PEMANFAATAN *MARKETING TOOLS* DALAM PEMASARAN PRODUK UKM SEPATU KULIT DI DESA SERUNI SIDOARJO

Christin Mardiana,[1)] Ningroom Adiani, [2)]

Desain Produk, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
E-mail : christin.despro@itats.ac.id

ABSTRACT

Seruni Village, Gedangan Subdistrict, is one of the areas that has the largest shoe industry center in Sidoarjo. In Seruni Village, there are more than 25 home shoe entrepreneurs and have marketed their products to outside Sidoarjo Regency. Shoe products produced are superior products and have been recognized by the Central Government. However, the village of Seruni's footwear industry is less well known compared to shoe products from the Wedoro and Tanggulangin regions, this is due to the lack of product management so that it is inferior to other villages. The purpose of this activity is to increase the marketing of leather shoes partners by teaching partners to differentiate leather shoes products; provide training and product packaging design workshops to make packaging better and have a distinctive brand; partners have marketing tools (product catalogs, brochures and business cards) to support their marketing. The method used is training and workshops and assistance to both shoe partners. Assistance is done at the end of each month the team evaluates partners about the results of training and workshops that have been carried out until the partners can really apply the results of the training and workshop properly.

Keywords: *marketing tools; marketing; production; leather shoes.*

ABSTRAK

Desa Seruni Kecamatan Gedangan adalah salah satu wilayah yang memiliki sentra industri sepatu terbesar di Sidoarjo. Di Desa Seruni, terdapat lebih dari 25 pengusaha sepatu rumahan dan telah memasarkan produknya hingga ke luar Kabupaten Sidoarjo. Produk sepatu yang dihasilkan merupakan produk unggulan dan sudah diakui oleh Pemerintah Pusat. Namun industri sepatu Desa Seruni kurang begitu dikenal jika dibandingkan dengan produk sepatu dari wilayah Wedoro dan Tanggulangin, hal ini dikarenakan masih kurangnya pengelolaan produk sehingga kalah dengan desa lain. Tujuan dari kegiatan ini untuk meningkatkan pemasaran dari mitra sepatu kulit dengan cara mengajarkan mitra membuat diferensiasi produk sepatu kulit; memberikan pelatihan dan workshop desain kemasan produk untuk menjadikan kemasan yang lebih bagus dan memiliki brand tersendiri; mitra memiliki marketing tools (katalog produk, brosur dan kartu nama) untuk menunjang pemasarannya. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan workshop serta pendampingan terhadap kedua mitra sepatu. Pendampingan yang dilakukan adalah pada setiap akhir bulan tim melakukan evaluasi terhadap mitra tentang hasil pelatihan dan workshop yang telah dilakukan sampai mitra benar-benar bisa mengaplikasikan seluruh hasil pelatihan dan workshop dengan baik.

Kata kunci : marketing tools, pemasaran, produksi, sepatu kulit

PENDAHULUAN

Sidoarjo menjadi salah satu kota pendukung ekonomi bagi Surabaya, terbukti di tahun 2013 telah dicanangkannya Sidoarjo menjadi Kota UKM terbesar Indonesia [2]. Di tahun 2014 pertumbuhan UKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kabupaten Sidoarjo terus mengalami peningkatan yang cukup tajam. Pada tahun 2014 Jumlah UKM mencapai 171.264 usaha, yaitu untuk usaha besar 16.000, usaha mikro 154.891, dan usaha kecil menengah 154 buah. Di Sidoarjo juga tumbuh sekitar 82 sentra industri, ditambah 11 kampung usaha [3]. Desa Seruni Kecamatan Gedangan adalah salah satu wilayah yang memiliki sentra industri sepatu terbesar di Sidoarjo. Di Desa Seruni, terdapat lebih dari 25 pengusaha sepatu rumahan dan telah memasarkan produknya hingga ke luar Kabupaten Sidoarjo. Produk sepatu yang dihasilkan merupakan produk unggulan dan sudah diakui oleh Pemerintah Pusat. Namun industri sepatu

Desa Seruni kurang begitu dikenal jika dibandingkan dengan produk sepatu dari wilayah Wedoro dan Tanggulangin, hal ini dikarenakan masih kurangnya pengelolaan produk sehingga kalah dengan desa lain.

