

PEMBERDAYAAN UKM ALAT MUSIK BIOLA DI SUKOHARJO

Iwan Hermawan^{1)*}, Sartono²⁾,
Suharmanto¹⁾, Bayu Setyo Nugroho¹⁾

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang

*Email: iwanpolines@gmail.com

Abstract

Popular acoustic musical instruments from home industry in Bendosari, Sukoharjo, such as violins, guitars, and ukuleles. Departing from the interview with Small and Medium Enterprise (SME) partners (2021) there was a decline of market demand up to 40% for violin products. Even though demand is existed, buyers dominantly like the cheapest product, so SME are looking for breakthroughs improvement in production processes to reduce prices. Another problem is no system that provides a track record of business profitability, which makes it difficult for SME to access investment resources. Cash inflow and cash outflow are immeasurable. Besides, SME still rely on direct selling, while the number of direct visits to galleries has decreased by 80%. This phenomenon creates challenges for SME to survive in the industry today. The direction of this community development are (1) improving the pattern of the violin body ornament to make it more presentable and varied, (2) creating a financial record system that practically helps profit calculation and (3) creating an online marketing network. In highlight, this community development was strengthening production support for SME partner. The impact of this development provided production design enrichment, production volume improvement, SME induction of financial management and product recognition expansion.

Keywords: *Community Development, Entrepreneurship, Productivity, Acoustic Smes, Violin.*

Abstrak

Industri populer alat musik akustik *home industry* Bendosari, Sukoharjo, seperti biola, gitar, maupun ukulele. Berangkat dari wawancara Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mitra (2021) terjadi penurunan mencapai 40% permintaan pasar produk biola. Meskipun permintaan masih ada, pembeli dominan menyukai produk termurah, sehingga UKM mencari terobosan dalam memperbaiki proses produksi untuk menekan harga. Permasalahan lainnya adalah belum adanya sistem yang memberikan rekam jejak profitabilitas usaha mengakibatkan UKM kesulitan mengakses sumber daya investasi. Arus keuangan yang masuk dan keluar tidak terukur. Disamping itu, UKM mitra masih mengandalkan interaksi penjualan langsung (*direct selling*), sedangkan jumlah kunjungan langsung ke galeri menurun mencapai 80%. Fenomena ini menciptakan tantangan pada UKM untuk mampu bertahan dalam industri saat ini. Arah pengabdian masyarakat ini adalah (1) perbaikan pola ornamen badan biola agar lebih rapi dan variatif. (2) membangun sistem rekam keuangan secara praktis membantu perhitungan laba, serta (3) membangun jaringan pemasaran secara *online*. Secara tegas pengabdian masyarakat ini membangun penguatan dukungan produksi bagi UKM mitra. Dampak pengabdian ini akan memberikan pengkayaan desain produksi, peningkatan volume produksi, terinduksinya UKM dengan manajemen keuangan serta dikenalnya produk secara luas.

Kata Kunci: *Pengabdian Masyarakat, Kewirausahaan, Produktifitas, UKM Akustik, Biola.*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terutama dalam industri kreatif memiliki peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi negara karena kontribusinya secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di setiap negara (Bamford, 2011). Industri kreatif merupakan salah satu sektor utama yang menjadi fokus oleh pemerintah sesuai dengan visi pembangunan Indonesia hingga 2025 mendatang (Bekraf, 2019; Kemenparekraf, 2014). Berdasarkan data *Opus Creative Economy Outlook 2020*, industri kreatif berkontribusi terhadap PDB Indonesia mencapai Rp 1.100 triliun dan menduduki urutan ketiga terbesar setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan (Saumi, 2020). Industri ini digerakkan dengan bertumpu pada kreatifitas, keahlian, dan talenta sumber daya untuk menciptakan inovasi produk berdaya saing (Iwan Hermawan, Sartono, Ghoniyah, & Khakim, 2016; Iwan Hermawan, Sartono, & Khakim, 2018), sehingga mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat sampai 2025 (Pemkab Sukoharjo, 2010). Tiga sub sektor industri kreatif yang memberikan sumbangan terbesar pada perekonomian negara di samping kuliner dan fesyen adalah kriya. Kriya menjadi sub sektor unggulan Indonesia dengan model bisnis yang mampu menguasai seluruh nilai tambah dari hulu ke hilir sebagai “Indonesian Brand”. Sub sektor kriya telah menyerap tenaga kerja mencapai 3,9 juta pada 2018 (Bekraf, 2019) dan bahkan menjadi sektor penopang ekonomi daerah seperti kota Sukoharjo sebagai sentra pengrajin biola dan gitar (Gandhi, 2014). Besarnya potensi *profit margin* yang muncul menjadikan industri alat musik akustik gitar dan biola memiliki daya tarik untuk dikembangkan sebagai *icon* unggulan kabupaten Sukoharjo. Salah satu pengrajin biola dan gitar di Sukoharjo adalah UKM mitra.



