

Rancang Bangun Katalog Kerajinan Kawat Ulir untuk Meningkatkan Omzet Penjualan pada UKM Opal Interior Accessories

Jumi¹, Tedjo Mulyono², Paryono³, Achmad Zaenuddin¹, Nur Hayati⁴

^{1,4}Jurusan Manajemen Bisnis Internasional, Politeknik Negeri Semarang

²Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Semarang

³Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Semarang

⁴Teknologi Informasi, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan

Kata kunci:

Interior
Handycraft
Kawat
Ulir
UKM

Abstrak

UKM OPAL Interior Accessories merupakan pengrajin yang bergerak dalam bidang handycraft yang berlokasi di Desa Pajeksan, Juwana. UKM tersebut khusus memproduksi untuk interior accessories dengan bahan utama kawat ulir dikombinasikan dengan bahan-bahan ramah lingkungan seperti enceng gondok, batang isang, rumput pandanwangi, pasir halus, kerang dan limbah gergajian. Produk interior accessories yang diproduksi meliputi berbagai model kap lampu, replika binatang, replika perabot rumah tangga seperti kendi, cangkir, gelas, tempat tissue, pigura, baki, replika buah-buahan, vas bunga dan menerima pesanan berbagai model interior accessories dengan desain customer sendiri. Permasalahan yang dihadapi UKM mitra yaitu keterbatasan area pemasaran karena belum memiliki media penjualan on-line. Hal tersebut mengakibatkan produk yang diproduksi tidak mampu mencapai pembeli sesuai target pasar. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan membuat rancang bangun katalog produk secara digital yang memanfaatkan website sebagai media informasi dan update informasi produk yang baru diproduksi. Target dari program PKM ini adalah Jumlah produk handycraft interior accessories meningkat lebih dari 10%, omzet penjualan meningkat 10%, mengaplikasikan web untuk memperluas jangkauan pemasaran, menghasilkan prosiding dan Artikel pada jurnal ilmiah.

Corresponding Author:

Tedjo Mulyono
Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Semarang
E-mail: teted64@gmail.com

PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan penduduk dan semakin terbatasnya sumber daya alam yang menopang kebutuhan manusia menjadikan perekonomian global menghadapi tantangan yang semakin berat. Laju pertumbuhan ekonomi nasional mengalami hambatan dalam dekade terakhir ini yang berimplikasi pada beberapa aspek, oleh karena itu para pelaku ekonomi di Indonesia harus meningkatkan daya saingnya agar mampu bertahan dalam persaingan ekonomi global yang semakin ketat. Industri ekonomi kreatif merupakan upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang memiliki daya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang

terbarukan (Departemen Perdagangan RI, 2008). Industri ekonomi kreatif memiliki lima pilar yang diperlukan yaitu sumber daya (*resources*), industri (*industry*), teknologi (*technology*), institusi (*institution*), lembaga keuangan (*Lembaga Keuangan*). Selain lima pilar tersebut hal pokok yang perlu diperhatikan yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif antara lain kreatifitas, inovasi dan penemuan (Fanni Rahmawati dkk., 2021).

