

Peran UMKM dalam Penguatan Ekonomi Lokal: Studi CV. Berkah Artha di Kelurahan Belian

Arienda Gitty Ramadani¹, Ridhayati Farid², Farid Muhammad Rofifudin³ Rida Ainun Mardiyah⁴, Arawana Siregar⁵, Siti Aida Turmanda⁶, Nur Fathin Nabila⁷, Valencia Callista⁸, Nurfara Nabilla⁹, Liza Amalia¹⁰, Ilyas Ardiansyah¹¹

^{1,2,4,5,6,7,8,9,10,11} Program Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

³ Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta
Email: arienda@uib.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 09 Januari 2025

Disetujui : 15 April 2025

DOI:10.37253/madani.v3i2.10116

Kata Kunci :

UMKM, ekonomi lokal, jasa bordir, pemasaran digital, inovasi layanan.

ABSTRAK

UMKM memainkan peran penting dalam penguatan ekonomi lokal, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Batam. Studi ini mengkaji strategi bisnis dan operasional CV. Berkah Artha, sebuah usaha jasa bordir yang telah menciptakan keunggulan kompetitif melalui efisiensi dan inovasi layanan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, memanfaatkan data primer dan sekunder. Hasil menunjukkan bahwa CV. Berkah Artha berhasil meningkatkan kualitas layanan melalui penggunaan teknologi digital, pengelolaan pesanan yang efisien, dan strategi pemasaran berbasis media sosial. Tantangan seperti fluktuasi permintaan dan pasokan bahan diatasi dengan diversifikasi sumber bahan dan inovasi sistem manajemen. Studi ini menawarkan wawasan strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi layanan, efisiensi operasional, dan penguatan pemasaran digital.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: January 09th, 2025

Accepted: April 15th, 2025

DOI:10.37253/madani.v3i2.10116

Keywords:

SMEs, local economy, embroidery services, digital marketing, service innovation

ABSTRACT

SMEs play a significant role in strengthening local economies, particularly in urban areas such as Batam City. This study examines the business strategies and operations of CV. Berkah Artha, an embroidery service enterprise that has established competitive advantages through efficiency and service innovation. The research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing primary and secondary data. Findings indicate that CV. Berkah Artha has improved service quality by leveraging digital technology, efficient order management, and social media-based marketing strategies. Challenges such as fluctuating demand and material supply issues were addressed through sourcing diversification and innovative management systems. This study provides strategic insights for SMEs to enhance competitiveness through service innovation, operational efficiency, and digital marketing enhancement.

1. Pendahuluan

Di era digital yang semakin canggih dan persaingan pasar yang semakin ketat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan eksistensinya (Siregar et al., 2025). Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit (Kementerian Koperasi UKM, 2024). UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Pada tahun 2023, jumlah jumlah UMKM di 7 kabupaten/kota yang ada di Kepulauan Riau sebanyak 146.638 UMKM (Dinas Koperasi dan UMKM Kepri, 2023). Sebesar 51% dari total keseluruhan UMKM di Kepri berada di Kota Batam. Salah satu UMKM yang berhasil menciptakan keunggulan kompetitif di Batam adalah usaha jasa bordir. Dengan menonjolkan transparansi dalam proses produksi, efisiensi waktu, dan kualitas layanan, UMKM ini berhasil menciptakan keunggulan yang membedakannya dari para pesaing.

Dengan kapasitas produksi 12-14 set bordir per hari, UMKM ini menunjukkan tingkat efisiensi dan profesionalisme yang tinggi dalam operasionalnya. Dukungan sistem pembayaran yang fleksibel serta transparansi dalam proses produksi menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan pelanggan. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti meningkatnya jumlah pesaing dan keterbatasan bahan berkualitas, UMKM ini terus berinovasi dan beradaptasi untuk menjaga loyalitas pelanggannya.

UMKM jasa bordir "CV. Berkah Artha" menghadapi beberapa persoalan yang dapat memengaruhi keberlanjutan usahanya. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya persaingan pasar, di mana banyak kompetitor menawarkan jasa bordir dengan harga lebih murah atau menggunakan teknologi yang lebih canggih untuk menarik pelanggan. Selain itu, keterbatasan bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau sering menjadi kendala, terutama ketika pasokan bahan terganggu. Fluktuasi permintaan juga menjadi persoalan, terutama pada musim tertentu, seperti masa liburan atau akhir tahun, yang menyebabkan ketidakseimbangan dalam kapasitas produksi. Di sisi lain, pengelolaan sumber daya manusia juga menjadi tantangan, terutama dalam menjaga konsistensi kualitas hasil bordir dan meningkatkan keterampilan karyawan. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, UMKM ini perlu terus berinovasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan menjalin kerja sama yang lebih baik dengan pemasok serta pelanggan.

