

PENGEMBANGAN MANAJEMEN USAHA *HOME INDUSTRY* PERAJIN *HANDY CRAFT* KORBAN BENCANA LUMPUR SIDOARJO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR GLOBAL

Hadiah Fitriyah*, Lilik Indayani, Mudji Astuti

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*E-mail: hadiah_az@yahoo.com

ABSTRACT

There are many Handycraft manufacturing home industry exist in Sidoarjo since a disaster called "Sidoarjo's Mud Volcano" in 2006. However, this disaster does not discouraged them. Currently, they still producing various handycraft products, and its cover their creativity. These activities can help thier whealthiness. There are some problems facing handycraft home industry in global market competition e.g; 1) managerial business dificulties especially on administratition and finance governance. 2) Marketing strategy. Therefore, as an academic, this program is very important and significant to solve their problems, by providing a training and counseling. Such as training simple bookkeeping and marketing strategies for small business entrepreneur.

Keywords : home industry, simple bookkeeping training, marketing strategies training

PENDAHULUAN

Industri Rumah Tangga Perajin *Handycraft* ini ada sejak pasca adanya bencana luapan lumpur Sidoarjo pada tahun 2006, produksi *handycraft* yang dihasilkan diantaranya adalah kerajinan sulam pita, sulam tangan, payet dan painting untuk berbagai jenis bahan pakaian, jilbab dan souvenir.

Kesulitan terutama dalam rangka memperbesar skala usaha para *Home Industry* Perajin *Handycraft* korban bencana lumpur Sidoarjo ini adalah kekurangan modal. Memang kekurangan modal selalu menjadi alasan pokok untuk para *Home Industry*. Sebenarnya jika mereka mengatakan bahwa kekurangan modal menjadi alasan pokok, kenyataannya mereka masih bisa memproduksi. Sehingga kekurangan modal seharusnya bukan menjadi alasan. Yang terpenting saat ini adalah bagaimana bisa menghadapi persaingan yang sangat ketat di pasar, terutama banyaknya produk kerajinan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia.

Manajemen usaha yang dijalankan selama ini oleh para perajin *Handycraft* masih manajemen kekeluargaan, dalam arti :

1. Belum tertib administrasi dan keuangan, karena keuangan untuk operasional usaha belum terpisah dengan keuangan keluarga.
Tertib administrasi dan keuangan menjadi keharusan bukan saja untuk perusahaan besar, namun juga untuk pengusaha kecil (industri rumah tangga). Pada saat pemerintah dan lembaga keuangan mempunyai program penyaluran kredit bagi pengusaha mikro kecil, sejumlah persyaratan akan menjadi pertimbangan dalam pengucuran kredit, diantaranya adalah tertib dalam administrasi keuangan.
Bagi perusahaan persyaratan ini tidak terlalu menjadi masalah, tetapi lain halnya dengan industri rumah tangga (perajin) yang tidak terbiasa membukukan dan mencatat kondisi keuangannya secara tertib dan terpisah dengan keuangan keluarga.
2. Pemasaran produk masih sederhana dan jangkauannya hanya daerah lokal, padahal produk yang dihasilkan mempunyai potensi besar untuk dikembangkan ke pasar yang lebih luas.
Pemasaran produk belum bisa menembus pasar global, disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya (a) model pemasaran bersama dengan sasaran pasar yang telah ada dan tanpa