Gambar 1. Produk Biola Sukoharjo

UKM mitra adalah Biola Toriyo terletak di Kecamatan Bendosari, Sukoharjo yang merupakan salah satu wirausaha musik petik akustik. Produk biola Desa Toriyo, Bendosari, biasa dijual dengan kisaran harga antara Rp 100-300 ribu. Saat ini industri

akustik Sukoharjo tengah berjuang mempertahankan bisnisnya di era pandemi (Wibisono, 2021). Tantangan industri saat ini adalah penghematan *versus* kualitas yang diakibatkan oleh permintaan konsumen atas harga yang murah (Prihatiningsih & Subagya, 2021). Hal ini berdampak pada usaha pengrajin dalam mencari bahan kayu yang murah, namun seringkali dampaknya berkaitan dengan kerapian cetakan menjadi tidak presisi dan menciptakan potensi produk *reject* yang tinggi. Padahal, kualitas alat musik yang diproduksi sangat dipengaruhi jenis kayu yang digunakan karena akan berdampak pada bunyi gaung biola. Ini menjadi kendala terberat dalam menyiasati bagaimana industri akustik dapat bertahan dalam turbulensi terutama di era pandemi. Dalam kondisi pandemi akibat COVID-19, akar permasalahan UKM mitra diantaranya: (1) permasalahan produksi menjadi masalah yang mengakibatkan lemahnya daya serap pasar dimana volume permintaan akan produk mengalami penurunan hingga 40%, (2) laporan keuangan belum tertata dengan jelas karena tidak ada manajemen pembukuan, (3) dikarenakan UKM mitra bergantung pada penjualan secara langsung ke galeri (*direct selling*), masa pandemi mengurangi frekuensi pembelian secara signifikan. Pandemi COVID-19 menghambat aktivitas pemasaran sehingga menjadi tantangan bagi UKM mitra dan sampai saat ini belum dikembangkan. Ketiga permasalahan, baik dalam bidang produksi, manajemen, dan pemasaran akan menjadi tema pengabdian yang akan disolusikan. Arah pengabdian ini adalah (1) perbaikan proses produksi pada pembuatan pola ornamen badan biola, misalnya pencetakan kerangka biola secara presisi menggunakan mesin *planner*, *jig saw*, hingga *scroll saw*, (2) pelatihan manajemen keuangan secara praktis berbasis aplikasi android, (3) membangun substitusi metode pemasaran secara tidak langsung (*indirect selling*) seperti media sosial untuk menangkap peluang dan membangun pasar sasaran baru.

METODE PELAKSANAAN

Solusi yang ditawarkan kepada UKM mitra merupakan aspek yang dibangun dari kebutuhan akan permasalahan yang muncul pada bidang produksi, pembukuan keuangan dan pemasaran. Solusi akan mengacu pada pengembangan aspek kewirausahaan yang mampu meningkatkan produktivitas UKM mitra. Metode pelaksanaan pengabdian dijelaskan dalam Gambar 1.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Metode yang diterapkan pada pengabdian masyarakat ini berorientasi pada perbaikan produksi, perbaikan manajemen, serta upaya-upaya pemasaran alternatif dalam konteks *indirect selling* yang digunakan untuk mencari pasar sasaran baru melalui pengembangan *cybermarketing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan implementasi pengabdian masyarakat pada UKM Biola di Sukoharjo melibatkan tiga fase, perbaikan aspek produksi, manajemen, serta pemasaran.

a. Perbaikan Aspek Produksi

Pada pelaksanaan pengabdian dalam rangka pengembangan ornamen-ornamen yang diterapkan pada *ribs* biola yang tadinya dikerjakan dengan proses manual dengan alat-alat yang sederhana dikonversi melalui dukungan peralatan untuk memperbaiki proses produksi yang dilakukan oleh mitra, melalui mekanisasi produksi. Kemudian mengaplikasikan teknologi tepat guna seperti mesin gergaji *scroll saw*, *jig saw*, penghalus, pahat, mesin gerinda, mesin *planner* untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam proses produksi.

