



**PKM KELOMPOK USAHA SEPATU RACING DESA CILAMPENI  
KATAPANG KABUPATEN BANDUNG**

T. Subarsyah S., Frilia S. R., Elli Ruslina, Siti Rodiah  
Fakultas Hukum Universitas Pasundan  
[subarsyah.fh@unpas.ac.id](mailto:subarsyah.fh@unpas.ac.id)

**ABSTRAK**

Berdasarkan analisis situasi tim kami di lapangan, UKM yang dijadikan mitra dalam skema pengabdian ini adalah kelompok perajin sepatu DLN *racing* di Desa Cilampeni Katapang Kabupaten Bandung. Nampak beberapa permasalahan pada UKM tersebut di antaranya pemilihan bahan baku, proses produksi, iklan dan merek usaha, dan sebagainya. Dari sekian permasalahan yang ada pada UKM tersebut, tim mencoba membantu beberapa masalah mitra sebagai prioritas utama dari segi: a) pengembangan *soft-skill* dan *Hardskill*, *pemerekan*, *iklan dan teknis pemasaran*. Harga eceran yang ditawarkan juga tidak sebesar harga yang dijual oleh distributor. Hal ini menyebabkan sistem pemasaran mitra sangat rendah walaupun minat terhadap sepatu *racing* cukup tinggi. Program pengabdian ini bertujuan agar tim dapat membantu dan memberikan ide, gagasan, dan solusi terhadap permasalahan yang terdapat pada mitra (Bapak Jajang) sebagai ketua UKM sepatu *racing* di Desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung guna meningkatkan penjualan sepatu *racing* dan memaksimalkan pemasaran yang disesuaikan dengan kemajuan teknologi. Adapun target khusus dalam kegiatan PKM ini adalah menjadikan mitra lebih mandiri dan dapat memperoleh penghasilan yang maksimal. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan PKM ini adalah pendekatan Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diawali dengan pengondisian tim dengan menyusun rancangan kegiatan dengan membuat *Forum Discussion Group* (FGD) yang pada akhirnya merumuskan program pelatihan sekurang-kurangnya 8 jam. Adapun metode pelaksanaan kegiatan secara rinci adalah melakukan tanya jawab sebelum kegiatan pemberian materi berlangsung, guna mengetahui permasalahan yang lebih akurat yang dihadapi oleh mitra. Setelah itu pemberian materi oleh tim dan diakhiri dengan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh mitra dan melakukan diskusi dalam membuat akun daring dengan memanfaatkan toko daring *Tokopedia*. Hasil dari pelatihan tersebut terciptanya akun toko daring untuk mempermudah mitra dalam melakukan penjualan sepatu *racing* secara mandiri. Kegiatan selanjutnya yang tim lakukan adalah melakukan pendampingan lapangan selama 6 bulan dengan memperhatikan juga tatakelola pembukuan, neraca, rugi laba, dan sebagainya.

**Kata Kunci:** *sepatu racing, perizinan, pemasaran, akun daring*

## A. Pendahuluan

Program pengabdian yang dirancang oleh kelompok dosen Unpas adalah skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah ditetapkan dan dirumuskan oleh kemenristek Dikti dalam edisi XII. Mitra yang dijadikan sasaran dalam kegiatan ini adalah kelompok usaha yang bergerak dalam bidang kria sepatu *Racing* yang terdapat di desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kab. Bandung. Dalam kehidupan sehari-hari istilah kria (*handicraft*) disepadankan dengan kerajinan, sebagaimana orang sependapat dengan hal tersebut dan sebagian lagi mempunyai pendapat yang berbeda, namun untuk lebih jelasnya perlu dirunut dari awal perkembangannya dari istilah kria anyam itu sendiri. Kria rakyat diartikan hasil karya dan karsa manusia yang memiliki nilai aspek guna pada setiap benda yang dibuatnya, bertumpu pada keterampilan tangan, dibuat dalam jumlah banyak, berharga murah dan dikerjakan secara berkelompok atau komunal (Yanagi, 1972:42). Sedangkan kria seniman (*artist crafts*) hasil karya dan karsa manusia yang berangkat dari subjektif pembuatnya, dibuat dengan jumlah terbatas, untuk

kalangan tertentu dijual dengan harga yang tinggi, bahan baku dapat didatangkan dari berbagai sumber, dan sangat perorangan sifatnya (*individual*) (Gustami, 2000:194).