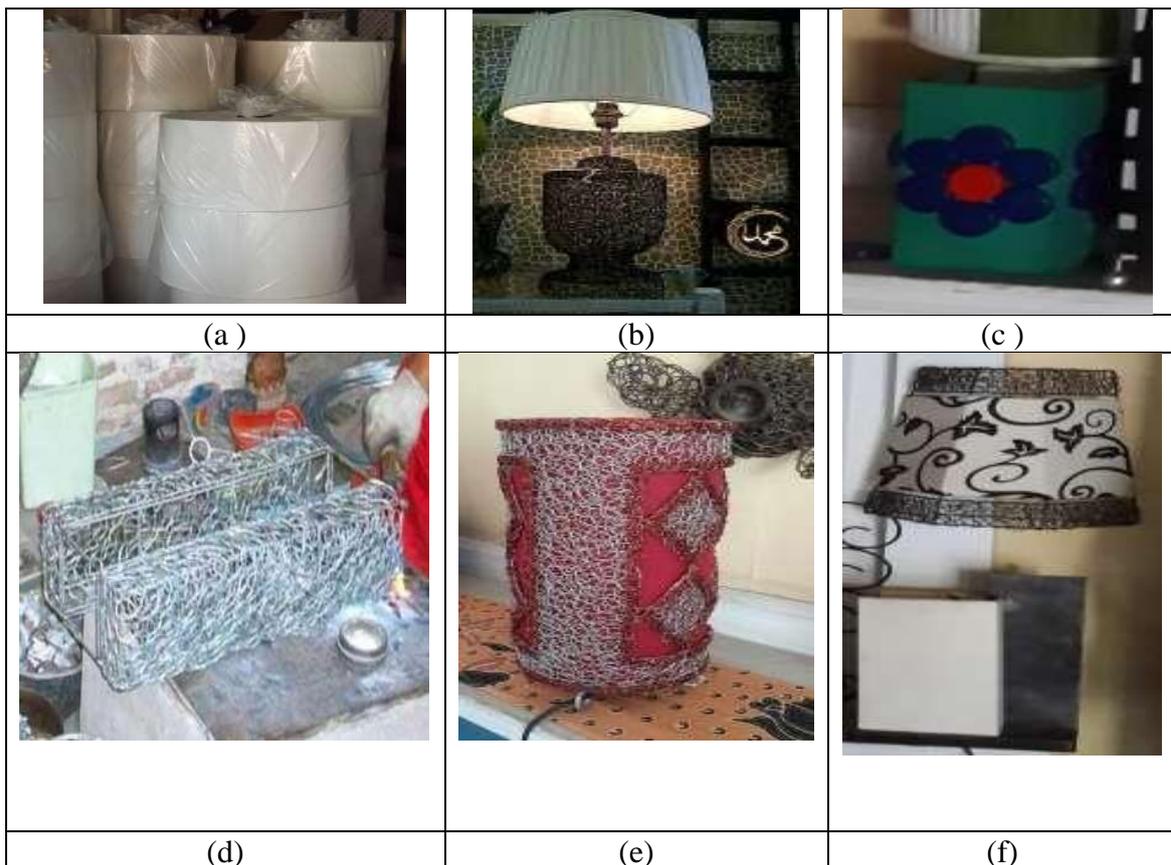
Peluang yang dimiliki sektor ekonomi industri kreatif masih sangat terbuka dan memiliki potensi besar untuk melakukan transformasi di sektor tersebut. Indonesia salah satu negara yang memiliki potensi yang besar untuk melakukan transformasi tersebut. Kreativitas dan inovasi industri dapat menumbuhkan lapangan kerja baru yang berarti mengurangi pengangguran, meningkatkan peluang ekspor yang berdampak pada meningkatnya kontribusi bagi perekonomian nasional. Ekonomi Kreatif mendukung sekitar 7% sampai dengan 8 % dari nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pada era saat ini pengembangan ekonomi kreatif di fokuskan pada 16 subsektor diantaranya adalah desain interior yang dalam hal ini termasuk kerajinan interior accessories atau handycraft. Industri kreatif menjadi salah satu sektor yang dikembangkan tidak hanya ditingkat nasional tetapi juga tingkat lokal dengan wilayah kabupaten.

Badan Pusat Statistik Pati (BPS, 2018) menyebutkan jumlah penduduk miskin di Kabupaten Pati, Jawa Tengah, mengalami penurunan yaitu tercatat sebanyak 123.900 atau 9,90 persen (Maret, 2018) sementara pada periode yang sama tahun 2017 tercatat sebanyak 141.700 orang atau 11,38 persen. Jumlah warga miskin sebanyak 9,90 persen ini juga lebih baik dibandingkan dengan angka kemiskinan di Jawa Tengah yang mencapai 11,32 persen (Maret, 2018). Sejak tahun 2011 sampai dengan 2018 angka kemiskinan di Kabupaten Pati turun baik dari sisi jumlah maupun persentasenya. Salah satu faktor yang mendukung penurunan angka kemiskinan tersebut adalah dibangkitkannya dan dikembangkannya UMKM dan industri rumahan melalui pemberian bantuan dan pembinaan. Melalui kegiatan ini telah tercipta lapangan kerja yang sekaligus mendorong pengentasan kemiskinan. Hal ini didukung oleh penurunan angka pengangguran dimana pada awal tahun 2017 mencapai 3,83 persen sedangkan tahun 2018 turun menjadi 3,61 persen.

