

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DIAMOND GLASSYCRAFT KAB KUNINGAN – PROVINSI JAWA BARAT

Angga Sucitra Hendrayana¹, Imas Maesaroh², Maman Sudirman³
Nana Setiana⁴

^{1,2}Jurusan Manajemen, ³Jurusan Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, ⁴Jurusan
Pendidikan Dasar
Email: angga-sucitra@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

Handicraft business from glass waste "Diamond Glasscraft" is a new business established since 2016 which is still very simple both in terms of production and business management. The products that have been produced from this home craft business are still limited to orders and Car Free Day events are offered every Sunday, with the production process carried out using simple equipment and simple product packaging. For the management system, the business is run traditionally and there are no definitive and adequate business financial records, all of which are carried out simply without clear accounting. The marketing system that has not been organized, and the product designs have not varied, relying only on orders. Providing trainings on how to make a simple bookkeeping system so that this business can be better organized in terms of administration, marketing strategies and more varied product designs are the solutions provided in this community service activity.

Keywords: *micro business, handicraft business*

ABSTRAK

Usaha kerajinan tangan dari limbah kaca "Diamond Glassycraft" adalah usaha yang baru berdiri sejak tahun 2016 yang masih sangat sederhana baik dari segi produksi maupun pengelolaan usahanya. Produk yang sudah dihasilkan dari usaha kerajinan rumahan ini masih terbatas pada pesanan dan di tawarkan event Car Free Day setiap hari minggu, dengan proses produksi dilakukan dengan menggunakan peralatan sederhana dan kemasan produk yang masih sederhana. Untuk sistem manajemennya, usaha dijalankan secara tradisional dan belum ada pencatatan keuangan usaha yang definitif dan memadai, semuanya masih dilakukan secara sederhana tanpa ada pembukuan yang jelas. Sistem pemasaran yang belum tertata, dan desain – desain produknya belum variatif hanya mengandalkan pesanan. Memberikan pelatihan-pelatihan bagaimana membuat sistem pembukuan yang sederhana sehingga usaha ini dapat lebih tertata baik dari sisi administrasinya, strategi pemasaran dan desain – desain produk yang lebih variatif adalah solusi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kata kunci: Usaha mikro, pembukuan sederhana, strategi pemasaran, desain produk

PENDAHULUAN

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia melakukan pemetaan potensi ekonomi kreatif di daerah. Dari hasil pemetaan, terdapat enam belas subsektor ekonomi kreatif yang masih harus disosialisasikan. Ke-16 subsektor ekonomi kreatif itu adalah aplikasi dan pengembangan game, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi video, fotografi, kriya (kerajinan tangan), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio.

Kerajinan atau craft adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

Sampah atau limbah kaca adalah bahan yang tidak mempunyai nilai atau tidak berharga untuk maksud biasa atau utama dalam pembikinan atau pemakaian barang rusak atau bercacat dalam pembikinan manufaktur atau materi berkelebihan. Sampah adalah suatu bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber hasil aktivitas manusia maupun proses alam yang belum memiliki nilai ekonomis. Salah satu cara yang digunakan untuk menyulap limbah kaca adalah membuat kerajinan tangan yang menarik dan unik.

KAJIAN TEORI

- **Membuat Strategi Pemasaran**

Strategi Pemasaran Primer meliputi cara menambah jumlah pemakai serta cara menambah jumlah pembeli.

Strategi Pemasaran Sekunder meliputi cara mempertahankan pelanggan dan menjangkau pelanggan. Cara mempertahankan pelanggan bisa dilakukan dengan cara memelihara kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), memudahkan proses pembelian, atau memikirkan agar

customer tidak berpindah ke produk lain. Menjaring pelanggan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu mengambil posisi berhadapan (*head to head positioning*) atau berbeda posisi (*differentiated position*).

Segmentasi adalah upaya pembagian pasar, saluran, atau pelanggan ke dalam berbagai kelompok dengan kebutuhan yang berbeda. Segmentasi pasar diperoleh dari pengenalan bahwa pasar total sering terdiri dari subpasar (yang disebut "segmen").