Artikel ini akan membahas secara mendalam strategi bisnis, filosofi, serta pengalaman UMKM jasa bordir dalam menciptakan keunggulan di tengah persaingan pasar. Diharapkan, tulisan ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi pelaku UMKM lain untuk terus berinovasi, berkembang, dan memperkuat posisi mereka di pasar lokal.

2. Metode

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan pengumpulan data primer dan sekunder serta analisis kualitatif. Data diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha, observasi langsung, serta studi literatur terkait UMKM. Data yang diperoleh yaitu profil UMKM mengenai kapasitas produksi, model bisnis, dan strategi pemasaran, tantangan yang dihadapi seperti persaingan pasar, ketersediaan bahan baku, dan pengelolaan pesanan dan strategi inovasi seperti penerapan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen pesanan, serta strategi peningkatan layanan pelanggan. Data dianalisis secara deskriptif untuk memahami strategi bisnis yang diterapkan dan efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing usaha. Tujuan penelitian ini adalah memberikan gambaran menyeluruh terkait pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) pada Kelompok Usaha "Jasa Bordir CV. Berkah Artha" yang berlokasi di Kelurahan Belian, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam.

3. Hasil dan Pembahasan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagai- mana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Veronika et al., 2025).

A. Peningkatan Pelayanan

CV. Berkah Artha telah mengoptimalkan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnisnya, terutama dalam komunikasi dengan pelanggan, pencatatan pesanan, dan sistem pembayaran. Mereka memanfaatkan Instagram dan WhatsApp sebagai platform utama untuk menerima pesanan dan berinteraksi dengan pelanggan. Untuk meningkatkan transparansi dan engagement, mereka juga mengunggah konten yang lebih variatif, seperti tutorial bordir, testimoni pelanggan, serta proses produksi secara langsung.

Di sisi manajemen pesanan, CV. Berkah Artha telah beralih dari pencatatan manual ke sistem pencatatan digital menggunakan aplikasi seperti PINA dan iREAP POS. Dengan sistem ini, setiap pesanan dapat dicatat secara real-time, mengurangi risiko kehilangan data atau kesalahan input, serta memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi pesanan mereka dengan lebih akurat. Selain itu, dalam hal pembayaran, UMKM ini telah mengadopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet (GoPay, OVO, Dana), serta transfer bank. Fleksibilitas dalam metode pembayaran ini mempermudah pelanggan dalam bertransaksi dan meningkatkan efisiensi operasional usaha.

Dengan menggunakan konsep *flower of service* dalam peningkatan layanan jasa bordir CV. Berkah Artha. Berikut rekomendasi hal yang dapat dilakukan:

1) Layanan yang Memfasilitasi (*Facilitating Service*) pertama *Information*

Hal pertama yang dapat penulis rekomendasikan adalah peningkatan dalam cara UMKM memberikan informasi kepada pelanggan dan calon pelanggan. Hal ini penting karena perusahaan harus memastikan informasi yang disediakan selalu ada, tepat waktu, dan akurat. Dengan teknologi yang telah berkembang secara pesat informasi menjadi semakin mudah untuk di dapatkan (Suarna et al., 2025). Layanan jasa bordir CV. Berkah Artha telah mempunyai akun Instagram dan Whatsapp yang hanya digunakan untuk menerima pesanan dari pelanggan.

Ada beberapa pengajuan solusi terhadap permasalahan tersebut:

- a. Melakukan unggahan di media sosial yang berupa ucapan pada hari-hari besar seperti ucapan Hari Raya Idulfitri. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui sosial media.
- b. Meningkatkan frekuensi unggahan terkait promosi produk untuk menarik perhatian pelanggan.