Mengerjakan kria anyam (*handicraft*), baik bahan baku dari bahan kulit, imitasi, ataupun dari bahan tanaman, bambu, pandan, mendong, dan dari tanaman termasuk bahan baku pada jenis kria sepatu *racing* adalah salah satu jenis kria yang membawa aspek guna, maka lahir nilai estetika pada sebuah hasil produksi. Untuk mengetahui lebih jauh tentang kria, perlu diketahui terlebih dahulu penelaahannya dari pandangan yang mendasar yang dianut oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kab. Bandung

Mitra sasaran yang didatangi pada PKM ini merupakan UKM yang bergerak di bidang aksesoris, khususnya sepatu *racing*. Sepatu *racing* sendiri mulai populer ketika masyarakat mulai gemar terhadap salah satu jenis olahraga menantang yang melibatkan alat transportasi berupa motor *trail*.

Banyaknya peminat olahraga menantang ini membuat kelompok

usaha DLN tertarik menggeluti UKM di bidang produksi sepatu *racing*. Dengan hadirnya UKM ini bertanda adanya sikap menumbuhkembangkan kemandirian masyarakat setempat. Di samping hadirnya UKM ini di tengah-tengah masyarakat membuat potensi kearifan lokal terbentuk melalui pemberdayaan penduduk sekitar sebagai perajin sepatu *racing*. Sebagai contoh produk yang dihasilkan dapat dilihat pada gambar 1, 2, dan 3 di bawah ini.

#### Contoh Hasil Produksi Sepatu DLN *Racing*

**Gambar 1**  
Sepatu *Racing Comireng R*



**Gambar 2**  
Sepatu *Racing Aplanes Star*



**Gambar 3**  
Sepatu *Racing Touring*



Dengan demikian sudah selayaknya tim kami membantu berupa ide, pengetahuan ataupun gagasan yang dimiliki Tim pengabdian untuk membantu UKM menjadi lebih baik, baik secara ekonomis ataupun dari segi kinerja kelompok usaha mitra, diantaranya berupa pengembangan *Soft-Skill* dan *Hard-Skill* bagi pengelola di sebuah UKM, tata cara terbentuknya perizinan, pemerekan pada setiap hasil produksi, teknis pemasaran *on-line*, pendampingan lapangan (bimbingan teknis) dan sebagainya.

#### **B. Maksud Dan Tujuan**

Maksud dan tujuan tim dalam kegiatan ini adalah untuk membantu mitra sasaran yaitu UKM yang bergerak dalam bidang produksi sepatu *racing* dalam memberikan ide, gagasan terhadap faktor-faktor dominan yang sangat mempengaruhi maju mundurnya suatu usaha (UKM), di



Desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung guna meningkatkan penjualan sepatu *racing* dan memaksimalkan pemasaran yang disesuaikan dengan kemajuan teknologi. Hal tersebut tentunya menjadikan mitra lebih mandiri dan dapat memperoleh penghasilan yang maksimal. Faktor dominan yang mempengaruhi meningkatnya suatu perusahaan (UKM) yang menjadi prioritas utama tim kami dalam membantu mitra diantaranya adalah:

### **1. Memberikan Pemahaman serta Pengembangan *Softskill* dan *Hardskill***

Mitra sebagai sebuah UKM yang memiliki jumlah pegawainya sekitar 37 orang harus mengembangkan kemampuan psikologisnya melalui pengembangan Baik sebagai pimpinan ataupun sebagai pegawai mutlak harus memiliki pengetahuan dalam pengembangan. *Softskill* dan *Hardskill*.

Salah satu aspek *soft skill* yang sangat berpengaruh pada keberhasilan berbisnis adalah motivasi. Konsep motif inilah yang diberikan kepada seluruh anggota UKM di Rajapolah Kab. Tasikmalaya ini.

Hal-hal yang harus disampaikan tentang soft-skill teknis adalah memiliki Ketrampilan, Pendidikan tinggi, pengalaman, pengetahuan luas Wawasan. Sedangkan yang menyangkut Soft-Skill dan Hard-Skill psikologis adalah disiplin, tanggung-jawab, jujur, kreatif, mandiri, motivasi tinggi, dapat mengendalikan emosi, proaktif, tegas ngambil keputusan, mempunyai target, tajam memilih prioritas dan sebagainya. Penyeimbangan dari ketiga aspek di atas sangat tergantung bagaimana seseorang memiliki kemampuan untuk meregulasikan atau mengatur rasio (logika analisis) dengan emosi. (kesenangan, kepuasan) yang berpusat pada Otak Kiri dan Otak kanan , dengan baik sesuai dengan situasi yang dihadapinya. Salah satu aspek *soft skill* yang sangat berpengaruh pada keberhasilan berbisnis adalah motivasi. Konsep motif inilah yang diberikan kepada seluruh anggota UKM di Cuilampeni Katapang Kab. Bandung.