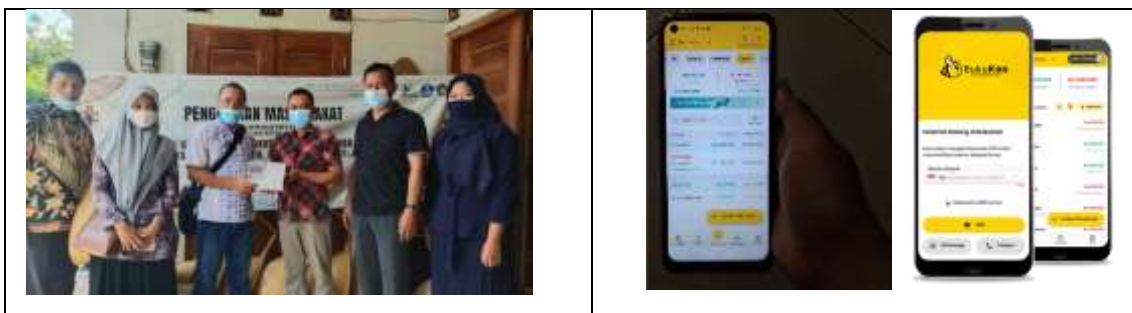


Gambar 3. Contoh Alat Produksi Biola

Hasil implementasi adalah peningkatan kapasitas produksi melalui mekanisme produksi. Mekanisasi produksi akan membuat proses produksi gitar dan biola menjadi lebih cepat dan jumlah produksi menjadi meningkat.

b. Perbaikan Aspek Manajemen

Tahap kedua adalah perbaikan pada aspek manajemen, khususnya adalah kemampuan SDM dalam mengelola keuangan, administrasi dan hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan kewirausahaan. Dalam tahap ini diadakan rekam laporan pelatihan dengan *case* keuangan UKM mitra seperti pelatihan input laporan tentang hutang usaha, aset, neraca, modal, arus kas, harga pokok penjualan, kredit, debit, laba bersih, dan laporan laba rugi bagi UKM mitra untuk menunjang kegiatan operasional agar lebih terukur capaian keuangannya dan akuntabel. Penataan keuangan yang kuat seperti ini akan memperkuat *bargaining power* pada UKM mitra dalam mengakses investasi keuangan seperti pinjaman bank.



Gambar 4. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

Penggunaan aplikasi “BukuKas” menghasilkan pembukuan keuangan dan pencatatan persediaan sehingga UKM mitra dapat memiliki pencatatan keuangan yang jelas terkait perhitungan biaya dan laba yang diperoleh (Januariyansah, Atika, Gunawan, & Basuki, 2021).

c. Perbaikan Aspek Pemasaran

Pada tahap terakhir akan diadakan perbaikan pada aspek pemasaran. Kondisi saat ini di era pandemi kunjungan konsumen ke galeri UKM mitra menurun hingga 40%, akibatnya permintaan dan penjualan juga mengalami penurunan. Dalam konteks pemasaran perlu dicari terobosan alternatif penjualan secara *online* agar mampu mendongkrak penurunan kunjungan konsumen pada galeri UKM secara langsung. Implementasinya dengan mengembangkan *cybermarketing* khususnya melalui media sosial. Media sosial mampu menjembatani penguatan pemasaran pada sebuah UKM (Iwan Hermawan, Agustina, Setiadi, & Ariawan, 2017). Dewasa ini dimana ekonomi kreatif mengalami dinamika, sosial media berfungsi sebagai media aktualisasi produk (Iwan Hermawan & PS, 2015). Alternatif media sosial untuk proses pemasaran harus dimanfaatkan secara maksimal agar dapat bersaing dengan pasar. Saat ini instagram merupakan media sosial yang sedang tren di kalangan masyarakat terutama anak muda, sebagai media pemasaran produk efektif (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Pengabdian masyarakat ini menggunakan media sosial berupa instagram dengan implikasi yaitu pembuatan akun instagram bisnis @biola.toriyo, dimana tampilannya dibuat semenarik mungkin agar banyak konsumen yang mengunjungi akun tersebut. Selain itu, pembuatan akun *e-marketplace* untuk mendorong pemasaran produk.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk dapat menciptakan kelangsungan usaha yang lebih baik kedepannya dan meningkatkan minat masyarakat akan bidang kewirausahaan, dengan menekankan pada aspek produksi, manajemen pembukuan dan pemasaran, maka dapat ditarik kesimpulan dengan implementasi program:

- a) Saat ini mitra UKM telah mampu menambah beberapa varian ornamen desain biola, membuat pola *ribs* (badan biola) yang lebih rapi serta kapasitas produksi dapat

dipenuhi melalui program pengabdian masyarakat berupa dukungan ketersediaan peralatan produksi.

