

PKM Pendampingan Untuk Meningkatkan Produksi Di Sentra Sepatu Sawahan Surabaya

Suparjo¹, Randy Pratama Salisnanda²

¹Institute Teknologi Adhi tama Surabaya
email : suparjo@itats.ac.id

²Institute Teknologi Adhi tama Surabaya

Ringkasan

Pada program PKM ini tim pengusul akan kerjasama dengan 2 (dua) Mitra yaitu Mitra 1 (pertama) dengan pemilik bernama bapak Karyono, sudah menjalankam usahanya selama 20 tahun. Mitra 2(dua) pemilik bernama bapak Suwandi adalah usaha sepatu wanita yang sudah menjalankam usahanya selama 15 tahun. Selama ini Mitra 1 dan Mitra 2 mengenalkan produk ke pasaran hanya mengandalkan penjualan produk oleh distributor yang melakukan pemesanan barang ke mereka, otomatis merk yang beredar bukanlah merk dari pengrajin sendiri, tetapi merk dari distributor. Tak jarang produk mitra diminati oleh konsumen, namun karena merk dari distributor, sehingga pengrajin sendiri tidak akan pernah dikenal oleh masyarakat. Selain itu minimnya tenaga kerja yang terampil menjadi kendala yang cukup serius bagi UKM, dimana para pemudanya lebih tertarik untuk bekerja kantor atau pabrik yang ada di sekitar Surabaya bila dibandingkan untuk belajar menjadi pengrajin sepatu. Selama ini mitra mendapatkan tenaga kerja lebih banyak berasal dari luar Surabaya yaitu desa Caruban dan desa Trenggalek

Dari hasil pengamatan di lapangan dan wawancara langsung dengan mitra, terdapat tiga hal utama yang menjadi fokus pengembangan UKM, yaitu mencakup aspek pemasaran produk, aspek desain produk dan aspek peningkatan SDM. Ketiga aspek ini sudah tentu menjadi prioritas dalam meningkatkan kinerja UKM. Masing-masing aspek pengembangan akan memberikan kegiatan pendampingan kepada mitra, seperti aspek pemasaran, mitra akan mendapatkan bantuan dalam penganekaragaman *marketing tool* sampai pada pemasaran produk melalui internet. Aspek desain, berkaitan dengan pendampingan desain dan merk yang bekerjasama dengan jurusan desain produk ITATS sehingga harapannya mitra lebih sadar akan merk. Dan melalui aspek peningkatan SDM, akan dilakukan pendampingan berkaitan dengan pelatihan dan workshop pecah pola sehingga dapat mewujudkan tenaga kerja terampil dan kompetan.

Kata Kunci: Marketing Tools, Desain, Merk, Daya Saing, UKM

Pendahuluan

Kelurahan Sawahan Kota Surabaya adalah sebuah kelurahan dengan mata pencaharian masyarakatnya sebagian besar dari proses produksi sepatu dan sandal. Pada dasarnya Aktivitas warga kelurahan rata-rata dilakukan di belakang rumah, yaitu, di gudang atau bengkel pembuatan sepatu. Berdasarkan hasil survey, mereka tidak mempunyai gerai atau *showroom*. Dimana hasil semua *home industry* yang dihasilkan, akan dikirim ke tempat tujuan pemesan / distributor.

Pembuatan sepatu di Kelurahan Sawahan. Berawal dari 10 pengusaha sepatu rumahan. Lambat laun, usaha itu berkembang hingga ke Kelurahan

sekitarnya. Meski berskala rumahan, sepatu yang diproduksi sudah berada di mana-mana. Sepatu di PGS (Pusat Grosir Surabaya), rata-rata merupakan produk hasil dari Kelurahan Sawahan .

Mitra disini adalah UKM yang bergerak dalam bidang home industri sepatu wanita di Kelurahan Sawahan, dengan produk andalan sepatu wanita imitasi. Untuk pembuatan sepatu wanita yang biasanya terbuat dari kulit imitasi dan busa. Pembeli yang datang umumnya memang distributor besar. Namun, ada juga yang membeli eceran atau satu dua pasang saja. dari segi pemasaran yang mitra lakukan, mereka sangat tergantung

kepada distributor, biasanya distributor memakai merek sendiri didalam memasarkan produk pengrajin. Selama ini distributorlah yang menentukan jenis produk dan juga merek yang mereka inginkan tanpa mencantumkan sumber pengrajinnya. Seperti Merek sepatu Gress dan Chendy pada dasarnya dibuat di Kelurahan Sawahan. Beberapa sepatu bahkan masuk ke JMP (Jembatan Merah Plaza). Dari penjualan 1 (satu) bulan Mitra 1 (satu) bisa produksi sebanyak 900 pasang sepatu, 1 (satu) pasang sepatu seharga Rp 40.000 , penjualan perbulan Rp 36.000.000. Penjualan 1 (satu) bulan, Mitra 2 (dua) bisa produksi 1.080 pasang sepatu, 1 (satu) pasang sepatu seharga Rp 40.000, penjualan perbulan Rp 43.200.000.