### **2. Perizinan**

Pengurusan perizinan menjadi hambatan bagi mitra untuk mengembangkan usahanya, terutama terkait dengan mahalnya biaya yang



harus dikeluarkan. Selain itu, proses pengurusan perizinan yang berbelit-belit dan terkadang ditemukannya pungli membuat mitra enggan membuat surat perizinan atas usahanya. Permasalahan tidak sampai di situ, rendahnya pengetahuan mitra tentang pajak membuat mitra enggan untuk melegalisasi usahanya karena dianggap pendapatan yang tidak seberapa harus dipangkas oleh pajak daerah. Sejalan dengan izin yang belum dimiliki oleh mitra, permasalahan pendanaanpun menjadi masalah yang cukup pelik. Dengan modal terbatas mitra berusaha memenuhi kebutuhan pasar, tak jarang beberapa tawaran tidak terpenuhi. Akhirnya beberapa pelanggan harus mengambil sepatu di luar produk mitra.

### **3. Iklan dan Merek Usaha**

Hasil produksi yang masih menggunakan label dari distributor membuat mitra kesulitan dalam menjual secara eceran. Sehingga mitra lebih gemar memproduksi sepatu *racing* tiruan yang lebih diminati di masyarakat. Hal ini tentunya mempersempit kreatifitas Hal ini karena sepatu *racing* yang diproduksi mitra masih “polosan” tanpa menggunakan

merek pribadi. Hal ini secara otomatis menurunkan harga nilai jual kepada konsumen.

### **4. Teknik Pemasaran**

Barang mitra yang masih menginduk pada merek distributor secara otomatis membuat mitra kesulitan untuk mengembangkan usahanya secara pribadi. Harga eceran yang ditawarkan juga tidak sebesar harga yang dijual oleh distributor. Hal ini menyebabkan sistem pemasaran mitra sangat rendah walaupun minat terhadap sepatu *racing* cukup tinggi.

### **C. Metode Pelaksanaan**

Metode yang digunakan dalam Program pengabdian ini adalah dengan menggunakan pendekatan TTG (Teknologi Tepat Guna). TTG ini dapat dimulai dari melaksanakan pada penganalisisan secara utuh tentang bagaimana kondisi kria kria sepatu *racing* yang berbahan baku dari kulit binatang sampai pada hasil produksi sehingga menjadi barang komoditi masyarakat regional. Kemudian mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang mempengaruhi terhadap perkembangan UKM Mitra dengan mengidentifikasi permasalahan di

lapangan yang berkaitan dengan pengembangan *soft-skill* dan *hardskill*, surat perijinan, pemerekan hasil produk, dan teknik pemasaran secara on-line.

### **Ruang Lingkup Program Kemitraan Masyarakat**

Ruang lingkup sebagai objek pelaksanaan program tersebut terlebih dahulu tim mengadakan pengkondisian Mitra, dan dilanjutkan dengan pendampingan lapangan tentang hal-hal yang berkenaan dengan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan sebuah UKM, di bawah ini struktur program *Forum Group Diskusion (FGD)* dan pendampingan langsung di lapangan dari awal sampai dengan akhir yaitu:

1. Arahan dan penyegaran tentang cara bersikap dan berkomunikasi yang baik (*softskill* dan *Hardskill*) melalui *Forum Group Discusion (FGD)* yang dibentuk antar UKM tertentu di desa Cilampeni Katapang Kab. Bandung. Secara umum kehadiran manusia hidup di dunia ini sebagai makhluk pribadi, sosial dan ber-Ketuhanan. Oleh karenanya untuk keberhasilan hidup dituntut memiliki *hard skill* dan *soft skill*

yang baik berupa kemampuan *intra personal skill* (pribadi), *interpersonal skill* (sosial) dan memiliki *integritas* sebagai pembingkai yaitu berupa nilai-nilai, meliputi nilai sosial dan agama, misalnya etika, norma-norma, dll. Secara umum kehadiran manusia hidup di dunia ini sebagai makhluk pribadi, sosial dan berKetuhanan. Oleh karenanya untuk keberhasilan hidup dituntut memiliki *hard skill* dan *soft skill* yang baik berupa kemampuan *intra personal skill* (pribadi), *interpersonal skill* (sosial) dan memiliki *integritas* sebagai pembingkai yaitu berupa nilai-nilai, meliputi nilai sosial dan agama, misalnya etika, norma-norma, dll.

2. Arahan dan pendampingan pembuatan ijin Perusahaan Perseorangan, dengan melengkapi persyaratan-persyaratan tertentu.
3. Arahan dan pendampingan pembuatan ijin Perusahaan Perseorangan Terbuka, dengan melengkapi persyaratan-persyaratan tertentu.
4. Arahan dan pendampingan pembuatn merek hasil produksi UKM, nama dagang/usaha adalah nama perusahaan yang berlaku

secara hukum. Sedangkan Merek Dagang adalah nama yang mengidentifikasi produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Ketika Mitra memilih nama untuk usaha, mitra juga harus memikirkan nama untuk merek produk dan domain jika mitra akan membuat situs. Nama dagang atau usaha adalah bagian dari strategi pemasaran dan penjualan mitra.

