



PENDAMPINGAN UMKM GOLOK CIPULE: MENYUSUN PROFIL BISNIS UNTUK EKSPANSI INTERNASIONAL

Stephanus Remond Waworuntu¹, Hally Hanafiah², Filda Rahmiati³, Jason Adinata Wijaya⁴

^{1,2,3,4} Universitas Presiden, Cikarang, Indonesia

Email: Stephanus@president.ac.id¹, Hally.hanafiah@president.ac.id²,
Filda.Rahmiati@president.ac.id³, Jason.wijaya@student.president.ac.id⁴

Abstrak: Pendampingan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Salah satu UMKM yang mendapatkan pendampingan adalah Golok Cipule, sebuah usaha kerajinan senjata tradisional yang menghadapi tantangan dalam pemasaran dan distribusi. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membantu UMKM Golok Cipule dalam menyusun profil bisnis yang lebih profesional dan strategis guna mendukung ekspansi ke pasar internasional. Pendekatan yang dilakukan mencakup segmentasi pasar yang lebih spesifik, penyusunan company profile dalam berbagai bahasa, serta strategi pemasaran berbasis *Business-to-Consumer* (B2C). Melalui kegiatan ini, UMKM Golok Cipule mendapatkan solusi atas kendala regulasi dan pemasaran, sehingga dapat meningkatkan daya saingnya di pasar domestik maupun global.

Kata Kunci: *UMKM, Segmentasi Pasar, Golok Cipule.*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Munthe et al., 2023). UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, mencakup berbagai sektor seperti industri, perdagangan, dan jasa (Widiono et al., 2023). Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah (Zahra, 2022). UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 1. Kriteria UMKM

Kategori	Aset	Omzet
Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2.5 Miliar
Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2.5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah.

Meskipun UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional, banyak dari mereka yang mengalami kesulitan dalam hal distribusi dan promosi produk. Salah satunya adalah pengerajin golok khas Kabupaten Bekasi yaitu Golok Cipule, yang memiliki nilai budaya yang tinggi. Sebagai pengerajin kerajinan tradisional, Golok Cipule memiliki karakteristik pasar yang unik, yang mempengaruhi strategi pemasaran dan distribusinya, tidak seperti produk UMKM pada umumnya.

Diantara tantangan utama yang dihadapi para pembuat Golok Cipule adalah segmentasi pasar. Karena produk ini tidak seperti makanan atau fashion yang bisa dibilang bisa dipasarkan dimana saja, sang produsen perlu menargetkan pasar yang lebih khusus termasuk kolektor, penggemar budaya tradisional, atau beberapa kelompok yang menggunakan golok untuk kebutuhan upacara atau pengguna golok. (Kotler, 1995) menjelaskan bahwasannya segmenting merupakan sesuatu kegiatan supaya dapat mengidentifikasi serta membagi pembeli ataupun konsumen dalam kriteria yang telah ditentukan supaya dapat dilakukan pengelompokkan untuk ciri tertentu. Pengelompokkan itu memiliki tujuan dengan adanya pelayanan yang sesuai bagi kriteria yang dimiliki bagi konsumen, melalui sebuah program dalam pemasaran yang strategis. Ketidaktahuan akan segmentasi pasar ini dapat menghambat penjualan dan ekspansi bisnis untuk Golok Cipule.

Terlepas dari segmentasi pasar, strategi penjualan *Business-to-Consumer* (B2C) memberikan tantangan tambahan. B2C adalah kegiatan yang melibatkan interaksi dan transaksi antara sebuah perusahaan penjual dan para konsumen. Golok Cipule membutuhkan pengetahuan dan pendekatan kreatif secara langsung agar pelanggan yang dituju dapat mengenali nilai dan kualitasnya, yang diharapkan dapat membantu peningkatan penjualan Golok Cipule (Yulianto & Mauluddin, 2019).

Selain itu, meskipun banyak UMKM saat ini sebagian besar bergantung pada *e-commerce* untuk pemasaran produk (Oktaviani et al., 2023). Namun, penjualan Golok Cipule tidak dapat sepenuhnya bergantung pada platform digital. Hal ini dikarenakan adanya hukum yang terkait dengan penjualan senjata tajam. Untuk negara Indonesia sendiri, telah terdapat peraturan yang mengatur mengenai pengiriman paket, peraturan tersebut tertera pada UU No. 38 Tahun 2009 tentang Pos. Dalam undang-undang yang mengatur tentang pos ini berbicara mengenai larangan barang yang dikirim karena menimbulkan potensi bahaya. Barang-barang tersebut sendiri disebut dengan istilah *Dangerous Goods*. Karena adanya pengiriman senjata di Indonesia memerlukan izin dan lisensi yang ketat. Perusahaan atau individu yang ingin mengirimkan senjata harus memenuhi persyaratan tertentu dan mendapatkan izin dari otoritas yang berwenang, seperti Kepolisian atau Departemen Perdagangan, yang memerlukan pemahaman lebih dan memiliki proses yang rumit.