Kabupaten Pati memiliki area luas wilayah 1.489,19 km², sebaran penduduk 862 jiwa/km² dan lengkap karena secara geografis terdiri dari daratan (hutan, lahan pertanian, perumahan), gunung dan laut dengan area yang terbagi dalam 21 kecamatan. Juwana merupakan salah satu kecamatan yang memiliki potensi strategis bidang kelautan dan

kerajinan industri kreatif. Bidang kelautan kecamatan Juwana memiliki pelabuhan kecil, area tambak garam dan tambak udang serta tambak ikan bandeng. Bidang kerajinan industri kreatif memiliki puluhan pengrajin batik bakaran dan puluhan pengrajin dengan bahan logam diantaranya accessories interior dan handycraft yang berbahan baku kawat ulir. Kerajinan *accessories interior* berbahan baku kawat ulir saat ini menjadi trend yang sedang berkembang karena memiliki keunikan dan nilai seni yang tinggi.

Mitra UKM kerajinan *accessories interior* dengan bahan baku utama kawat ulir memiliki beragam produk *accessories interior*. Selain menggunakan kawat ulir sebagai bahan baku, produk *interior accessories* juga mengkombinasikan bahan-bahan ramah lingkungan seperti enceng gondok, rumput pandanwangi, pasir, kulit kayu, kain perca, limbah gergaji dan kulit kerang. Kombinasi bahan baku ini semakin memberikan sentuhan artistik yang elegan dan menarik pada produk *interior accessories*. Bahan Baku dan produk dengan bahan baku kombinasi ditunjukkan oleh Gambar 1.



Gambar 1. *Interior accessories* dengan bahan baku kombinasi (a) Bahan baku kap lampu, (b) Kombinasi Kawat Ulir dan enceng gondok, (c) Produk dengan bahan Kombinasi kawat ulir dan limbah gergaji, (d) Bahan baku kawat ulir, (e) Kombinasi kawat ulir dan Kain perca, (f) Kombinasi dan batang pisang kering

UKM yang mampu menerapkan teknologi informasi mampu memberikan keuntungan yang strategis secara positif (Akomea-Bonsu, Charles, 2012). Website menjadi salah satu alat untuk pengembangan ekonomi kreatif yang dapat digunakan di UKM. UKM baju muslim (Jumi, Achmad Zaenuddin, Soeryadi Poerbo, 2022), produk batik (Ari Muhardono, 2018) , monel (Hakim & Solechan, 2017) adalah beberapa UKM yang telah memanfaatkan website sebagai sarana pengembangan usaha mereka. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi yaitu penggunaan katalog digital pada *OPAL interior accessories*. Katalog digital dengan memanfaatkan teknologi website diharapkan mampu membantu dalam pemasaran yang lebih tepat sasaran dan dapat meningkatkan omset penjualan. Hal tersebut dapat berdampak pada peningkatan pelayanan terhadap pelanggan ataupun konsumen untuk kemudahan dalam berbelanja produk, pembayaran, dan pengiriman barang pesanan menjadi lebih cepat tanpa harus datang ke toko. Hal lainnya yang dapat dirasakan yaitu lebih hemat biaya dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (Ari Muhardono , 2018).

METODE

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra memiliki beberapa tahapan yaitu:

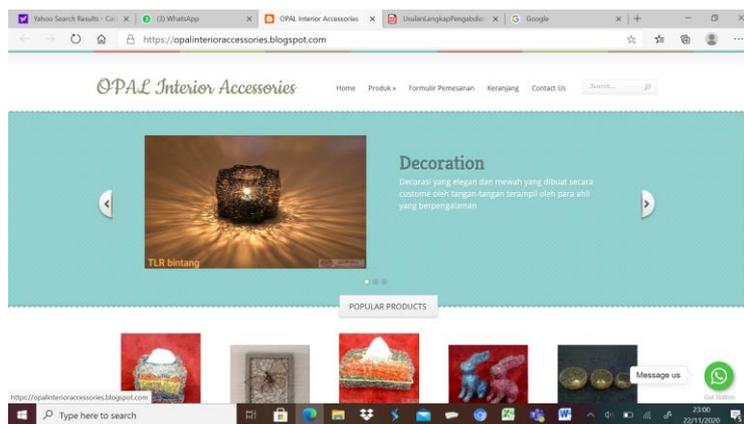
1. Tahap pertama melakukan koordinasi antara tim dengan mitra untuk menyesuaikan kebutuhan katalog yang akan ditampilkan di website.
2. Tahap kedua membuat desain katalog produk dan media pemasaran *online* berbasis website.
3. Tahap ketiga adalah persiapan untuk training penyusunan produk di katalog dan desain media pemasaran yang menarik berbasis website.
4. Tahap keempat yaitu menyiapkan materi-materi untuk desain katalog dan website pemasaran produk.
5. Selanjutnya pada tahap kelima tim melakukan training desain katalog produk dan mengelola website pemasaran.
6. Tahap keenam, tim mendampingi kegiatan praktek menggunakan piranti katalog produk digital dan website pemasaran.
7. Tahap terakhir yaitu dilakukan evaluasi keberhasilan diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut

HASIL KEGIATAN

Media pemasaran katalog digital berbasis website

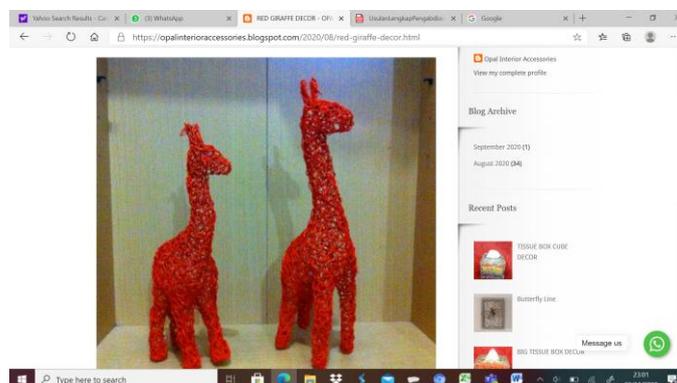
Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan berkunjung ke lokasi untuk mengumpulkan informasi yang dapat membantu membangun website sesuai dengan kebutuhan. Selanjutnya membuat desain produk dan desain katalog yang menarik untuk dapat ditampilkan di website. Kegiatan berikutnya adalah meliputi promosi melalui display produk pada pameran-pameran dan pelatihan pengoperasian/maintenance serta pembuatan website untuk promosi secara online. Rancang bangun katalog digital kerajinan kawat ulir pada UKM OPAL *Interior Accessories* ditunjukkan seperti Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5 dan Gambar 6.

Halaman utama ditunjukkan oleh Gambar 2 yang menampilkan produk-produk populer yang sering dilihat dan di beli oleh konsumen.



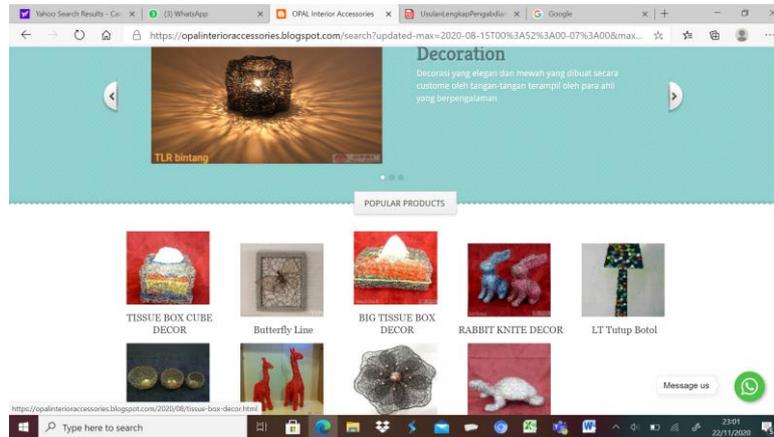
Gambar 2. Halaman Utama

Halaman detail produk ditunjukkan oleh Gambar 3 yang menampilkan detail produk berupa gambar produk dan deskripsi produk.



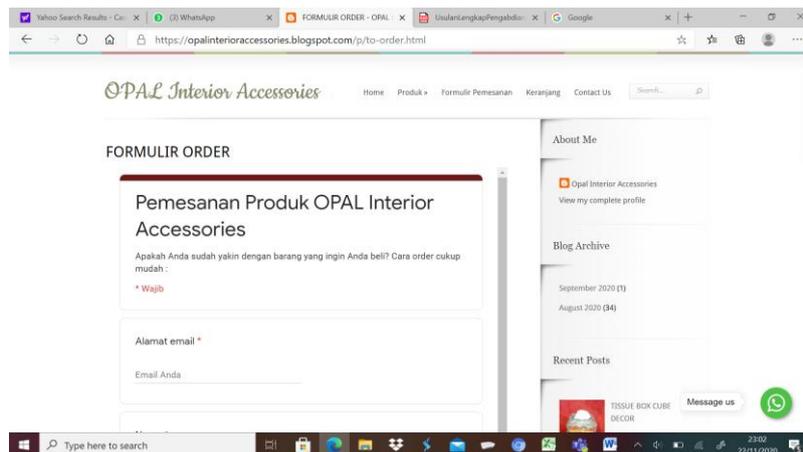
Gambar 3. Halaman detail produk

Halaman katalog produk di tunjukkan oleh Gambar 4 yang menampilkan produk-produk populer dan semua produk yang di produksi.