5. Arahan dan pendampingan tentang 5 (lima) strategi pemasaran terbaik yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk bisnis mitra

### **Struktur Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat**

Pelaksanaan Kegiatan PKM ini dilakukan tanggal 20 Maret 2018. *Forum Group Discussion* (FGD) dan pendampingan di lapangan atas beberapa rangkaian kegiatan sebagai berikut.

1. Pemberian materi pertama diberikan oleh narasumber program PKM Dr. Dheni Harmaen, BA., S.Pd. M.Sn. tentang “Pengembangan *Soft-Skill* dan *Hard-Skill*” bagi usahawan.

2. Pemberian materi kedua oleh Dr. T. Subarsyah S.,S.H.,S.Sos., Sp.1., M.M. terkait dengan perizin untuk sebuah perusahaan perseorangan atau terbuka.
3. Pemberian materi ketiga oleh Frilia Santhika R S.Pd., M.Pd., terkait bahasa yang digunakan dalam bahasa iklan, pemasaran, dan promosi guna menarik minat pembeli.
4. Pelaksanaan dan pendampingan terkait pembuatan perizinan perusahaan, akun penjualan daring oleh Dr. Elli Ruslina, SH, M. Hum.
5. Pelaksanaan terkait dengan mendaftarkan perizinan perusahaan dan pembuatan akun penjualan dan pemasaran oleh Dr. Siti Rodiah, SH, M.Hum.

Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat struktur program teoritik dan praktik di lapangan pada tabel 1 dan II di bawah ini:

**Tabel 1**

Struktur Program Teoritik  
 FGD Kelompok Usaha di UKM “DLN  
 SEPATU RACING”

| No                    | MATERI   | Jam<br>Pertem. |
|-----------------------|--|----------------|
| <b>A. MATERI UMUM</b> |  |                |
|                       | 1. Kebijakan Pemerintah/Dikti tentang pengabdian pada Masyarakat melalui Perguruan Tinggi.   | 1              |
|                       | 2. Maksud dan Tujuan Program Pengabdian pada Masyarakat.   | 1              |
|                       | 3. Pengembangan <i>Soft-Skill</i> dan <i>Hard-skill</i>  | 3              |
|                       | <b>Jumlah</b>  | <b>5</b>       |
| <b>B. MATERI INTI</b> |  |                |
|                       | 4. Dasar-dasar Untuk Mendapatkan Perizinan Perusahaan<br>a. Perusahaan Perseorangan<br>b. Perusahaan Perseorang Terbuka  | 6              |
|                       | 5. Dasar-dasar Pemakaian Pemerekkan dan Pemilihan Nama yang baik:<br>a. Memiliki kekuatan yang membedakan jenis usaha atau produk/jasa yang dihasilkan dengan pesaing.<br>b. Mampu berbicara langsung tentang jenis usaha produk/jasa yang ditawarkan. | 6              |

|                            |   |               |
|----------------------------|---|---------------|
|                            | c. Mudah dibaca dan diingat, dan tidak terlalu panjang,<br>d. Original, artinya belum pernah dipakai orang lain,  |               |
|                            | 6. Teknik Pemasaran<br>a. Menggunakan <i>Social Media</i> .<br>b. Menawarkan produk secara gratis.<br>c. Memilih tempat strategis.<br>d. Memberi insentif untuk rekomendasi.<br>e. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan. | 6             |
|                            | <b>Jumlah</b>   | <b>23</b>     |
| <b>C. MATERI PENUNJANG</b> |   |               |
|                            | 7. Pembinaan <i>Profesi</i> kelompok Pengusaha  | 4             |
|                            | <b>Jumlah</b>   | <b>4</b>      |
|                            | <b>Jumlah Total</b>   | <b>37 Jam</b> |

*Keterangan:*

1 JPL = 50 menit, 56 JPL = 2800 menit = 56 jam

Penguatan pendampingan dilakukan dengan cara berulang.

Permasalahan yang nampak kami paparan sebelumnya, maka ada beberapa hal yang tim dari Fakultas Hukum Unpas tawarkan kepada mitra yang terdapat di desa Cilampeni Katapang Bandung yaitu dengan mengadakan FGD dan praktik/Diklat



tentang permasalahan Mitra yang dijadikan penghambat dalam aktifitasnya sehari-hari, berikut di bawah ini jadwal praktek lapangan,