Dari data sumber pengrajin sepatu di Sawahan kota Surabaya maka pada program PKM ini diharapkan dapat menyelesaikan suatu permasalahan mitra. Tujuan program PKM ini adalah. Untuk meningkatkan penjualan dengan menambah pasar yang semula pemasarnya hanya di PGS (Pusat Grosir Surabaya) dan JMP (Jembatan merah Plaza) di perluas ke pasar DTC (Darmo Trade Center) Wonokromo dan Pasar Kapas Krampung.

Dalam program PKM ini tim pengusul akan kerjasama dengan 2(dua) Mitra. Mitra 1(satu) adalah pengrajin sepatu wanita yang menjalankan usahanya sudah 20 (dua puluh) tahun dan Mitra 2 (dua) pengrajin sepatu wanita yang menjalankan usahanya sudah 15 (lima belas) tahun,

Secara umum profil usaha mitra dapat dilihat sebagai berikut :

a. Lokasi Usaha

Mitra 1 berlokasi di jalan Wonorejo IV No 56 di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya, Jarak lokasi dari Perguruan Tinggi berkisar kurang lebih 12 Km. Mitra 2(dua) berlokasi di Jalan Kedungdoro VIII no. 27 di Kelurahan Sawahan Kecamatan Sawahan Kota Surabaya. Jarak lokasi dari Perguruan Tinggi berkisar kurang lebih 14 Km.

b. Bahan Baku

Jenis bahan baku yang selama ini

digunakan Mitra adalah kulit imitasi, lem castol/ lem latek, tamsin atau plat, paku dan benang, Supplay bahan baku berasal dari Pasar Kramat gantung, namun ada beberapa yang diperoleh dari toko di PGS (Pusat Grosir Surabaya) yang berlokasi di Surabaya

c. Tenaga kerja

Dalam pemenuhan terhadap SDM, saat ini Mitra 1 memiliki 7 (tujuh) tenaga kerja semua berasal dari Surabaya dan Mitra 2 (dua) memiliki 10 (sepuluh) tenaga kerja. berasal dari luar Surabaya yaitu dari Kelurahan Caruban dan juga dari kelurahan Trenggalek .

d. Proses Produksi

Proses produksi yang dijalankan oleh Mitra sebagian besar dilakukan secara manual. Mitra 1 memiliki beberapa alat produksi yang mendukung proses produksinya. Kapasitas produksi yang mampu dihasilkan dengan jumlah mesin yang ada perhari rata – rata 30 pasang, sehingga dalam 1 bulan mampu menghasilkan kurang lebih 900 pasang sepatu .

Mitra 2 memiliki beberapa alat produksi yang mendukung proses produksinya. Kapasitas produksi yang mampu dihasilkan dengan jumlah mesin yang ada perhari rata – rata 36 pasang, sehingga dalam 1 bulan mampu menghasilkan kurang lebih 1.080 pasang sepatu.

Beberapa peralatan produksi dan kegiatan mitra dalam proses produksinya dapat dijabarkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Alur proses produksi sepatu

e. Produk

Produk yang dihasilkan selama ini dominan adalah sepatu wanita, dari bahan kulit imitasi produk ini cukup diminati pasar, khususnya di kalangan menengah ke bawah yang memang sering berganti mode sesuai dengan trend yang sedang terjadi. Beberapa jenis produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

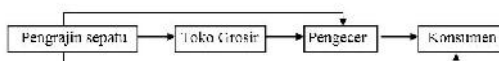


Gambar 2. Jenis Produk yang mampu dihasilkan oleh UKM Mitra

Desain yang ada selama ini merupakan desain yang masih umum ada dipasaran, selain juga desain berasal dari pemesan/distributor sendiri. Mitra belum memiliki desain yang unik yang mencirikan keunggulan usahanya dan masih meniru desain yang menjadi trend di pasaran.

f. Pemasaran

Produk Sepatu dipasarkan di kota Surabaya yaitu di PGS (Pusat Grosir Surabaya) dan JMP (Jembatan merah Plaza). Produk akan dikirim sesuai dengan pesanan dan juga produk bisa di beli ke rumah produksi secara langsung



Gambar 3. Proses pemasaran

Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi yang telah dijabarkan diatas, maka secara umum dapat disampaikan beberapa permasalahan pokok mitra yang perlu segera diantisipasi, adapun permasalahan yang diperoleh dapat dijabarkan dalam tabel berikut :

MITRA 1

Bidang Produksi :

- a. Sebagian besar di kerjakan dengan proses konvensional.
- b. Peralatan masih sederhana
- c. Minimnya SDM dalam proses produksi terutama dalam desain sepatu sehingga sulit dalam pengembangan produk.

Bidang Pemasaran :

- a. Belum memiliki SDM yang khusus yang menangani pemasaran produk.
- b. Tidak memiliki media pemasaran.
- c. Mengandalkan konsumen yang pernah melakukan transaksi

Bidang Produk:

- a. Desain produk cenderung monoton.
- b. Lebih cenderung hanya menggunakan desain yang diberikan oleh distributor
- c. Tidak adanya ciri khas/ desain khusus dari produk sehingga produk ukm tidak dikenal masyarakat.
- d. Minimnya ilmu dan pemahaman UKM tentang desain dan merk

Harga :

- a. Masih relatif murah, karena transaksi dilakukan ke distributor.
- b. Perlu dilakukan peningkatan harga produk.
- c. Terjangkau bagi masyarakat pada umumnya

MITRA 2

Bidang Produksi :

- a. Sebagian besar di kerjakan dengan proses konvensional.
- b. Peralatan masih sederhana.
- c. Minimnya SDM dalam proses produksi terutama dalam desain sepatu sehingga sulit dalam pengembangan produk

Bidang Pemasaran :

- a. Belum memiliki SDM yang khusus yang menangani pemasaran produk.
- b. Tidak memiliki media pemasaran.
- c. Mengandalkan konsumen yang pernah melakukan transaksi.
- d. Tidak memiliki outlet

Bidang Produk:

- a. desain produk cenderung monoton.
- b. Lebih cenderung hanya menggunakan desain yang diberikan oleh distributor.
- c. Tidak adanya ciri khas/ desain khusus dari produk sehingga produk UKM tidak

dikenal masyarakat

- d. Minimnya ilmu dan pemahaman UKM tentang desain dan merk

Harga :

- a. Masih relatif murah , karena transaksi dilakukan ke distributor.
- b. Perlu dilakukan peningkatan harga produk.
- c. Terjangkau bagi masyarakat pada umumnya

Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi UKM saat ini, maka sesuai dengan kesepakatan dari pihak UKM, Tim akan memberikan pendampingan terhadap tiga aspek bisnis yang mendapatkan perhatian khusus, yaitu aspek pemasaran, aspek produksi dan aspek desain. Ketiga aspek ini merupakan tiga aspek utama yang perlu dibenahi terlebih dahulu sehingga usaha mitra dalam upaya meningkatkan daya saing untuk meraih pasar, baik dalam skala nasional maupun internasional akan dapat tercapai dengan mudah.

Target Dan Luaran

Dari kesepakatan pendampingan yang akan diberikan sebelumnya dimana terdapat tiga aspek utama yang menjadi prioritas kegiatan pendampingan , maka disini akan diuraikan secara detail target luaran yang diharapkan dari masing - masing aspek dimensi bisnis yang terpilih seperti pada tabel berikut :

Produksi

Prioritas Permasalahan:

- a. Kurangnya tenaga kerja Profesional yang membantu proses produksi.
- b. Minimnya pengetahuan UKM dalam pengetahuan menjahit dan pecah pola, karena selama ini pengetahuan yang di miliki cenderung di peroleh secara ototidak.

Luaran :

- a. Sebanyak 4 tenaga kerja yang profesional dalam hal menjahit dan pecah pola.
- b. Mengadakan pelatihan pecah pola dan menjahit kerjasama dengan APRESINDO.

Pemasaran

Prioritas Permasalahan :

- a. Hanya mengandalkan distributor yang melakukan pemesanan produk dalam mengenalkan ke pasar.
- b. Kurangnya promosi yang dilakukan UKM dalaam mengenalkan produk mereka ke konsumen.
- c. Tidak adanya alat-alat pendukung promosi yang signifikan untuk mengenalkan produk UKM ke masyarakat.
- d. Kurangnya pengetahuan UKM dalam kegiatan promosi produk

Luaran :

- a. Mengoptimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak UKM sendiri dengan memberikan bantuan dalam hal *Deferensiasi marketing tool* seperti 500 unit brosur produk,50 unit catalog
- b. Membantu mempromosi kan produk UKM dengan membuatkan website yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi penjualan via internet

Produk

- a. Desain cenderung monoton
- b. Lebih cenderung hanya menggunakan desain yang diberikan distributor yang melakukan pemesanan
- c. Tidak adaanya ciri khas desain khusus dari produk yang dihasilkan sehingga produk UKM tidak di kenal masyarakat.
- d. Minimnya ilmu dan fahaman UKM tentang desain merek

Metode Pelaksanaan

Solusi yang ditawarkan

Solusi yang ditawarkan pada program ini adalah mengacu kepada tujuan program dan permasalahan – permasalahan yang ditemukan, dilapangan. Berdasarkan atas pantauan dilapangan, terdapat beberapa peluang yang bisa menjadi dasar bagi solusi yang akan ditawarkan yaitu, antara lain :

1. Prospek pasar masih cukup bagus, mengingat trend masyarakat yang selalu mengikuti mode.
2. Model masih bisa mengikuti keinginan pasar (up to date).

3. Harga jual produk masih terjangkau oleh masyarakat secara luas.

Berdasarkan peluang tersebut dan sesuai dengan target luaran yang diharapkan, maka beberapa solusi yang bisa ditawarkan, dinyatakan sebagai berikut :

Produksi Prioritas Permasalahan

- a. Kurangnya tenaga kerja profesional yang membantu proses produksi
- b. Minimnya pengetahuan UKM dlm pengetahuan menjahit dan pecah pola, karena selama ini pengetahuan yang dimiliki masih cenderung diperoleh secara otodidak

Solusi / Metode Pelaksanaan

Peningkatan ketrampilan SDM melalui pelatihan yang diberikan

Target Dan Luaran

Sebanyak 4 tenaga asli dari kelurahan Sawahan yang profesional dalam hal menjahit dan pecah pola, Mengadakan pelatihan pecah pola dan menjahit yang bekerja sama dengan pihak APRESINDO

Pemasaran Prioritas Permasalahan

Hanya mengandalkan distributor yang melakukan pemesanan produk dalam mengenalkan produk ke pasaran, Kurangnya promosi yang dilakukan UKM dalam mengenalkan produk UKM mereka ke konsumen, Kurangnya pengetahuan UKM dalam kegiatan promosi produk

Solusi / Metode Pelaksanaan

Peningkatan pemasaran baik melalui diversifikasi marketing tools maupun pendampingan penjualan via internet.

Target Dan Luaran

Mengoptimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak UKM sendiri dengan memberikan bantuan dalam hal Deferensiasi marketing tool 1 unit banner, Membantu mereka mempromosikan produk UKM dengan membuat website yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi penjualan via internet

Produk Prioritas Permasalahan

Desain produk cenderung monoton tidak ada ciri khas, khusus dari produk yang dihasilkan sehingga produk UKM tidak dikenal masyarakat, Minimnya ilmu dan pemahaman UKM tentang desain dan merk

Solusi / Metode Pelaksanaan

Pengembangan desain produk melalui pelatihan dan workshop desain.

Target Dan Luaran

Mencoba mengenalkan desain kepada UKM dengan melakukan pelatihan dan workshop desain kepada UKM yang bekerjasama dengan jurusan desain produk ITATS Surabaya

Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan tujuan Kegiatan Pengabdian, sampai pada laporan kemajuan ini terdapat beberapa hasil yang telah dicapai. Kegiatan PKM yang dilaksanakan sejalan dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dicapai mitra. Berikut adalah solusi yang ditawarkan beserta kegiatan IbM yang telah dan akan dilaksanakan. Rekapitulasi ketercapaian kegiatan IbM :

Produksi : Peningkatan produksi dengan Pengadaan mesin pres untuk mencetak merk sepatu, penambahan pemasaran dengan pembuatan website dengan alamat pkmsepatu.com dan pembuatan penambahan desain sepatu



Gambar 4. desain sepatu



Gambar 5. Mesin pres untuk mencetak merk



Gambar 6. Sulas untuk mall sepatu

Simpulan

1. Mitra cukup bagus dalam menerima transfer teknologi tentang desain produk , pemasaran lewat website
2. Perlu adanya kegiatan pendampingan terhadap UKM secara berkelanjutan dalam hal teknologi sehingga UKM mampu mandiri dalam mengoperasikan website pkmsepatu.com , dalam hal pemasaran
3. Motivasi IKM dalam usaha meningkatkan ketrampilan dan kualitas SDM melalui program pelatihan dan workshop

Saran :

1. Peran pemerintah daerah sangat dibutuhkan untuk perkembangan IKM .
2. Mempertahankan mutu sepatu sebagai salah satu keunggulan Industri kecil Sawahan dan melakukan pemberian label yang menjadi merk daganag sepatu sesuai prmintaan konsumen.
3. Melakukan promosi dengan cara mengadakan pameran di berbagai tempat yang potensial untuk pasar sasaran dan bekerjasama dengan pemerintah sebagai tujuan wisata sepatu.

Referensi

Hendro. 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan,penerbit Erlangga
<http://dprd-sidoarjokab.go.id/>
<http://pariwisata.sidoarjokab.go.id/wisata.php>
<http://bisnisukm.com/sidoarjo-punya-sentra-industri-sandal-dan-sepatu.html>