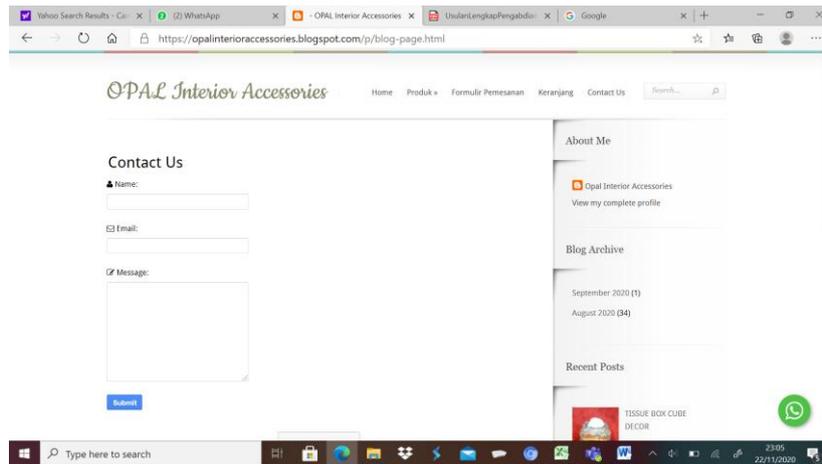
Gambar 4. Halaman katalog produk

Halaman formulir pemesanan ditunjukkan oleh Gambar 5 yang menampilkan data diri konsumen yang ingin melakukan pemesanan.



Gambar 5. Halaman Formulir pemesanan

Halaman *Contact us* ditunjukkan oleh Gambar 6 yang menampilkan isian *name*, email dan *message* (pesan) yang ingin disampaikan kepada penjual. Pesan yang isikan dapat berupa pertanyaan ataupun yang lainnya.



Gambar 6. Halaman *Contact Us*

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat) untuk produksi Assesories Interior di Juwana, Pati, jawa Tengah ini telah mencapai target hasil dan luaran untuk manajemen yaitu pembuatan media pemasaran online, pemberian pelatihan untuk melakukan penjualan secara online. Program Kemitraan Masyarakat ini perlu dilakukan pada berbagai daerah untuk memberi peningkatan manajemen pemasaran dan proses pelayanan konsumen dengan kualitas dan kuantitas sesuai kebutuhan. Sehingga peningkatan penjualan dan produksi UKM dapat menaikkan tingkat perekonomian masyarakat, karena terbukti bahwa keberhasilan UKM dapat meningkatkan penghasilan serta membuka lapangan kerja bagi SDM berpendidikan rendah sekalipun. Tidak cukup hanya dengan pembuatan katalog digital saja. Namun cara membuat persepsi positif tentang produk, perusahaan, maupun layanan yang diberikan, agar bisa bersaing dengan produk sejenis akan lebih baik jika diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Kelompok Kerja Indonesia Design Power.
- [2] BPS (2018), "Pati dalam Angka" . Maret 2018 Jam : 08.00 wib.
- [3] Akomea-Bonsu, C., & Sampong, F. (2012). The impact of information and communication technologies (ICT) on small and medium scale enterprises (SMEs) in the Kumasi Metropolis, Ghana, West Africa. *European Journal of Business and Management*, 4(20), 152–158.
- [4] Muhardono, A. (2018). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Saing Usaha Pada

Umkm (Studi Kasus di HF Batik Putra Wiradesa). *SURYA INFORMATIKA*, 5(1), 17–23.

- [5] Rahmawati, F., Maulana, P., Rahmah, S. A., Amalia, D. U., & Sunarto (2021). Pilar-Pilar Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159–164.
- [6] Hakim, F. N., & Solechan, A. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Pada Ukm Industri Monel Desa Kriyan Jepara. *Jurnal Informatika Upgris*, 3(1).
- [7] Jumi, J., Zaenuddin, A., Poerbo, S., Mulyono, T. (2022). Rancang Bangun Katalog Produk dan Market Place pada Usaha Konveksi Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan di Jepara, Propinsi Jawa Tengah, *SITECHMAS: Jurnal Hilirisasi Technology Pengabdian Masyarakat*. 3(1), 53–58.