



Literasi Manajemen UMKM Aniza Collection dalam Bidang Tas dan Aksesoris Guna Meningkatkan Peforma Penjualan

Management Literacy of UMKM Aniza Collection in the Field of Bags & Accessories to Improve Sales Performance

Moh. Badrut Tamam^{1*}, Ahmad Kevin Alfirdaus², Agung Winarno³

¹²³ Magister Manajemen, Universitas Negeri Malang

Email : moh.badrut.2204138@students.um.ac.id, ahmad.kevin.2004138.@students.um.ac.id

Korespondensi Penulis : agung.winarno.fe@um.ac.id

Article History:

Received: 23 September 2023

Revised: 26 Oktober 2023

Accepted: 20 November 2023

Keywords: *UMKM Malang ; SWOT analysis; SWOT matrix*

Abstract: *MSME Aniza Collection strives to become a producer of handicrafts that have more value in the eyes of consumers. Considering the economic instability caused by the Covid-19 pandemic, this has had a huge impact on the Aniza Collection. So that MSME players need to carry out strategic analysis to keep production running. Through Community Service with the aim of empowering MSME strategies. The analysis was carried out using a SWOT analysis approach, with the service location at Aniza Collection, Klojen, Malang city. The result of this service was the obtaining of a SWOT analysis which was implemented in the MSME Aniza Collection. So through the SWOT Matrix obtained based on the results of S-O (Strength Opportunities), W-O (Weaknesses-Opportunities), S-T (Strength-Threat) and W-T (Weaknesses-Threat). So, through the SWOT Matrix, the aim is to match opportunities and threats as external factors faced by the company with internal strengths and weaknesses to produce an effective strategy.*

Abstrak

UMKM Aniza Collection berupaya menjadi produsen kerajinan tangan yang memiliki nilai lebih di mata konsumen. Mengingat ketidakstabilan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi covid-19 sehingga sangat berdampak pada Aniza Collection. Sehingga membuat para pelaku UMKM perlu melakukan analisis strategi untuk menjaga produksi yang tetap berjalan. Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan tujuan untuk pemberdayaan strategi UMKM. Analisis yang dilakukan dengan pendekatan analisis SWOT, dengan lokasi pengabdian di Aniza Collection, klojen kota malang. Hasil dari pengabdian ini adalah diperolehnya analisis SWOT yang diimplementasikan dalam UMKM Aniza Collection. Maka melalui Matriks SWOT yang diperoleh berdasarkan hasil S-O (Strength Opportunities), W-O (Weaknesses-Opportunities), S-T (Strength-Threat) dan W-T (Weaknesses-Threat). Sehingga melalui Matriks SWOT bertujuan untuk mencocokkan peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan sebagai internalnya untuk menghasilkan strategi yang efektif.

Kata Kunci: *UMKM Malang ; SWOT analysis; SWOT matrix.*

PENDAHULUAN

Literasi menunjukkan kemelekan atau istilah umum yang merujuk kepada seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari (Widogdo : 2023)

Literasi manajemen merujuk pada pemahaman dan keterampilan seseorang dalam hal manajemen, yang melibatkan pemahaman konsep-konsep manajemen, keterampilan mengelola sumber daya, dan kemampuan untuk mengambil keputusan yang efektif. Dalam beberapa periode waktu, produsen perlu mengambil langkah yang ampuh untuk memahami pasar yang lebih luas. Hal itu merujuk kepada pengetahuan Literasi Manajemen hari ini yang di mana bisnis UMKM memiliki cukup banyak persaingan dalam sektor produk maupun jasa. Oleh karena itu, setelah Pandemi-19 dirasa penting untuk menerapkan Digital Marketing dan juga Literasi Finance dalam UMKM.

Aniza Collection merupakan bisnis sosial dan seni yang bergerak pada Tas, Aksesoris keluarga, hingga berupaya memberdayakan Driver Ojek Online Perempuan untuk workshop di bidang prakarya. Berdiri sejak 1996, produk-produk yang dihasilkan dalam UMKM ini memiliki diferensiasi pada setiap proses pengendalian kualitas bahan mentah. Dengan berangkat dari minat dan pandangan seni, Aniza Collection mengubah bahan-bahan baku mahal menjadi sesuatu yang bernilai tinggi. Karena kualitas yang baik tersebut, tidak jarang membuat kenaikan dalam minat konsumen. Aniza Collection membuat produk fashion accessories dengan nilai tambah berupa seni lukis dan juga rajut dalam setiap produknya. Kemampuan yang terampil pula, Bu Anies Purnamasari (selaku pemilik) menjadikan produk-produk yang diciptakan Aniza Colection memiliki banyak kompartemen yang memudahkan dalam menyimpan barang-barang. Ada saku untuk ponsel, dompet, kunci, dan bahkan laptop kecil. Produk yang fungsional tersebut dapat mempercantik dan melengkapi ruangan lewat produk-produk seperti Vas Bunga, Tempat Tisu, Sarung Lampu, dan Produk-produk lainnya.

Membahas UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) pasca adanya Pandemi yang melanda dunia sejak 2020 menimbulkan dampak yang luar biasa bagi perekonomian di Indonesia. Sejak 2021 lalu, pertumbuhan ekonomi menengah dan usaha mikro kecil mengalami kenaikan sebesar 2,07 persen dibandingkan pada tahun 2019. UMKM menurut Kementerian Koperasi sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021 UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif

milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah. UMKM memiliki tiga kategori yaitu (1) Usaha Mikro dengan modal usaha Rp. 1.000.000.000, 00. dan Hasil Penjualan Tahunan mencapai Rp. 2.000.000.0000, 00. Lalu (2) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp. 1.000.000.000 sampai Rp. 5.000.000.000,00 dengan Hasil Penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.000.000.000 sampai dengan Rp. 15.000.000.000,00. Sedangkan (3) Usaha Menengah dengan Modal usaha lebih dari Rp. 5.000.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.0000, 00 dengan Hasil Penjualan Tahunan lebih dari Rp. 15.000.000.0000, 00. (djkn.kemenkeu).

Membangun aktivasi UMKM berbasis seni dan juga sosial memerlukan pemanfaatan yang meliputi sumber daya manajemen yang kuat dan mampu dicapai oleh UMKM. Pemanfaatan potensi tersebut bisa dilakukan dalam dua hal; yaitu produk yang yang bermanfaat bagi masyarakat yang dapat menjadi jembatan pertumbuhan ekonomi daerah dan kedua pemberdayaan masyarakat di bidang sosial. Hal tersebut memerlukan perencanaan yang matang, pengorganisasian yang baik, perumusan strategi yang tepat sasaran, dan juga pengambilan keputusan yang penting guna menciptakan pemahaman literasi Manajemen yang kuat. Dalam memahami lokalitas daerah, kelompok kami merekomendasikan dengan memperkenalkan budaya-budaya lokal Malang dan juga Sejarahnya. Dalam penciptaan Brand baru, Aniza Collection dapat menjadi pilar untuk mengharumkan nama Kota Malang. Mulai dari kebudayaan Topeng Malang hingga produk-produk yang cocok dijual dalam sektor pariwisata Kota Malang.

Namun realitanya, perlu keseimbangan untuk dikenali oleh khalayak umum terlebih dahulu untuk menciptakan pangsa pasar atau konsumen baru yang hari ini makin beragam tantangannya. Menurut tren konsumen pada 2023 pada laman website voyado.com, Generasi Z disebut-sebut sebagai kelompok konsumen paling kritis hingga saat ini, dan memiliki pandangan berbeda dalam berbelanja dan mengonsumsi dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka merupakan generasi terbaru yang memasuki dunia kerja dan memiliki daya beli yang kuat. Dengan meningkatnya permintaan akan barang-barang berkualitas tinggi dan pemantauan pengeluaran mereka lebih cermat, merek harus mendapatkan tempat di dompet Generasi Z. Oleh karena itu, dalam pembinaan yang dilakukan oleh kelompok kami berusaha untuk memecahkan problem di mana kami menawarkan mengambil langkah baru dengan mengubah marketplace menjadi Digital Marketing.

Aniza Collection memiliki potensi besar dalam meningkatkan penjualan setelah mengalami penurunan penjualan saat Pandemi-19. Selain memenangkan berbagai prestasi nasional seperti pada meraih penghargaan Desain Product (DDS). Pada 2017 pula, Aniza Collection terpilih Kementerian perdagangan Jawa Timur. Penerapan SWOT pada suatu Pengelolaan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan agar pengelolaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai rujukan dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang. Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah di mana setiap produk yang beredar di pasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product). Konsep daur hidup produk dirujuk berdasarkan keadaan realitas yang terjadi di pasar, bahwa konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam memakai suatu produk.

METODE

Metodologi pada program ini menggunakan analisis SWOT pada tahapan analisis datanya. Dimana pada analisis ini mengidentifikasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang merupakan faktor lingkungan internal serta faktor lingkungan eksternal yaitu kesempatan (opportunity) dan ancaman (threat) yang dimiliki Aniza Collection. Dalam ruang lingkup manajemen, analisis SWOT adalah salah satu teknik untuk menghadapi permasalahan dalam dunia bisnis. Dalam prosesnya, analisis SWOT dibagi menjadi dua tahap yaitu lingkungan eksternal yang meliputi ancaman dan peluang apa saja yang dihadapi pelaku UMKM, dan lingkungan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan pelaku UMKM. Menurut Sianturi (2020) mengetahui unsur-unsur lingkungan eksternal dan internal dapat dijadikan sebagai tolak ukur UMKM dalam menyusun strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Juliana dan Jamiat (2021), analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strenght) Kekuatan adalah sumber daya atau kemampuan yang dikuasai oleh suatu perusahaan yang dapat menyebabkan perusahaan relatif lebih unggul dari para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Kekuatan berasal dari sumber daya dan kompetensi perusahaan yang tersedia.

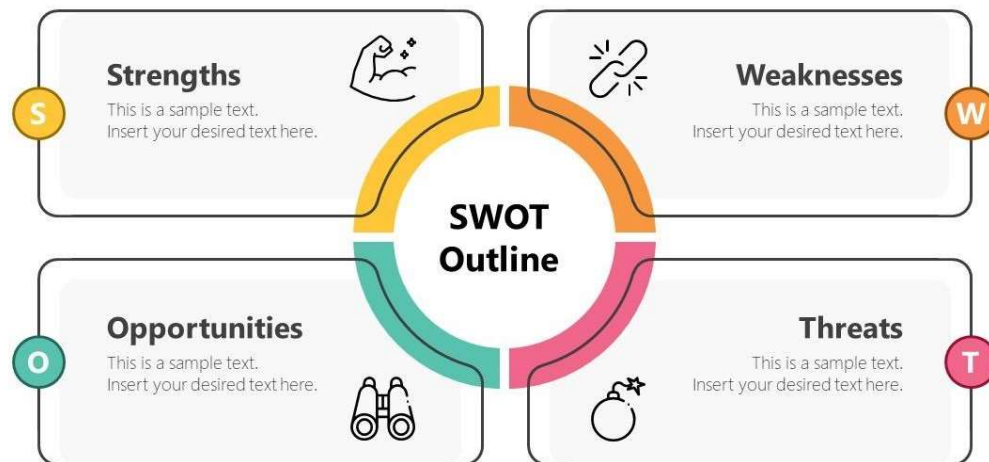
2. Kelemahan (Weakness) Kelemahan adalah keterbatasan/kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/kemampuan perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya, yang merupakan hambatan untuk secara efektif melayani kebutuhan konsumen.
3. Peluang (Opportunity) Dalam lingkungan bisnis, peluang adalah posisi menguntungkan yang signifikan. Tren utama dapat menjadi sumber peluang bagi perusahaan, seperti halnya identifikasi ceruk pasar yang sebelumnya diabaikan, perubahan dalam situasi persaingan/peraturan, perubahan teknis, dan peningkatan hubungan antara pembeli/pemasok.
4. Ancaman (Threat) Ancaman di lingkungan perusahaan adalah skenario yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman adalah hambatan paling signifikan bagi perusahaan untuk mencapai status yang diinginkan. Saat pesaing baru memasuki pasar, perkembangan pasar yang lambat, kekuatan negosiasi yang lebih besar dari pembeli/pemasok besar, kemajuan teknologi, dan peraturan yang diubah atau diperbarui semuanya dapat menciptakan rintangan bagi kesuksesan perusahaan.

Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi metode dari perspektif yang berbeda untuk mengembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dalam Pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan selalu terkait dengan proses pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, perencanaan strategis harus mengevaluasi elemen strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dengan mempertimbangkan lingkungan yang berlaku. Ini dapat dikenal sebagai analisis situasi. Dengan adanya ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kekurangannya (Juliana, 2021).

1. Strategi SO Strategi ini dibangun berdasarkan filosofi perusahaan yang bertujuan untuk menggunakan seluruh kekuatan untuk meraih dan memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya.
2. Strategi ST Strategi ini digunakan untuk mengatasi bahaya dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan.

3. Strategi WO Strategi ini dibangun dengan memaksimalkan kemungkinan saat ini dibarengi dengan mengurangi kerugian yang ada.
4. Strategi WT Strategi ini berpusat pada operasi defensif dan upaya untuk mengurangi dan menghindari kelemahan saat ini.



Gambar 1. Contoh Diagram

(mengukur aspek positif seperti bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki)

SWOT secara garis besar adalah teknik identifikasi berbagai faktor dan unsur penentu pembangunan suatu institusi atau daerah secara sistematis. Berdasarkan pengertian analisis swot ini maka analisis swot didasarkan pada kondisi umum institusi bersangkutan baik internal maupun eksternal guna mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan oleh para pemangku kepentingan. Metode analisa SWOT dapat memudahkan dalam menentukan langkah yang selanjutnya akan dilakukan baik untuk memulai, maupun untuk mengembangkan potensi umkm baik dari internal maupun eksternal. Melalui analisa SWOT dapat mengatasi kelemahan yang ada, menemukan peluang untuk dimanfaatkan menjadi keuntungan sehingga dapat diterapkan sebagai strategi dalam pemasaran nanti (Wijayanti, 2019)

Faktor Internal	
Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang murah dan tidak terlalu mahal • Bahan baku yang berkualitas • Produk berseni tinggi • Merk yang telah memiliki perizinan • Harga yang murah dan tidak terlalu mahal • kredibilitas toko tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media tidak aktif • konten lama tidak menarik • Proses produksi yang masih manual • Karyawan yang sedikit • Proses penjualan hanya dilakukan secara offline/pengadaan • flow keuangan masih bercampur dengan pribadi • rekening bercampur dengan pribadi • tidak terdapat sistem/laporan keuangan • tidak adanya katalog produk • owner membutuhkan resources untuk digitalisasi
Faktor Eksternal	
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan teknologi informasi teruntuk berwirausaha secara online dengan berbagai produk dan secara khusus • Perkembangan penggunaan Internet • UMKM yang dinaungi Dinas Koperasi dan UKM • Adanya pemberdayaan UMKM dari pemerintah • Masyarakat yang semakin konsumtif • Digitalisasi sistem keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya produk tiruan yang berbahan lebih murah, lebih awet, dan produksi lebih cepat • Bahan baku yang langka • Banyaknya produk substitusi • Kondisi ekonomi yang sulit (pasca pandemi) • pesaing mengoptimalkan digitalisasi

Analisis ini bertujuan untuk mencocokkan peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan internalnya untuk menghasilkan alternatif strategi

	Strength	Weakness
Opportunities	S-O	W-O
	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti pameran dan bazar yang di adakan dinas terkait • Penetrasi pasar dengan optimalisasi e-commerce • Mengikuti pameran dan bazar yang di adakan dinas terkait 	<ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan pemasaran digital dengan mengoptimalkan akun sosial media • Melakukan branding dengan menggunakan jasa influencer di sosial media • pembuatan katalog product • pembuatan rekening dan sistem keuangan
Threats	S-T	W-T
	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pengembangan usaha dengan menambah varian produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang sistem kerja yang baik untuk meningkatkan produktivitas pekerja

DISKUSI

Dari diskusi, perencanaan hingga pelaksanaan, hasilnya dapat diterima dengan baik oleh umkm sasaran. Hasil dari implementasi literasi manajemen ini dapat menjadikan aniza collection untuk mengoptimalkan operasional dan produktivitas. Dengan penambahan wawasan literasi manajemen ini dapat ditindaklanjuti dengan implementasi secara konsisten dan masif. Hal ini dapat terlaksana dengan melakukan pendampingan secara rutin dan berkala. Adapun pengembangan kegiatan ini antara lain: Implementasi secara detail pada sektor manajemen yang lebih kompleks, disertai dengan pendampingan mulai perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Sehingga melalui Matriks SWOT bertujuan untuk mencocokkan peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan sebagai internalnya untuk menghasilkan strategi alternatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada umkm di kota malang khususnya di Aniza collection kecamatan Klojen berjalan dengan baik dan lancar. Matriks SWOT bertujuan untuk mencocokkan

peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan sebagai internalnya untuk menghasilkan strategi alternative, namun perlu diketahui bahwa mengubah segemntasi pasar menggunakan SWOT itu memiliki kerja keras yang harus di barengi dengan konsistensi.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami berterima kasih atas pengalaman yang luar biasa dalam dalam pengabdian bersama Aniza Collection dan menulis makalah ini.

DAFTAR REFERENSI

Aslam, M, N, W (2023) Literasi Manajemen SDM Untuk Keberlangsungan Bank Sampah di Kelurahan Joglo, Jakarta Barat. Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.

djkn.kemenkeu.go.id (2021) UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit Diakses pada 16 November 2023 dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>

Julianda, A., & Jamiat, N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (umkm) Dengan Analisis Swot (studi Kasus Pada Sukahati Cafe Di Cibinong, Kabupaten Bogor). *eProceedings of Management*, 8(6).

Palomino, L. (2021). Waste Management Benchmarking in Industrial International Companies.

Wijayanti, H. (2019). Panduan Analisis SWOT: Untuk Kesuksesan Bisnis. Yogyakarta: Quadrant. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Cakrawala>