TINJAUAN PUSTAKA

-

METODE

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Aspek Prioritas	Prioritas Permasalahan	Metode pendekatan (Prosedur, Rencana Kegiatan, Partisipasi Mitra)	Luaran
1	Produk	• Desain sesuai permintaan konsumen • Belum mempunyai desain sendiri yang khas • Minimnya pengetahuan mengenai desain produk	• Membuatkan desain produk (Mitra membuat satu desain sepatu yang hasilnya merupakan hasil diskusi dengan Mitra) • Peningkatan kemampuan SDM dalam desain produk (SDM yang ditunjuk Mitra mengikuti kegiatan ini sampai bisa membuat desain sendiri)	• Punya desain produk yang khas dari mitra • Mengadakan pelatihan dan workshop desain produk (Peningkatan SDM)
2	Pemasaran	• Mengandalkan konsumen yang selama ini melakukan pemesanan produk. • Belum mempunyai SDM khusus yang menangani pemasaran produk • Tidak memiliki media pemasaran khusus yang mendukung dalam memperkenalkan produk ke masyarakat	• Pembuatan Deferensiasi *marketing tool* seperti 50 unit katalog produk, brosur dan kartu nama serta 1 unit banner standing untuk masing-masing Mitra (Tim Pengusul membuatkan dan Mitra membantu untuk memberikan data yang diperlukan)	• Mengoptimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Mitra dengan memberikan bantuan dalam hal Deferensiasi marketing tool seperti 50 unit katalog produk, brosur dan kartu nama serta 1 unit banner

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialalisasi Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Kepada UKM

Sosialisasi dilakukan di awal kegiatan setelah mendapatkan persetujuan pendanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Dalam melakukan sosialisasi ini, tim menjelaskan kepada UKM mengenai program kegiatan-kegiatan yang akan dijalankan selama 10 bulan ke depan sesuai dengan pendanaan yang disetujui. Sosialisasi ini dilakukan pada tanggal 29 Maret 2018 bertempat di UKM Gago yang beralamat di Jl. Mangga 202 RT.8 RW. 02 Seruni, Gedangan Sidoarjo. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1 terlihat tim menjelaskan kepada mitra bahwa nanti akan dilakukan beberapa pelatihan dan pendampingan desain selama beberapa bulan. Jadwal beberapa kegiatan juga disampaikan kepada mitra. Mitra dapat menerima dengan baik semua program dan kegiatan yang disampaikan tim PKM serta siap mendukungnya.

Gambar 1. Tim melakukan sosialisasi program PKM
Sumber : Dokumen Pribadi (29/03/2018)

Kunjungan ke UKM Sepatu Gago untuk melihat kondisi UKM setelah musibah kebakaran dan diskusi desain dengan UKM

Tim melakukan kunjungan ke mitra sepatu Gago pada tanggal 2 April 2018 untuk melihat kondisi workshop dikarenakan workshop tempat kerja mitra Gago mengalami musibah kebakaran yang bermula dari gas elpiji yang bocor, sementara di workshop banyak lem dan bahan yang mudah terbakar. Hal ini menyebabkan hampir semua sulas sepatu tidak bisa digunakan karena terbakar sehingga bentuk sulas sudah tidak beraturan, seperti terlihat pada gambar 2 (b). Selain itu, tempat kerja UKM Gago juga habis dibakar api, terlihat pada gambar 2(c). Pada saat yang bersamaan, tim melakukan diskusi awal untuk desain seperti terlihat pada gambar 2(a).

(a) **(b)** **(c)**

Gambar 2. (a)Tim melakukan diskusi desain awal dengan mitra (b) sulas yang bisa diselamatkan setelah dibersihkan dan dijemur (c)Kondisi workshop setelah kebakaran

Diskusi materi dan desain *marketing tools* untuk produk dengan UKM

Diskusi dilakukan untuk mendapatkan desain yang sesuai dengan keinginan mitra *Marketing tools* yang akan di desain tim untuk mitra antara lain katalog produk, brosur untuk pameran, kartu nama dan desain kemasan sepatu. Untuk membuat desain katalog produk, sebelumnya tim memberikan pembelajaran foto produk kepada mitra. Hal ini dikarenakan mitra tidak pernah mempunyai dokumen desain yang pernah dibuat sebelumnya. Untuk itu beberapa tahapan pembuatan katalog produk dilakukan sebagai berikut :

Proses Pembelajaran Foto Produk

Tim melakukan diskusi dengan mitra mengenai bagaimana cara mengambil foto yang baik dan benar dengan pencahayaan yang mencukupi, terlihat pada gambar 3(a). Proses pembelajaran foto produk berguna sebagai pembekalan mitra untuk mendokumentasikan hasil produk sepatu yang mereka produksi yang nantinya dokumentasi tersebut dapat dijadikan arsip untuk pembuatan brosur maupun katalog. Tim memberikan praktek pembelajaran foto produk secara langsung kepada mitra dengan mengguanakan peralatan seadanya seperti, karton putih sebagai background foto, lampu belajar sebagai media pencahayaan dan kamera ponsel sebagai media dokumentasi produk seperti pada gambar 3(b). Hasil foto yang memiliki kualitas bagus terlihat pada gambar 3(c).

(a) (b) (c)

Gambar 3. (a) Diskusi Pembelajaran Foto Produk (b) Praktek Pembelajaran Foto Produk (c) Hasil foto produk
Sumber : Dokumen Pribadi (29/04/2018, 09:50)

Pembuatan Kartu Nama

Tim melakukan pendekatan dengan mitra untuk menentukan desain yang akan digunakan untuk desain kartu nama mitra, terlihat pada gambar 4(a). Tim memberikan 3 (tiga) alternatif desain hasil diskusi antara tim dan mitra.dan akhirnya mitra memilih salah satu desain sebagai kartu nama mitra.

(a) (b) (c)

Gambar 4. (a) Diskusi Kartu Nama bersama Mitra Sepatu GAGO (b) tampak depan kartu nama (c) tampak belakang kartu nama
Sumber : Dokumen Pribadi (30/04/2018)

Mitra Sepatu GAGO menyukai desain yang simpel dengan tulisan yang jelas (ukuran tulisan besar) dengan warna hitam yang dominan pada kartu nama membuat kartu nama lebih terlihat jelas dan elegan ditambah ilustrasi sepatu yang menambah nilai identitas UKM Sepatu GAGO seperti pada gambar 4(b) dan (c).

Pembuatan Desain Brosur

Tim melakukan pendekatan dengan mitra untuk menentukan desain yang akan digunakan untuk desain pembuatan brosur sepatu produksi UKM Gago. Tim memberikan 3 (tiga) desain alternatif hasil diskusi antara tim dan mitra. Final desain brosur dari hasil diskusi antara tim dan mitra terlihat pada gambar 5.

Gambar 5. Desain brosur Mitra

Pemilik UKM Gago memilih desain alternatif 3 karena desain 3 memiliki penempatan sepatu dan kode yang sesuai, serta *background* yang tidak mencolok dan tetap memperlihatkan bentuk dan kode sepatu. Warna pinggiran dan tempat tulisan bagian atas dan bawah dirubah menjadi warna abu – abu agar lebih selaras dengan warna *background* serta pada bagian bawah pojok kanan sepatu ditampilkan dengan gaya yang berbeda yang juga ikut menampilkan kemasan sepatu gago yang mempunyai ciri khas menjelaskan bahwa sepatu gago adalah sepatu asli buatan karya Indonesia.

Pembuatan Desain Kemasan

Tim melakukan pendekatan dengan mitra untuk menentukan desain yang akan digunakan untuk desain pembuatan kemasan sepatu produksi UKM Gago, terlihat pada gambar 6(a).

(a)

(b)

(c)

Gambar 6. (a) diskusi menentukan desain kemasan sepatu (b) dan (c) final desain kemasan sepatu

Final desain kemasan dari hasil diskusi antara tim dan mitra yaitu: Mitra Sepatu GAGO menyukai desain kemasan yang simple, tegas dan elegan dengan aksen 1 garis putih dan background berwarna hitam terkesan tegas dan elegan. Pada salah satu sisi kemasan terdapat gambar peta indonesia dan gambar berbentuk stempel dengan tulisan "*Made in* Indonesia",

bertujuan untuk memiliki ciri khas pada kemasan dan menjelaskan kepada konsumen yang berasal dari luar negeri bahwa sepatu Gago *handmade* adalah sepatu asli buatan Indonesia, terlihat pada gambar 6(b) dan (c).

Pelatihan Pemasaran Produk

Pelatihan pemasaran produk sepatu dilakukan di mitra 1 pada tanggal 13-15 Mei 2018. Pada hari pertama diberikan materi oleh Bapak Hamdan Bahalwan,ST.,M.Ds yang menjelaskan bagaimana kunci sukses sebuah pemasaran dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk pada saat ini. Pelatihan ini diikuti oleh seluruh karyawan yang membantu mitra 1 yaitu kurang lebih 5 orang, Di hari ke 2 dan 3 pelatihan dilanjutkan dengan praktek cara pemasaran jika dilakukan melalui online, pameran maupun secara langsung. Mitra sangat antusias mendengarkan dan aktif mengikuti pelatihan pemasaran tersebut seperti pada gambar 7.

Gambar 7. Kegiatan pelatihan pemasaran produk
Sumber : dokumen pribadi (15 Mei 2018)

Pelatihan Diversifikasi Produk dengan UKM

Pelatihan diversifikasi produk sepatu dilaksanakan pada tanggal 9-11 Juni 2018 di jalan Mangga 202 RT 8 RW 02 Desa Seruni Sidoarjo. Pelatihan ini hanya diikuti oleh 5 orang yaitu 1 orang dari mitra 2 dan 4 orang dari mitra 1. Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan selama 3 hari, hal ini dikarenakan di hari pertama diberikan materi desain sepatu oleh Bpk Choirul Anam, ST.,M.Ds dan untuk hari berikutnya dilaksanakan praktek pembuatan sepatu yang mungkin selama ini sudah sering dilakukan mitra, terlihat pada gambar 8. Tetapi selama pelaksanaan praktek pembuatan sepatu, tim juga mendampingi mitra sampai produk selesai. Hasil pelatihan diversifikasi produk terlihat pada gambar 9

Gambar 8. Mitra mengikuti pelatihan diversifikasi produk

Gambar 9. Hasil Diversifikasi produk mitra

Pameran produk

Mitra diajak untuk melakukan pameran produk pada pameran karya mahasiswa Jurusan Desain Produk pada tanggal 29 dan 30 Juni 2018 di Craft Center lantai LG Royal Plaza Surabaya seperti pada gambar 10 (a). Hanya mitra 1 yang bisa mengikuti pameran dikarenakan mitra 2 sedang melayani pesanan sepatu *safety* sehingga tidak bisa mempersiapkan produk untuk pameran. Mitra 1 menyambut gembira pada saat diajak melakukan pameran produk, hal ini dikarenakan mitra belum pernah melakukan pameran produknya di luar rumah. Selama pameran berlangsung, banyak sambutan warga yang memberikan apresiasinya terhadap produk sepatu Gago sehingga penjualan dan pasar produk sepatu Gago semakin bertambah. Dari hasil pameran yang dilakukan selama 2 hari, sepatu Gago pesanan sebanyak 70 pasang sepatu dari beberapa pembeli dengan 3 macam model sepatu. Berikut dokumentasi selama pameran terlihat pada gambar 9(b) dan (c):

(a) (b) (c)

Gambar 10. (a) Stan pameran mitra di Royal Plaza (b) Produk UKM yang dipamerkan (c) Marketing tools
Sumber : Dokumen pribadi (29/06/2018)

Pelatihan penggunaan dan pemasaran *via website*

Pelatihan penggunaan dan pemasaran via website dilakukan pada tanggal 27 Juni 2018 yang berlokasi di mitra 1. Pelatihan ini hanya diikuti oleh pemilik mitra 1 yaitu Bapak Agus. Hal ini dikarenakan istri dan pegawainya harus menyelesaikan pesanan sepatu. Selain itu mereka kurang percaya diri karena tidak mengerti komputer. Sedang Bapak Agus sangat bersemangat untuk bisa melakukan pemasaran via website/online seperti terlihat pada gambar 11. Karena selama ini yang dilakukan Bapak Agus dalam memasarkan produknya, beliau selalu membawa contoh produk ke customer. Dengan adanya website nantinya Bapak Agus lebih mudah lagi memasarkan produknya.

Gambar 11. Beberapa kegiatan pelatihan penggunaan dan pemasaran melalui website

KESIMPULAN

Program kemitraan masyarakat yang telah dilakukan oleh tim bersama mitra, didapatkan beberapa hasil yang bisa langsung dimanfaatkan oleh mitra untuk meningkatkan pemasaran yaitu desain kartu nama, brosur, katalog produk dan kemasan yang digunakan untuk setiap pasang sepatu. Dari kartu nama maka akan memudahkan pemilik mitra untuk bertukar kartu nama disaat pameran maupun bertemu dengan calon klien yang ditemui. Brosur akan memudahkan saat pelanggan atau konsumen melihat dan memesan sepatu. Untuk kemasan Sepatu akan menjadikan ciri khas mitra dibanding mitra sepatu yang lain dikarenakan mitra lain hanya menggunakan kardus sepatu polosan tanpa membuat ciri khas dari mitra itu sendiri. Dari semua bentuk *marketing kit* yang dibuat oleh tim bertujuan untuk meningkatkan *marketing* maupun nilai jual dari mitra Sepatu Gago.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Hidayat, Rendy Ridwan dan Andar Bagus Sriwarno 2015, *Brand Development Strategy Of Micro Scale Shoe Industries Based On Augmented Reality For Smartphone Application.* Jurnal Sosioteknologi Volume 14, Nomor 1, April 2015
[2] *Lion Magazine*, 2013
[3] http://beritajatim.com
[4] http://pariwisata.sidoarjokab.go.id/wisata.php, diakses April 2017
[5] http://www.ukmsidoarjo.com, diakses April 2017