2) Layanan yang Memfasilitasi (*Facilitating Service*) kedua *Order Taking*

Saat pelanggan siap untuk membeli maka proses penerimaan pesanan harus dilakukan dengan sopan, cepat, akurat dan tepat agar waktu pelanggan tidak terbuang sia-sia. Adapun yang terjadi pada CV. Berkah Artha saat jumlah pesanan yang mereka terima menghadapi peningkatan permintaan

pada saat *peak season* adalah melakukan pembatasan kuota pesanan yang akan mereka terima. Mereka mengaku sedikit kewalahan saat menerima pesanan yang banyak namun tidak dapat di data dengan baik.

Ada beberapa pengajuan solusi terhadap permasalahan tersebut:

- a. Menggunakan alat bantu pencatatan yang efektif seperti PINA dan iREAP POS untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi dan dapat mencatat pesanan secara *real-time*.
- b. Memperlakukan sistem Open Order dengan rentang waktu yang ditentukan agar tidak kewalahan dengan jumlah pemesanan yang meningkat secara cepat.

3) Layanan yang Memfasilitasi (*Facilitating Service*) ketiga *Billing*

Layanan *billing* dapat memudahkan proses penagihan pembayaran kepada pelanggan. Dengan menggunakan layanan ini dapat mempercepat, mempermudah dan meningkatkan efisiensi proses transaksi (Oktafiana & Sutopo, 2025). CV. Berkah Artha melakukan layanan *billing* dengan dua cara yaitu melakukan pembayaran lunas di awal atau membayar uang muka terlebih dahulu apabila pesanan sudah selesai maka pembayaran sisanya harus di bayarkan. Hal ini di lakukan sebagai cara untuk mengkonfirmasi pesanan pelanggan.

4) Layanan yang Memfasilitasi (*Facilitating Service*) keempat *Payment*

Layanan *payment* merupakan layanan yang memberikan kemudahan dalam proses (Kurniadi et al., 2025) pembayaran mempermudah transaksi keuangan dan meningkatkan efisiensi pengelola keuangan. Dengan teknologi yang sedang berkembang pesat pesanan tidak hanya dapat dilakukan secara tunai namun terdapat beberapa cara lain yang dapat dilakukan seperti pembayaran dengan menggunakan kartu debit/kredit, *e-wallet* (GOPAY, DANA, OVO), QRIS dan melalui transfer bank. Pada situasi di CV. Berkah Artha mereka sudah dapat menerima semua jenis pembayaran.

B. Pengelolaan Pesanan Yang Efisien

Untuk meningkatkan efisiensi operasional, CV. Berkah Artha menerapkan sistem pengelolaan pesanan yang lebih terstruktur. Salah satu tantangan yang mereka hadapi adalah lonjakan pesanan yang terjadi pada musim-musim tertentu, seperti menjelang hari raya dan akhir tahun. Untuk mengatasi hal ini, mereka menerapkan sistem open order, di mana pesanan hanya dibuka dalam rentang waktu tertentu agar produksi tetap terkendali. Selain itu, mereka juga menerapkan kuota pesanan, sehingga hanya jumlah tertentu yang dapat diproses dalam satu hari guna memastikan kualitas hasil bordir tetap terjaga.

Selain manajemen pesanan, CV. Berkah Artha juga meningkatkan pengelolaan stok bahan baku dengan menerapkan sistem inventori digital. Dengan sistem ini, mereka dapat memantau stok bahan secara *real-time*, menghindari kekurangan bahan secara mendadak, serta memastikan kelancaran produksi. Selain itu, mereka juga melakukan diversifikasi pemasok, sehingga tidak hanya bergantung pada satu penyedia bahan. Langkah ini membantu mereka menghindari keterlambatan produksi akibat kendala pasokan dan fluktuasi harga bahan baku.

C. Pengembangan Strategi Pemasaran

Salah satu langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing adalah melalui penguatan digital marketing (Purnama et al., 2024). Dalam upaya meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan, CV. Berkah Artha memperkuat strategi pemasaran digitalnya melalui media sosial, terutama Instagram yang mencakup video pendek proses bordir, testimoni pelanggan, serta promosi produk baru untuk menarik minat calon pelanggan. Selain itu, penggunaan iklan berbayar (*ads*) juga dioptimalkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di wilayah sekitar Batam. Di sisi lain, meningkatkan kepercayaan pelanggan menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran ini. UMKM ini berencana mengembangkan sistem ulasan di platform seperti Google Maps

atau Instagram, yang memungkinkan pelanggan memberikan pengalaman positif mereka. Untuk mendorong partisipasi, insentif berupa diskon kecil akan diberikan kepada pelanggan yang memberikan ulasan atau merekomendasikan jasa bordir ini kepada orang lain. Strategi ini diharapkan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan sekaligus meningkatkan reputasi usaha di pasar lokal.

