

PROGRAM IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM) SANDAL WANITA CIBADUYUT KOTA BANDUNG

Abdul Rosid¹⁾, Yayan Mulyana²⁾, Dindin Abdurohim³⁾
Universitas Pasundan

Email: abdul.rosid@unpas.ac.id, yayan.mulyana@unpas.ac.id, dindinabs@yahoo.com

Abstrak

Berkembangnya sentra industri dan perdagangan alas kaki Cibaduyut telah cukup lama, dimulai tahun 1920. Salah satu pengrajin sepatu dan sandal yang berkembang di Cibaduyut diantaranya pengrajin sandal kulit wanita “Karmila Shoes”, milik Iseu Suryati sebagai Mitra 1, dan pengrajin sandal kulit wanita. “Purnama” milik Aji Sobarna sebagai Mitra 2. Mitra 1 mulai menekuni usaha sandal kulit wanita ini sejak tahun 1996 sedangkan Mitra 2 menekuni usahanya sejak tahun 2004. Permasalahan prioritas pada kedua mitra sebagai berikut: (1) membutuhkan investasi untuk penambahan peralatan produksi yaitu mesin jahit, cetakan sepatu dan pisau kulit yang sering menjadi penghambat dalam proses produksi, (2) manajemen pada kedua mitra belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan, (3) belum adanya kegiatan promosi online, belum memiliki kartu nama dan katalog, serta belum mengikuti pameran, (4) keinginan memiliki pasar/pelanggan tetap dan bisa masuk produknya ke *outlet*/distro di Kota Bandung. Metode pendekatan yang di gunakan yaitu: pelatihan, pendampingan, fasilitasi dan mediasi usaha. Hasil analisis terjadi peningkatan kapasitas jumlah peralatan dalam proses produksi, peningkatan manajemen, fasilitasi dan mediasi peningkatan promosi, serta fasilitasi dan mediasi kemitraan usaha.

Kata kunci : Cibaduyut, pengrajin sandal, sandal wanita, sentra industri sepatu

1. PENDAHULUAN

Sentra industri Cibaduyut yang terdapat di Kecamatan Bojongloa Kidul, terdiri dari 6 kelurahan (Kel. Situsaeur, Kebonlega, Cibaduyut, Cibaduyut Kidul, Cibaduyut Wetan dan Mekarwangi). Semua orang jika mendengar nama Cibaduyut pasti teringat dengan sepatu atau sandal. Jelas saja karena, Sentra Industri Cibaduyut merupakan salah satu sentra yang memproduksi produk dibidang fashion, fashion yang dihasilkan salah satunya adalah Alas Kaki Wanita.

Cibaduyut dari jaman 90-an merupakan kawasan yang masyarakatnya kebanyakan bekerja dengan cara memproduksi alas kaki (sepatu dan sandal) yang kemudian dipasarkan, dalam memasarkan alas kakinya masyarakat Cibaduyut memilih untuk membuka pertokoan di sepanjang jalan Cibaduyut, dari lampu merah Tugu Sepatu Cibaduyut hingga jalan sebelum Kantor Stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI). Akibat banyaknya pertokoan yang menjual produk dengan jenis yang sama disepanjang Cibaduyut, hal ini membuat Cibaduyut ditetapkan menjadi kawasan sentra industri kerajinan Sepatu dan sandal.

Mulai berkembangnya industri dan perdagangan alas kaki Cibaduyut telah cukup lama. Awalnya dimulai sekitar tahun 1920, dan sampai saat ini pun masih tetap bertahan bahkan lebih berkembang dengan baik. Seperti bermunculannya para pengrajin sepatu dan sandal baru di Cibaduyut diantaranya pengrajin sandal kulit wanita “Karmila Shoes”, dan pengrajin sandal kulit wanita “Purnama”. Adapun kondisi dari aspek-aspek bisnis usaha sandal kulit wanita dari kedua mitra dapat di jelaskan sebagai berikut:

Bahan Baku Kedua Mitra, Bahan Baku yang dijadikan sebagai bahan dasar pembuatan sandal kulit wanita ini tidak sulit untuk diperoleh, karena bahan baku yang dibutuhkan tersedia di toko bahan masih sekitar kawasan Cibaduyut. Mutu atau kualitas yang dimiliki dari bahan baku untuk membuat sandal kulit wanita ini dirasa memiliki kualitas yang bagus dan kuat. Adapun harga bahan baku untuk membuat sandal kulit wanita diantaranya, Mitra 1 harga kulit Rp 12.500/kg, sol Rp 50.000/kodi, wetluk Rp 15.000/kodi, bonet Rp 37.000/meter dan Mitra 2 harga kulit Rp 6.000/kg, sol Rp 48.000/kodi, wetluk Rp 14.000/meter, bonet Rp 37.000/meter.

Gambar 1 Bahan baku sandal kulit wanita (kiri-kanan: bonet, sol, kulit)

Kendala bahan baku biasanya kehabisan bahan baku, dikarenakan di Cibaduyut banyak yang memproduksi jenis produk yang sama dan otomatis bahan bakunya pun sama sehingga jika kalah cepat



dengan pesaing maka bahan baku pun bisa-bisa kehabisan. Berikut bahan baku, bahan penolong, dan sumber daerah dan alternatif pembeliannya pada usaha pembuatan sandal kulit wanita kedua mitra pada tabel 1.

