



Peningkatan Kapasitas Bisnis UMKM Alas Kaki Melalui Digital Marketing dan Tatakelola Keuangan

Sugeng Mulyono^{1*}, Ferdian Hendrasto¹, Mitha Endah Aprilia¹, Oddi Soekarno Putra¹, Baiq Rosi Nur Safitri¹, Kalpin Octavianus Angga¹

¹Universitas Gajayana Malang, Jln.Mertojoyo Blok L, Merjosari, Malang, Jawa Timur, Indonesia, 65144

*Email koresponden: sugengmulyono@unigamalang.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 27 Jan 2025

Accepted: 04 Mar 2025

Published: 31 Mar 2025

Kata kunci:

Digital marketing;

Kinerja bisnis;

Tatakelola keuangan;

UMKM

Keywords:

Business performance;

Digital marketing;

Financial governance;

MSMEs

ABSTRAK

Background: Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian penting sistem perekonomian nasional yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan memperkuat struktur perekonomian. Untuk menjamin optimisme perkembangan UMKM maka diperlukan penguatan kompetensi sumber daya manusia maupun perbaikan manajemen usaha. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah mengoptimalkan kapasitas UMKM alas kaki dibidang digital marketing dan tatakelola keuangan melalui transformasi pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha, sistem pemasaran dan perbaikan tatakelola keuangan. **Metode:** Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan perpaduan pelatihan klasikal, pendampingan, bantuan peralatan produksi dan monitoring evaluasi. **Hasil:** Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam bidang tatakelola keuangan dan pemasaran off line maupun on line, terdapat peningkatan jangkauan wilayah pemasaran, efisiensi biaya, waktu, tenaga serta peningkatan kuantitas dan kualitas produk. **Kesimpulan:** Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada UMKM alas kaki telah memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mereka, khususnya dalam dua aspek utama, yaitu digital marketing dan tata kelola keuangan sehingga berdampak positif pada peningkatan kinerja bisnis.

ABSTRACT

Background: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an essential part of the national economic system that can accelerate economic growth by providing jobs, increasing community income, and strengthening the financial structure. To ensure the optimism of MSME development, it is necessary to enhance human resource competencies and improve business management. This community service aims to optimize the capacity of footwear MSMEs in digital marketing and financial management through the transformation of knowledge and skills in business management and marketing systems and to improve financial management. **Method:** This community service activity combines classical training, mentoring, production equipment assistance, and monitoring and evaluation. **Results:** The results of the activity show that there is an increase in knowledge and skills in the field of financial management and offline and online marketing, there is an increase in the reach of marketing areas, cost efficiency, time, energy, and an increase in the quantity and quality of products. **Conclusion:** The implementation of training and mentoring activities on footwear MSMEs has had a positive impact on the development of their businesses, especially in two main aspects, namely digital marketing and financial management, so that it has a positive impact on improving business performance.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan memperkuat struktur ekonomi nasional (Hafni & Rozali, 2017). Pertumbuhan dan penguatan UMKM dapat menciptakan struktur ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Untuk itu pembangunan UMKM akan menggerakkan sektor riil, karena UMKM umumnya memiliki keterkaitan industri yang cukup tinggi. Sebab itu, maka pembangunan UMKM diyakini akan memperkuat pondasi perekonomian nasional (LPPI dan BI, 2015). Hal ini terbukti, pada saat krisis moneter melanda Indonesia usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar.

Dalam perspektif makro ekonomi, bisnis UMKM mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar, lebih dari 90% (BPS, 2022). Hal ini sangat penting mengingat tingginya jumlah penduduk usia produktif di Indonesia, maka peningkatan PDB usaha mikro dan kecil diharapkan dapat menumbuhkan pendapatan per kapita kelompok masyarakat rendah sehingga dapat menekan kemiskinan. Dalam konteks ini, UMKM berkontribusi langsung dalam pengentasan kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di kalangan menengah ke bawah.

