

Pengembangan Usaha Mandiri dan Pengembangan Usaha Mandiri dan Peningkatan Pemasaran Pada Pengrajin Kesenangan Karakter di Pemuda Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk

N Lilis Suryani ^{*1}, Muhamad Guruh ², Reza Khairul Hadi³

Universitas Pamulang

E-mail: dosen02445@unpam.ac.id

Abstract

The craftsmen of patchwork mats with character are now capable of producing various models of doormats such as angry bird, keropy, smile and so on. However, because marketing is still very limited and there is no packaging as the identity of the craftsmen, the general public is not familiar with doormat products from this area. In addition, there are no human resources from craftsmen who are able to do bookkeeping, so that incoming and outgoing goods and finances are not properly recorded. Through this Community Service Program, efforts will be made to increase marketing through internet media. The marketing strategy implemented with the introduction of the internet is very influential and plays an important role in increasing sales. With the right marketing strategy is expected to increase sales turnover and increase profits. This training is more to repair and manage to stay updated with the latest products. Therefore, it is necessary to create new doormat designs to get new products periodically so that the website will continue to grow and be more attractive to visitors to the site. In addition, packaging with the logo and identity of the craftsman or producer needs to be given to the product so that it is known to the wider community so that in the future it can compete in the national market and can become an icon or superior product from the Mathla'ul Hidayah Islamic Boarding School area, Cisauk. Making software and using computers for bookkeeping purposes really needs to be done to know for sure the advantages/disadvantages of this doormat craft business and the possibilities for its development.

Keywords: PKM; Marketing; Independence; Doormat Craftsmen

Abstrak

Pengrajin keset dari kain perca berkarakter saat ini sudah mampu memproduksi aneka model keset seperti angry bird, keropy, smile dan sebagainya namun karena pemasaran yang masih sangat terbatas serta belum adanya pengemasan sebagai identitas pengrajin mengakibatkan masyarakat luas belum mengenal produk keset dari daerah ini. Di samping itu belum adanya SDM dari pengrajin yang mampu melakukan pembukuan, sehingga barang masuk dan keluar serta keuangan tidak tercatat dengan baik. Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan diupayakan untuk meningkatkan pemasaran melalui media internet. Strategi pemasaran yang diterapkan dengan pengenalan internet sangat berpengaruh dan berperan penting bagi peningkatan penjualan. Dengan strategi pemasaran yang tepat diharapkan mampu meningkatkan omzet penjualannya dan meningkatkan laba. Pelatihan ini lebih bersifat untuk memperbaiki dan mengelola agar tetap update dengan produk terkini. Oleh karena itu perlu menciptakan desain keset baru untuk mendapatkan produk baru secara periodik sehingga website pun akan berkembang terus serta lebih menarik bagi pengunjung situs tersebut. Selain itu pengemasan dengan logo dan identitas pengrajin atau produsen perlu diberikan pada produk agar dikenal masyarakat luas sehingga ke depannya mampu bersaing di pasar nasional dan dapat menjadi ikon atau produk unggulan dari daerah Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. Pembuatan perangkat lunak dan penggunaan komputer untuk kepentingan pembukuan sangat perlu dilakukan untuk mengetahui secara pasti untung/rugi usaha kerajinan keset ini serta kemungkinan pengembangannya.

Kata kunci : PKM; Pemasaran; Kemandirian; Pengrajin Kesenangan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi yang cepat akan membawa dampak pada persaingan dunia usaha, lingkungan yang kompetitif ini akan menuntut pelaku dunia usaha menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang membutuhkan produk-produk berkualitas dan