D. Solusi untuk Tantangan Pasokan Bahan

Untuk mengatasi tantangan pasokan bahan yang sering terjadi, salah satu solusi yang diambil adalah diversifikasi sumber bahan (Aula et al., 2024). UMKM ini berencana menjalin kerja sama dengan pemasok di luar Batam guna mendapatkan bahan berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada pasokan lokal. Selain itu, pencarian alternatif bahan lokal yang sebanding akan dilakukan untuk memastikan biaya tetap terkontrol tanpa mengorbankan kualitas produk. Di sisi lain, untuk memastikan kelancaran pasokan bahan, manajemen stok bahan juga menjadi prioritas. Dengan menerapkan sistem inventori digital, UMKM ini dapat memantau stok bahan secara *real-time*, sehingga dapat menghindari kekurangan bahan secara mendadak yang dapat mengganggu proses produksi. Sistem ini juga membantu dalam pengelolaan persediaan yang lebih efisien, mengurangi pemborosan, dan menjaga kelancaran operasional usaha.

4. Kesimpulan

Keberhasilan peningkatan kualitas layanan di CV. Berkah Artha merupakan hasil dari kombinasi berbagai strategi yang saling mendukung. Penggunaan teknologi digital telah membantu meningkatkan efisiensi dalam komunikasi, pencatatan pesanan, dan pembayaran. Pengelolaan pesanan yang lebih efisien memastikan bahwa produksi tetap berjalan lancar meskipun menghadapi lonjakan permintaan, sementara strategi pemasaran berbasis media sosial membantu meningkatkan brand awareness dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan kombinasi strategi ini, CV. Berkah Artha berhasil memperkuat daya saingnya dan mempertahankan posisinya di pasar jasa bordir lokal.

5. Daftar Pustaka

- Aula, I., Aulia, A. R., Widayanti, R., Ananda, M., & Salim, M. F. N. (2024). *ANALISIS ASPEK LINGKUNGAN, SUMBER DAYA MANUSIA, PEMASARAN PABRIK KARET PT. DARMA KALIMANTAN JAYA*. 1(6), 6–12.
- Azizah, N., K, L. F., Akmal, R., Jalal, A., K, R. P., W, A. K., & Nadif, M. (2025). *OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM: STUDI KASUS PIZZA PUTRA BUNGSU*. 13(4).
- Eviyanti, V., & Sinaga, D. E. (2024). *Penerapan Standard Operating Procedure pada UMKM Pabrik Tahu UD Sumber Rizky*. 1(2), 1–6.
- Kurniadi, D., Sutabri, T., & Darna, U. B. (2025). *Penerapan Aplikasi Samsat Digital sebagai Layanan Publik di Sumatera Selatan*.
- Oktafiana, O., & Sutopo, J. (2025). *Analisis Transaksi Penjualan dalam Sistem Informasi Kasir Pada Toko Pertanian*. 6(1), 43–55.
- Purnama, S. R., Auliya, A. N., Rahmawati, N., & Katminingsih, Y. (2024). *Pelatihan Digital Marketing Marketplace Berbasis Hyperlocal Communication untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku*

UMKM di Desa Wisata Joho. 29–36.

Siregar, A. J., Islam, U., Sumatera, N., Aryani, A. D., Islam, U., Sumatera, N., Utami, D. A., Islam, U., Sumatera, N., Syariah, P., Negeri, U. I., & Utara, S. (2025). *PENERAPAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS*. 3(1), 344–353.

Suarna, I. F., Ayu, A. T., & Safari, A. (2025). *ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN UMKM (STUDI KASUS PADA PISANG KEJU SENTOSA 88 DI KOTA BANDUNG)*. 6(1), 195–212.

Veronika, E., Izti, I., Yunita, C., & Pebriyani, N. (2025). *Peran UMKM di Kota Depok dalam Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan dan Kesejahteraan Masyarakat pada Provinsi Jawa Barat*. 3.