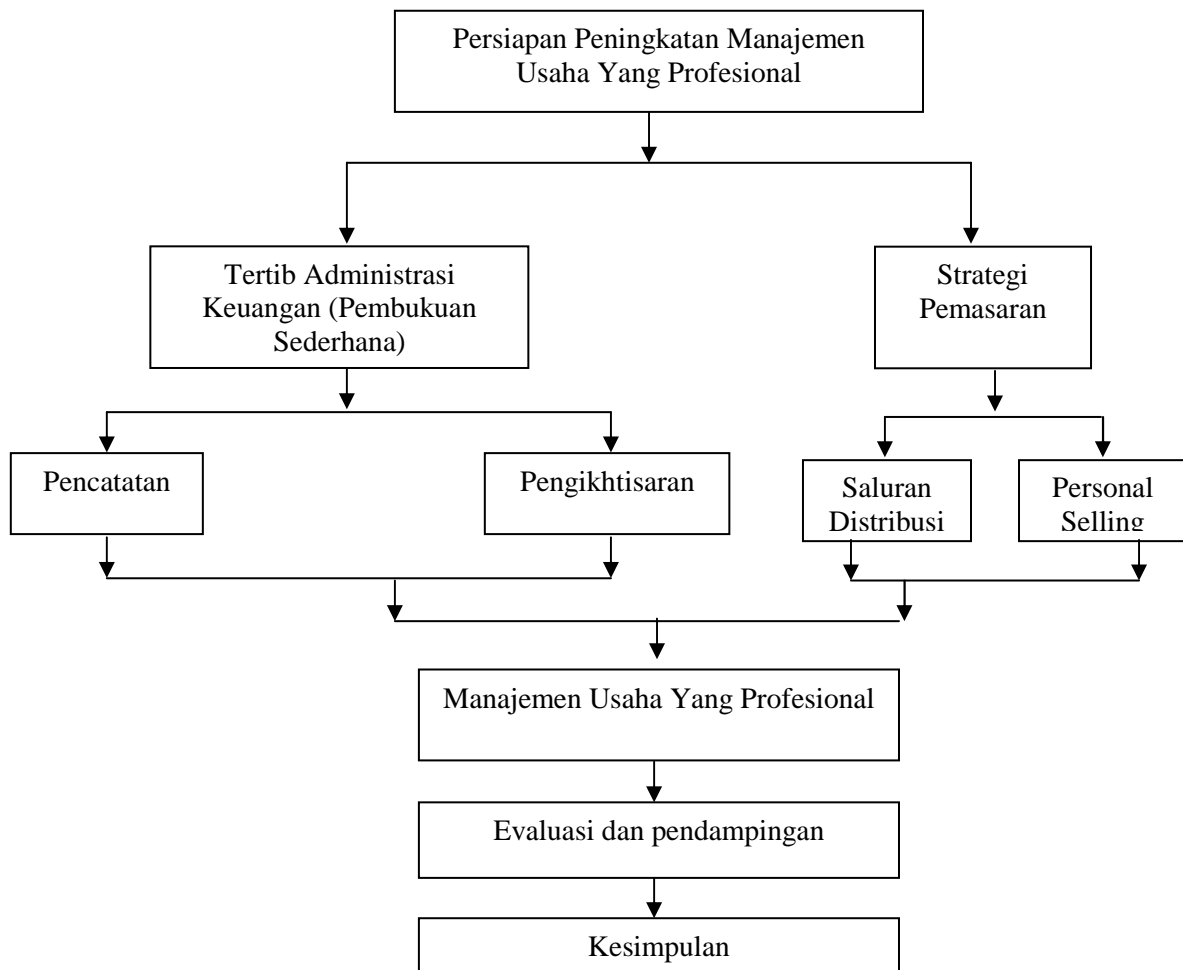
biaya pemasaran, melainkan biaya transportasi atau pengangkutan; (b) saluran distribusi pemasaran yang sangat sederhana yaitu cukup membuat produk dan tinggal menunggu konsumen datang, karena kebanyakan perajin hanya berkuat pada masalah produksi, hal ini tidak salah namun tidak bisa membuat industri rumah tangga memiliki daya saing pasar yang semakin kompetitif, apalagi produk dari luar negeri mulai merajai pasar lokal dengan mutu barang yang baik dan harga yang kompetitif dan (c) karena terbatasnya media yang dapat dijadikan sebagai media pemasaran oleh para perajin.

Dari Analisis Situasi di atas, permasalahan yang dihadapi mitra (perajin *handycraft*) dalam menghadapi persaingan pasar global adalah :

1. Manajemen usaha yang berkaitan dengan tata kelola administrasi dan keuangan. Dalam menjalankan usaha, mitra tidak tertib dalam administrasi dan keuangan sehingga keuangan usaha dan keluarga tidak terpisah, akibatnya mitra tidak bisa mengetahui seberapa besar operasional usaha yang dijalankan.
2. Manajemen usaha yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Dalam menjalankan usaha, mitra masih menggunakan konsep pemasaran sederhana, akibatnya produk yang dihasilkan kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Oleh karena itu, sebagai seorang Akademisi sangat penting dan signifikan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi para perajin *handycraft* korban bencana lumpur Sidoarjo dengan memberikan pengarahan, pelatihan dan pendampingan sesuai dengan kapasitas dan pengetahuan yang dibutuhkan.

METODE PELAKSANAAN



Bagan 1. Skema Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembukuan sederhana untuk usaha kecil.

Dengan tertib administrasi dan keuangan akan lebih mudah melihat secara riil berapa pengeluaran dan pemasukannya (apakah laba atau rugi), dan dengan tertib administrasi maka bisa dengan mudah pelaku industri rumah tangga untuk mengakses permodalan ke pemerintah atau lembaga keuangan (perbankan).

Dengan tertib administrasi dan keuangan ada beberapa keuntungan yang diperoleh, berapa tambahan modal yang dicapai dan juga bagaimana keseimbangan hak dan kewajiban yang dimiliki. Pembukuan ini penting dilakukan :

1. Mengetahui arus keluar masuk uang yang ada di dalam bisnis atau usaha.
2. Mengetahui posisi modal yang terpakai dan modal yang telah kembali.
3. Mencegah tercampurnya, pengeluaran (keuangan) pribadi dan keuangan usaha.

Pelatihan ini diikuti oleh mitra program IbM dan beberapa perajin *handycraft* di Kabupaten Sidoarjo, dengan pemateri dari Tim Program IbM.

Pelatihan strategi pemasaran untuk usaha kecil

Dengan model pemasaran produk yang modern, maka dengan mudah perajin industri rumah tangga untuk menyebarluaskan hasil produksinya ke pasar yang lebih luas.

