

IPTEK BAGI MASYARAKAT PRODUK SEPATU DI SRUNI SIDOARJO

Suparjo¹, Randy Pratama Salisnanda²

¹Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
e-mail : parjo_itats@yahoo.com

²Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
e-mail : -

Abstract

In this program, which became Partner 1 and Partner 2 is the hometown of shoes in the village community Seruni Sidoarjo district, Mitra 1 with the owners named Mr. Agus Supriyanto July is the shoe business is located at 202 Mangga road 08 neighborhood, RW.02 Community Association, Seruni Sidoarjo, while the two partners with owner named Slamet Hariyanto is located in the shoe business Jumptrejo 09 neighborhood 03 Community Association Seruni Sidoarjo. During this Partner 1 and Partner 2 introduce products into the market rely solely on product sales by distributors who order goods to their outstanding auto brands is not the brand of the artisans themselves, but the brand of the distributor. Not infrequently partner products in demand by consumers, but because of the brand of the distributor, so that the artisans themselves will never be known by the public. Besides the lack of skilled labor becomes a serious problem for SMEs, where the village youth are more interested in working in an office or a factory that is around the village, when compared to learning to be a shoe craftsman. During these partners get more manpower from outside of Seruni Village. From the results of the field observations and interviews with partners, there are three main things that become the focus of development of SMEs, which includes aspects of product marketing, product design aspects and aspects of human resource development. The third aspect is certainly a priority in improving the performance of SMEs. Each aspect of the development will provide assistance to partner activities, such as marketing aspects, partners will get help in the diversification of marketing tools to the marketing of products via the internet. Design aspects, relating to the design and brand advocacy in cooperation with the Department of product design ITATS so hope more partners are aware of the brand. And through improved aspects of human resources, will be made with respect to training and mentoring burst pattern and sewing workshop so that it can realize a skilled workforce and the competent.

Keywords: *Marketing Tools, Design, Brand, Competitiveness, SMEs.*

I. PENDAHULUAN

Analisa Situasi

Desa Seruni adalah sebuah desa dengan mata pencaharian masyarakatnya sebagian besar dari proses produksi sepatu dan sandal kulit. Pada dasarnya Aktivitas warga desa rata-rata dilakukan di belakang rumah, yaitu, di gudang atau bengkel pembuatan sepatu dan

sandal. Berdasarkan hasil survey, mereka tidak mempunyai gerai atau *showroom*. Dimana hasil semua *home industry* yang dihasilkan, akan dikirim ke luar kecamatan sesuai dengan tempat tujuan pemesan / distributor.

Pembuatan sepatu dan sandal di Desa Seruni. Berawal dari 20 pengusaha sepatu rumahan. Lambat laun, usaha itu berkembang hingga ke Desa sekitarnya. Meski berskala rumahan, sepatu dan sandal yang diproduksi sudah berada di mana-mana. Sandal dan sepatu di Tanggulangin dan Wedoro rata-rata merupakan produk hasil dari desa Seruni. Pada awalnya mayoritas produk yang dihasilkan adalah sepatu kulit, dan kulit avalan, namun belakangan ada permintaan untuk pembuatan sepatu dari kulit sintetis, sehingga produk ini pun menjadi produk andalan desa selain produk dari kulit.

Mitra disini adalah UKM yang bergerak dalam bidang home industri sepatu sandal di desa Seruni, dengan produk andalan sepatu kulit dan sepatu sandal kulit imitasi. Untuk pembuatan sandal, selain sandal resmi, juga ada sandal jepit yang biasanya terbuat dari 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 sandal atau sepatu Cayotte dan King Starr pada dasarnya dibuat di Seruni. Beberapa sandal dan sepatu bahkan masuk ke Ramayana maupun Carefour departement store. Namun, tentu mereknya bukan merek dari pengrajin, melainkan merek dari para distributor. Ada beberapa distributor yang mengirimkan ke luar negeri. Misalnya ke Malaysia namun sekali lagi dengan merek dagang distributor sendiri..dari sisi pendapatan, Dalam setahun, omzet per pengrajin bisa ratusan juta. Biasanya, pemesanan paling ramai saat beberapa bulan menjelang Lebaran hingga tahun baru. Pada bulan-bulan tersebut, pesanan tidak pernah sepi. Namun, bulan-bulan setelahnya tidak terlalu ramai, kadangkala sangat sepi. Secara umum profil usaha mitra dapat dilihat sebagai berikut :