Pada tahun 2023, kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 61%, setara dengan nilai sekitar Rp9.580 triliun. Selain itu, sektor UMKM menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja, yang menjadikannya pilar penting dalam perekonomian negara. Data ini menunjukkan bahwa UMKM berperan signifikan sebagai penopang ekonomi, terutama dalam situasi krisis ekonomi yang berulang kali dihadapi Indonesia. Dengan kontribusi yang besar, pemerintah terus berupaya untuk mengembangkan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM agar dapat naik kelas dan berpartisipasi dalam rantai pasok global melalui akses pembiayaan yang terintegrasi dan dukungan digitalisasi.

Di Jawa Timur, perkembangan UMKM dalam tiga tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama pada kontribusi terhadap perekonomian daerah. Pada tahun 2023, UMKM menyumbang sekitar 58,36% dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur, dengan serapan tenaga kerja mencapai 96,3%. UMKM di sektor perdagangan besar, eceran, serta pertanian dan perikanan menjadi penyumbang utama pertumbuhan ekonomi daerah ini (Antara News, 2023)

Peranan UMKM sebagai katub pengaman stagnasi ekonomi dan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan (Bank Indonesia, 2021). Sektor ini sudah teruji ketangguhannya dalam menghadapi berbagai kejutan ekonomi dan berperanan penting sebagai penyedia lapangan kerja dalam skala besar. Untuk menjamin optimisme perkembangan UMKM memerlukan penataan dan penguatan kompetensi sumber daya manusia maupun perbaikan manajemen usaha. Daya dukung permodalan, perluasan akses pasar, pemanfaatan teknologi informasi maupun pengelolaan keuangan yang baik merupakan persyaratan untuk optimalisasi kinerja UMKM secara berkelanjutan (Andi et al., 2023; Ilarrahmah,

2021). Namun demikian, sampai saat ini UMKM masih dihadapkan pada sejumlah kendala yang berupa keterbatasan akses pasar, permodalan, pengelolaan bisnis masih bersifat tradisional, profesionalitas pengelolaan rendah dan belum optimal kinerja manajerialnya (Tambunan, 2019).

Pada tahun 2021, jumlah UMKM yang terdaftar pada platform *Online Single Submission* (OSS) sebanyak 8,71 juta dan jumlah ini diproyeksikan meningkat menjadi sekitar 10 juta unit pada akhir 2023. Perkembangan ini menunjukkan bahwa UMKM mempunyai kontribusi besar terhadap penyediaan lapangan kerja. ASEAN Investment Report 2022 juga menyebutkan bahwa pelaku UMKM sebanyak 65,46 juta pelaku UMKM mempunyai kontribusi sebesar 60,3 persen terhadap PDB dan mampu menyerap 97 persen tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa UMKM telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan memperkuat struktur ekonomi nasional.

Peranan UMKM, termasuk industri rumah tangga alas kaki, begitu penting sebagai katub pengaman stagnasi ekonomi dan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan (Dobovšek & Slak, 2017). Industri rumah tangga ini, memiliki potensi besar dalam penyerapan tenaga kerja, terutama di wilayah-wilayah yang sudah menjadi pusat produksi alas kaki seperti Sidoarjo dan Mojokerto. Industri ini menjadi salah satu sektor padat karya yang mampu menyerap banyak tenaga kerja.

Namun demikian, sampai saat ini UMKM masih dihadapkan pada sejumlah kendala yang berupa keterbatasan akses pasar, permodalan, pengelolaan bisnis masih tradisional, profesionalitas pengelolaan rendah dan belum optimal kinerja manajerialnya (Tambunan, 2019). Problem tersebut juga masih dihadapi oleh sebagian home industri alas kaki di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur.

Sebagaimana diketahui, potensi industri alas kaki di Kabupaten Mojokerto dinilai sangat besar. Industri ini mempunyai kontribusi dalam penyediaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri alas kaki di Mojokerto memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, sehingga menimbulkan efek berganda bagi perekonomian daerah tersebut. Kontribusi subsektor industri tersebut terhadap PDRB, yakni sekitar 39%. Penyerapan tenaga kerja pada industri ini juga relatif tinggi sekitar 4% total industri, di luar pekerja industri alas kaki besar (Maulana, 2022).

Salah satu home industri alas kaki yang cukup lama beroperasi berada di Desa Balongwono Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Keberadaan home industri ini berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja pada lingkungan setempat dan mendukung perkembangan perekonomian Desa.

Selain mampu menyerap tenaga kerja, ketangguhan home industri alas kaki sudah teruji dengan baik dalam berbagi kondisi fluktuasi ekonomi, bahkan ketika masa pandemi Covid 19 home industri ini tetap dapat bertahan meskipun terjadi penurunan omset penjualan. Untuk mengoptimalkan kinerja bisnis UMKM, diperlukan pendekatan komprehensif di bidang tata kelola bisnis, manajemen keuangan dan sistem pemasaran secara off line maupun on line (Era, 2022). Dalam manajemen keuangan home industri alas kaki belum melakukan pembukuan secara benar. Sedangkan sistem pemasaran maupun penjualan masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi informasi sehingga jangkauan wilayah menjadi terbatas,

padahal tatakelola keuangan maupun pemasaran berbasis digital merupakan aktivitas yang perlu dilakukan untuk peningkatan kinerja bisnis (Kusuma et al., 2023). Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh tatakelola keuangan dan sistem pemasaran digital terhadap kinerja UMKM (Taan et al., 2024).

Berdasarkan hasil pra survey dan wawancara dengan mitra PKM diketahui bahwa permasalahan utama yang menjadi penghambat bagi peningkatan kinerja bisnis antara lain berupa omset penjualan stagnan, sistem pemasaran masih konvensional, belum mempunyai peralatan produksi yang memadai, tatakelola keuangan masih tradisional dan belum memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasarannya.

Dalam hal pengelolaan usaha, home industri alas kaki BERKAH (mitra PKM), masih belum sepenuhnya melaksanakan prinsip-prinsip manajemen. Tata kelola usaha mulai dari pembuatan desain produk, belanja bahan baku, pemasaran produk, pengelolaan keuangan dan keseluruhan proses kerja SDM (karyawan) dilaksanakan secara *“one man show”* oleh pemilik usaha. Sehingga penumpukan beban kerja yang cukup banyak tersebut berimbas pada kelambanan untuk mengembangkan usaha. Selain itu, ketika pemilik mengalami kendala untuk mengoperasikan manajemen usaha dalam kurun waktu agak lama, --- karena pergi atau sakit--- home industri alas kaki akan menjadi stagnan. Sebenarnya hal itu tidak perlu terjadi bilamana pengusaha menerapkan tatakelola yang benar dalam mengelola usahanya.

Selain itu, problem lain yang tidak kalah pentingnya adalah sistem pemasaran. Selama ini mekanisme pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha alas kaki masih mengikuti kebiasaan lama yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, yakni sangat bergantung pada pesanan toko maupun tengkulak. Tengkulaklah yang menentukan model dan cara pembayarannya dan si-pengusaha seakan tidak memiliki kemampuan nilai tawar ketika para tengkulak sudah mematok harga maupun sistem pembayarannya. Untuk itu, maka pelaku UMKM alas kaki perlu menambah pengetahuan dan ketrampilan dalam metoda pemasaran off line maupun on line agar jaringan pemasaran produk bertambah luas, sekaligus memutus mata rantai ketergantungannya.

Tujuan pelaksanaan kegiatan ini meliputi: (1) memberikan pelatihan keterampilan dalam manajemen usaha kecil, pemasaran, dan keuangan untuk meningkatkan kompetensi dan efisiensi produksi di tingkat rumah tangga; (2) membantu pemasaran dan distribusi produk alas kaki rumah tangga ke pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, melalui kemitraan atau platform e-commerce; dan (3) membantu peralatan produksi guna meningkatkan efisiensi serta meningkatkan kuantitas dan kualitas produk.

Sedangkan manfaat pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pengelolaan bisnis utamanya dalam tatakelola keuangan dan pemasaran agar terjadi peningkatan kinerja sehingga dapat mendorong keberlanjutan usaha dengan meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran yang tepat dan keuangan yang sehat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dimulai dari survey pendahuluan guna menggali informasi sebagai dasar penyusunan materi pelatihan, metode pelatihan, pendampingan dan hibah peralatan produksi. Kegiatan ini dimaksudkan agar

pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dapat tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan mitra kerja PKM.

Pengabdian kepada masyarakat skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan oleh 3 orang dosen lintas program studi, yakni 1 dosen program pascasarjana, 1 dosen program studi manajemen dan 1 dosen program studi akuntansi. Pelaksanaan kegiatan PKM ini bermitra dengan home industri alas kaki BERKAH yang memproduksi sepatu dan sandal, beralamat di Desa Balongwono, Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto. Sebagai implementasi program MBKM maka kegiatan pengabdian ini melibatkan 4 orang mahasiswa dari 3 program studi, yakni 2 mahasiswa manajemen, 1 mahasiswa sistem informasi dan 1 mahasiswa akuntansi,

Selanjutnya, tim pelaksana melakukan diskusi untuk penyusunan modul dan teknis pelatihan. Modul pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan Mitra kerja PKM dan sedapat mungkin mudah untuk dipraktikkan. Modul ini merupakan acuan bagi Mitra Kerja PKM dalam meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola usahanya. Modul disusun sederhana mungkin agar mudah dipahami dan diimplementasikan oleh mitra PKM.

Sedangkan pelatihan dirancang dengan model partisipatif melalui penyajian materi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra PKM dalam peningkatan tatakelola bisnis guna peningkatan kinerjanya. Adapun materi pelatihan yang disampaikan meliputi: akuntansi dasar, pemasaran off line maupun on line dan etika bisnis.

Tahap berikutnya, melakukan pelatihan selama 2 hari dengan metode tutorial, diskusi dan praktek. Untuk mendukung efektivitas penerapan materi pelatihan maka peserta dibekali modul agar memudahkan dalam penerapannya. Selanjutnya, menyerahkan bantuan peralatan produksi kepada mitra PKM guna meningkatkan kuantitas dan kualitas produk serta efisiensi. Bantuan peralatan produksi ini disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

Adapun tahap pendampingan sebagai tindak lanjut pelatihan tutorial meliputi rangkaian kegiatan konsultasi, monitoring dan evaluasi. Tahapan ini dilakukan melalui kunjungan langsung kepada pengrajin guna memantau perkembangan dalam mengimplementasikan materi pelatihan, pemanfaatan peralatan produksi maupun perkembangan usaha. Selain itu, pendampingan juga dilakukan melalui komunikasi via telepon maupun WA. Urutan langkah di atas tidaklah bersifat mutlak. Beberapa langkah dapat dilakukan secara simultan menyesuaikan dengan perkembangan mitra PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan rangkaian kegiatan mulai dari tahap persiapan, survey pendahuluan, pelaksanaan pelatihan, bantuan peralatan produksi, pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Langkah persiapan dilakukan oleh Tim selama 3 hari. Kegiatan ini dilakukan, untuk menyamakan persepsi tentang substansi PKM sekaligus tim leader memberikan penjelasan tugas pokok dan fungsi masing-masing anggota tim.

Untuk dapat mencapai target pelaksanaan, memerlukan rangkaian kegiatan yang disusun secara sistematis baik metode pelatihan, materi yang disampaikan maupun metode pendampingannya. Ketiga rangkaian kegiatan tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi obyektif mitra kerja PKM agar efektivitas pelaksanaan dapat tercapai.

Pada tahap awal pelaksanaan pelatihan, instruktur menyampaikan tentang urgensi dan manfaat pelatihan bagi upaya memperbaiki tatakelola usaha. Penjelasan awal ini dipandang penting untuk membuka wawasan berpikir pengrajin yang selama ini terbiasa mengelola usaha dengan sistem tradisional. Pada tahap ini sudah nampak respons positif dari peserta berupa kesungguhan dalam mengikuti seluruh sesi pelatihan. Mereka menjadi pembelajar aktif yang antusias mengikuti proses pelatihan. Suasana pelatihan yang cukup kondusif ini, sangat membantu bagi instruktur untuk membangun komunikasi timbal balik dalam upaya memberikan penjelasan mendalam tentang materi yang diberikan.

Pelaksanaan pelatihan diikuti oleh 4 orang. Sesuai dengan rancangan teknis pelaksanaan, maka metode pelatihan dalam bentuk ceramah dengan durasi waktu @ 60 menit. Selanjutnya dilakukan tanya jawab maupun peragaan selama \pm 60 menit. Melalui metode ini diharapkan peserta pelatihan bisa memahami materi secara mendalam sehingga memudahkan mereka dalam penerapannya.



Gambar 1. Dikumentasi Pelaksanaan Pelatihan

Materi pelatihan yang disampaikan oleh instruktur meliputi pengenalan akuntansi dasar, pemasaran off line maupun on line dan etika bisnis. Materi ini diberikan agar tumbuh pemahaman bahwa dalam mengelola bisnis perlu perangkat kelimuan agar kinerja bisnis semakin meningkat.

Selama pelatihan berlangsung, peserta menunjukkan partisipasi aktif. Peserta pelatihan sangat antusias menanyakan tatacara pelaksanaan pembukuan yang benar, pemasaran off line maupun on line. Suasana pelatihan terasa “hidup” karena instruktur dan peserta terlibat dalam diskusi intensif tentang materi pelatihan. Peserta pelatihan merasa memperoleh pengetahuan dan ketrampilan baru untuk dimanfaatkan dalam meningkatkan pengelolaan usaha maupun perluasan jaringan pemasaran.

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa home industri alas kaki BERKAH mulai menerapkan pembukuan usaha, mereka sudah melakukan pencatatan dalam setiap transaksi, mencatat arus uang masuk maupun keluar. Pengetahuan dan ketrampilan ini dilaksanakan oleh pengrajin untuk memperbaiki pengelolaan keuangan yang selama ini belum dilakukan secara benar.

Selanjutnya materi tentang pemasaran. Materi ini diberikan guna memberikan perspektif kepada UMKM mitra PKM bahwa kunci kemajuan usaha terletak pada seberapa besar pasar bersedia menerima barang yang ditawarkan. Selama ini UMKM alas kaki menggunakan metode pemasaran dari mulut ke mulut, menawarkan beberapa toko atau distributor dan melalui

tengkulak. Setelah mendapat pelatihan ini, pengrajin mulai menerapkan metode pemasaran dengan memadukan pemasaran konvensional dengan pemasaran menggunakan media internet maupun medsos.

Media sosial yang dimanfaatkan oleh UMKM alas kaki mitra kerja antara lain WhatsApp TikTok dan Instagram. Pilihan pada media social tersebut tersebut memungkinkan UMKM menjangkau audiens yang lebih luas tanpa biaya besar. Pilihan penggunaan media social tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa WhatsApp memungkinkan komunikasi dua arah secara real-time dengan pelanggan melalui chat, panggilan suara dan video call serta mempermudah UMKM dalam menampilkan produk dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan lebih efisien. Pilihan pada TikTok karena memiliki algoritma yang memungkinkan konten menjadi viral dengan cepat, bahkan untuk akun baru. Ini memberikan peluang besar bagi produk UMKM untuk dikenal banyak orang dalam waktu singkat. Sedangkan pilihan menggunakan Instagram karena Instagram memiliki ribuan pengguna aktif harian, sehingga UMKM dapat menjangkau calon pelanggan dalam jumlah besar. Selain itu fitur komentar, DM (direct message), polling, dan Q & A di Instagram Stories memudahkan interaksi langsung dengan pelanggan.

Dari sudut pandang normatif, pelatihan seyogyanya dapat mengubah sistem berpikir dan perilaku individu peserta latihan, namun secara faktual bisa jadi berbeda. Perubahan sistem berpikir maupun perilaku peserta latihan terkadang bergerak agak lamban dan kurang sebangun dengan yang diharapkan. Peserta latihan lebih banyak merujuk pada pengalaman praktis selama mengelola usaha, sementara instruktur terkadang terjebak pada pendekatan teoritis. Sebab itu, komunikasi timbal balik secara intensif diperlukan agar proses transformasi pengetahuan dan ketrampilan dapat efektif.

Untuk mendukung optimalisasi kinerja UMKM mitra kerja, maka diperlukan peralatan produksi sebagai sarana penunjang proses produksi secara efektif dan efisien. Bantuan peralatan kepada Mitra kerja disesuaikan dengan usulan kepada Tim pelaksana PKM. Selama ini pengrajin menggunakan peralatan produksi yang sederhana sehingga berdampak pada kapasitas produksi yang terbatas dan produk yang dibuat kurang standar. Bantuan peralatan produksi terbukti sangat bermanfaat bagi kelangsungan usaha dan peningkatan kualitas produk, kapasitas produksi, dapat menghemat biaya maupun waktu.

Sebagai gambaran, bantuan alat produksi mesin plong bisa mempercepat proses produksi. Kalau semula untuk mengerjakan produk memerlukan waktu 3 hari dengan jumlah tenaga kerja 1 orang, maka dengan bantuan peralatan, maka pengerjaan produk hanya memerlukan waktu 1 hari dengan 1 orang tenaga kerja. Sedangkan efisiensi biaya pengerjaan bisa mencapai 25 %. Bantuan mesin press sangat bermanfaat untuk memastikan kekuatan, daya tahan, dan kualitas sepatu baik dalam proses pembuatan maupun perbaikan. Alat ini berfungsi untuk menyatukan sol dengan bagian atas sepatu menggunakan tekanan tinggi. Peralatan ini memastikan bahwa lem atau bahan perekat lainnya dapat menempel dengan sempurna dan kuat.

Bantuan Shoelast digunakan untuk membentuk bagian atas sepatu agar mengikuti kontur dan bentuk kaki. Proses ini memastikan bahwa sepatu yang dihasilkan nyaman saat dipakai dan sesuai dengan desain yang diinginkan. Bantuan shoelast dapat meningkatkan kualitas produk, karena tambahan jumlah shoelast dapat memanjang waktu pengepresan sehingga kualitas produk menjadi lebih baik. Sedangkan bantuan mesin jahit kepada mitra PKM bermanfaat antara lain untuk mengurangi biaya produksi; mengontrol kualitas produk, peningkatan kapasitas

produksi, penghematan waktu dan biaya. Adapun peralatan yang dihibahkan disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 2. Dokumentasi penyerahan Peralatan Produksi

Selanjutnya dilakukan pendampingan. Pada pendampingan awal ini, tim pelaksana PKM masih memfokuskan pada penjelasan kembali secara mendalam tentang materi pelatihan yang belum dipahami oleh mitra PKM, utamanya tentang digital marketing. Kesulitan menerapkan materi ini, karena mitra kerja PKM selama ini hanya berfokus pada pemasaran off line dan belum menggunakan aplikasi digital. Pada pendampingan awal ini, instruktur menjelaskan kembali tentang penerapan pemasaran on line melalui media internet maupun media sosial. Instruktur menjelaskan kembali secara detail tentang manfaat dan teknis penggunaan teknologi informasi untuk membantu pemasaran yang efektif dan efisien. Sehingga pada pelaksanaan pendampingan ini, tim pendamping PKM memberikan penjelasan materi melalui praktek langsung pada point-point materi yang belum dipahami oleh mitra PKM.

Pada pendampingan lanjutan, sudah ada kemajuan pada mitra kerja UMKM dalam digital marketing maupun akuntansi. Dalam hal ini, tim pendamping hanya perlu mengoreksi bilamana terdapat kekeliruan dalam praktek dengan cara memperagakan secara langsung pada aspek-aspek yang belum dikuasai. Selama pendampingan berlangsung, tim pelaksana PKM banyak berdiskusi dengan mitra kerja tentang problem pemasaran yang semakin ketat persaingannya dan bagaimana metoda memperluas wilayah pemasaran.

Untuk mengoptimalkan pendampingan, maka kegiatannya dirancang dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD) supaya dapat menggali secara mendalam dan komprehensif tentang bagaimana kemanfaatan pelatihan, bantuan peralatan produksi, penerapan materi pelatihan dan kemajuan dalam tatakelola usaha. Pada FGD ini, mitra kerja banyak menyampaikan kekurangan pemahaman dalam menerapkan pemasaran on line. Selain itu juga menjelaskan tentang permintaan pasar yang cenderung stagnan sehingga belum berani stok hasil produksi karena khawatir tidak ada permintaan pasar. Pada saat pendamping juga dijelaskan bahwa perlunya kejujuran dalam menjalankan bisnis agar kepercayaan konsumen dan terjaga.

Hasil dari rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM alas kaki BERKAH berupa peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha menjadi lebih baik, perluasan wilayah pemasaran dapat tercapat dan efisiensi proses produksi. Namun demikian, peningkatan omset penjualan belum tercapai, disebabkan permintaan pasar masih stagnan.

Pada saat dilakukan pendampingan menunjukkan bahwa respons mitra kerja PKM cukup baik. Hal ini ditunjukkan adanya pola komunikasi intensif antara instruktur dengan peserta binaan tentang penerapan materi pelatihan. Intensitas pertanyaan terfokus pada tatacara

penerapan digital marketing dan pembukuan usaha yang benar. Kondisi ini membuat kelangsungan pendampingan berjalan lancar, karena tim pendamping dengan UMKM mitra kerja terlibat dalam diskusi yang intensif seputar masalah penerapan materi pelatihan, pengalaman menjalankan usaha serta strategi menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian, melalui kegiatan pendampingan ini, tim pelaksana PKM dapat mengetahui kondisi sebenarnya yang dialami oleh UMKM baik yang terkait dengan penerapan materi pelatihan maupun kegiatannya dalam pengelolaan usaha.

Dalam pelaksanaan pendampingan ini, sekaligus dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap penerapan materi pelatihan maupun pemanfaatan hibah peralatan produksi. Hasil monev dalam penerapan materi akuntansi menunjukkan bahwa kedisiplinan dalam melakukan pencatatan keuangan telah mengalami kemajuan dibandingkan dengan saat sebelum dilakukan pelatihan. Mitra kerja PKM telah melaksanakan pencatatan aliran keuangan secara benar. Dalam hal tertib akuntansi ini, mitra kerja PKM termasuk dalam kategori baik.

Perlu diketahui bahwa mengubah kebiasaan, sikap dan perilaku memang bukan pekerjaan mudah dan memerlukan waktu yang relatif lama. Meskipun sudah dilakukan pelatihan tentang perlunya tertib administrasi dan akuntansi disertai dengan penjelasan tentang manfaat yang diperoleh jika melaksanakannya, namun bukan berarti peserta binaan secara cepat bisa mengadaptasikan metode pembukuannya dengan materi pelatihan.

Dalam bidang pemasaran sudah terdapat kemajuan signifikan dibandingkan dengan pada saat dilakukan survey pendahuluan. Hal ini ditunjukkan bahwa selama kurun waktu 3 bulan pelaksanaan PKM terdapat peningkatan jangkauan wilayah pemasaran meliputi Jawa Tengah, Sulawesi Selatan dan Manado, meskipun omset penjualannya masih stagnan. Karena permintaan pasar masih belum bergerak meningkat. Biasanya penjualan meningkat signifikan pada bulan-bulan mendekati hari raya Iedul Fitri atau tahun ajaran baru siswa. Fakta tersebut mengungkapkan bahwa materi tentang pemasaran yang diperoleh pada saat pelatihan telah dilaksanakan dalam praktik usaha, meskipun masih belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan.

Home industri alas kaki BERKAH sudah menerapkan metode pemasaran secara off line maupun on line dengan menggunakan sosial media seperti WhatsApp (WA), Instagram, Facebook dan market place. Mereka menyadari benar bahwa konsumen sangat menentukan kelangsungan usaha mereka. Dalam hal ini kategori pemasaran yang dilakukan oleh mitra kerja PKM termasuk sangat baik.