Langkah-langkah dalam strategi pemasaran produk :

1. Saluran Distribusi

Salah satu bagian terpenting dari strategi pemasaran adalah bagaimana menentukan saluran distribusi atau saluran pemasaran yang tepat, karena saluran distribusi merupakan kumpulan dari cara yang mendukung semua aktivitas untuk menyalurkan produk ke konsumen.

Dan dengan saluran distribusi pemasaran yang baik diharapkan nantinya, produk yang dihasilkan juga harus inovatif dan dengan kemasan produk yang menarik.

2. Personal Selling

Personal selling adalah bagian dari strategi pemasaran yang merupakan langkah konkret dalam membangun penjualan langsung baik secara sederhana (ruang pameran, pameran/gelar produk) maupun melalui teknologi informasi (*business online*), pembuatan *blog* (tokokurniart.blogspot.com) dan *facebook* (tokokurniaart@gmail.com) dengan alamat email tokokurniaart@gmail.com

Pelatihan ini diikuti oleh mitra program IbM dan beberapa perajin *handycraft* di Kabupaten Sidoarjo, dengan pemateri dari Tim Program IbM dan Pelaku bisnis *handycraft* yang sudah berhasil.

Gelar produk

Gelar produk dilakukan untuk mengetahui sejauhmana produk yang dihasilkan oleh perajin *handycraft* (kualitas produk, inovasi produk, harga produk, packaging/kemasan produk untuk menarik daya beli konsumen) dan yang lebih penting lagi adalah memperkenalkan produk mitra kepada masyarakat

Pendampingan manajemen usaha yang profesional

Pendampingan ini dilakukan secara kontinyu dengan tujuan untuk mendampingi mitra dalam proses implementasi pembukuan usahanya dan mendampingi mitra dalam menjalankan strategi pemasaran yang modern (kualitas produk, inovasi produk, harga produk, packaging/kemasan produk untuk menarik daya beli konsumen) dan pemasaran *online* sampai mitra mandiri.

Pendampingan ini dilakukan oleh Tim Program Ipteks bagi Masyarakat dan dibantu 2 (dua) orang mahasiswa.

Modul Pelatihan Pembukuan Sederhana

Modul pelatihan ini disusun untuk mempermudah mitra IbM dalam memahami dan mempraktikkan pembukuan sederhana untuk usahanya. Modul pelatihan pembukuan sederhana ini disusun secara sederhana agar mudah difahami oleh mitra.

Modul Pelatihan Strategi Pemasaran

Modul pelatihan ini disusun untuk mempermudah mitra IbM dalam memahami dan mempraktikkan strategi pemasaran yang sesuai untuk usahanya.

Membuat blog dan facebook

Dimulai dari mendesain *blog* yang sesuai dengan kondisi usaha dan apa saja yang akan dipromosikan produk-produk yang dihasilkan, disamping itu juga memanfaatkan media jejaring sosial untuk mempermudah akses berkomunikasi dan membagi informasi ke banyak orang.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh perajin *handycraft* korban bencana lumpur Sidoarjo dalam menghadapi persaingan pasar global. Dan program atau kegiatan yang dilaksanakan adalah : a) Pelatihan pembukuan sederhana untuk usaha kecil. b) Pelatihan strategi pemasaran untuk usaha kecil, dengan model pemasaran produk yang modern, maka dengan mudah perajin industri rumah tangga untuk menyebarluaskan hasil produksinya ke pasar yang lebih luas. c) Gelar produk. d) Pendampingan manajemen usaha yang profesional, pendampingan ini dilakukan secara kontinyu dengan tujuan untuk mendampingi mitra dalam proses implementasi pembukuan usahanya dan mendampingi mitra dalam menjalankan strategi pemasaran yang modern (*business online*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada : Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi atas program IbM (Ipteks bagi Masyarakat) untuk pendanaan Tahun Anggaran 2013. Dari program IbM tersebut, kami bisa melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi dalam bentuk Pengabdian kepada Masyarakat. Kami sebagai akademisi bisa memberikan sumbangsih pengetahuan dan keterampilan bagi perajin *handycraft* dalam tertib administrasi dan keuangan melalui pelatihan pembukuan sederhana serta strategi pemasaran untuk usaha kecil melalui *business online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti, Retno, 2008, *Kewirausahaan*, Mitra Wacana Media.
- Fitriyah, Hadiah, 2009, *Model Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sesuai dengan Potensi Daerah di Kabupaten Sidoarjo*, Jurnal Emisi, Fakultas Ekonomi, UMSIDA.
- Hermawan, Sigit, Masyhad, 2006, *Akuntansi untuk Perusahaan Jasa dan Dagang*, Graha Ilmu
- Subanar, Harimurti, 2001, *Manajemen Usaha Kecil*, PT BPFY Yogyakarta.
- Suryana, 2006, *Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemb Empat.
- Suryo, Anak, 2006, *Metode Akuntansi Praktis dan Sederhana untuk Usaha KECIL dan Menengah*, Media Pressindo.