a. Lokasi Usaha

Mitra 1 berlokasi di jalan Mangga 202 RT.08. RW.02, Seruni Sidoarjo. Jarak lokasi dari Perguruan Tinggi berkisar kurang lebih 25 Km. Mitra 2 berlokasi di Jumputrejo RT09.RW03 Seruni Sidoarjo. Jarak lokasi dari Perguruan Tinggi berkisar kurang lebih 26 Km

b. Bahan Baku

Jenis bahan baku yang selama ini digunakan Mitra adalah kulit sapi, kulit sintetis maupun kulit avalan, dan untuk mempercantik produk yang dihasilkan, maka ditambahkan aksesoris yang sesuai. Supplay bahan baku sebagian besar berasal dari desa Magetan, namun ada beberapa yang diperoleh dari toko Barokah Seruni yang berlokasi didesa Seruni itu sendiri. Untuk kulit avalan karena merupakan kulit hasil limbah pabrik/ kulit sisa pabrik, mitra memperoleh kulit tersebut dari orang- orang jualan kulit yang ada disekitar desa. Bahan baku, biasanya dibedakan dengan berbagai macam type yang ada, semakin bagus bahan baku, tentunya harga belipun akan semakin mahal.

c. Tenaga kerja

Dalam pemenuhan terhadap SDM, saat ini Mitra 1 memiliki 9 (sembilan) tenaga kerja dan Mitra 2 (dua) memiliki 6 tenaga kerja. Rata – rata tenaga kerja diperoleh sebagian besar berasal dari luar desa Seruni yaitu dari Desa Pandaan dan juga dari desa Sukoharjo . Minimnya tenaga kerja yang berasal dari desa Seruni sendiri disebabkan karena sebagian besar kepala keluarga (KK) di desa Seruni memiliki usaha sepatu, dan anak muda desa yang ada cenderung lebih tertarik untuk bekerja kantor atau pabrik yang ada di kota Sidoarjo. Minimnya minat pemuda desa untuk menekuni keahlian dalam membuat sepatu, menjadi kendala mitra untuk memperoleh tenaga kerja yang dapat diajak bekerjasama dalam proses

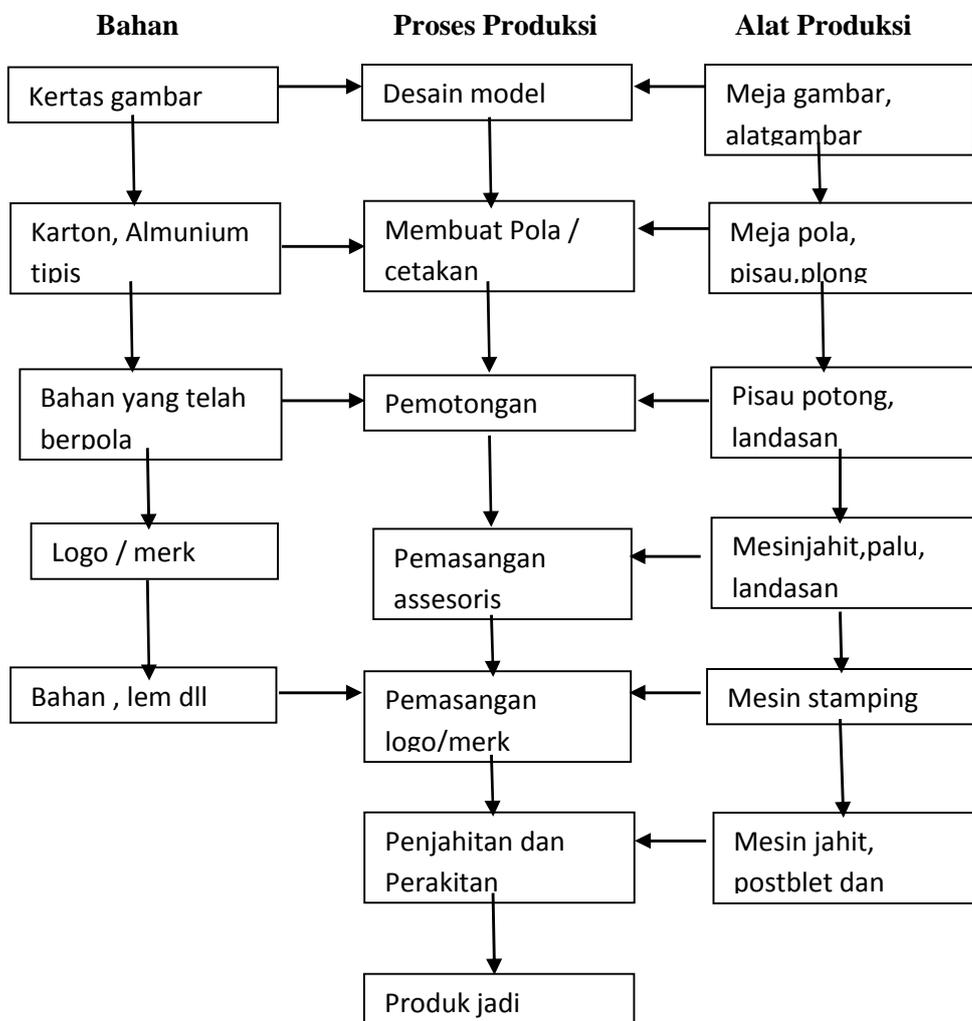
produksi. Kurangnya tenaga kerja professional mengakibatkan kurangnya proses Kontrol terhadap tenaga kerja, selain itu Ilmu menjahit yang dimiliki mitrapada dasarnya diperoleh dengan cara belajar otodidak.

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 90 pasang sepatu kulit. Mitra 2 memiliki beberapa alat produksi yang mendukung proses produksinya. Kapasitas produksi yang mampu dihasilkan dengan jumlah mesin yang ada perhari rata-rata 25 pasang, sehingga dalam 1 bulan mampu menghasilkan kurang lebih 80 pasang sepatu kulit

Secara umum, alur proses produksi sepatu pada kedua mitra adalah seperti yang diperlihatkan pada Gambar 1.

Proses produksi tersebut dapat dilihat dalam gambar alur berikut ini:



Gambar 1. Proses produksi

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



Gambar 2. Proses Produksi Sepatu Kulit Mitra

e. Produk

Produk yang dihasilkan selama ini dominan adalah sepatu dan sandal, baik dari bahan kulit maupun sintetis (bukan kulit). Produk ini cukup diminati pasar, khususnya di kalangan menengah yang memang sering berganti mode sesuai dengan trend yang sedang terjadi. Beberapa jenis produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 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

Pemasaran produk sebagian besar berasal dari luar kecamatan seperti di Tanggulangin maupun Wedoro. Tidak menutup kemungkinan pasar produk mereka merambah mall seperti pusat grosir dan Careffour, namun, kembali lagi merek dagang mereka tidaklah mencerminkan produk desa Seruni, melainkan merek dagang dari distributor itu sendiri. Dari proses pemasaran yang telah ada selama ini, mitra masih perlu dukungan riil didalam mewujudkan kegiatan pemasaran yang lebih aktif serta didukung oleh marketing

tool yang jauh lebih memadai sehingga keberadaan dari desa seruni sebagai desa yang memproduksi sepatu berkualitas dapat diketahui oleh masyarakat secara luas.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan eksisting dan 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 sebagai berikut :

Bidang Produksi

1. Sebagian besar di kerjakan dengan proses konvensional ,
2. Peralatan masih sederhana
3. Minimnya SDM dalam proses produksi terutama dalam desain sepatu sehingga sulit dalam pengembangan produk.

Bidang Pemasaran

1. Belum memiliki SDM yang khusus yang menangani pemasaran produk.
2. Tidak memiliki media pemasaran mengandalkan konsumen yang pernah melakukan transaksi
3. Tidak memiliki outlet

Bidang Produk

1. Desain produk cenderung monoton.
2. Lebih cenderung hanya menggunakan desain yang diberikan oleh distributor
3. Tidak adanya ciri khas/desain khusus dari produk sehingga produk UKM tidak dikenal masyarakat.
4. Minimnya ilmu dan pemahaman UKM tentang desain dan merk

Bidang Harga

1. Masih relatif murah , karena transaksi dilakukan ke distributor
2. Perlu dilakukan peningkatan harga produk
3. 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.

2. METODE

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, sebagai berikut :

Bidang Produksi

Peningkatan ketrampilan SDM melalui pelatihan yang diberikan

Bidang Pemasaran

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

Bidang Produk

Pengembang desain produk melalui pelatihan dan workshop desain

Target Dan Luaran

Bidang Produksi

4 tenaga asli dari desa seruni yang profesional dalam hal menjahit dan pecah pola.

Mengadakan pelatihan pecah pola dan menjahit yang bekerja sama dengan pihak APRESINDO

Bidang Pemasaran

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 penjualna via internet

Bidang Produk

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

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan Kegiatan Pengabdian, sampai pada laporan kemajuan ini terdapat beberapa hasil yang telah di capai. Kegiatan IbM yang dilaksanakan sejalan dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang di capai mitra.

Berikut adalah solusi beserta kegiatan IbM yang telah dilaksanakan.

Table 1. Rekapitulasi ketercapaian kegiatan IbM

No	RINCIAN KEGIATAN	PENCAPAIAN KEGIATAN
1	Pembuatan website bagi UKM	Merancang desain website serta mendaftarkan alamat website UKM dengan alamat : pemasaranukm.com
2	Sosialisasi merk bagi UKM	Telah dilaksanakan dengan baik , dengan adanya hasil atau terciptanya desain merk baru bagi salah satu IKM dengan merk/logo IKM 1 : GAGO . IKM 2 : LAZER 2000
3	Merancang diversifikasi marketing tool	Mendisain catalog, brosur dan juga banner sebagai alat promosi Mitra dalam mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.
4	Pelatihan Motivasi Kewirausahaan	Mengadakan pelatihan motivasi kewirausahaan
5	Peningkatan produksi dengan Pengadaan penambahan alat sulas	terlaksananya Pengadaan penambahan alat sulas untuk mendukung peningkatan produksi .

Faktor Internal dan Eksternal yang terdapat di industri kecil sepatu Seruni Sidoarjo, meliputi :

Kekuatan :

1. Kemudahan mendapatkan bahan baku
2. Memiliki pimpinan yang berjiwa social, bertanggung jawab,cerdas,semangat yang besar dan berjiwa wirausaha
3. Memiliki produk yang bernilai ekonomis dan berdaya saing tinggi
4. Terbina suasana kerja yang bersifat kekeluargaan dan gotong royong antara karyawan dan tim manajerial
5. Harga produk terjangkau oleh berbagai tingkat konsumen
6. Citra sudah dikenal baik
7. Koordinasi tugas lebih efisien karena dikelola langsung oleh pengusaha

Kelemahan:

1. Posisi UKM yang masih melakukan kegiatan secara mandiri dengan peralatan sederhana
2. Kurangnya pendidikan SDM yang dimiliki
3. Sarana dan prasaran yang masih terbatas
4. System keuangan yang masih sederhana
5. Modal Kerja yang terbatas
6. Produksi berdasarkan pesanan, sehingga tidak ada persediaan
7. Ketergantungan modal pada pihak grosir
8. Harga jual masih didominasi sesuai harga grosir

Peluang:

1. Meningkatnya perekonomian Negara dengan program UKM
2. Adanya dukungan pemerintah dalam memajukan sector non migas melalui program Departemen Perindustrian dan Perdagangan
3. Tersedianya pasar sepatu yang selalu berkembang
4. Terjalinya kerjasama yang baik dengan pemerintah dalam usaha peningkatan sector perekonomian
5. Ketersediaan bahan baku yang cukup
6. Kemajuan Teknologi
7. Hubungan baik dengan distributor dan toko besar sebagai mitra
8. Perubahan pola gaya hidup masyarakat

Ancaman:

1. Tingkat daya beli masyarakat masih rendah
2. Banyaknya beredar produk sejenis dari pesaing
3. Selera konsumen yang selalu berubah
4. Adanya Pesaing baru

Lampiran gambar :



Gambar 5. Penyerahan mal sulas sepatu



Gambar 4. Desain brosur untuk UKM





Gambar 6. Desain Website : pemasaranukm.com



Gambar 7. Pelatihan Motivasi kewirausahaan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Keahlian Mitra dalam melakukan proses produksi sebenarnya sudah cukup baik, Mitra kesulitan mencari tenaga kerja yang terampil.
2. Perlu adanya kegiatan pendampingan terhadap UKM secara berkelanjutan dalam hal teknologi sehingga UKM mampu mandiri dalam mengoperasikan website pemasaranukm.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 Seruni dan melkukan pemberian label yang menjadi merk daganag sepatusesuai 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.

5. DAFTAR PUSTAKA

<http://dprd-sidoarjokab.go.id/>

<http://pariwisata.sidoarjokab.go.id/wisata.php>

<http://bisnisukm.com/sidoarjo-punya-sentra-industri-sandal-dan-sepatu.html>