

UPAYA PENGUATAN MERK GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DAN PENDAPATAN UMKM HIJABGRAK SUMEDANG

Rukanda Ahmad Sulanjana¹, Dodi Supriyanto²

^{1,2}Prodi S1 Manajemen STIE EKUITAS Bandung

email : rd.akhmadsl@gmail.com¹, dodi.supriyanto@ekuitas.ac.id²

Abstrak

Produk yang dihasilkan Hijabgrak antara lain kerudung, gamis, busana muslim dan T. shirt. Produk ini dihasilkan oleh karyawan bagian produksi yang berjumlah 15 orang, dan dibantu oleh staf administrasi sebanyak 5 orang. Usaha ini hampir saja tutup ketika dihadapkan pada masa pandemic, karena bagian produksi tidak bisa menghasilkan barang dan juga tidak bisa berjualan. Pelajaran yang dapat diambil dari masa pandemic tersebut adalah pemilik usaha memberanikan diri untuk melakukan penjualan secara *online* melalui *market place*. Hasil dari uji coba tersebut mendapatkan respon dari pasar yang positif sehingga termotivasi untuk mengembangkan usaha yang lebih terintegrasi dalam hal pemasaran dan penjualan. Metode pengabdian yang dilakukan yaitu dengan melakukan survey kelapangan langsung mengunjungi objek PKM sebagai pendahuluan untuk mendapatkan data dan informasi terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh Hijabgrak, melakukan diskusi, menyusun rencana, memberikan pelatihan sederhana, konseling dan pengarahan terkait dengan kebutuhan Hijabgrak. Guna mengatasi permasalahan tersebut di atas, maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan arahan tentang strategi penjualan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam upaya penguatan merk maka pihak Hijabgrak untuk melakukan promosi secara intensif dengan memilih biaya yang terjangkau tetapi dapat menjaring pasar. Dengan demikian pendapatan usaha dapat meningkat dan merk dapat tertanam dibenak konsumen.

Kata kunci: Merk, Volume penjualan, dan Pendapatan,

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Usaha Hijabgrak didirikan pada tahun 2017 di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang dengan menempati lahan 750 m², tepatnya di Desa Margaluyu. Lahan yang ditempati untuk usaha saat ini merupakan milik sendiri yang terbagi beberapa ruangan seperti ruangan produksi, ruangan staf administrasi, ruangan studio foto, ruangan took dan mushala serta lahan parkir untuk 3 kendaraan roda 4 dan untuk 10 buah roda 2.

Produk yang dihasilkan antara lain kerudung, gamis, busana muslim dan T. shirt. Produk ini dihasilkan oleh karyawan bagian produksi yang berjumlah 15 orang, dan dibantu oleh staf administrasi sebanyak 5 orang. Usaha ini hampir saja tutup ketika dihadapkan pada masa pandemic, karena bagian produksi tidak bisa menghasilkan barang dan juga tidak bisa berjualan.

Pelajaran yang dapat diambil dari masa pandemic tersebut adalah pemilik usaha memberanikan diri untuk melakukan penjualan secara *online* melalui *market place*. Hasil dari uji coba tersebut mendapatkan respon dari pasar yang positif sehingga termotivasi untuk mengembangkan usaha yang lebih terintegrasi dalam hal pemasaran dan penjualan.

Analisis terkait kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, ekonomi dan social maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Segi Fisik

Aktivitas usaha yang dijalankannya sejak tahun 2017 telah memberikan hasil berupa kepemilikan lahan kurang lebih 750 m² yang saat ini ditempati tempat kegiatan usaha. Bangunan permanen dan sudah terbagi dalam beberapa ruangan sebagaimana sudah disebutkan di atas.

Dalam menunjang kegiatan usaha ini, Hijabgrak telah melengkapi sarana dan prasarannya seperti computer untuk membuat desain produk, sistem dan prosedur untuk penyusunan laporan kegiatan usaha (produksi dan penjualan), termasuk keuangan serta alat untuk menerima pembayaran di kasir. Ruangan toko dilengkapi dengan CCTV dan lantai ditambah dengan rumput sintetis.

2. Segi Sosial

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Hijabgrak telah membantu masyarakat sekitarnya melalui penerimaan sebagai karyawan. Sedikitnya Hijabgrak telah membantu permasalahan social yang ada

disekitar tempat usaha termasuk pemerintah dalam mengurangi pengangguran. Masyarakat sekitar Hijabgrak sudah mengenalnya dan tempat usaha Hijabgrak ini mudah diakses.

Hadirnya usaha Hijabgrak ini sebagai salah satu upaya membantu masyarakat muslim yang membutuhkan kerudung dan busana muslim termasuk untuk siswa sekolah yang menggunakan kerudung dengan harga yang terjangkau.

