

IbM HOME INDUSTRI DOMPET KABUPATEN SIDOARJO

IbM HOME INDUSTRY WALLET SIDOARJO DISTRICT

Anita Theresia Kurniawati¹, Christin Mardiana², dan Gati Sri Utami³

Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Jl. Arif Rahman Hakim no. 100 Surabaya, Indonesia

E-mail : anitateku@yahoo.com

Abstrak

Hal yang mendasari Mitra dalam IbM ini mendirikan usaha pembuatan dompet adalah keinginan untuk meningkatkan perekonomian rumah tangganya. Selain itu membantu masyarakat disekitar agar mempunyai pendapatan lebih dalam rangka meningkatkan taraf hidupnya serta ikut mewujudkan kota Sidoarjo menjadi kota UKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra 1 (UD. Tiga Putra Jaya) dan Mitra 2 (Sun Inn's) adalah keterbatasan peralatan produksi dan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang pemasaran maupun produksi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pendampingan yang dilakukan dalam tiga aspek yaitu aspek produksi dengan memberikan mesin jahit dengan kualitas yang lebih bagus dibandingkan dengan yang telah ada sekarang dan pelatihan & workshop peningkatan kemampuan SDM dalam bidang produksi. Sedangkan pada aspek pemasaran, diadakan pelatihan & workshop marketing online, pembuatan media pemasaran berupa blogs untuk kedua Mitra dengan alamat www.tigaputrajaya.wordpress.com dan www.suninns.wordpress.com, papan nama dan banner yang dipasang didepan toko Mitra 2 dan katalog produk untuk kedua Mitra. Sedangkan dari aspek produk, kedua Mitra didesain label.

Setelah dilakukan pendampingan maka proses produksi pembuatan dompet menjadi lebih cepat dan hasilnya lebih bagus, mulai dikenal masyarakat luas dengan adanya blogs, mudah dikenali letak tokonya dengan adanya papan nama dan banner, konsumen mudah melihat contoh produk dengan adanya katalog produk.

Kata Kunci: *Pemasaran, Produksi, Dompet.*

Abstract

The basis of this IbM founded partners in the business of making the wallet is the desire to improve the economy of the household. Besides helping people around in order to have more income in order to improve quality of life and come to realize Sidoarjo into UKM town.

Problems faced by Partner 1 (UD. Tiga Putra Jaya) and Partner 2 (Sun Inn's) is the limitation of production equipment and the ability of Human Resources in the marketing and production.

Based on these problems, assistance is carried out in three aspects: production by providing a sewing machine with a better quality than those of existing and workshop training & capacity building of human resources in the field of production. While the marketing aspect, held training and workshop's online marketing, manufacturing marketing media such as blogs for both Partners with www.tigaputrajaya.wordpress.com address and www.suninns.wordpress.com, Signboard and banner installed in front of the store Partner 2 and product catalog for both Partners. Both partners designed label while aspects of the product.

After assisting the production process of making the wallet to be faster and better results, ranging widely known by their blogs, easily recognizable layout of his shop with their signboard and banners, consumers easily see examples of products with their product catalog.

Keywords: *Marketing, Production, Wallet.*

Pendahuluan

Sidoarjo yang terkenal dengan sebutan kota petis dan udang, juga mempunyai produk unggulan lain yang menopang perekonomian Jawa Timur. Produk unggulan yang lain seperti garmen, tas, koper, sandal, sepatu, makanan, fashion, dll. Pemerintah Sidoarjo ingin menjadikan Sidoarjo sebagai kota UKM. Banyak masyarakat yang sangat antusias untuk meningkatkan perekonomian dengan memulai usaha baru. Salah satunya adalah Bapak Shodiq, seorang ustads yang sangat peduli dengan masyarakat sekitarnya. Sebelumnya telah mengembangkan usaha pembuatan dompet di daerah Tanggulangin Sidoarjo dengan nama UD. Tiga Putra Jaya. Dikarenakan permasalahan keluarga dan persaingan didunia usaha maka pada tahun 2010 mengalami kebangkrutan. Tahun 2014 pindah ke desa Prasung dan mulai merintis usaha kembali. Bapak Shodiq dijadikan Mitra 1 dalam IbM ini.