Tabel 1 Bahan baku, bahan penolong, dan daerah pembelian bahan baku pada kedua mitra

Sumber: Data hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

Mitra 1		Mitra 2	
Bahan baku	Sumber	Bahan baku	Sumber
Kulit Kiloan	Cibaduyut	Kulit Kiloan	Cibaduyut
Bonet, wetluk, Sol, lem, benang, latex	Toko Bahan Arindo Cibaduyut	Bonet, wetluk, Sol, lem bakar, benang, latex	Toko Bahan Sekawan Pajagalan dan Toko Bahan Cibaduyut

Produksi Kedua Mitra, Peralatan yang digunakan oleh kedua mitra dalam proses produksi, jenis dan jumlah peralatan produksi yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Peralatan produksi yang digunakan pada kedua mitra

Calon No.	Mitra I		Mitra II	
	Jenis	Jumlah	Jenis	Jumlah
1	Palu	5	Palu	3
2	Pisau Kulit	5	Pisau Kulit	6
3	Gunting	5	Gunting	3
4	Mesin Jahit	1	Mesin Jahit	2
5	Gegep	3	Gegep	3
6	Kayu Cetakan	60	Kayu cetakan	30
7	Pulpen	2	Pulpen	2
8			Kompur Gas	1
9			Oven	1

Sumber: Hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

Kapasitas produksi saat ini yang dihasilkan oleh Mitra 1 sebanyak 40 kodi (800 pasang) perminggunya, atau rata-rata perbulannya sebanyak 160 kodi (3200 pasangan dan Mitra 2 sebanyak 50 kodi perminggunya (1000 pasang), rata-rata perbulannya sebanyak 200 kodi (4000 pasang). Dalam proses produksi, mulai dari membuat pola, menjahit pola muka dan alas kaki, proses pemasangan sol (narik), sampai *finishing* dilakukan pengontrolan secara langsung oleh kedua Mitra. Adapun nilai investasi dari peralatan produksi berikut :

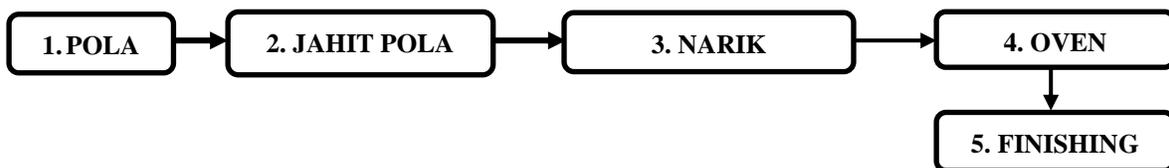
Tabel. 3 : Nilai investasi peralatan produksi pada mitra 1

Peralatan Produksi	Jumlah	Total nilai
Palu	5@ Rp 25.000	Rp 125.000
Pisau Kulit	5@ Rp 25.000	Rp 125.000
Gunting	5@ Rp 15.000	Rp 75.000
Mesin Jahit	1@ Rp 500.000	Rp 500.000
Gegep	3@ Rp 25.000	Rp 75.000
Kayu Cetakan	40@Rp 75.000	Rp 3.000.000
Pulpen Silver	2@ Rp 2.000	Rp 4.000

Sumber : Data hasil kunjungan yang diolah, Mei 2016

Proses Kedua Mitra, Tata letak atau *lay-out* proses produksi dan ruangan pada kedua mitra belum tertata dengan baik, salah satu penyebabnya karena terbatasnya luas tempat (ukuran) untuk Mitra 1 yang hanya menggunakan lahan teras rumahnya saja sebagai tempat produksi, sedangkan untuk Mitra 2 luasnya tempat produksi sudah cukup luas dibanding dengan Mitra 1, Mitra 2 ini mempunyai tempat khusus produksi (bengkel) tapi Mitra 2 tidak terlalu memperhatikan tata letak bengkelnya sendiri sehingga terlihat berantakan. Disamping itu, keterbatasan pemahaman mengenai tata letak (*lay-out*) pun masih kurang dari kedua mitra. Disamping itu kedua mitra memiliki keterbatasan dalam jumlah peralatan yang menjadi kendala atau terhambatnya proses produksi seperti : mesin jahit, cetakan sepatu, pisau kulit.

Sebagai gambaran pada Mitra 1 tempat produksi dan rumah pemilik usaha menyatu, kondisi ini sering menimbulkan ketidaknyamanan bagi penghuni rumah maupun orang yang hendak bertamu ke rumah Mitra 1, karena terlewatinya tempat proses produksi. Sedangkan tata letak (*lay-out*) pada Mitra 2, tempat produksi dan rumah pemilik usaha tidak menyatu, Mitra 2 mempunyai tempat produksi khusus (bengkel). Namun, bengkel Mitra 2 kondisi fisik bangunannya tidak terawat dengan baik. Kegiatan proses produksi pada kedua mitra hampir sama, kecuali dalam proses pengeleman sol, Mitra 2 setelah sol di lem langkah selanjutnya dibakar didalam *oven* maksudnya agar lem yang digunakan tahan lama sehingga sandalannya kuat, sedangkan Mitra 1 tidak melakukan hal tersebut. Setelah itu kemudian dilakukan proses penarikan (pemasangan sol). Sedangkan *finishing* nya sama. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan digambarkan aliran proses produksi Pembuatan sandal kulit wanita pada kedua mitra :



Gambar 2 Aliran proses produksi lembaran bahan dasar pada kedua mitra

Sumber: Data hasil kunjungan yang diolah, Mei 2016

Berikut merupakan penjelasan mengenai langkah-langkah pada alur proses produksi kedua mitra, sebagai berikut:

1. Langkah Pola : Pola adalah langkah pertama untuk membuat model sandal yang biasa disebut muka, dengan cara menggaris cetakan pola yang telah dibuat menggunakan pulpen diatas kulit. selain untuk membuat muka dibuat juga pola untuk alas kakinya (kanan dan kiri), untuk membuat pola muka sandal dibuat diatas kulit sedangkan pola alas kaki digambar/dipola diatas bonet.
2. Langkah Menjahit Pola : Setelah pola muka dan alas kaki digambar diatas kulit dan bonet, kemudian pola digunting, lalu masing-masing pola tersebut dijahit. Potongan-potongan pola muka disatukan sesuai model, dijahit menggunakan benang, sedangkan pola alas kaki dijahit dengan menambahkan pinggirannya dengan wetluk.
3. Langkah Pemasangan Sol (Narik) : Alas kaki yang telah dijahit kemudian disatukan dengan muka yang telah dijahit pula, setelah itu ditempel di sol yang telah dilem dengan menggunakan kayu cetakan. Lalu, dipalu agar lemnya merekat kuat, setelah itu diamkan sampai mengering. Langkah pemasangan sol ini merupakan langkah inti dalam pembuatan sandal kulit wanita pada kedua mitra.
4. Langkah Meng-Oven : Langkah ini adalah langkah dimana setelah sol dan pola alas kaki yang telah dijahit tadi diolesi dengan lem bakar dan kemudian masing-masing dimasukkan kedalam oven. Tujuannya agar lem tersebut melekat kuat pada saat disatukan antara sol dengan alas kaki. Langkah ini hanya dilakukan oleh Mitra 2 saja sedangkan Mitra 1 tidak melakukan langkah ini. Setelah menoven kemudian baru langkah penarikan (pemasangan sol). Langkah ini hanya digunakan oleh Mitra 2 saja.
5. Langkah *Finishing* : Dalam proses *finishing* ini adalah proses pembersihan sandal dari lem-lem yang menempel, pemberian nomor sandal, dan proses packing dimasukkan kedalam plastik. Setelah barang sesuai dengan jumlah yang dipesan maka barang dimasukkan kedalam karung yang akhirnya dipaket ke tempat pemesan.

Produk Kedua Mitra. Produk yang dihasilkan pada kedua mitra ini relatif sama, Untuk jenis yang dihasilkan masih dalam ukuran yang sama, dengan motif relatif sejenis. Kedua Mitra memiliki model yang beragam dan menarik. Yang mana produk utama yang dihasilkan oleh Mitra 1 adalah sandal kulit wanita dan sandal kulit *bustong* (semacam pentopel). Sedangkan produk utama yang dihasilkan Mitra 2 adalah hanya sandal kulit wanita saja. Berikut jenis produk pada kedua mitra dan jumlah produk yang dihasilkan tahun 2014 dan 2015:

Tabel 4 Jenis produk yang dihasilkan kedua mitra

Mitra I		Mitra II	
No.	Jenis Produk	No.	Jenis Produk
1.	Sandal Kulit Wanita	1.	Sandal Kulit Wanita
2.	Sandal Kulit Bustong Wanita		

Sumber: Data hasil kunjungan yang diolah, Mei 2016



Gambar 3 Produk yang dihasilkan kedua mitra

Tabel. 5 Jumlah produk sandal kulit wanita yang dihasilkan kedua mitra dua tahun terakhir

Mitra I		Mitra II	
Tahun	Jumlah Produk	Tahun	Jumlah Produk
2015	1.920 Kodi (38.400 pasang)	2015	2.400 Kodi (48.000 pasang)
2014	960 kodi (19.200 pasang)	2014	1.440 kodi (28.800 pasang)

Sumber: Hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

Manajemen Kedua Mitra Pengelolaan atau Manajemen usaha pada kedua mitra sebagian sudah dilaksanakan seperti perencanaan produksi, dan pengawasan terhadap usahanya. *job desk* sudah dilaksanakan meskipun belum maksimal. Peralatan pendukung kegiatan yang semuanya sudah terencana walau masih terbatas. namun, perekrutan tenaga kerjanya masih didasarkan pada pemanfaatan tenaga kerja sekitar meskipun terkadang sulit dalam mencari pegawai yang ahli membuat sandal. Pola manajemen pada kedua mitra belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Pemasaran Kedua Mitra. Pasar sasaran kedua mitra usaha Sandal Kulit Wanita adalah dalam negeri.

Tabel. 6 Pasar sasaran pada kedua mitra

Mitra 1	Mitra 2
Bandung Cibaduyut	Bandung
Jakarta, Bekasi, Sumatera	Cilacap

Sumber: Hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

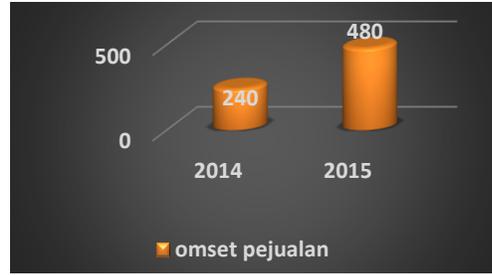
Teknik pemasaran yang digunakan oleh kedua mitra masih standar, belum melakukan teknik pemasaran atau promosi yang dilakukan sendiri misalnya hanya promosi dari mulut ke mulut dan *link* pemilik usaha saja belum melakukan promosi di website dan belum memiliki kartu nama dan katalog produk yang sering diminta oleh pengunjung, dan belum pernah mengikuti Expo (Pameran Produk). Disisi lain kedua mitra ini sudah mempunyai pemesan tersendiri. Misalnya Mitra 1 mempunyai Pemesan dari daerah Bekasi yang kemudian dipasarkan kembali di Daerah Jakarta di *Mall*. Selain itu pasar dari Mitra 1 disekitar sentra Cibaduyut antara lain di Toko Kalimas dan Pormil. Lainnya dipasarkan oleh *reseller* yang mengambil barang. Dan pemasarannya biasa hanya sekitar Bandung dan paling jauh sampai ke Cilacap. Ada Keinginan kedua mitra memiliki pasar yang kontinyu dan produknya bisa masuk di *Factory Outlet/ Distro*. Harga produk yang ditentukan lebih didasarkan pada pembelian bahan baku dibagi jumlah produk yang dihasilkan, pertimbangan lain harga pesaing, tabel berikut menggambarkan jenis dan harga produk :

Tabel 7 Jenis dan Harga Produk Rata–Rata Sandal Kulit Wanita Pada Kedua Mitra

No.	Jenis Produk	Mitra 1	Mitra 2
1	Sandal Kulit Wanita	Rp 12.500/pasang	Rp 10.000/pasang
2	Sandal Kulit Bustong Wanita	Rp 15.000/pasang	-

Sumber: Hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

Kedua mitra memiliki Omset penjualan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan hingga akhir tahun 2014. Grafik berikut menunjukkan perkembangan rata–rata penjualan pada kedua mitra:



Gambar 4 Rata-rata omset penjualan Mitra 1 pada 2014 dan 2015 (juta rupiah)



Gambar 5 Rata-rata omset penjualan Mitra 2 pada 2014 dan 2015 (juta rupiah)

Pegawai pada Kedua Mitra, Para pegawai dari kedua mitra memiliki kompetensi yang cukup baik, kompetensi tersebut dimiliki dari pengalaman. Jika dilihat dari kualifikasi tingkat pendidikan pada kedua mitra yang rata-rata SD. Berikut data kualifikasi dan jumlah SDM pada kedua mitra:

Tabel 8 Kualifikasi dan jumlah SDM pada kedua mitra

Tingkat Pendidikan Mitra 1	Jumlah	Tingkat Pendidikan Mitra 2	Jumlah
SMA	2	SMU	-
SMP	2	SMP	1
SD	3	SD	8
Total	7	Total	9

Sumber: Hasil Kunjungan yang diolah, Mei 2016

Menurut kedua mitra, pegawai yang dimiliki tidak harus lulusan pendidikan yang tinggi, karena siapa pun bisa menjadi pegawai pembuat sandal kulit wanita yang dibutuhkan hanya keterampilan dan pengalaman. Kedua mitra hanya perlu terus merangkul pegawainya agar betah bekerja karena pegawai sering datang dan pergi dengan cepat sesuka hati mereka. Apabila telah kehilangan pegawai maka cukup sulit juga mencari pegawai baru.

Modal Kedua Mitra. Sumber modal kedua mitra bersumber yang utama dari modal sendiri, sumber lainya pernah pula meminjam ke salah satu bank, tetapi saat ini meminjam ke bank harus memiliki jaminan. Namun, untuk meningkatkan hasil omset penjualan produknya membutuhkan investasi modal sekitar Rp 10.000.000,- yaitu akan digunakan untuk persediaan bahan baku, dan menambah peralatan produksi.

Permasalahan Yang Dihadapi Mitra

Berdasarkan hasil analisis eksisting diatas, permasalahan – permasalahan yang dihadapi kedua Mitra sebagai berikut :

1. Terbatasnya tempat dan luas ruangan usaha pada Kedua mitra,
2. Belum adanya kegiatan promosi di website, yang dilakukan sendiri hanya dari mulut ke mulut. Serta belum memiliki kartu nama dan katalog yang sering diminta oleh pengunjung.

3. Keinginan memiliki pasar/pelanggan tetap dan bisa masuk produknya ke *Outlet - Outlet / Distro - Distro*, khususnya di kota Bandung.
4. Manajemen pada kedua mitra belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam hal ini belum melaksanakan pengelolaan atau manajemen usaha yang benar.
5. Membutuhkan Investasi Untuk Pembelian persediaan bahan baku dan menambah peralatan produksi. Seperti : mesin jahit, cetakan sepatu dan pisau kulit yang sering menjadi penghambat dalam proses produksi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menyaksikan berbagai aktivitas dimana seorang atau sekelompok orang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli sejumlah barang, kemudian barang tersebut dijual kembali kepada konsumennya. Jika kita perhatikan, ternyata mereka begitu pandai mengatur waktu, memilih bahan atau barang yang akan dijual. Mereka pandai mengolah, mengemas sampai menciptakan produk yang dapat diterima masyarakat. Mereka pandai membaca keinginan, kebutuhan, dan selera konsumennya. Mereka pandai menentukan komposisi produk, jumlah, dan jenis biaya yang akan dikeluarkan. Mereka pandai dalam menentukan harga, pandai melayani konsumennya. Gambaran di atas merupakan gambaran kegiatan seorang wirausahawan yang tanpa rasa canggung, takut, malu atau minder dalam aktivitas keseharian yang menjadi rutinitas tanpa menunggu perintah, tetapi memerintah anak buahnya. (Kasmir, 2013 : 18-19). Menurut Peter Drucker dalam Kasmir (2013 : 20) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sementara itu, Zimmerer dalam Kasmir (2013 : 20) mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha)

Menurut Pambudy dkk ((2017 : 59) Banyak sesuatu yang besar berasal dari hal-hal yang kecil. Ungkapan-ungkapan tersebut berlaku pula bagi dunia bisnis dan usaha. Bisnis kecil sangat menarik untuk dikaji, didiskusikan serta ditumbuhkembangkan hingga menjadi besar. Bisnis alami para wirausaha adalah bisnis kecil. Banyak wirausaha yang menemukan dan memulai suatu usaha atau bisnis tanpa mengerahkan modal uang. Mereka bekerja pertama kali dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada di sekelilingnya. Kadang-kadang sumber daya itu berupa benda-benda atau material yang dianggap tidak memiliki nilai ekonomis. Dengan mencurahkan tenaga, pikiran, daya cipta dan kreativitasnya, maka benda-benda tersebut menjadi sebuah produk baru yang memiliki banyak manfaat bagi kebutuhan dan kepentingan khalayak. Apabila ke dalam penciptaan produk baru itu dimasukkan unsur modal finansial, maka menjelmalah sebuah bisnis kecil yang bila terus ditumbuhkembangkan bisa menjadi sebuah usaha skala lebih besar. Banyak pula wirausaha yang memulai bisnisnya dari usaha kecil keluarga yang tradisional. Tidak jarang pula bisnis-bisnis kecil yang kuat tumbuh dari sosok wirausaha yang frustrasi. (Pambudy dkk, 2017 : 59).

Selanjutnya menurut Pambudy dkk (2017 : 78), Kewirausahaan tidak bisa dilepaskan dari bisnis kecil, sebab di dalam bisnis kecil itu banyak sekali kelemahan, kendala dan tantangan. Terdapat duabelas faktor utama yang menyebabkan kelemahan perusahaan kecil, yaitu : (1) Tidak/jarang mempunyai perencanaan tertulis. (2) Tidak berorientasi ke masa depan (3) Tidak memiliki pendidikan yang tepat/relevan (4) Tanpa pembukuan yang teratur dan neraca rugi-laba (5) Tidak mengadakan analisis pasar (6) Kurang spesialisasi/diversifikasi berencana (7) Jarang mengadakan pembaruan (inovasi) (8) Tidak ada/jarang melakukan pengkaderan (9) Cepat puas diri (10) Keluarga sentris (11) Kurang percaya/kurang tanggap pada ilmu modern (12) Pengetahuan mengenai hukum dan peraturan.

Secara umum kendala usaha kecil di Indonesia mencakup kendala eksternal yang berada diluar jangkauan pengusaha dan kendala internal yang berkaitan langsung dengan pengusaha. Beberapa kebijakan yang diperlukan berkaitan dengan masalah eksternal yaitu : (1) Kebijakan perizinan (usaha, lokasi, dan lain-lain) (2) Kebijakan fiskal dan moneter (nilai uang/inflasi, perpajakan, suku bunga,

kemudahan kredit, fasilitas ekspor, dan lain-lain) (3) Kebijakan perburuhan (upah minimum, kontrak kerja, perselisihan buruh, dan lain-lain) serta (4) Kebijakan keamanan berusaha (Pambudy dkk, 2017).

Pada kenyataannya pengusaha kecil banyak menghadapi masalah/kendala di dalam pengembangan kegiatan usahanya (masalah internal), meliputi : (1) Kekurangan modal, (2) Rendahnya pengetahuan berusaha, (3) Manajemen yang buruk, (4) Perencanaan usaha yang tidak memadai, (5) Kurangnya pengalaman berusaha dan kemampuan kewirausahaan, (6) Lokasi usaha yang kurang memadai, serta (7) Kurangnya keterampilan dalam memproduksi barang/jasa (Pambudy dkk, 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang lebih sering kita dengar dengan istilah UMKM, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008, adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu.

Berikut dijelaskan Kriteria UMKM berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja, Kekayaan Bersih serta Hasil Penjualan Tahunan menurut Harsono (2014):

	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Jumlah Tenaga Kerja	1-4 orang	5-19 orang	20-99 orang
Kekayaan Bersih	Paling banyak Rp 50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	Lebih dari Rp 50.000.000 sd Rp 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	Lebih dari Rp 500.000.000 sd Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
Hasil Penjualan Tahunan	Paling banyak Rp 300.000.000	Lebih dari Rp 300.000.000 sd Rp 2.500.000.000	Lebih dari Rp 2.500.000.000 sd Rp 50.000.000.000

Menurut Rio F.Wilantara dkk (2016 : 290) Kebijakan yang paling tua dalam upaya mengembangkan UMKM adalah melakukan pengembangan kapasitas sumber daya manusia melalui berbagai program pendidikan dan pelatihan. Pelatihan yang dilaksanakan menyangkut aspek yang bersifat umum, seperti pemahaman dasar berwirausaha, dasar manajemen dan pemasaran, penyusunan usaha/business plan dan sejenisnya. Ada pula yang bersifat khusus, menyangkut optimasi biaya produksi, strategi penetapan insentif pegawai, penganggaran keuangan, dan sejenisnya. Dalam konteks pengembangan UMKM, pendidikan dan pelatihan merupakan dua kata yang selalu dipadukan, tetapi memiliki dua pengertian dan tujuan yang berbeda. Pendidikan adalah upaya erencana yang dilakukan untuk melakukan perubahan konstruktif pada ranah pengetahuan, sikap, dan keterampilan seseorang. Dengan tujuan untuk mempersiapkan pemimpin dan pengelola usaha yang sanggup menghadapi tantangan yang dihadapi dengan kompetensi yang dimilikinya. Sedangkan pelatihan adalah uaya terencana untuk meningkatkan satu jenis atau beberapa jenis keterampilan tertentu sesuai dengan skala usaha yang secara rutin dilaksanakan. Tujuan pelatihan adalah mmembentuk perilaku baru dengan memfokuskan pada perbaikan produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu. Terdapat beberapa strategi dan teknik pendidikan bagi pelaku UMKM antara lain : Pembelajaran langsung/ekspositori, Pencangkakan manajerial/magang, Pendampingan kelompok usaha, Pembelajaran jarak jauh, Pembelajaran kelompok, Pembelajaran diluar kelas. Sedangkan strategi dan teknik pelatihan bagi pelaku UMKM diantaranya : (a) Pelatihan Pra Aktivitas (pengenalan tugas dan transformasi pengetahuan dan keterampilan dan nilai tertentu yang sesuai serta evaluasi pasca pelatihan), (b) Pelatihan Berbasis Kompetensi (kemampuan pengetahuan, keahlian, dan sikap seseorang, (c) Pelatihan Berbasis Kebutuhan misal *interviewing, observing, working with groups, and writing questioners and surveys*, (d) Pelatihan Berbasis Kerja Sama (e) Pelatihan Profesi, serta (f) Model Partisipatif.

3. METODE PENDEKATAN

Metode pendekatan yang digunakan melalui 4 (empat) pendekatan sebagai berikut:

A. Pelatihan

Pelatihan pengelolaan atau manajemen usaha yang mencakup pelatihan analisis pasar dan manajemen pemasaran, pelatihan manajemen produksi, pelatihan manajemen dan organisasi, pelatihan manajemen sumber daya manusia (SDM) dan pelatihan akuntansi (penyusunan laporan keuangan) dan pelatihan manajemen keuangan.

B. Pendampingan

Metode pendampingan ditujukan agar mitra dapat menerapkan / mengimplementasikan hasil dari metode pendekatan pelatihan, dalam hal ini pendampingan mencakup: manajemen usaha, dalam pendekatan pendampingan ini mitra didampingi oleh tim /pendamping, hal ini ditujukan agar mitra dapat menerapkan hasil pelatihan dengan bimbingan dan arahan dari pendamping di tempat usaha mitra.

C. Fasilitasi Peningkatan Peralatan dan Mesin serta Komputer Bagi Kedua Mitra

Dalam metode ini tim memfasilitasi pembelian peralatan dan mesin yang dibutuhkan mitra, meliputi pembelian peralatan seperti Mesin Jahit, Cetakan Sepatu Dan Pisau Kulit, dan Komputer dan kelengkapannya, hal ini di laksanakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra yang terkait dengan terhambatnya proses produksi dan sarana promosi pada kedua mitra.

D. Mediasi Kemitraan Antara Kedua Mitra dengan Pasar (Klien)/(Outlet dan Distro).

Kemitraan ini dilaksanakan dalam membantu kedua mitra untuk mendapatkan akses Pasar (*Outlet/ Distro*), dilanjutkan dengan metode mediasi pola atau jenis kemitraan yang disepakati antara mitra IBM dengan klien (*Outlet/Distro*), sampai disepakatinya kontrak kerja antara mitra IBM dengan Klien(*Distro*), adapun pola atau jenis kemitraan yang akan di fasilitasi tim dapat berupa pola atau jenis kemitraan seperti dagang umum, kemitraan sub kontak, atau lainnya sesuai hasil kesepakatan, Dengan diterapkan metode ini mitra IBM, mendapat klien atau pelanggan tetap seperti(*Outlet/Distro*). Dengan demikian kepastian untuk kelangsungan usaha dan menjalankan usaha,serta tujuan Terciptanya Pasar (Pelanggan) baru pada kedua mitra dapat tercapai.