**Tabel 2**  
 Struktur Program Praktek

| No        | MATERI   | Jam Per.      |
|-----------|--|---------------|
| <b>A</b>  | <b>MATERI INTI</b>   |               |
|           | 1. Pelaksanaan Langsung di Lapangan tentang "Pembuatan Surat Izin bagi Sebuah Perusahaan Perseorangan"                   | 6             |
|           | 2. Pelaksanaan langsung di lapangan tentang: "Pembuatan Merek Dagang"  | 6             |
|           | 3. Pelaksanaan langsung di lapangan tentang "Teknis Pemasaran"   | 6             |
|           | 4. Pelaksanaan langsung di lapangan tentang "Pembuatan Surat Izin Usaha, Pemerekan Hasil Produksi, dan Teknis Pemasaran" | 6             |
|           | <b>Jumlah</b>  | <b>24 Jam</b> |
| <b>B.</b> | <b>MATERI PENUNJANG</b>  |               |
|           | 1. Pembinaan Profesi kelompok usaha dilakukan dengan cara pendampingan secara terus                                      | 4             |
|           |  | 4             |

|  |  |               |
|--|--|---------------|
|  | menerus sesuai program.  |               |
|  | 2. Pembinaan sikap intelektual mereka sebagai Perajin dilakukan pendampingan sesuai program. |               |
|  | <b>Jumlah</b>  | <b>8</b>      |
|  | <b>Jumlah Total</b>  | <b>32 Jam</b> |

Keterangan: 1 JPL = 50 menit, 56 JPL = 2800 menit = 56 jam

### Jadwal Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat

Jadwal kegiatan yang akan dilakukan oleh tim terkait PKM Kelompok Usaha Sepatu *Racing* di Desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung dipaparkan dengan tabel di bawah ini.

**Tabel 3**  
 Jadwal Kegiatan PKM Kelompok Usaha Sepatu *Racing* di Desa Cilampeni Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung

| No | Uraian Kegiatan                | Bulan Ke |   |   |   |   |   |   |   |
|----|--------------------------------|----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |                                | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1  | Survei ke lapangan             |          |   |   |   |   |   |   |   |
| 2  | Mengidentifikasi kondisi mitra |          |   |   |   |   |   |   |   |
| 3  | Menyusun proposal              |          |   |   |   |   |   |   |   |
| 4  | Pengondisian mitra             |          |   |   |   |   |   |   |   |
| 5  | Program pendampingan dan FGD   |          |   |   |   |   |   |   |   |



|    |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 6  | Program pengaplikasian dan FGD  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7  | Penguatan kelompok usaha dan FGD                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8  | Pengelolaan Teknik pemasaran  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9  | Pengelolaan desain kemasan sepatu <i>racing</i>                       |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Pengelolaan desain dan pemasaran sepatu <i>racing</i> (final) dan FGD |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Evaluasi penyusunan instrumen   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Pendampingan dan kunjungan rutin dan FGD                              |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Pendampingan dan pemantauan partisipatif                              |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Pelaporan hasil kegiatan  |  |  |  |  |  |  |  |  |

#### a) Peserta Kegiatan PKM

Peserta kegiatan adalah ketua dua mitra beserta karyawannya yang berjumlah 34 orang. Kedua mitra tersebut adalah Bapak Jajang yang memiliki usaha *DLN Racing* dan Bapak Hermansyah yang memiliki usaha *ADR Racing*. Jumlah seluruh peserta kegiatan PKM adalah 15 orang. Bukti presensi kehadiran pelaksanaan kegiatan PKM terdapat dalam lamp. (lampiran) 2.

#### b) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang terdapat pada mitra “DLN SEPATU RACING” (UKM I) mempunyai kualifikasi pendidikan:

- |                         |          |
|-------------------------|----------|
| 1. Sarjana Ekonomi (S1) | 4 orang  |
| 2. SMU                  | 22 orang |
| 3. SMP dan lain-lain    | 8 orang  |
| Jumlah                  | 34 orang |

#### D. HASIL PELAKSANAAN PROGRAM

Hasil yang dicapai pelaksanaan program PKM ini adalah: 1) Mitra memahami pengembangan *Soft-skill* dan *Hard-Skill*. 2) Mitra mampu membuat surat-surat perizinan. 3) Mitra mampu menggunakan merek hasil produksi, dan bermacam nama

pada setiap produk yang dihasilkannya.

4) Mitra mampu memasarkan secara manual dan on-line pada setiap produk yang dihasilkannya, sehingga mitra lebih mandiri dan dapat memperoleh penghasilan yang maksimal. Salah satu cara teknik pemasaran yang ditempuh saat ini adalah dengan memanfaatkan media daring sebagai sarana pemasaran. Berikut ini tim paparkan hal-hal yang harus yang telah dipahami dan dikerjakan oleh mitra.

### **1. Pengembangan *Soft-Skill* dan *Hard-Skill***

Secara umum kehadiran manusia hidup di dunia ini sebagai makhluk pribadi, sosial dan berketuhanan. Oleh karenanya untuk keberhasilan hidup dituntut memiliki *hard skill* dan *soft skill* yang baik berupa kemampuan *intra personal skill* (pribadi), *interpersonal skill* (sosial) dan memiliki *integritas* sebagai pembingkai yaitu berupa nilai-nilai, meliputi nilai sosial dan agama, misalnya etika, norma-norma, dll.