3. Segi Ekonomi

Perkembangan usaha Hijabgrak ini terus berjalan dan berkembang dengan rata-rata penjualan perbulan Rp 70 juta – Rp 90 juta. Adanya pertumbuhan omset ini telah memberikan penghasilan bagi karyawan sehingga terjadinya peningkatan daya beli masyarakat. Artinya usaha Hijabgrak ini menjadi sumber penghasilan bagi pemilik usaha dan karyawannya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka Hijabgrak ini termasuk kelompok UMKM. Maka dalam tatakelola usaha Hijabgrak ini masih menggunakan manajemen sederhana dan masih perlu penyempurnaan dalam berbagai sisi.

METODE

1. Melaksanakan survey kelapangan langsung mengunjungi objek PKM sebagai pendahuluan untuk mendapatkan data dan informasi terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh Hijabgrak.
2. Melakukan diskusi bersama Tim guna membahas hasil survey dan untuk menentukan jenis PKM yang akan dilaksanakan serta menyusun judul yang akan dijadikan kajian dalam PKM.
3. Menyusun rencana untuk melaksanakan PKM sampai laporan PKM itu bisa dijadikan rujukan bagi pengusaha Hijabgrak dan dapat dipublikasikan pada jurnal.
4. Melaksanakan PKM di tempat yang menjadi objek PKM yaitu pelatihan sederhana, konseling dan pengarahan terkait dengan kebutuhan Hijabgrak.
5. Penutupan PKM dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Memberikan pelatihan sederhana terkait dengan strategi meningkatkan volume penjualan. Diharapkan dengan pelatihan yang sederhana ini pihak pengelola dapat menjalankan strategi penjualannya dengan efektif dan efisien. Dalam pelatihan yang sederhana ini diberikan cara dan langkah dalam meningkatkan volume penjualan. Salah satunya adalah pemasaran melalui media social. Media ini dianggap tepat untuk usaha seperti Hijabgrak, karena dari sisi biaya untuk promosi tidak begitu besar dan sangat efektif. Disamping itu, media social ini mudah di akses oleh semua konsumen kapan saja, dimana saja dan oleh siapa saja.
- b. Memberikan konseling dalam penguatan merk usaha Hijabgrak, sehingga mudah diterima dibenak konsumen. Dalam bisnis seperti Hijabgrak ini menjadi penting dalam penguatan merk. Dimana Hijabgrak ini merupakan merk baru yang belum dikenal oleh konsumen secara luas, dan tidak hanya itu, kemungkinan merk dagangnya ini ditiru oleh orang lain sangatlah mudah karena belum mendapatkan hak paten dari pihak yang berwenang.
- c. Memberikan arahan tentang bagaimana meningkatkan pendapatan salah satunya melalui penjualan produk Hijabgrak secara intensif dan berkesinambungan.

Solusi yang ditawarkan tersebut dapat direalisasikan dengan kondisi dan kemampuan yang dimiliki oleh Hijabgrak. Artinya kegiatan tersebut dapat dilaksanakan secara bertahap. Namun, bila Hijabgrak tersebut mampu melaksanakan secara simultan itu lebih baik, sehingga akan menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan usaha yang lebih baik di masa yang akan datang.

Usaha mikro dan kecil seperti Hijabgrak ini rentan terhadap gangguan bisnis seperti adanya kebijakan pemerintah No. 21 tahun 2020 pada saat pandemic covid-19 yang memberlakukan pembatasan social berskala besar. Dampak yang langsung menimpa Hijabgrak ini adalah terjadinya penurunan permintaan.

Di sisi lain, usaha Hijabgrak ini dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di wilayahnya, yaitu di Sumedang dan sekitarnya. Artinya usaha Hijabgrak ini masih mempunyai kekuatan dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Memperhatikan Peraturan Pemerintah No. 07 Tahun 2021, bahwa usaha mikro dan kecil adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang-perorangan yang tersebar dan banyak variannya. Usaha mikro dan kecil seperti Hijabgrak

ini merupakan jenis usaha yang mampu menopang perekonomian nasional pada saat krisis, dan ini terbukti pada saat pandemic covid 19.

Melihat potensi ini, maka Hijabgrak perlu untuk dikelola secara professional dan diperkuat dari sisi permodalan, pasar dan jaringan media social. Sehingga Hijabgrak dimasa yang akan datang mampu berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dan juga meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Sumedang melalui retribusinya. Selain itu, usaha Hijabgrak ini dapat dikembangkan menjadi bagian dari kegiatan pariwisata di Kabupaten Sumedang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian selama pengabdian masyarakat, maka dapat di simpulkan bahwa Hijabgrak mempunyai prospek yang bagus dan perlu dikembangkan baik dalam desain, produksi dan pemasarannya. Hal ini dapat dilihat dalam volume usaha yang setiap bulannya terus mengalami peningkatan secara signifikan.

SARAN

Kami menyadari atas segala keterbatasan dalam pengabdian ini, diharapkan untuk pengabdian selanjutnya terkait dengan permasalahan yang sama untuk menambah variable melalui penambahan outlet atau jaringan komunitas-komunitas dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada STIE Ekuitas atas dukungan dan bantuan hibah dananya sehingga pelaksanaan pengabdian ini dapat terselenggara dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Philip Kotler (2012), Marketing Management, 12 edition, Singapore, Pearson Prentice Hall.
Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan