

***INTENSIVE LABOR OF SKIN SHOE WORKERS AS  
SOCIOPRENEUR EMPOWERMENT  
IN POGOT SURABAYA***

**Risca Ayu Rachmania<sup>1</sup>, Nurleila Jum'ati<sup>2</sup>, Ayu Asmaul Masruroh<sup>3</sup>, Mutiara Sabrinda<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Wijaya Putra

e-Mail: riscaayu32@gmail.com<sup>1</sup>, nurleila@uwp.ac.id<sup>2</sup>, ayuasmaul99999@gmail.com<sup>3</sup>, sabrie333@gmail.com<sup>4</sup>

***Abstract***

*Leather shoe is the main attraction for consumers to protect and support the fashion. Relating to its fact, Resi 86 Safety Shoes is a business that carries intensive labor system which profit based sociopreneur of local communities in Pogot Surabaya. The issues of leather shoe craftsmen community in Pogot Surabaya are business no innovation ability, difficulty in finding qualify leather raw materials, passively and conventionally marketing. With such of issues, a lot of shoe craftsmen in Pogot Surabaya move to another job as the main job while the leather shoes craftsmen as side job. Resi 86 Safety Shoes educate people in Pogot area by choosing or selecting raw materials and leather quality type according to SNI standard, designing a custom pattern and provide e-commerce in order to expand the product marketing. The result of labor-intensive application as sociopreneurship are: 1) creating a new product innovation and developing the resource potential for partner because the custom system offere so that products are more innovative and creative, 2) providing high quality raw materials as the production capital 3) The products can be known by the public. Thus, as the economic turnaround, it is capable to move the economic potential that can be enjoyed by the various parties involved.*

***Keywords:*** Shoe leather, sociopreneur, handmade, E-marketing

## **PADAT KARYA PENGRAJIN SEPATU KULIT SEBAGAI *SOCIOPRENEUR EMPOWERMENT* DI DAERAH POGOT SURABAYA \***

**Risca Ayu Rachmania<sup>1</sup>, Nurleila Jum'ati<sup>2</sup>, Ayu Asmaul Masruroh<sup>3</sup>, Mutiara Sabrinda<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Wijaya Putra

e-Mail: riscaayu32@gmail.com<sup>1</sup>, nurleila@uwp.ac.id<sup>2</sup>, ayuasmaul99999@gmail.com<sup>3</sup>, sabrie333@gmail.com<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Sepatu kulit menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melindungi kaki dan menunjang *fashion*. Dengan hal tersebut Resi 86 *Safety Shoes* adalah wadah usaha yang mengusung sistem padat karya yang bertujuan profit yang berbasis *sociopreneur* dengan komunitas masyarakat daerah Pogot Surabaya. Permasalahan komunitas pengrajin sepatu kulit di daerah Pogot Surabaya: belum mempunyai kemampuan inovasi usaha, kesulitan dalam mencari bahan baku kulit yang berkualitas, pemasaran yang dilakukan secara pasif dan konvensional. Dengan permasalahan tersebut diatas maka pengrajin sepatu di daerah Pogot, Surabaya beralih ke pekerjaan yang lain sebagai pekerjaan utama sedangkan untuk sepatu kulit menjadi sambilan. Resi 86 *Safety Shoes* melakukan metode pendampingan dengan cara mengedukasi masyarakat daerah Pogot mulai dari pemilihan bahan dan jenis kulit yang berkualitas sesuai standart SNI, merancang pola *custom customer* serta menyediakan *e-commerce* guna memperluas pemasaran produk. Hasil penerapan padat karya sebagai *sociopreneurship* adalah: 1) menimbulkan inovasi produk baru dan pengembangan potensi sumber daya bagi mitra karena sistem *custom* yang ditawarkan sehingga produk lebih inovatif dan kreatif, 2) menyediakan bahan baku yang berkualitas sebagai modal untuk berproduksi 3) produk dikenal oleh masyarakat luas. Dengan demikian, sebagai wadah perputaran ekonomi mampu menggerakkan potensi ekonomis yang dapat dinikmati berbagai pihak yang terlibat didalamnya.

**Kata kunci:** Sepatu kulit, *sociopreneur*, *handmade*, *E-marketing*

### **PENDAHULUAN**

UKM Pengrajin sepatu kulit Viando merupakan mitra dari Resi 86 *Safety Shoes* yang berdiri sejak 2009 yang beralamatkan Kalilom Lor Baru IV No.18 Pogot, Kelurahan Tanah Kali Kedinding Kecamatan Kenjeran, Surabaya. Usaha yang didirikan Pak Sutrisno ini dalam sebulan dapat memproduksi sepatu hingga 300 pasang dengan omset mencapai 60 juta per bulan. Penjualan produk ini akhirnya sampai hingga ke luar kota Surabaya. Penjualan sepatu kulit ini dilakukan dengan secara konvensional dengan sistem *mouth to mouth*. Pada satu tahun terakhir ini, omzet hasil penjualan sepatu kulit ini cenderung stagnan, bahkan menurun. Hal itu terjadi karena semakin banyak muncul usaha serupa dari daerah Tanggulangin, Sidoarjo yang sudah terkenal sebagai sentra pengrajin kulit. Menurut hasil wawancara dengan pemilik, masalah yang muncul terkait dengan aspek produksi dan aspek pemasaran produk. Masalah yang sering dihadapi oleh pengrajin sepatu mitra adalah kurangnya kemampuan inovasi produk. Pemicu yang menimbulkan masalah inovasi dikarekan kurang membuka diri terhadap model sesuai *trend* yang ada dan tidak mengevaluasi kekurangan produk.

---

\* Nominasi Naskah Terbaik pada Konferensi Nasional PkM-CSR, Surabaya, 23-25 Oktober 2019

Inovasi dapat dilakukan dengan menciptakan produk atau variasi baru atau memanfaatkan teknologi yang ada (Li, Huang & Tsai, 2008). Dalam inovasi membutuhkan penelitian, pengembangan dan perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada kedalam produk atau proses produksi (UU No. 18 tahun 2002). Dalam inovasi memiliki empat ciri yaitu: 1) Memiliki kekhasan khusus yang artinya suatu inovasi memiliki ciri khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan; 2) Memiliki ciri atau unsur kebaharuan, yang artinya inovasi harus memiliki karakteristik sebagai karya dan pemikiran yang orisinal dan baru; 3) Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana dan melalui proses yang dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu; 4) rogram inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Edukasi tentang pentingnya inovasi diberikan kepada UKM untuk meningkatkan inovasi produk baik dalam rangka model dan bentuk produk maupun kemasan produk dari UKM mitra sehingga dapat bersaing dengan produk yang beredar dipasaran.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra tidak hanya dari inovasi produk saja namun masih minimnya jumlah pemasok bahan baku juga turut andil dalam menghambat proses produksi. Ketika produk yang ditawarkan laku keras, maka akan berdampak pada kekurangan pasokan bahan baku, dengan kurangnya pemasok bahan baku yang berkualitas maka akan menurunkan kualitas produk sehingga produk tidak laku dipasaran. Ditinjau dari permasalahan tersebut maka diperlukan adanya manajemen persediaan bahan baku produksi yang baik dari mitra. Pengendalian persediaan bahan baku penting dilakukan, mengingat bahan baku merupakan unsur paling utama dalam kelancaran sistem produksi. Perencanaan persediaan meliputi keputusan terhadap suatu item yang harus dipesan, dengan memperhitungkan pula sarana dan prasarana, serta biaya yang diperlukan selama periode pemesanan persediaan dilakukan. Pengendalian persediaan bahan baku akan memberikan dampak positif untuk mendukung kelancaran proses produksi dalam peningkatan keuntungan mitra. Manajemen persediaan menurut Hasibuan (2008, 7) "Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu". Manajemen persediaan merupakan bagian dari manajemen keuangan yang dalam kegiatannya bertugas untuk mengawasi aktiva perusahaan.

Untuk penetapan harga jual produk berdasarkan pemakaian bahan dan tingkat kerumitan proses produksi produk. Saat ini mitra memiliki 2 outlet yang terletak di daerah THR dan Pragan untuk menjual dan mengenalkan produknya dimasyarakat luas di kota Surabaya. Namun pemasaran yang masih terbatas di lingkup kecil dengan orang-orang yang sama menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha tersebut. Dengan biaya produksi tinggi namun daya tawar produk rendah, promosi belum optimal, lemahnya pengetahuan tentang IT, belum mampu membangun jejaring pemasaran dengan baik.

Ditinjau dari aspek tersebut, permasalahan yang dihadapi komunitas pengrajin sepatu di daerah Pogot-Surabaya yaitu: 1) Kendala SDM, manajemen usaha serta manajemen pemasaran. Kendala SDM terjadi karena kurangnya kemampuan inovasi produk. Pemicu yang menimbulkan masalah tersebut yaitu kurang membuka diri terhadap model sesuai *trend* yang ada dan tidak mengevaluasi kekurangan produk; 2) Manajemen usaha. Terjadi karena kesulitan pencarian bahan baku. Pemicunya, kurangnya *channel* penjual bahan baku dan harga bahan pokok yang mahal; 3) Sistem pemasaran yang masih pasif dan konvensional.

## METODE

Seperti telah dijabarkan sebelumnya identifikasi permasalahan dan penentuan skala prioritas masalah yang akan diselesaikan tidak menurut penilaian subyektifitas tim penyusun, namun ditentukan oleh dasar kesepakatan bersama. Hal ini dimaksudkan agar pemilihan solusi yang akan ditawarkan ke mitra benar-benar efektif dan sesuai kebutuhan mitra. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan. Pada metode ini tim Resi 86 terjun langsung di lapangan melakukan pendampingan kepada UKM. Dalam metode ini tim dalam menyelesaikan masalah selalu melakukan diskusi dengan UKM mitra. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah: 1) Tahap Persiapan, yang dilakukan tim Resi 86 adalah mulai dari *survey* tempat lokasi UKM mitra di Kalilom Lor Baru IV No.18 Pogot, Kelurahan Tanah Kali Kedinding Kecamatan Kenjeran, Surabaya pada tanggal 26 Agustus 2018. Tahap persiapan dilakukan kersama UKM untuk menyediakan peralatan dan tempat yang akan digunakan untuk edukasi dan pendampingan. 2) Edukasi dan Pendampingan. Edukasi ini diberikan selama 2 sesi dan masing-masing sesi berdurasi 120 menit. Edukasi yang dilakukan oleh tim Resi 86 dimulai dari : a) sosialisasi atau penyuluhan tentang pentingnya perilaku inovasi produk. perilaku inovatif adalah semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal 'baru', yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi (Wess & Farr dalam De Jong & Kemp, 2003). Edukasi ini dilakukan untuk memberikan referensi variasi produk, dan Mengarahkan untuk menggunakan sistem *custom customer* sehingga produk yang ditawarkanpun lebih inovatif dan kreatif. Selain edukasi mengenai diversifikasi dan variasi produk, juga diberikan edukasi perlunya pemakaian bahan dan jenis kulit yang berkualitas standart SNI sehingga produk dapat bersaing dengan produk serupa dipasaran. b) Edukasi tentang memperluas dan menambah pemasaran produk dilakukan dengan penjualan tidak langsung yaitu dengan pemasaran secara *online* baik dengan menggunakan *e-commerce* atau memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *Instagram*. Pemasaran merupakan sebuah usaha terpadu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan atau laba pada perusahaan (Westwood, 2011). Segmentasi pasar (*segmentating*) adalah proses membagi pasar dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli (Pride dan Ferrel, 2012). Pemasaran produk seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, maka memasarkan produk melalui media internet diharapkan dapat menjangkau konsumen secara lebih luar. Internet merupakan media pemasaran produk yang murah dan efektif untuk menjual produk (Dewi dan Hanifah, 2015).

Dengan menggunakan media *online* pemasaran produk tidak hanya dilakukan secara konvensional atau penjualan secara langsung. Edukasi ini juga mengenalkan masalah-masalah pemasaran yang sering dialami pada bidang serupa. Dan pada akhir sesi diberikan materi mengenai langkah-langkah penggunaan *e-commerce* dan cara untuk mengantisipasi dan mengatasi masalah dan resiko yang dapat terjadi dalam menjalankan usaha tersebut. 3) Evaluasi dan Pelaporan. Pada tahap ini dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan edukasi dan pendampingan usaha dengan menyebarkan kuisioner kepada peserta. Pertanyaan bersifat positif, tertutup dan jawaban menggunakan skala ordinal. Untuk kuisioner membahas tentang kepuasan pelanggan terhadap produk yang dijual oleh mitra dengan hasil kuisioner kemudian dilakukan tabulasi untuk mengukur tanggapan peserta terhadap pelaksanaan program tersebut. Jawaban atas pertanyaan menggunakan Skala Likert (metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skor jawaban merupakan nilai jawaban yang akan diberikan oleh responden, seperti dijelaskan oleh Sugiyono (2009) bahwa hal pertama yang harus kita lakukan adalah menentukan skor dari tiap jawaban yang akan diberikan.

Adapun penyusunan skala *likert* dalam penelitian ini sebagai berikut.

SS	: Sangat Setuju	Skor 5
ST	: Setuju	Skor 4
N	: Netral	Skor 3
TS	: Tidak setuju	Skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Pada tahap ini dihitung jumlah maksimal dan minimal total skor jawaban responden kemudian ditentukan angka median, kuartil I dan kuartil III. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011), jika: 1) Jumlah total skor lebih besar atau sama dengan kuartil III, disimpulkan peserta memberi penilaian sangat positif; 2) Jumlah total skor lebih besar atau sama dengan angka median, disimpulkan peserta memberi penilaian positif; 3) Jumlah total skor lebih kecil dibanding angka median, disimpulkan peserta memberi penilaian negative; 4) Jumlah total skor lebih kecil dibanding kuartil I, disimpulkan peserta memberi penilaian sangat negatif. Untuk tahap pelaporan setiap kegiatan yang dilakukan mulai dari persiapan, pelaksanaan dan evaluasi dilaporkan dalam tulisan dan terdokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

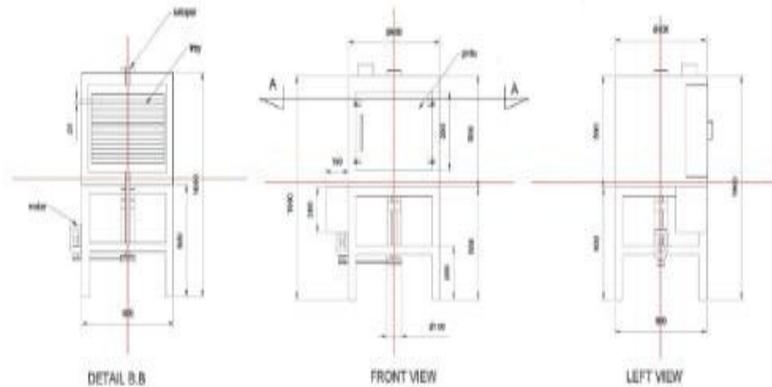
### Tahap 1. Persiapan

Tahap persiapan dilakukan oleh tim Resi 86 mulai dari *survey* tempat ke lokasi UKM mitra di Kalilom Lor Baru IV No.18 Pogot, Kelurahan Tanah Kali Kedinding Kecamatan Kenjeran, Surabaya pada Sabtu, 15 Juli 2018. Tahap persiapan dilakukan bersama UKM mitra untuk penyelesaian masalah yang terjadi meliputi aspek produksi, aspek pemasaran dan penjualan, dan manajemen *customer* untuk dipaparkan ke mitra yang terdiri 1 orang *owner* dan 6 orang pekerja.

### Tahap 2. Edukasi dan pendampingan

Edukasi yang dilakukan kepada mitra dengan cara pemberian ceramah dan motivasi tentang pentingnya inovasi produk sehingga produk dapat *survive* dipasaran dan bersaing dengan produk lain dan edukasi pemasaran produk. Acara ini dilaksanakan pada tanggal 23 September 2018, pukul 10.00-14.00 WIB, Kalilom Lor Baru IV No.18 Pogot, Kelurahan Tanah Kali Kedinding Kecamatan Kenjeran, Surabaya. Acara ini dihadiri oleh pemilik usaha dan 4 orang pegawai karena 2 orang pegawai berhalangan hadir. Untuk agenda edukasi yaitu: 1) pemberian edukasi tentang pentingnya inovasi produk, pemberian contoh macam-macam produk kompetitor sepatu kulit dan pentingnya pembuatan katalog produk guna menunjang mempromosikan produk ke pelanggan. Perubahan selera konsumen yang cepat memaksa produsen untuk terus berinovasi melihat kebutuhan pasar, oleh karena itu mitra dapat terbuka menerima pesanan secara *custom* sesuai kebutuhan dan keinginan *customer* yang tetap mengusung unsur *safety* mulai dari jenis kulit seperti jenis *full grain (finish leather)*, *brush off* (yang mengkilap), *pull-up*, *suede* dan *nubuck* beserta warnanya yang tersedia, pemilihan sol sepatu dengan jenis *polyurethane* dan *rubber*, ukuran tinggi sepatu dibawah mata kaki sampai diatas mata kaki hingga aksesoris berupa tali, resleting dan lain-lain selain itu produsen menerima konsultasi *design* dari *customer* dan bersedia membuat design yang cocok di kaki *customer*, sehingga selain bisa menambah varian produk juga mengikuti perkembangan pasar. Namun hingga saat ini mitra lebih banyak memproduksi jenis sepatu PDL dan safety shoes karena sesuai dengan permintaan pasar.

Bahan baku berkualitas sebagai modal untuk berproduksi diambil produsen dari beberapa wilayah di Jawa Timur yakni Magetan dan Mojokerto dengan memperhatikan karakteristik bahan baku berkualitas sesuai standar SNI berdasarkan beberapa literatur (Rozani, Lathifa, 2016, Keputusan Menteri Ketenagakerjaan RI No 111 tahun 2016, dan Djatmiko, Djalu, 2013), maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik bahan yang sesuai dengan SNI meliputi: 1) ketebalan kulit 1,8 mm sampai dengan 2 mm 2) tidak cacat 3) memperhatikan arah serat kulit 4) memperhatikan fleksibilitas kulit 5) memperhatikan bau kulit. Berikut adalah proses produksi pembuatan sepatu mulai dari bahan-bahan hingga *packing* produk.



Gambar 1. Proses desain pola sepatu (disamarkan)



Gambar 2. Bahan baku produksi



Gambar 3. Proses Pengesolan dan pengeleman



Gambar 4. Oven sepatu dan mesin pres logo

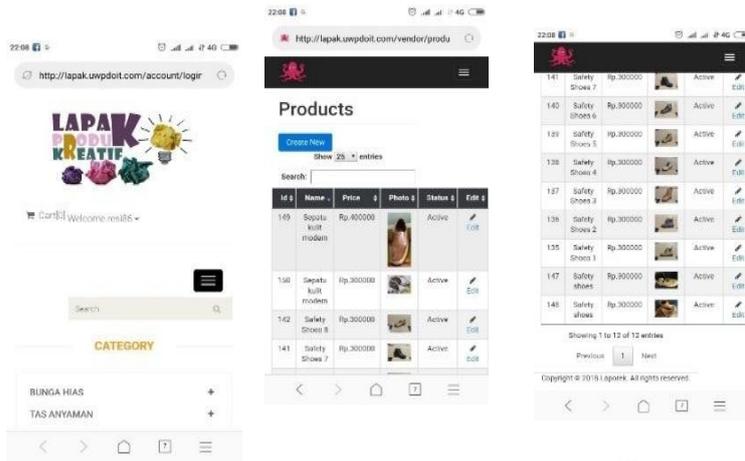


Gambar 5. Packing produk



Gambar 6. Gambar produk

Gambar 6 merupakan macam-macam produk yang telah dibuat oleh mitra dan dikemas dalam katalog yang kreatif sehingga pelanggan lebih mudah dalam mengenal produk. 2) Pemberian edukasi tentang pemasaran produk. Pemasaran produk dilakukan dengan dua acara, pertama menggunakan media *online* (*facebook, Instagram, website* dan *email*) dan kedua secara *direct selling* (bazar, presentasi ke perusahaan, dan lainnya). Secara *online market place* di bukalapak dengan nama akun *Resi 86 Safety Shoes*. (Gambar 7).



Gambar 7. Lapak produk kreatif

Untuk media *facebook* dengan nama akun @resi86shoes (Gambar 8).

Gambar 8. Pemasaran dengan *Instagram*

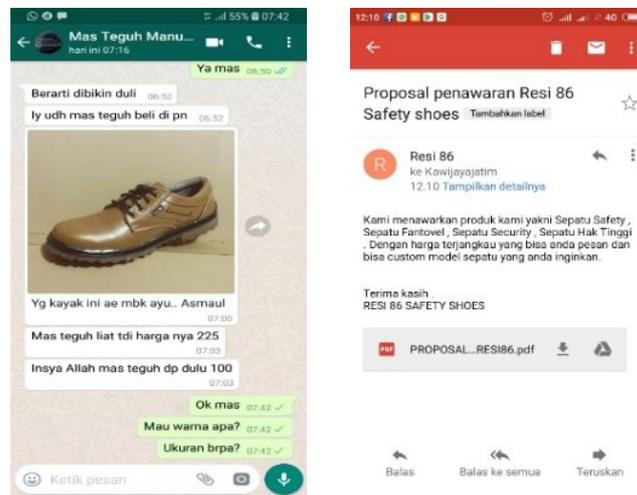


Untuk media *facebook* dengan nama akun Resi 86 Safety Shoes (Gambar 9).

Gambar 9. Pemasaran dengan *facebook*



Untuk memasarkan produk Resi 86 juga mengirimkan proposal kerjasama ke perusahaan dan instansi melalui *email*, yang kemudian akan di *follow up* 1 minggu setelah *email* terkirim dan jika terdapat perusahaan atau instansi yang tertarik, anggota akan memberikan presentasi produk ke perusahaan atau instansi tersebut. Demi kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi kami menggunakan media sosial berupa *Whatsapps* untuk berkomunikasi kepada *customer* dengan nomor *whatsapps* 0812-1670-3860 dan *email* dengan alamat [resi86shoes@gmail.com](mailto:resi86shoes@gmail.com) (Gambar 10).



Gambar 10. Pemasaran dengan email dan *whatsapp*

Pada tanggal 13 Juli 2018, bertepatan dengan *Enteprenuer's Day* yang dilaksanakan di Universitas Wijaya Putra, mitra binaan bekerjasama dengan Resi 86 turut memeriahkan acara bazar. (Gambar 11). Kegiatan ini selain ingin memperkenalkan produk mitra juga sebagai salah satu ajang promosi.



Gambar 11. Bazar Enteprenuer'Day di Universitas Wijaya Putra

Pada tanggal 11 Agustus 2018, Kampus C Universitas Airlangga Surabaya bekerjasama dengan CIMB Niaga mengadakan *Talk Show Mengejar Mimpi* yang dimeriahkan dengan pekan bazar. *Talk show* tersebut merupakan serangkaian acara kewirausahaan yang diadakan di Kampus Unair dengan mendatangkan beberapa artis ibu kota seperti Sandra Dewi, Maudy Ayunda dan Bapak Emil Dardak yang saat itu selaku calon Gubernur Jawa Timur sehingga acara menjadi lebih semarak. (Gambar 12). Segmentasi yang tepat juga turut andil dalam perkembangan pemasaran produk, maka tim Resi 86 dan mitra mempromosikan produk pada bazar yang diadakan disalah satu hotel bintang 5 yang ada di Surabaya, Hotel Vassa (Gambar 13).



Gambar 12. Bazar Unair



Gambar 13. Bazar Hotel Vasa

Untuk memasarkan produk lebih luas maka tim dan mitra juga memasarkan produk dengan cara presentasi ke perusahaan dengan cara menawarkan proposal kerjasama untuk pembelian grosir atau skala besar. (Gambar 14).

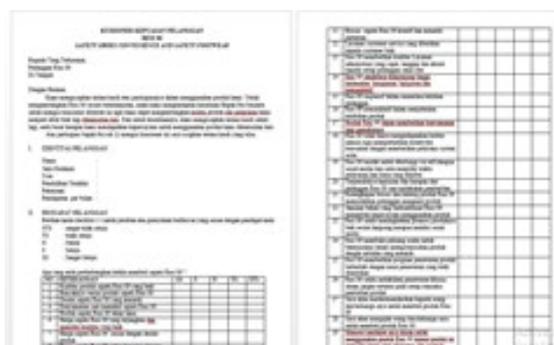


Gambar 14. Presentasi produk ke PT. Haleyora (PLN)

### Tahap 3. Evaluasi dan Pelaporan

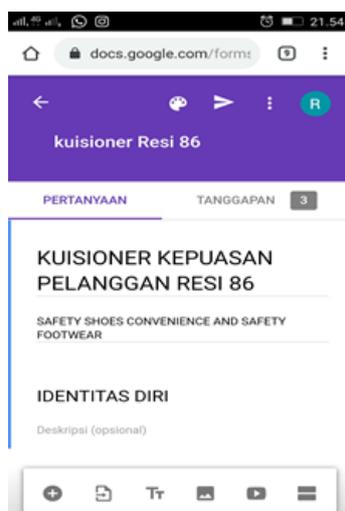
Sesuai masalah prioritas tim Resi 86 akan tetap melakukan pendampingan/ konsultasi untuk evaluasi pelaksanaan program dan berkelanjutan program kepada mitra dengan melakukan kunjungan ke lokasi dan komunikasi jarak jauh. Pendampingan dilakukan untuk melihat dampak kegiatan terhadap mitra sekaligus melakukan evaluasi terhadap perkembangan yang terjadi pada mitra masih terkendala dengan masalah prioritas maka tim Resi 86 akan membantu mitra mencari solusi terbaik agar mitra tetap berkembang dan berkelanjutan untuk jangka panjang.

Untuk mengevaluasi pelaksanaan edukasi dan pendampingan dilakukan dengan membuat kuisisioner kepuasan pelanggan guna berupaya untuk terus mengembangkan kualitas produk dan pelayanan melalui kritik dan saran pelanggan sehingga kita mengetahui kekurangan dan kelemahan produk ataupun pelayanan yang diberikan oleh mitra. (Gambar 15).



Gambar 15. Draft Kuisisioner kepuasan pelanggan (disamarkan)

Kuisisioner kepuasan pelanggan dibuat dengan dua versi yaitu secara cetak ataupun bentuk *google form*. Bentuk cetak diberikan langsung kepada pelanggan yang membeli secara langsung di outlet atau *Cash on Delivery*. Dan untuk *google form* dibuat untuk memudahkan customer mengisi menggunakan media *gadget*. (Gambar 16).



Gambar 16. *Google form* untuk kuisisioner kepuasan pelanggan

Dari hasil *Google form* ataupun pengisian kuisisioner manual yang diberikan kepada pelanggan dengan jumlah pelanggan yang mengisi kuisisioner sebanyak 20 orang, hasilnya menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk mendapat total skor 529. 2) aspek pemasaran produk mendapatkan total skor 1033. 3) aspek pelayanan *customer* mendapatkan total skor 1061, semuanya berada pada *range* kuartil III dengan skor 2623 dan nilai maksimal skor 3500, sehingga disimpulkan bahwa secara keseluruhan aspek dampak yang didapatkan oleh mitra setelah mendapatkan edukasi dan pendampingan dinilai positif berdasarkan hasil dari kuisisioner.

## SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan yang didapatkan adalah Resi 86 *Safety Shoes* sebagai wadah usaha yang mengusung sistem padat karya yang bertujuan profit yang berbasis *sociopreneur* dengan komunitas masyarakat daerah Pogot Surabaya dengan permasalahan yang dihadapi komunitas pengrajin sepatu di daerah Pogot-Surabaya yaitu: 1) Kendala SDM, manajemen usaha serta manajemen pemasaran. Kendala SDM terjadi karena kurangnya kemampuan inovasi produk. Pemicu yang menimbulkan masalah tersebut yaitu kurang membuka diri terhadap model sesuai *trend* yang ada dan tidak mengevaluasi kekurangan produk; 2) Manajemen usaha. Terjadi karena kesulitan pencarian bahan baku. Pemicunya, kurangnya *channel* penjual bahan baku dan harga bahan pokok yang mahal; 3) Sistem pemasaran yang masih pasif dan konvensional.

Rangkaian aktivitas telah mampu mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diharapkan bahwa kegiatan mampu mengembangkan potensi sumber daya bagi mitra sehingga produk lebih inovatif dan kreatif. Adapun implikasi dari penelitian ini sebagai berikut: 1) Menimbulkan inovasi produk baru dan pengembangan potensi sumber daya bagi mitra karena sistem *custom* yang ditawarkan sehingga produk lebih inovatif dan kreatif; 2) Menyediakan bahan baku yang berkualitas sebagai modal untuk berproduksi. Dengan didukung dengan cara membuat *list supplier* pemasok bahan baku yang digunakan untuk produksi mulai dari harga, kualitas produk dan variasi bahan baku yang ditawarkan sehingga kita tahu kekurangan dan kelebihan bahan baku yang akan digunakan oleh mitra; 3) Memasarkan dan mengenalkan produk menggunakan *e-commerce* pasar produk menjadi lebih luas dan masyarakat lebih mengenal produk yang ditawarkan. Sistem *e-commerce* juga memudahkan pelanggan untuk membeli produk dan mengetahui spesifikasi produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, sebagai wadah perputaran ekonomi mampu menggerakkan potensi ekonomis yang dapat dinikmati berbagai pihak yang terlibat didalamnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan KBMI ini terlaksana atas pendanaan dari Kemenristekdikti tahun 2018. Untuk ucapan terima kasih disampaikan kepada: 1) Tuhan yang Maha Esa 2) Kemenristekdikti tahun 2018. 3) Rektor Universitas Wijaya Putra Surabaya, Bapak H. Budi Endarto, SH., M. Hum 4) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya, Ibu Dr. Hj. Soenarmi, SE., MM. 5) Rekan-rekan sejawat di Universitas Wijaya Putra Surabaya 6) Pak Sutrisno sebagai pemilik mitra beserta pekerja yang turut aktif berpartisipasi dalam kegiatan.

## DAFTAR REFERENSI

- De Jong, Jansen PJ dan Kemp, Robert. 2003. "*Determinant of Co-Workers Innovative Behavior. And Investigation Into Knowledge Intensive Service,*" *International Journal of Innovation Management*, 7 (Februari), 189-212.
- Dewi dan Hanifa F.H., 2015. Analisis Perilaku Konsumen Yang Berbelanja Secara *Online* Melalui *Marketplace* Kaskus. Prosiding Snapp 2015, Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Djarmiko, Djalu & Arif, Mohamad. 2013. Pengkajian Kualitas Material Dan Konstruksi *Upper* Pada Proses Perancangan Sepatu Olahraga Ekstrim *Skateboard*. Bandung: Itenas Library.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara. Pride dan Ferrel, 2012, *Marketing Principles*, Edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.

- Li, Y.H., Huang, J.W., & Tsai, M.T. 2018. *Entrepreneurial Orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. Industrial Marketing Management.* 38(4):440-449.
- Prawirokusumo, Soeharto, 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Yogyakarta: BPFE.
- Republik Indonesia. 2002. Undang-Undang No. 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Tehnologi. Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2002, No. 84. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2016. Keputusan Menteri Ketenagakerjaan No. 111 Tahun 2016 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Industri Pengolahan Golongan Pokok Industri Kulit, Barang Dari Kulit Dan Alas Kaki Bidang Industri Penyamakan Kulit Subbidang Proses Produksi. Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Jakarta.
- Rozani, Latifah dkk. 2016. Peningkatan Kualitas Dan Kuantitas Pelayanan Pada Unit Pelaksana Teknis Dinas Pengolahan Kulit Kota Padang Panjang Dengan Metode *Quality Function Deployment*. Dalam E-Proceeding of Engineering Vol. 3 No. 2 Agustus: 2858-2865.
- Sedarmayanti, Hidayat S. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta.
- Westwood, John. 2011. *How to Write a Marketing Plan, 3<sup>rd</sup> Edition*. London: John Westwood Publishing.