Dalam hal ini, tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini untuk memberikan kontribusi nyata akademisi kepada masyarakat sekitar. Keterlibatan aktif dan kolaborasi antarpihak yang terkait, termasuk pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan masyarakat umum, akan menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung usaha kecil (Kaleb dkk, 2024). Kegiatan ini beranggotakan tim dosen dari Universitas Presiden dengan narasumber yaitu Dr. Stephanus Remond Waworuntu, M.B.A. selaku Kepala Prodi Program Studi Manajemen. Dengan adanya kolaborasi dengan para dosen, yaitu dosen Program Studi Manajemen Dr. Ir. Hally Hanafiah, S.T., M.M., CSCA, CSCM, CPLM dan dosen Program Studi Manajemen yang juga tim dari pendampingan UMKM Naik Kelas Kabupaten Bekasi, Filda Rahmiati, BBA., MBA., Ph,D dan diharapkan kegiatan PKM ini dapat berjalan secara optimal dan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha Golok Cipule maupun bisnis sejenis yang bergerak dalam produksi dan pelestarian kerajinan senjata tradisional. Mengingat usaha ini memiliki tantangan tersendiri serta memerlukan pasar yang lebih spesifik, diharapkan kegiatan ini dapat mendukung keberlanjutan dan pengembangannya.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Pusat Golok Cipule, Karangbahagia yang merupakan pusat pembuatan Golok Cipule yang merupakan partisipan cara UMKM Naik Kelas Kabupaten Bekasi. Kegiatan PKM ini merupakan kegiatan rutinnnya melakukan kolaborasi dengan Universitas Presiden dan masyarakat di sekitar Cikarang. Peserta pada kegiatan pendampingan ini adalah mahasiswa dari Universitas Presiden dengan pemilik Golok Cipule yang memberikan keterampilan serta pengetahuan tambahan secara langsung. Pendampingan terhadap UMKM Golok Cipule berlangsung selama tiga bulan, dari Oktober hingga Desember 2024, sebagai bagian dari program UMKM Naik Kelas yang didukung oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Sebagai UMKM dengan produk bersegmentasi unik, yaitu senjata tradisional, Golok Cipule memerlukan strategi khusus dalam pemasaran dan distribusi. Melalui kunjungan berulang, kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam mengatasi tantangan regulasi, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing produk secara berkelanjutan.

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan melalui wawancara langsung kepada pemilik usaha Golok Cipule secara offline. Berdasarkan jawaban dari sang pemilik mengenai hambatan atau batasan yang dihadapi oleh Golok Cipule, para mahasiswa mengidentifikasi masalah atau hambatan tersebut, lalu membantu serta membimbing usaha tersebut untuk meminimalisir sampai menyelesaikan masalah yang dihadapi Golok Cipule.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, berfokus pada satu UMKM yaitu Golok Cipule yang berada di Karangbahagia kabupaten Bekasi. Pada hasil interview terhadap narasumber yang merupakan pemilik usaha Golok Cipule ini menunjukkan bahwa memang benar adanya batasan dan hambatan yang

dihadapi oleh mereka. Salah satunya adalah market yang kurang luas, dikarenakan adanya keterbatasan penggunaan teknologi yang menyebabkan mereka kesulitan untuk mengirim suatu barang, dari mulai catalog bisnis, profil e-commerce, serta regulasi e-commerce dan regulasi logistic yang menjadi batasan terbesar mereka.

Gambar 1. adalah pertemuan pertama antara para mahasiswa Universitas Presiden dengan Pemilik usaha Golok Cipule. Pada pertemuan pertama, para mahasiswa melakukan interview tentang permasalahan apa saja yang dihadapi oleh sang pemilik bisnis, lalu setelah itu para mahasiswa juga diperkenalkan lebih dalam tentang sejarah Golok Cipule dan di akhir pertemuan pertama, para mahasiswa mulai mengidentifikasi tentang permasalahan yang dihadapi dan mulai membantu mengembangkan profil e-commerce Golok Cipule menjadi lebih menarik dan mulai dibuatkan *company profile* untuk mengembangkan bisnis Golok Cipule ke pasar internasional.