- b) UKM mitra telah *update* pengetahuan dalam pengelolaan *cash in flow*, pengelolaan persediaan bahan baku, bahan penolong, dan produk barang jadi. Terekapnya transaksi penjualan UKM mitra dalam rekam jejak keuangan, sehingga dampak pelatihan keuangan berbasis aplikasi “BukuKas” android berhasil memberikan induksi pengetahuan melalui program pengabdian masyarakat.
- c) Jaringan pemasaran secara *online* pada UKM mitra dikembangkan melalui media sosial seperti instagram maupun penggunaan *e-marketplace*, hal ini membantu dalam alternatif pemasaran *online* dimana kondisi pandemi pembelian konsumen secara langsung melalui *showroom* toko menurun.

DAFTAR PUSTAKA

McGraw-Hill: PT gramedia pustaka utama.

Bekraf. 2019. *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019*. Retrieved from https://kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598879701_BUKU_BEKRAF_28-8-2020.pdf

Gandhi, S. 2014. Home Industri Gitar di Baki Sukoharjo Tembus Pasar Internasional. *Surakarta Daily*. Retrieved from <https://surakartadaily.com/2014/12/home-industri-gitar-baki-sukoharjo-tembus-pasar-internasional/>

Hermawan, I., Agustina, Z., Setiadi, D., & Ariawan, W. 2017. Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial dan E-Store dalam Rangka Pengembangan Jaringan Pasar pada UKM Industri Kerajinan Logam di Juwana Kabupaten Pati. *Paper presented at the Prosiding Sentrinov (Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif)*.

Hermawan, I., & PS, V. T. 2015. Sosial Media sebagai Alat Strategis Diseminasi Informasi Produk Industri Kreatif Pada Kota-Kota Kreatif Nusantara. *Paper presented at the Prosiding Sentrinov (Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif)*.

Hermawan, I., Sartono, S., Ghoniyah, N., & Khakim, L. 2016. Open Innovation on Entrepreneurial Knowledge Intermediation Through Social Media Creative Development: A Case Study of Creative Cities in Indonesia. *The Social Sciences*. Vol. 11. No. 18. Pp. 4378-4383.

Hermawan, I., Sartono, S., & Khakim, L. 2018. Entrepreneur Capability in Pekalongan City: Issues of Gender, Local Culture and Anti Plagiation Spirit for Creative Community. *Paper presented at the E3S Web of Conferences*.

- Januariyansah, S., Atika, L., Gunawan, S., & Basuki, N. 2021. Pembinaan Pembukuan Kelompok Usaha Arang Tempurung Kelapa Melalui Pelatihan Penggunaan Aolikasi Buku Kas. *Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat'' Penguatan Peran Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Di Era New Normal Melalui Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat''*.
- Kemenparekraf. 2014. *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia menuju 2025*.
- Pemkab Sukoharjo. 2010. *Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Tahun 2005-2025*. Retrieved from <https://jdihn.go.id/files/169/rencana-pembangunan-jangka-menengah-daerah-tahun-2010-2015-2011.pdf>.
- Prihatiningsih, M., & Subagya, Y. H. 2021. Workshop Peningkatan Gross Domestic Product & Gross National Product Berbasis Enterpreunership Sebagai Variabel Moderasi Bagi UMKM di Kecamatan Kartasura Sukoharjo Jawa Tengah. *Media Akuntansi*. Vol. 33. No. 01. Pp. 115-132.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*. Vol. 03. No. 01. Pp. 71-80.
- Saumi, A. (2020). Sumbangan ekonomi kreatif ke PDB akan capai Rp1.100 triliun pada 2020 [Press release]. Retrieved from alinea.id/nasional/sumbangan-ekonomi-kreatif-ke-pdb-rp1-100-triliun-pada-2020-b1ZSj9wKw
- Wibisono, R. 2021. Sukoharjo Targetkan PAD Naik Rp10 M di APBD- Perubahan. *Solopos.com*. Retrieved from <https://solopos.com/sukoharjo-targetkan-pad-naik-rp10-m-di-apbdperubahan-1085677>