### **2. Perizinan**

Salah satu langkah awal yang harus dilakukan mitra adalah mendaftarkan keberadaan usaha

tersebut dan mendapatkan izin dalam menjalankan bisnis perdagangan. Izin untuk menjalankan usaha perdagangan ini dinamakan Surat Izin Usaha Perdagangan yang biasa kita sebut dengan SIUP. SIUP merupakan dokumen yang diperlukan dan diwajibkan bagi seorang perseorangan maupun badan usaha yang akan didirikan usaha perdagangan. Meskipun mitra adalah pedagang regional dalam skala kecil sebaiknya memiliki SIUP.

SIUP dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kategori yaitu berdasarkan modal yang digunakan dalam pendirian usaha, SIUP besar untuk perusahaan dengan modal di atas 500 juta, SIUP menengah untuk perusahaan dengan modal berkisar antara 200 juta-500 juta, dan SIUP kecil yaitu untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih memiliki lebih kecil atau sama dengan 200 juta. Mengurus Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) seperti juga pengurusan surat lainnya, terlebih dahulu mempersiapkan dokumen-dokumen tertentu sebagai syarat administrasi. Persyaratan administrasi untuk pembuatan SIUP ini dibedakan berdasarkan jenis atau bentuk usaha yang mitra jalankan.

Pembagiannya dan persyaratannya sebagai berikut:

1) Ijin Perseroan Terbatas (PT).

- Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Direktur Utama/Penanggung Jawab Perusahaan atau pemegang sahamnya.
- Fotokopi Kartu Keluarga (KK) jika penanggung jawabnya seorang perempuan
- Fotokopi NPWP
- Surat Keterangan Domisili atau SITU
- Fotokopi Akta Pendirian PT yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM.
- Fotokopi Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum dari Menteri Hukum dan HAM
- Surat Izin Gangguan (HO)
- Izin Prinsip
- Neraca perusahaan
- Pasfoto Direktur Utama/Penanggung Jawab/pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 (2 lembar)
- Materai Rp6.000
- Izin teknis dari instansi terkait jika diminta

2) Ijin Koperasi

- Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Dewan Pengurus dan Dewan Pengawas Koperasi
- Fotokopi NPWP
- Fotokopi Akta Pendirian Koperasi yang telah disahkan instansi berwenang
- Daftar susunan Dewan Pengurus dan Dewan Pengawas
- Fotokopi SITU dari Pemerintah Daerah (Pemda)
- Neraca koperasi
- Materai senilai Rp6.000
- Pasfoto Direktur Utama/ Penanggung Jawab/pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 (2 lembar)
- Izin lain yang terkait (Misalnya jika usaha Anda menghasilkan limbah, Anda harus memiliki izin AMDAL dari Badan pengendalian Dampak Lingkungan Daerah) setempat.

3) Ijin Perusahaan Perseorangan

- Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemegang saham perusahaan
- Fotokopi NPWP
- Surat keterangan domisili atau SITU
- Neraca perusahaan



- Materai senilai Rp6.000
  - Foto Direktur Utama/ Penanggung Jawab/pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 cm (2 lembar).
  - Izin lain yang terkait usaha yang dijalankan.
- 4) Ijin Perusahaan Perseroan Terbuka (Tbk)
- Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Direktur Utama/ Penanggung Jawab/pemilik Perusahaan.
  - Fotokopi SIUP sebelum menjadi perseroan terbuka.
  - Fotokopi Akta Notaris Pendirian dan Perubahan perusahaan dan surat persetujuan status perseroan tertutup menjadi perseroan terbuka dari Departemen Hukum dan HAM.
  - Surat keterangan dari Badan Pengawas Pasar Modal bahwa perusahaan yang bersangkutan telah melakukan penawaran umum secara luas dan terbuka.
  - Fotokopi Surat Tanda Penerimaan Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan (STP-LKTP) tahun buku terakhir.
  - Foto Direktur Utama/ Penanggung Jawab/pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 cm (2 lembar).
- Jika tempat kegiatan usaha bukan milik sendiri, maka harus dilengkapi dengan Surat Izin Pemilik sebagai bukti ketidak keberatan penggunaan tanah/bangunan yang dimaksud. Surat Izin ini ditanda tangani di atas materai cukup sebagai bukti perjanjian sewa-menyewa antara pemilik tempat dan pelaku usaha.
- Setelah berkas persyaratan administrasi sudah mitra siapkan, mitra kemudian dapat mengikuti langkah-langkah prosedur pembuatan Surat Izin Usaha Perdagangan seperti berikut ini:
- 1) Mengambil formulir pendaftaran/ surat permohonan di Kantor Dinas Perdagangan Anda sebagai pemilik perusahaan bisa datang langsung ke Kantor Dinas Perdagangan atau Kantor Pelayanan Perizinan setempat. Jika Anda sibuk atau berhalangan, Anda bisa mengurusnya melalui orang yang sudah mitra beri kuasa.
  - 2) Formulir pendaftaran diisi dan ditandatangani, formulir pendaftaran atau surat permohonan sudah disediakan oleh Kantor Dinas Perdagangan. Silakan mitra isi dengan benar dan