Dalam mengatasi permasalahan prioritas pada kedua mitra Tim menetapkan langkah – langkah solusi, sebagai berikut :

PERMASALAHAN PRIORITAS PADA KEDUA MITRA :

1. Membutuhkan Investasi Untuk Pembelian menambah peralatan produksi. Seperti : mesin jahit, cetakan sepatu dan pisau kulit yang sering menjadi penghambat dalam proses produksi.
2. Manajemen pada kedua mitra belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
3. Belum adanya kegiatan promosi di website, yang dilakukan sendiri hanya dari mulut ke mulut. belum memiliki kartu nama dan katalog yang sering diminta oleh pengunjung, serta belum mengikuti Expo(Pameran),
4. Keinginan memiliki pasar/pelanggan tetap dan bisa masuk produknya ke *Outlet - Outlet / Distro - Distro*, khususnya di kota bandung



Langkah 1 :

Solusi Permasalahan No.1. Fasilitasi :

Peningkatan Mesin Jahit, Cetakan Sepatu Dan Pisau Kulit.



Langkah 2 : Solusi Permasalahan No .2 :

Pelatihan(training) dan Pendampingan Peningkatan Manajemen pada kedua mitra yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, Mencakup Pelatihan :

1. Analisis Aspek pasar (Peluang Pasar) dan Mj pemasaran,
2. Mj. Produksi,
3. Manajemen & Organisasi,
4. Mj. SDM,
5. Akuntansi & Mj. Keuangan



Langkah 3 /Solusi Permasalahan No . 3 :

Fasilitasi Peningkatan kegiatan promosi di website/Media Online (Plus Sarana Komputer),
Fasilitasi Desain Pembuatan kartu nama dan katalog produk (Kelengkapan Expo) dan
Fasilitasi mengikuti Expo(Pameran)



Langkah 4/ Solusi Permasalahan 4 Fasilitasi:

Mediasi Kemitraan Usaha :

1. Fasilitasi Akses Terhadap Klien Potensial (Factory Outlet dan atau, Distro dan atau, Clothing) bagi Kedua Mitra.
2. Mediasi Proses Kemitraan (Kerjasama usaha), :
 - a. Mediasi pola/jenis kemitraan untuk disepakati,



Terciptanya Pasar (Pelanggan) Baru Bagi Kedua Mitra.

4. HASIL ANALISIS

Berdasarkan kepada target dan luaran dari pelaksanaan Program Ipteks bagi Masyarakat ini, maka hasil dan pembahasan yang telah dicapai adalah sebagai berikut :

1. Target Peningkatan Kapasitas Peralatan Proses Produksi (Mesin Jahit, Cetakan Sepatu dan Pisau Kulit), Adapun hasil yang dicapai sebagai berikut :
 - a. Kedua mitra Memiliki peralatan memadai yang sangat menunjang Proses Produksinya yang mencakup : Mesin Jahit, Cetakan Sendal kayu dan Perkakas pembuatan Sendal.
 - b. Kedua mitra memiliki Peralatan yang sangat memperlancar Proses Produksinya.
 - c. Kedua mitra semakin mendapatkan kepercayaan dari pelanggan atau konsumen atas dimilikinya peralatan dan mesin yang memadai untuk operasi usahanya.
2. Target Meningkatkan Manajemen Pada Kedua Mitra yang Sesuai dengan Kebutuhan Perusahaan, Adapun Hasil yang Dicapai sebagai berikut :
 - 2.1. Dari aspek pasar dan pemasaran
 - a. Kedua mitra menetapkan target pasar dan pangsa pasar
 - b. Kedua Mitra Mengetahui jumlah dan memahami permintaan, jenis pesaing.
 - c. Kedua Mitra menetapkan target penjualan
 - d. Kedua Mitra menetapkan harga jual
 - e. Kedua Mitra menetapkan strategi pemasaran
 - f. Kedua Mitra menetapkan posisi produk
 - g. Kedua Mitra menetapkan jenis promosi yang tepat
 - 2.2. Dari aspek Manajemen Produksi
 - a. Kedua Mitra melaksanakan mekanisme dan mengendalikan pengadaan bahan baku/ penolong/ pembantu dan peralatan
 - b. Kedua Mitra melaksanakan penetapan model, mendesain produk
 - c. Kedua Mitra Kedua Mitra melaksanakan dan mengendalikan kegiatan produksi sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang telah ditetapkan

- d. Kedua Mitra menggunakan dan mengendalikan teknologi dan peralatan yang ada
 - e. Kedua Mitra melaksanakan penanganan limbah
- 2.3. Dari aspek manajemen dan organisasi
- a. Kedua Mitra melaksanakan penetapan dan menerapkan struktur organisasi
 - b. Kedua Mitra melaksanakan pembagian tugas dan wewenang
 - c. Kedua Mitra melaksanakan merancang perencanaan usaha
 - d. Kedua Mitra Memahami legalitas/perijinan usaha
 - e. Kedua Mitra memahami peraturan dan gaji
- 2.4. Dari aspek Sumber Daya Manusia
- a. Kedua Mitra melaksanakan penetapan kebutuhan kriteria, jumlah tenaga kerja
 - b. Kedua Mitra melaksanakan mengdeskripsikan atau spesifikasi pekerjaan
 - c. Kedua Mitra melaksanakan memotivasi pegawai
 - d. Kedua Mitra melaksanakan peningkatan jiwa kewirausahaan
 - e. Kedua Mitra melaksanakan penetapan besarnya gaji
- 2.5. Dari aspek Akuntansi Dan keuangan
- a. Kedua Mitra Memiliki bukti-bukti transaksi
 - b. Kedua Mitra menyusun atau memahami dan memiliki buku besar
 - c. Kedua Mitra menyusun dan memiliki laporan neraca, laba rugi dan aliran kas
 - d. Kedua Mitra memahami dan menggunakan analisis keuangan
 - e. Kedua Mitra Mengetahui dan memahami sumber – sumber permodalan
 - f. Kedua Mitra menyusun perencanaan penggunaan modal
 - g. Kedua Mitra Kedua Mitra menggunakan modal investasi dan modal kerja
 - h. Kedua Mitra memupuk permodalan
3. Target Peningkatan kegiatan promosi seperti Website (plus sarana komputer kelengkapannya), Kartu Nama dan Katalog Produk maupun Expo (Pameran Produk). Adapun hasil yang dicapai adalah sebagai berikut :
- a. Kedua Mitra memiliki sarana untuk media promosi berupa Komputer dan kelengkapannya.
 - b. Kedua Mitra memiliki Media Promosi berupa Website/Blog atau media online.
 - c. Kedua Mitra memiliki Kartu Nama dan Katalog Produk
 - d. Kedua Mitra memiliki kesempatan menunjukkan / memerkan produk hasil karyanya melalui Expo baik lokal maupun Nasional.
 - e. Produk Kedua Mitra semakin di kenal di kalangan masyarakat dunia (Online) dan berpeluang mendapatkan pesanan, dari segmen dan wilayah baru, baik lokal maupun Nasional.
 - f. Penjualan produk Kedua Mitra Akan terus meningkat
4. Target Peningkatan Akses Terhadap Pasar Baru Seperti , Outlet - Outlet / Distro - Distro Dan Kemitraan Serta Kontrak Kerja Usaha. Hasil yang dicapai sebagai berikut :
- a. Kedua mitra mendapatkan pasar dan pelanggan baru *berupa Outlet*, maupun *Distro*
 - b. Kedua mitra mendapatkan pelanggan tetap baik *Outlet*, maupun *Distro*.
 - c. Kedua mitra memiliki kekuatan sesuai dengan kontrak kerja sama usaha
 - d. Kedua mitra mendapatkan kepastian usaha dan keberlangsungan usaha.



Gambar 6 Pelaksanaan kegiatan (observasi, wawancara, dan pelatihan)

5. SIMPULAN

1. Usaha Sandal Wanita Karmila dan Purnama Shoes Cibaduyut merupakan salah satu usaha yang perlu dijaga keberlangsungannya, sejalan dengan berkurangnya minat masyarakat khususnya kota Bandung terhadap produk sandal Cibaduyut.
2. Kedua mitra mempunyai berbagai persoalan yang berkaitan dengan (1) Investasi Pembelian menambah peralatan: mesin jahit, cetakan sepatu dan pisau kulit, (2) Manajemen pada kedua mitra belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan, (3) Belum adanya kegiatan promosi di website, yang dilakukan sendiri hanya dari mulut ke mulut. belum memiliki kartu nama dan katalog yang sering diminta oleh pengunjung, serta belum mengikuti pameran, (4) Keinginan memiliki pasar/pelanggan tetap dan bisa masuk produknya ke *Outlet/Distro*, khususnya di Kota Bandung
3. Dari beberapa persoalan tersebut ada beberapa hal yang dapat dicarikan langkah solusinya, misalkan Peningkatan kapasitas jumlah peralatan dalam proses produksi, Peningkatan Manajemen, Fasilitasi dan Mediasi peningkatan Promosi, Fasilitasi dan Mediasi Kemitraan Usaha.
4. Berdasarkan target luaran dari pelaksanaan Program IbM ini adalah Terciptanya Pasar (Pelanggan) Baru Bagi Kedua Mitra.
5. Kegiatan Pelatihan, Bimtek, Pendampingan dan Fasilitasi yang sudah dilakukan kepada kedua mitra dapat memberikan manfaat didalam peluang usaha dan membuat daya kreativitas serta inovasi yang dilakukan terarah dan maksimal.
6. Berjalannya pelaksanaan Program IbM dapat meminimalisirkan permasalahan di masyarakat, khususnya pemilik usaha Sandal wanita Cibaduyut Kota Bandung di kedua mitra.
7. Bahan evaluasi dan tindak lanjut dalam rangka pemberdayaan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Pambudy, Rachmat, Wahyu Budi Priatna, Burhanuddin. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Bogor: Idemedia Pustaka Utama
- Wilantara Rio F, Susilawati. (2016), *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA)*. Bandung: PT.Refika Aditama

Harsono, Budi. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Peengusaha Sukses dan Kelas Dunia Melalui UMKM*, Jakarta: Kompas Gramedia

Kasmir, (2013). *Kewirausahaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada