pelaksanaan kegiatan PKM dimulai bulan Juni 2024, sedangkan kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan bulan Agustus 2024 dan bertempat di Aula Kantor Desa Kubangjaya Kecamatan Petir.

METODE PELAKSANAAN

Langkah-langkah operasional yang dilakukan pada kegiatan PKM ini disesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan, potensi, budaya masyarakat, dan dikerjakan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Metode pelaksanaannya adalah menggunakan metode kronologis atau bertahap. Tahapan pelaksanaan program dapat dijelaskan dalam *roadmap* sebagai berikut.



Gambar 2. *Roadmap* Kegiatan

HASIL DAN LUARAN

Hasil pelaksanaan kegiatan PKM ini dijelaskan melalui penerapan lima tahap, yaitu: Tahap 1 : Sosialisasi. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah pertemuan awal dengan ketua kelompok dan karyawan UMKM “Tuty Collections” serta Pemerintah Desa Kubangjaya untuk memperkenalkan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dan tujuannya, serta penjelasan detail tentang manfaat dan harapan dari setiap aktivitas yang akan dilakukan, termasuk penerapan TTG sebagai solusi permasalahan mitra dan begitu juga dengan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan.



Gambar 3. Sosialisasi

Tahap 2 : Pelatihan. Kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan perbaikan proses produksi dan standarisasi produk, pendampingan pembuatan desain dan model produk, pelatihan dan pendampingan *salesmanship* untuk konsumen toko dan perorangan, pelatihan *onlineshop* untuk melayani dan menjangkau pasar yang lebih luas dalam peningkatan volume penjualan dan pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha.



Gambar 4. Pelatihan

Hasil analisis kuesioner yang diberikan kepada mitra sasaran mengenai materi yang telah disampaikan mengungkapkan dua temuan utama, yaitu motivasi mitra sangat tinggi, seperti yang terlihat dari antusiasme yang besar dan banyaknya pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. Ini menunjukkan ketertarikan yang mendalam terhadap topik yang dibahas, serta terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai aspek produksi, manajemen, dan hukum. Peningkatan ini diukur dengan uji t-Test yang membandingkan hasil kuisisioner sebelum (pre-test) dan setelah (post-test) pelatihan, menunjukkan kemajuan yang substansial setelah pelatihan. Adapun hasil uji t-Test dijelaskan dalam gambar di bawah ini :

→ T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics					
	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Pair 1	Pre_Test	18.3333	15	5.56349	1.43649
	Post_Test	82.0000	15	4.92805	1.27242

Paired Samples Correlations				
	N	Correlation	Sig.	
Pair 1	Pre_Test & Post_Test	15	-.261	.348

Paired Samples Test									
		Paired Differences		95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper				
Pair 1	Pre_Test - Post_Test	-63.66667	8.33809	2.15289	-68.28415	-59.04918	-29.573	14	.000

Gambar 5. Hasil Uji t-Test

Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai Mean pada pre-test adalah 18,3333, yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman mitra terhadap aspek produksi, manajemen, dan hukum adalah 18,34%. Nilai ini diperoleh dari jawaban kuisisioner pre-test yang diberikan kepada 15 mitra dan nilai Mean pada post-test adalah 82,0000, mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai aspek produksi, manajemen, dan hukum mencapai 82%. Nilai ini diambil dari jawaban kuisisioner post-test yang juga diberikan kepada 15 mitra. Sedangkan selisih antara nilai Mean pre-test

dan post-test adalah 63,66, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra sebesar 63,66%.

Tahap 3 : Penerapan Teknologi. Kegiatan yang dilakukan berupa pengelolaan dan penggunaan *website* dan praktek penggunaan mesin jahit.



Gambar 6. Penerapan Teknologi

Tahap 4 : Pendampingan dan Evaluasi. Kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan, berupa pendampingan langsung dalam penggunaan teknologi baru (*Website*) serta pendampingan pengajuan legalitas operasional usaha, dan evaluasi, berupa evaluasi efektivitas pelatihan, penerapan teknologi, dan penggunaan alat/aplikasi melalui kuisisioner, wawancara, dan testimoni konsumen/pelanggan.



Gambar 7. Pendampingan dan Evaluasi

Berdasarkan hasil monitoring di lapangan, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah produksi tas oleh mitra setiap hari. Penambahan mesin jahit dan bahan baku produksi telah berkontribusi secara efektif pada proses produksi. Selain itu, terdapat kenaikan dalam volume penjualan dan perluasan segmentasi pasar yang lebih luas, berkat pemanfaatan *website* sebagai media pemasaran dan penjualan online. Ini semua telah mendukung perkembangan dan kemajuan UMKM “Tuty Collections.” Secara rinci, capaian produksi dan penjualan pada mitra sasaran, yaitu kelompok UMKM “Tuty Collections,” menunjukkan

perbandingan kuantitas sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan PKM, dengan hasil yang menggambarkan kemajuan yang substansial dan dampak positif dari kegiatan tersebut.

Tabel 2. Capaian Produksi

Sebelum PKM	Sesudah PKM	Prosentase Kenaikan
3.600 pcs/bulan	6.300 pcs/bulan	75%

Tabel 3. Capaian Penjualan

Sebelum PKM	Sesudah PKM	Prosentase Kenaikan
3.240 pcs/bulan	5.670 pcs/bulan	75%

Tahap 5 : Keberlanjutan Program. Kegiatan yang dilakukan adalah penyusunan rencana aksi untuk keberlanjutan penggunaan teknologi, strategi, dan alat/aplikasi melalui pendampingan oleh LPPM Universitas Bina Bangsa, Pembentukan tim internal di UMKM “Tuty Collections” yang bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pembaruan sistem teknologi dan penggunaan alat/aplikasi dan pelatihan lanjutan berdasarkan kebutuhan yang muncul dari evaluasi, termasuk penggunaan aplikasi dan alat/aplikasi.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2608240087648

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha : YASA
2. Alamat : KP.TAJUR, DESA KUBANG JAYA, KECAMATAN PETIR, KABUPATEN SERANG, Desa/Kelurahan Kubang Jaya, Kec. Petir, Kab. Serang, Provinsi Banten
3. Nomor Telepon Seluler : +
4. Email : yasa80830@gmail.com
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) : Lihat Lampiran
6. Skala Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 26 Agustus 2024

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 26 Agustus 2024

Gambar 8. NIB

SIMPULAN

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kubangjaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, disimpulkan bahwa tim dari Universitas Bina Bangsa, terdiri dari dosen dan mahasiswa, berhasil melaksanakan pelatihan dan pendampingan kepada kelompok UMKM “Tuty Collections.” Pendekatan partisipatif dan inovatif yang digunakan terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi, pemahaman, dan keterampilan kelompok UMKM.

Hasil ini menunjukkan bahwa metode yang diterapkan mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di desa tersebut. Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, hasil pelaksanaan PKM ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah produksi dan penjualan produk mitra, sesuai dengan target yang ditetapkan sebesar 75%. Selain itu, kelompok UMKM “Tuty Collections” juga berhasil memperoleh legalitas hukum operasional usaha dalam bentuk Nomor Induk Berusaha (NIB).

UCAPAN TERIMA KASIH

PKM ini didanai oleh dana DIPA Kemdikbudristek RI Tahun Anggaran 2024. Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Kemdikbudristek RI serta Universitas Bina Bangsa atas dukungan penting yang telah memungkinkan kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Batubara, S., Maharani, F., & Makhrani, M. (2022). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1023-1032. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi pemasaran untuk meningkatkan usaha kecil menengah berbasis industri kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.24036/jkmb.475300>
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 2(1). <https://doi.org/10.18495/jsi.v2i1.718>
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Saefullah, E., Putra, A. R., & Tabroni, T. (2021). Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 291-299. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1111>
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni, T. (2022). Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni, T. (2022). Perbaikan Manajemen Usaha Dan

- Pengelolaan Keuangan Usaha Pada UMKM Keripik Pisang Di Desa Kamurang Kecamatan Cikande Kabupaten Serang. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 2(4), 274-282. <https://doi.org/10.53067/icjcs.v2i4.90>
- Saefullah, E., Sanaya, D., Hotimah, A., Nugraha, F. A., & Rahmadani, R. (2023). Pendampingan Penggunaan Teknologi Kepada Pelaku UMKM “MANCEGAR”. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), 955-961. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i2.331>
- Zulkarnain, R. (2023). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(02), 113-113. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v5i02.2938>