Pemasaran merupakan kunci utama kelangsungan bisnis. Upaya memelihara dan mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru merupakan keniscayaan bilamana usaha ini berkeinginan tetap bertahan bahkan berkembang. Dalam persaingan usaha yang ketat seperti pada saat ini, tidak cukup hanya menawarkan produk yang bermutu dan harga bersaing, tetapi juga produsen harus mampu menjalin hubungan jangka panjang dan berkesinambungan misalnya memberi layanan prima dalam bentuk kesediaan produsen menyelesaikan pesanan sesuai dengan perjanjian dan bersikap proaktif terhadap keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan berperan penting dalam meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Melalui kualitas pelayanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan ataupun untuk melakukan pembelian ulang.

Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya akan disampaikan pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai.

KESIMPULAN

Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM alas kaki telah memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mereka, khususnya dalam dua aspek utama, yaitu digital marketing dan tata kelola keuangan. Para pelaku UMKM berhasil memahami pentingnya pemasaran digital sebagai strategi untuk meningkatkan jangkauan pasar. Mereka telah mampu memanfaatkan platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan TikTok) serta marketplace online (Shopee, Tokopedia, dan lainnya) untuk mempromosikan produk secara lebih efektif. Penggunaan konten kreatif, seperti foto produk berkualitas tinggi dan video promosi, terbukti meningkatkan minat konsumen terhadap produk alas kaki yang ditawarkan. Sedangkan dalam perbaikan tata kelola keuangan, UMKM mulai menerapkan pencatatan keuangan yang terstruktur, seperti pembuatan laporan keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan). Kesadaran terhadap pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha meningkat, sehingga manajemen keuangan menjadi lebih terkontrol.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) KEMEDIKBUD RISTEK dan LLDIKTI Wilayah 7 atas pemberian hibah pendanaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Gajayana Malang atas dukungan fasilitas kegiatan, segenap Tim PKM atas kerjasama untuk pelaksanaan kegiatan, dan home industri alas kaki BERKAH atas kesediaan menjadi mitra kerja kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Arifwangsa Adiningrat, Idra Wahyuni, Rustan, & Yuyu Ruhayu. (2023). MSME Performance: Financial Information System, Work Productivity, and E-commerce. *Journal of Consumer Sciences*, 8(2), 204–219. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.2.204-219>
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Stabilitas Keuangan Triwulan II Tahun 2021: Peran UMKM dalam Stabilitas Ekonomi*.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik UMKM di Indonesia*. Jakarta: BPS
- Dobovšek, B., & Slak, B. (2017). Economic crisis and “white informal economy” – a slippery slope. In *International Journal of Sociology and Social Policy*, 37 (7–8), 468–476). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2016-0078>
- Era Christianto Putri, G. (2022). Pengembangan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pada UMKM Dapur Bunda Vivi. *Tekmologi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(2), 2023, 109-120. <https://doi.org/10.17509/tmg.v3i2.60994>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2015). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15 (2), 77-96.

- Ilarrahmah, M. D., & -, S.-. (2021). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 51–64. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3327>
- Kusuma, I. A., Dwi, F., Afifah, N., Ruba, M. G., Yudha Utama, Y., & Kediri, I. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2 (1),11-23.
- Maulana, A. (2022). Keragaan Industri Alas Kaki Kota Mojokerto Provinsi Jawa Timur. *In Value: Journal of Management and Business*, 7 (2), 1-6.
- Taan, H., Gani, P., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Ekonomi, J. P., & Author, C. (2024). Financial Literacy and Digital Marketing in Assessing MSME Performance in Kabila Bone, Bone Bolango Literasi Keuangan dan Pemasaran Digital dalam Menilai Kinerja UMKM di Kabila Bone, Bone Bolango. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5 (2),5384-5393.
- Tambunan, T. (2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting. Jakarta: LP3ES.