Sedangkan Mitra 2 adalah pengrajin dompet rumahan namanya Bapak Suma'in. Berbekal pengetahuan dan ketrampilan yang didapat pada saat bekerja di usaha yang sama, beliau merintis usaha ini mulai tahun 2010. Usaha ini semakin cerah karena terletak di Perkampungan Tas Tanggulangin. Peralatan mereka masih sederhana dan terbatas sehingga untuk membuat produk butuh waktu yang agak lama. Mitra 1 sudah mulai memperluas area pemasaran sampai daerah Jawa Timur. Tetapi karena keterbatasan modal dan pegawai, maka banyak permintaan tidak bisa dipenuhi. Mereka menjual produknya minimal 100 biji setiap jenisnya. Rata-rata harga perbiji antara Rp. 25.000,- sampai dengan Rp. 100.000,-. Perbedaan harga tergantung tingkat kerumitan dan besarnya produk. Pendapatan kotor Mitra 1 tiap bulannya masih dalam kisaran Rp. 4 jt – Rp. 15 jt. Sedangkan Mitra 2 menjual produknya minimal 100 biji setiap jenisnya. Rata-rata harga perbijinya sekitar Rp. 40.000,-. Pendapatan kotor tiap bulannya masih dalam kisaran Rp. 20jt – Rp. 40jt.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, ada beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh home industri ini adalah:

a. Aspek Produksi

Peralatan yang yang digunakan masih terbatas dan dalam kondisi sudah lama sehingga proses produksi juga menjadi lama.

b. Aspek Pemasaran

Home industri ini belum mempunyai SDM khusus yang menangani pemasaran dan biasanya berdasarkan pesanan dari teman. Pemasaran dilakukan oleh pemilik dengan menghubungi teman atau kenalan. Selain itu juga belum mempunyai media pemasaran sehingga agak kesulitan untuk menunjukkan model produk yang pernah dibuat.

c. Aspek Produk

Produk dari Mitra tidak mempunyai label khusus yang mencirikan Mitra sebagai pemiliknya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan terhadap ketiga aspek kegiatan yaitu aspek produksi, pemasaran dan produk. Tujuan dari pendampingan ini adalah:

1. Meningkatkan kualitas produk dan efisiensi waktu produksi dengan memberikan mesin jahit sesuai dengan kebutuhan Mitra, yaitu mesin jahit yang bisa menjahit bahan tebal (khusus kulit).
2. Meningkatkan kemampuan SDM dalam bidang pemasaran dengan memberikan pelatihan marketing online.
3. Memberikan kemudahan Mitra untuk melakukan pemasaran dengan memberikan katalog produk dan dibuatkan blogs.

Metode Penelitian

Berdasarkan BPS (2002) dinyatakan bahwa Home industri merupakan usaha yang memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat sekaligus meningkatkan perekonomian Industri di Indonesia. Hal ini dapat digolongkan ke dalam 4 kelompok berdasarkan jumlah tenaga kerja, yaitu industri besar dengan jumlah tenaga kerja minimal 100 orang, industri sedang dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang, industri kecil dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5-19 orang, dan industri rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 1-4 orang. Home industri ini merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan memberikan pelayanan ekonomi

secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Permasalahan yang dihadapi home industri ini pasti ada, walaupun dapat menunjukkan perannya dalam masyarakat. Permasalahan yang dihadapi antara lain dalam aspek manajemen. Berdasarkan Handoko (1999), manajemen adalah mengatur, menjalankan fungsi organisasi dan bekerja dengan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Sehingga untuk mencapai tujuan suatu usaha salah satunya adalah profit, maka harus diatur semua kegiatan didalamnya baik dari segi proses produksi, tenaga kerja, produk maupun pemasarannya. Berdasarkan Kotler (2002), manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi. Pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah secara online yang biasa disebut marketing online. Ada dua jenis saluran marketing online yaitu layanan online komersial dan internet. Cara melakukan pemasaran online dengan:

- a. Menciptakan kehadiran online elektronik, dengan cara membeli ruang di layanan online komersial dan membentuk situs internet sendiri (website atau blogs)
- b. Menempatkan iklan online
- c. Berpartisipasi dalam forum atau kelompok masyarakat di internet
- d. Menggunakan e-mail.