Gambar 1. Foto Bersama Mahasiswa Universitas Presiden dengan Pemilik Usaha Golok Cipule

Pada Gambar 2. Diperlihatkan Dr. Stephanus Remond Waworuntu, M.B.A. dan Dr. Ir. Hally Hanafiah, S.T., M.M., CSCA, CSCM, CPLM yang sedang memperlihatkan produk Golok Cipule, dan pada Gambar 2 juga, para mahasiswa mendapatkan bimbingan serta saran dan masukan untuk mengembangkan *company profile* yang sudah dibuat oleh para mahasiswa Universitas Presiden untuk menjadi lebih menarik dan sesuai standar internasional,



Gambar 2. Para dosen dengan produk Golok Cipule

Lalu setelah mendapat masukan dari para dosen terkait *company profile*, di pertemuan berikutnya dengan pemilik usaha Golok Cipule, seperti yang tertera pada gambar 3, para mahasiswa Universitas Presiden kembali untuk menyerahkan hasil dari pembuatan *company profile* tiga bahasa tersebut, yang dilanjutkan dengan bimbingan terhadap usaha Golok Cipule agar bisa semakin berkembang lagi.



Gambar 3. Diskusi mahasiswa Universitas Presiden dengan Pemilik Golok Cipule

Dari hasil-hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa, pentingnya mengaplikasikan segmentasi pasar khusus dan juga penerapan B2C terhadap peminat dan orang yang bergerak di bidang seni. Profil e-commerce Golok Cipule pun dibantu untuk dirapihkan dan dibuat lebih menarik untuk mendapatkan lebih banyak atensi dari pengguna e-commerce, serta untuk melakukan metode B2C dan segmentasi khusus, mahasiswa Universitas Presiden juga membuatkan *company profile* dan katalog dengan 3 bahasa yang berbeda, yaitu Inggris, China, dan Jepang yang diharapkan dapat menarik lebih banyak

atensi dari customer internasional dan memudahkan adanya promosi atau pengenalan produk mengenai Golok Cipule. Kolaborasi ini tidak hanya mempercepat pertumbuhan usaha tetapi juga memungkinkan Golok Cipule untuk membangun jaringan yang lebih luas tanpa harus menghadapi semua tantangan sendirian.

4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini membuktikan bahwa pendampingan terhadap UMKM, seperti Golok Cipule, dapat memberikan dampak positif dalam menghadapi tantangan bisnis. Melalui identifikasi kendala yang dihadapi, seperti segmentasi pasar yang terbatas, kesulitan dalam pemasaran B2C, serta kendala regulasi e-commerce dan logistik, menghasilkan solusi yang lebih terarah dapat diterapkan. Pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Presiden, termasuk penyusunan company profile dan katalog dalam berbagai bahasa, membuka peluang ekspansi lebih luas, termasuk ke pasar internasional.

Kolaborasi antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan bagi UMKM. Oleh karena itu, program pendampingan seperti ini perlu dilakukan secara berkala agar para pelaku UMKM dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan tantangan bisnis di era digital. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan pemahaman tentang teknologi, regulasi bisnis, serta strategi pemasaran yang inovatif agar tetap kompetitif dalam industri yang semakin berkembang.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh peserta kegiatan yang merupakan para UMKM dan tim pendamping dari program UMKM Naik Kelas dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat untuk wilayah Kabupaten Bekasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada narasumber, yaitu pemilik usaha Golok Cipule yang berperan dalam melestarikan budaya khas Kabupaten Bekasi. Selain itu, apresiasi diberikan kepada Lembaga Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (LRPM) Universitas President yang turut mendukung terlaksananya kegiatan ini.

Referensi

- Kaleb, S. V., Praditya, A. A., Rahman, M. A. S., Setyaji, G. A., Aditia, A., Widatama, K., Pramitasari, R. (2024). *Pelatihan Kiat Menjadi Pelaku UMKM yang Lebih Maju*. Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi Masyarakat, 2(2), 113–119. <https://doi.org/10.31004/dedikasi.v2i2.53>
- Kotler, P. (1995). *Principles of Marketing*. Pearson Higher Education \& Professional Group. <https://books.google.co.id/books?id=s0FuPwAACAAJ>
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). *Peranan UMKM terhadap Perekonomian Indonesia*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi, 2(3), 593–614.
- Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Roziq, M. W. A., & Riofita, H. (2023). *Peran E-Commerce Dalam Pemasaran Produk UMKM*. WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 1(2), 16–21.

<http://jurnalisticomah.org/index.php/wanargi/article/view/655%0Ahttp://jurnalisticomah.org/index.php/wanargi/article/download/655/579>

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2009 Tentang POS

Widiono, A. R., Ati, N. D., & Kisbiyanti, I. (2023). *Pelatihan Dan Pendampingan Perizinan Usaha Bagi Wirausaha Tas Kertas Di Desa Jiyu*. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 2(1), 465–475.

Yulianto, E., & Mauluddin, A. (2019). *Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Customer (B2C) Pada Industri Garment*. In *Search*, 18(1), 124–136. <https://doi.org/10.37278/insearch.v18i1.143>

Zahra, S. (2022). *Definisi, Kriteria, dan Konsep UMKM*. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.