mempunyai keunikan tersendiri. Banyak manfaat jika industri kreatif di Indonesia terus dikembangkan seperti menciptakan kesejahteraan dengan mengurangi angka pengangguran, meningkatkan taraf ekonomi masyarakat, menyumbang devisa negara jika diekspor, hal ini sesuai dengan tujuan ekonomi kreatif Indonesia yaitu menciptakan bangsa yang berkualitas hidup dan bercitra kreatif dimata dunia. Namun setiap usaha pasti mempunyai permasalahan termasuk usaha blangkon. Berdasarkan hasil penelitian 83% masalah yang dihadapi pelaku usaha adalah tidak memiliki strategi pemasaran yang efektif, sehingga kesulitan untuk mendapatkan calon pelanggan (Bisnisukm.com, 2012). Pengrajin di daerah ini mempunyai beberapa hambatan untuk berkembang misalnya pada pemasaran yang cenderung hanya mengandalkan pada pedagang pasar tertentu tanpa melakukan perluasan pasar, sumber daya manusia yang susah didapat, keuangan yang kurang sehat, strategi perancangan produk yang kurang baik, dan lainnya. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh pengrajin keset di daerah Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk, sejak beberapa tahun lalu peluang usaha ini telah diberdayakan menjadi usaha yang menguntungkan bagi sebagian warga di daerah tersebut Kami dari pelaksana program Pengabdian Kepada Masyarakat saat ini telah mengupayakan untuk melakukan diversifikasi produk keset terhadap pengrajin keset di Ciheulang dengan memproduksi beberapa model keset seperti model keropy, mobil, angry bird. Bear dan sebagainya dengan demikian penyiapan aneka pola/model menjadi bagian penting. Untuk membuat keset model baru ini dibutuhkan lebih banyak bahan baku karena jahitannya sangat rapat serta pemilihan warna yang tepat, karena perpaduan warna di sini menjadi bagian penting agar model tampak seperti aslinya. Meskipun secara kuantitas produk model baru tidak sebanyak model segi empat namun harga jual relatif lebih tinggi yaitu bisa mencapai lebih dari 4-6 kali dari harga model segi empat. Variasi harga tergantung tingkat kesulitan dan perpaduan warna kain perca yang dipakai. Berdasarkan masalah tersebut, maka perlu diupayakan adanya perancangan untuk program pembukuan dan pemasaran yang baik sehingga produk keset aneka model dari pengrajin ini menjadi produk unggulan yang dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia dan mampu bersaing dengan produk lain. Sehingga diharapkan memperoleh pasar atau konsumen potensial yang pada akhirnya dapat meningkatkan market share dari produk keset aneka model ini.

2. METODE

Metode kegiatan pelaksanaan pada Peningkatan Manajemen Usaha bagi pengurus dan Metode kegiatan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini di mulai dengan pra survei untuk identifikasi masalah dan kebutuhan mitra kemudian menyiapkan materi dan bahan-bahan yang di butuhkan guna mendukung kegiatan pelatihan ini. Kegiatan di laksanakan di Pusat pembuatan pengerajin keset di, Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk dengan peserta adalah para pengerajin dengan penyampaian materi, diskusi kemudian diadakan evaluasi yang dilakukan dengan tanya jawab dan kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pengabdian terhadap pelatihan yang diberikan, sehingga ada koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil pengamatan di lapangan serta wawancara dengan pihak pengrajin maka akan diupayakan pemecahan masalah mitra berdasarkan analisis situasi meliputi permasalahan, potensi yang ada dan peluang-peluang yang dapat dikembangkan. Adapapun tahap-tahap metode pemecahan masalah adalah sebagai berikut:

1. Analisis dan evaluasi pada kelompok sasaran yaitu pengrajin keset
2. Pelatihan dan Penyuluhan di bidang pemasaran yaitu:
 - a. Pengemasan Produk Keset dengan memberi identitas dan logo
 - b. Pelatihan Penggunaan Website untuk Pemasaran Online secara mandiri tidak bergantung pada tengkulak.
 - c. Mengembangkan strategi pemasaran menggunakan media sosial
 - d. Memberikan diskon pada produk lama.

Pembahasan

Pada pengabdian kepada para pengrajin keset di Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk adalah sebagai berikut :

- a. Peningkatkan pengetahuan kepada para pengrajin keset mengenai cara membuat pola dan menghasilkan produk keset karakter.
- b. Mengembangkan kreatifitas kepada para pengrajin keset karakter mengenai cara mengolah kain perca menjadi keset dengan pola atau bentuk yang lebih menarik.



Gambar 1. Foto Bersama Anggota PKM dan Mahasiswa unpam



Gambar 2. Foto Tamu undangan PKM

4. KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pengembangan usaha mandiri dan peningkatan pemasaran pada pengerajin keset karakter di Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk dapat disimpulkan sebagai berikut: Melalui kegiatan pegabdian kepada masyarakat ini mitra telah mampu memasarkan produknya ke berbagai daerah melalui media online. Setelah kegiatan pengabdian keapada masyarakat mitra mengalami peningkatan kuantitas dan kualitas produk serta omzet penjualan. SDM mempunyai kemampuan dalam teknologi internet dan manajemen untuk mengelola usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Irianti, N. P., Aprilia, R., Susanti, D., & Triswidrananta, O. D. (2020). *Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui Online Marketing*. 6(1), 52–60.
- Jawad, A. A., Mulyono, A., Purwanto, Y., Teknik, F., Studi, P., Industri, T., & Pamulang, U. (2021). *Strategi Pengembangan Produk Dan Market Keset*. 3, 71–79.
- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Darmadi, & Susanto, N. (2020). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten Ratna*. *Dedikasi Pkm Unpam*, 1(3), 93–97.
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). *Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug*. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.
- Suryani, N. L., Sari, R., Setiawan, R., Susanto, N., & Pamulang, U. (2021). *Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang*. 2(2), 2018–2021.
- Sutarto, Joko, dkk. 2018. *Model Perberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kecapatan Hidup Berbasis Keunggulan Lokal Desa Wisata Mandiri Wanurejo Borobudur Magelang*. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, Vol. 35, No. 1. Untuk Iklan Anda”