lengkap, kemudian ditanda tangani di atas materai Rp 6.000 oleh Pemilik/Direktur Utama/Penanggung Jawab perusahaan. Formulir yang sudah diisi lengkap kemudian difotokopi sebanyak 2 (dua) rangkap dan digabung dengan berkas persyaratan administrasi yang sudah diuraikan di atas. Jika Anda menggunakan jasa orang lain untuk mengurus pembuatan SIUP mitra, maka wajib melampirkan surat kuasa bermaterai cukup yang ditanda tangani oleh pemilik/Direktur Utama/Penanggung Jawab perusahaan.

- 3) Membayar tarif pembuatan SIUP ini berbeda-beda untuk setiap kotamadya/kabupaten, dan diatur oleh Peraturan Daerah di masing-masing wilayah.
- 4) Pengambilan SIUP Waktu menunggu jadinya SIUP, biasanya sekitar dua minggu. Apabila SIUP Mitra sudah jadi, Mitra akan dihubungi oleh petugas dan mitra bisa datang ke kantor tempat mitra mengurus SIUP tersebut untuk mengambalnya.

### **3. Pembuatan Merek Hasil Produk UKM**

Nama dagang/usaha adalah nama perusahaan yang berlaku secara hukum. Sedangkan Merek Dagang adalah nama yang mengidentifikasi produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Ketika Mitra memilih nama untuk usaha, mitra juga harus memikirkan nama untuk merek produk dan domain jika mitra akan membuat situs.

Ayam Goreng mbok Berek, Jamu Nyonya Meneer, Gudeg Bu Citro, Salon Martha Tilaar adalah contoh contoh merek dagang yang menggunakan nama orang yang berada dibalik kesuksesan usaha tersebut. Umumnya merek dagang yang menggunakan nama orang adalah jenis usaha yang berhubungan dengan makanan, kecantikan, dan fesyen. Sedangkan aqua adalah merek dagang yang dipilih oleh almarhum Bapak Tirta Utomo untuk menjelaskan produk yang dia jual ke pasar yang dijual ke pasar di bawah bendera PT Aqua Golden Mississippi. Kini nama "aqua" sudah menjadi kata pengganti untuk air mineral itu sendiri. Sedangkan nama Indomie, Indocement, Indomobil, Indovision

adalah merek-merek yang berada di bawah payung konglomerasi yang dimiliki oleh Liem Sioe Liong. Kata 'indo' yang ditempelkan di setiap perusahaan atau produk/jasa yang ditawarkannya menunjukkan identitas kelompok usaha Salim Group sebagai jaminan kualitas.

Dalam dunia usaha yang makin penuh dengan persaingan sangatlah penting untuk memilih nama usaha atau merek dagang yang mampu memberikan dampak yang positif di kalangan konsumen, mudah diingat dan tampil beda dibandingkan produk/jasa pesaing lainnya. Pemilihan nama adalah sebuah keputusan yang sangat pribadi namun harus dipikirkan baik-baik karena mitra akan hidup dengan pilihan tersebut dalam waktu yang cukup lama kecuali jika mitra menutup usaha tersebut.

Nama dagang atau usaha adalah bagian dari strategi pemasaran dan penjualan mitra. Nama yang baik adalah

a. Memiliki kekuatan yang membedakan jenis usaha atau produk/jasa yang dihasilkannya dengan pesaing,

- b. Mampu berbicara langsung tentang jenis usaha atau produk/jasa yang ditawarkan,
- c. Mudah dibaca dan diingat, dan tidak terlalu panjang,
- d. Original, artinya belum pernah dipakai orang lain,

Jika mitra akan membuat situs untuk usaha atau produk/jasa maka mitra juga harus memastikan nama usaha atau merek mitra sama dengan nama domain mitra. Jika mitra memilih nama yang sama dengan nama yang sudah beredar di masyarakat, pastikanlah mitra tidak melanggar hak cipta. Pastikan juga nama pilihan mitra tidak menyesatkan konsumen yang dituju dan justru menguntungkan pesaing mitra.

Mitra dapat menghubungi notaris untuk mendaftarkan Nama Dagang/Usahanya.. Proses pendaftaran ini umumnya termasuk dalam proses pendaftaran perusahaan dan ijin usaha. Kepemilikan dan penggunaan merek harus terjamin secara hukum agar dikemudian hari tidak timbul sengketa di antara para pihak. Daftarkan merek dagang / jasa mitra untuk menghindari sengketa dikemudian hari pada konsultan Merek dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Merek dan Hak



Kekayaan Intelektual (HKI) yang dapat didaftarkan meliputi nama merek, deain industri, logo, konsep merek, barcode dan lain lain. Untuk membeli domain di Indonesia, banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendaftaran domain dan penyedia web hosting untuk website. Pilihlah perusahaan yang besar dan sudah berdiri cukup lama agar mitra bisa melihat rekam jejaknya.

#### **4. Teknik Pemasaran**

Strategi yang sering dilakukan oleh beberapa perusahaan termasuk mitra yang Tim Unpas analisis adalah dengan cara penyebaran pemasaran itu sendiri, yang dikenal dengan istilah *bauran pemasaran*. Bauran pemasaran sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang meliputi penentuan *master plan*, dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu yang mana segmen pasar tersebut telah dijadikan sasaran pasar untuk produk yang telah diluncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian. Mitra dapat melebarkan sayapnya dalam *memasarkan* hasil produksinya melalui

secara langsung kepada distributor/konsumen atau secara tidak langsung, misalnya melalui media internet dan media lainnya. Penyebaran hasil produk agar diketahui dan dikenal masyarakat luas yang biasa disebut dengan *bauran pemasaran*. *Bauran pemasaran* sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang meliputi penentuan *master plan*, dan mengetahui dalam menghasilkan pelayanan (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu, yang mana segmen pasar tersebut telah dijadikan sasaran pasar untuk produk yang telah diluncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian.

Di bawah ini kita bahas 5 (lima) strategi pemasaran terbaik yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk bisnis mitra yaitu:

1. Menggunakan *Social Media*.
2. Menawarkan Produk Secara Gratis.
3. Memilih Tempat Strategis.
4. Memberi Insentif untuk Rekomendasi.
5. Menjalin Hubungan Baik dengan Pelanggan.

Sebelum memulai pembahasan mengenai strategi pemasaran produk,



pertama-tama mari kita bahas mengenai apa itu sebenarnya pemasaran produk secara online atau yang juga dikenal dengan online marketing. Menurut TN. Media, online marketing adalah “...*any tool, strategy or method of getting the company name out to the public. The advertisements can take many different forms and some strategies focus on subtle messages rather than clear-cut advertisements.*” Definisi sederhananya, *on-line marketing* adalah sebuah usaha untuk mengenalkan bisnis kepada masyarakat dengan menggunakan internet (AD. Aaker, 2015:38).



Mitra telah melakukan *strategi affiliate marketing* apabila mitra bekerja sama dengan pebisnis lain untuk memasarkan produknya dengan membagi keuntungan yang didapat. Salah satu contohnya adalah bekerja sama dengan *blogger*. Sebelumnya Anda bisa membuat sebuah URL unik yang akan disisipkan di dalam artikel

karya blogger mengenai produk Anda. Setelah itu, URL tersebut apabila diklik, konsumen akan dialihkan pada website Anda. Jika konsumen melakukan pembelian atau paling tidak terjadi sebuah konversi, blogger tersebut akan mendapatkan keuntungan melalui *software affiliate tracking*. Dapat dikatakan jika strategi pemasaran produk ini cukup menjadi primadona, terlebih ketika produk yang dipasarkan adalah produk seputar dunia traveling atau kuliner.

Bagaimanapun strategi pemasaran produk yang mitra terapkan pada bisnisnya, tetaplah penting untuk terus mengembangkan jaringan bisnis seluas-luasnya. Kembangkan jaringan bisnis itu dan terhubung dengan pakar bisnis di Asia dengan aplikasi *DBS Business Class*, gerbang mitra untuk terhubung dengan komunitas bisnis tepat dalam genggamannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2013). *Manajemen pemasaran strategis (strategic market management)*, E8. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.



- Gustami. SP. (2000). *Seni Kria Tradisional Indonesia: Dilema Pembinaan dan Pengembangan*, Artikel Jogjakarta: Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni, PB.ISI. No. 1/03/Okttober.
- Latief, A. & Iswari, D. (2005). *Membuat sandal dan sepatu santai untuk wirausaha*. Jakarta: Puspa Swara.
- Prapnomo, dkk. (1999). *Mengamati industri kulit dan sepatu*. Bandung: PT Angkasa.
- Reynolds, H. (2010). *Mode dalam sejarah: sepatu*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Ristekdikti. (2017). *Panduan pelaksanaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi edisi I*. Jakarta: Risteksikti.
- Sanjaya, W. (2006). *Strategi pembelajaran: berorientasi standar proses pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Yanagi, S. 1972. *The Unknow Craftman, Javanese Insight into Beauty USA*: Kodansa Internasional.