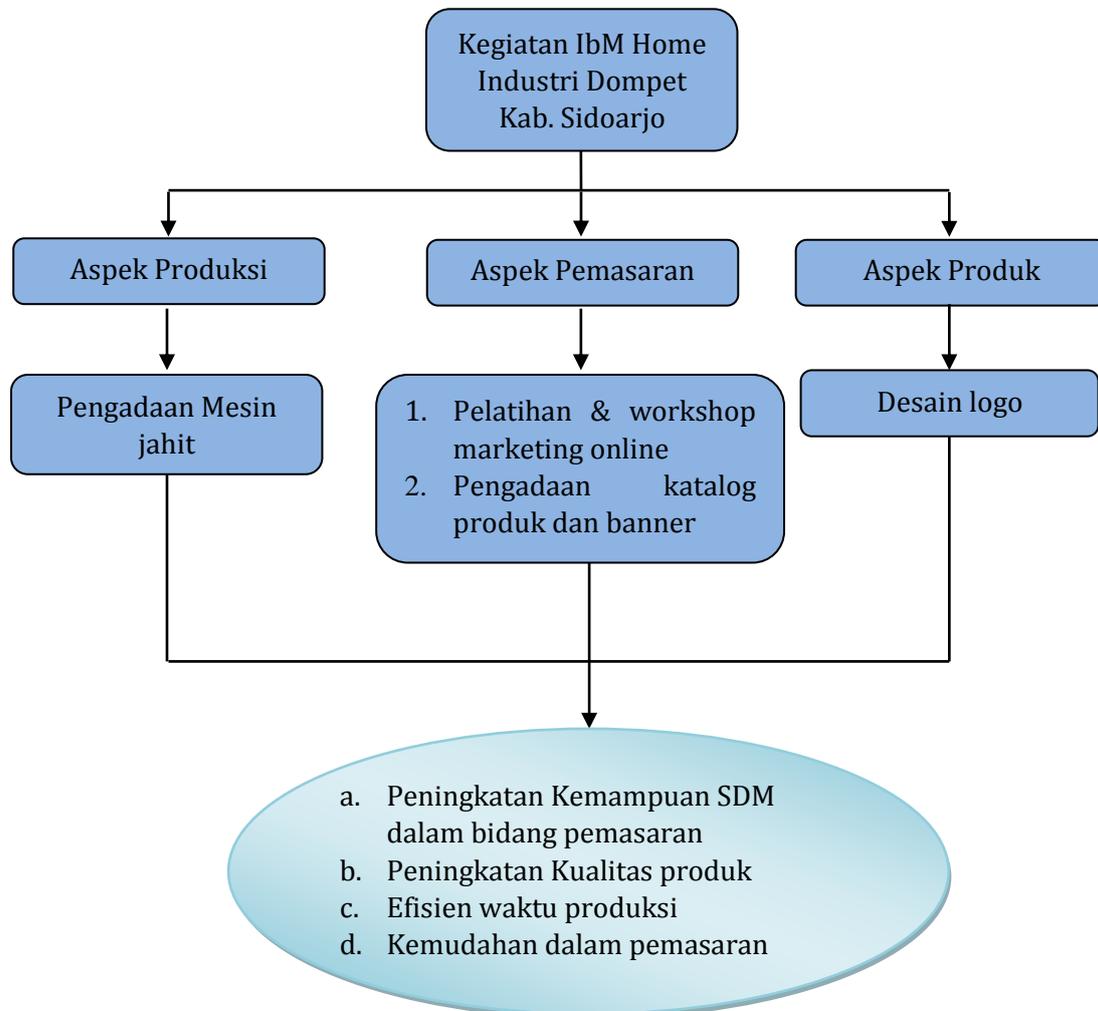
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dan persetujuan dengan mitra home industri, maka pendampingan yang dilakukan adalah:

1. Pendampingan dalam aspek produksi
Pendampingan yang dilakukan adalah pengadaan peralatan yang dibutuhkan oleh Mitra. Peralatan yang diberikan berupa mesin jahit yang dapat menjahit bahan jenis tebal (kulit).
2. Pendampingan dalam kegiatan pemasaran
Pendampingan yang dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan dan workshop marketing online dan pembuatan blogs serta membuatkan blogs untuk mitra. Selain itu diberikan katalog produk dan banner.
3. Pendampingan dalam aspek produk

Pendampingan yang dilakukan adalah dengan membuat desain logo produk Mitra agar mempunyai ciri khas sendiri.

Model pendampingan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1.
Model Pendmpingan Pada Mitra Home Industri



Hasil Dan Pembahasan

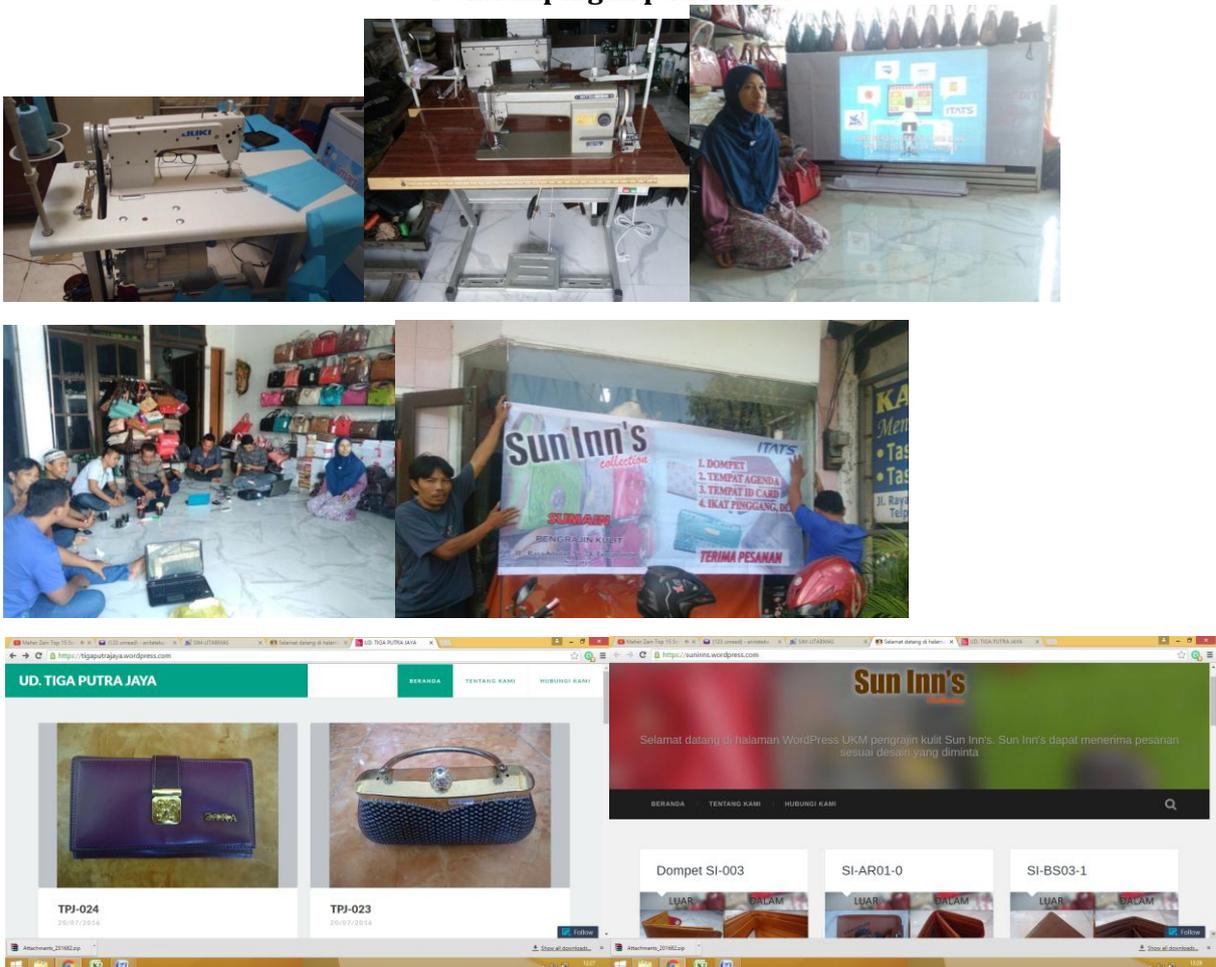
Berdasarkan metode pendampingan yang dilakukan, terdapat 3 kegiatan yaitu:

- a. Produksi
- b. Pada kegiatan ini dilakukan pengadaan mesin jahit sebanyak 4 unit sudah termasuk dinamo dan mejanya. Masing-masing Mitra mendapatkan 2 mesin jahit yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Mitra.

- c. Pemasaran
- d. Pada kegiatan ini dilakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan SDM dalam bidang pemasaran terutama online dan pembuatan blogs. Selain itu dibuatkan blogs mitra dengan alamat www.tigaputrajaya.wordpress.com dan www.suninns.wordpress.com.
- e. Produk
- f. Tim membuat desain logo/label untuk Mitra dengan harapan produk Mitra dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen.

Pendampingan yang telah dilakukan pada kedua Mitra dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2.
Pendampingan pada Mitra





Dari hasil pendampingan kepada mitra, dapat dikatakan bahwa ada peningkatan dalam aspek produksi dan pemasaran. Walaupun masih harus terus ada pendampingan yang kontinyu dalam hal pemasaran. Kegiatan ini berjalan dengan lancar, walaupun ada beberapa kendala tetapi bisa diatasi. Kondisi Mitra sebelum dan setelah dilakukan pendampingan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Kondisi Mitra

Jenis Pendampingan	Kondisi Mitra	
	sebelum pendampingan	setelah pendampingan
1. Pembelian 2 set mesin jahit mitshubishi LS 2-130 (Mitra 1) & juki m 8100 & Yakumo (Mitra 2)	Waktu yang diperlukan lama karena mesin jahit lama & jika bahannya tebal susah untuk proses jahitnya	Proses produksi lebih cepat karena mesin jahitnya cocok untuk bahan tebal & masih baru sehingga lebih bertahan lama jika digunakan. Hasilnya juga lebih rapi.
2. Pengadaan Katalog Produk	Mitra kesulitan memberikan contoh produknya jika stok jenis tertentu sudah habis	Memper memudahkan konsumen melihat produk yang pernah dibuat Mitra
3. Desain logo/label	Tidak memcerminkan bahwa produk tersebut milik Mitra	Mitra menjadi dikenal dengan logo/label yang ada
4. Pelatihan marketing online & pembuatan blogs untuk mitra 1 & 2	Pemasaran dilakukan berdasarkan referensi teman	Usaha mitra dikenal secara luas & mempermudah memberikan penjelasan kepada calon konsumen
5. Pembuatan banner		Memberitahukan lokasi pada mitra (informasi)

Simpulan Dan Saran

- a. Peningkatan bidang pemasaran dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan SDM dari Home industri dengan mengadakan pelatihan dan workshop pemasaran online serta pembuatan blogs. Selain itu dibuatkan blogs dan katalog produk.
- b. Peningkatan kualitas produk dan efisiensi waktu dilakukan dengan cara memberikan mesin jahit.

Dasar Pustaka

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey : Prentice Hall, inc.

Badan Pusat Statistik. 2002. www.bps.go.id.

Handoko, T. Hani. 1999. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.