

PROGRAM KEMITRAAN PRODUKSI SEPATU DI SURABAYA

Suparjo, Randy Pratama Salisnanda
Institut Teknologi Adhi tama Surabaya
email : suparjo@itats.ac.id

ABSTRACT

-

ABSTRAK

Mitra kegiatan ini 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. 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.

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 :

Lokasi Usaha



Gambar 1. Lokasi Mitra 1 Jarak 12 Km dan Lokasi Mitra 2 Jarak 14 Km

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.

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



Gambar 2, bahan baku utama mitra kulit imitasi

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 .

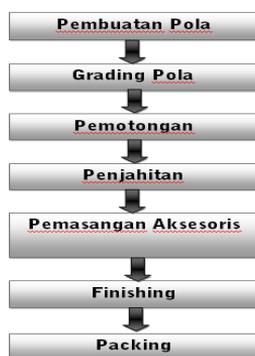
Proses Produksi

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 mesin yang dimiliki mitra terjabarkan dalam tabel berikut :

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



Gambar 3. Flow Proses Chart Pembuatan Sepatu

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 :

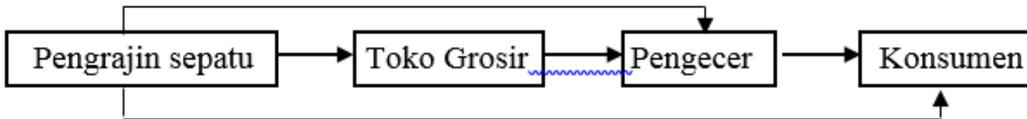


Gambar 4. Jenis Produk yang mampu dihasilkan oleh UKM Mitra

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.

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 5. Proses pemasaran

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 :

Tabel 4 Rekapitulasi Permasalahan Mitra

NO	BIDANG	PERMASALAHAN	
		MITRA 1	MITRA 2
1	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.	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
2	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	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
3	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	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
4	Lokasi	a. Masih berkesan kampung dan belum terlalu dikenal masyarakat pada umumnya. b. Masyarakat cukup guyub dan menjunjung kekeluargaan. c. Lokasi di kota besar	a. Masih berkesan kampung dan belum terlalu dikenal masyarakat pada umumnya. b. Masyarakat cukup guyub dan menjunjung kekeluargaan. c. Lokasi di kota besar
5	Harga	a. Masih relatif murah , karena transaksi dilakukan ke distributor. b. Perlu dilakukan peningkatan harga produk. c. Terjangkau bagi masyarakat pada umumnya	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 :

Tabel 5. Target dan Luaran dari Ketiga Aspek Bisnis yang Terpilih

NO	BIDANG	PRIORITAS PERMASALAHAN	LUARAN
1	Produksi	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 otodidak.	a. Sebanyak 4 tenaga kerja yang profesional dalam hal menjahit dan pecah pola. b. Mengadakan pelatihan pecah pola dan menjahit kerjasama dengan APRESINDO
2	Pemasaran	a. Hanya mengandalkan distributor yang melakukan pemesanan produk dalam mengenalkan ke pasar. b. Kurangnya promosi yang dilakukan UKM dalam 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	a. Mengoptimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak UKM sendiri dengan memberikan bantuan dalam hal <i>Deferensiasi marketing tool</i> seperti 500 unit brosur produk, 50 unit catalog b. Membantu mempromosikan produk UKM dengan membuatkan website yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi penjualan via internet
3	Produk	a. Desain cenderung monoton b. Lebih cenderung hanya menggunakan desain yang diberikan distributor yang melakukan pemesanan c. Tidak adanya ciri khas desain khusus dari produk yang dihasilkan sehingga produk UKM tidak di kenal masyarakat. d. Minimnya ilmu dan fahaman UKM tentang desain merek	a. Mengenalkan desain kepada UKM dengan melakukan pelatihan dan workshop desain kepada UKM yang bekerjasama dengan jurusan desain produk ITATS

METODE PELAKSANAAN

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 dalam tabel berikut :

Tabel 6. Alternatif solusi /metode yang ditawarkan ke Mitra

No	Bidang	Prioritas Permasalahan	Solusi / Metode Pelaksanaan	Target Dan Luaran	Aspek Terkait
1	Produksi	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	Peningkatan ketrampilan SDM melalui pelatihan yang diberikan	a. Sebanyak 4 tenaga asli dari Kelurahan Sawahan yang profesional dalam hal menjahit dan pecah pola. b. Mengadakan pelatihan pecah pola dan menjahit yang bekerja sama dengan pihak APRESINDO	a. Manajemen b. Produksi c. SDM
2	Pemasaran	a. Hanya mengandalkan distributor yang melakukan pemesanan produk dalam mengenalkan produk ke pasaran b. Kurangnya promosi yang dilakukan UKM dalam mengenalkan produk UKM mereka ke konsumen. c. Kurangnya pengetahuan UKM dalam kegiatan promosi produk	Peningkatan pemasaran baik melalui diversifikasi marketing tools maupun pendampingan penjualan via internet	a. Mengoptimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak UKM sendiri dengan memberikan bantuan dalam hal Deferensiasi marketing tool 1 unit banner b. Membantu mereka mempromosikan produk UKM dengan membuat website yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi penjualan via internet	a. Manajemen b. Pemasaran c. SDM
3	Produk	a. Desain produk cenderung monoton tidak ada ciri khas khusus dari produk yang dihasilkan sehingga produk UKM tidak dikenal masyarakat. b. Minimnya ilmu dan pemahaman UKM tentang desain dan merk	Pengembangan desain produk melalui pelatihan dan workshop desain.	Mencoba mengenalkan desain kepada UKM dengan melakukan pelatihan dan workshop desain kepada UKM yang bekerjasama dengan jurusan desain produk ITATS Surabaya.	a. Produk b. SDM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan Kegiatan Pengabdian, sampai pada laporan kemajuan ini terdapat beberapa hasil yang telah di capai. Kegiatan PKM yang dilaksanakan sejalan dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang di capai 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 6. Produk Sepatu



Gambar 7. Website pemasaran (pkmsepatu.com) dan sulas untuk mall sepatu

KESIMPULAN

Dari serangkaian kegiatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa, mitra cukup bagus dalam menerima transfer teknologi tentang desain produk , pemasaran lewat website; Perlu adanya kegiatan pendampingan terhadap UKM secara berkelanjutan dalam hal teknologi sehingga UKM mampu mandiri dalam mengoperasikan website pkmsepatu.com , dalam hal pemasaran; Motivasi IKM dalam usaha meningkatkan ketrampilan dan kualitas SDM melalui program pelatihan dan workshop

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat selaku pemberi dana.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <http://dprd-sidoarjojab.go.id/>
- [2] <http://pariwisata.sidoarjojab.go.id/wisata.php>
- [3] <http://bisnisukm.com/sidoarjo-punya-sentra-industri-sandal-dan-sepatu.html>