Karakteristik Segmentasi Pasar

1. Measureable
2. Accessible
3. Substantial
4. Differentiable
5. Actionable

- **Merintis Membuat situs *online***

Pemasaran online sering disebut Internet marketing, e-marketing atau online-marketing merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media Internet atau jaringan www (World Wide Web). Kata e dalam e-pemasaran ini berarti

elektronik (*electronic*) yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat Internet atau jaringan cyber. Kegiatan pemasaran Internet umumnya meliputi atau berkisar pada hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran atau copy writing. (http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet)

e Marketing adalah salah satu komponen dalam e-commerce dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsapasar internet atau melalui peralatan digital lain (Menurut Boone & Kurtz, 2005)

Keuntungan dari pemasaran online adalah sebagai berikut (Nurmala, 2015):

1. Organisasi Lebih Mudah dan Sederhana
2. Kemudahan Mengelola Barang
3. Pelayanan Lebih Fokus
4. Riset Pasar Lebih Mudah
5. Biaya Pemasaran Murah

6. Kemudahan Memilih Target Pasar

7. Tidak Terbatas Ruang dan Waktu

Internet tersedia untuk diakses setiap saat. Pelanggan dapat mengunjungi situs tempat kita memasarkan produk anda kapanpun dan dimanapun selama mereka mendapatkan akses internet

- **Inovasi Desain Produk**

Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar yang dimasuki produk tersebut, sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari. Dengan krusialnya bentuk tanggung jawab seorang desainer produk industri dalam perancangan sebuah produk, desainer produk harus memiliki pengetahuan dan riset yang baik sebelum merancang sebuah produk, proses tersebut tidak ayal lagi membutuhkan waktu yang kadang-kadang tidak singkat dalam perancangannya. Ketajaman berpikir dan membaca peluang sangatlah dominan dalam menentukan rating

desainer tersebut. Ketika seseorang membuat desain harus merumuskan sasaran setepat-tepatnya: apa, mengapa, siapa, bagaimana, dimana dan kapan. Hal ini dalam ilmu desain dikenal dengan tahapan identifikasi permasalahan merupakan kunci menentukan. Selain menentukan sasaran, selanjutnya dalam proses desain harus menentukan pengembangan produk. Dalam pengembangan produk ini, bergantung pada masalah yang telah dirumuskan diatas itu. Selain itu ditentukan pula faktor-faktor yang perlu dikaji. Secara keseluruhan faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Faktor Performansi
2. Faktor Fungsi
3. Faktor Produksi
4. Faktor Pemasaran
5. Faktor Kepentingan Produsen
6. Faktor Kualitas Bentuk

Suatu desain harus dibuat sedemikian rupa agar menarik sehingga menimbulkan kenikmatan estetis. Hal ini penting dalam meningkatkan cita rasa seseorang/ masyarakat/ konsumen. Untuk itu perlu diperhatikan

- a. Spirit dan gaya jaman
- b. Estetika dan Daya tarik
- c. Penyelesaian detail dan finishing

Untuk mengembangkan sebuah sistem dan struktur organisasi yang efektif, telah ditambahkan beberapa teknik penting untuk merancang suatu produk yaitu:

1. Desain yang Tangguh
 2. Desain Modular
 3. Computer-Aided Design (CAD)
 4. Computer-Aided Manufacturing (CAM)
 5. Teknologi Virtual Reality
 6. Analisis Nilai
 7. Desain yang Ramah Lingkungan
- **Peningkatan keterampilan pembuatan laporan keuangan/ akuntansi Sederhana**

Seorang pengusaha bukan semata-mata urusan besar modal yang dimiliki untuk membuka atau menjalankan sebuah usaha. Perlu kerja cerdas, kepandaian dan kemahiran yang mumpuni untuk menjadi pengusaha yang benar-benar sukses. Salah satu kemahiran yang wajib dimiliki oleh pengusaha adalah paham bagaimana cara mengelola keuangan usaha dengan

baik seperti cara menjaga cashflow dengan menggunakan uang kas usaha secara tepat dan mampu mengendalikannya secara akurat.

Beberapa alasan penting mengapa setiap pengusaha wajib membuat pencatatan keuangan usahanya (<http://www.hartaku.com>) :

- Untuk mengetahui kondisi usaha dalam kondisi untung/rugi. Dengan membuat pencatatan yang teratur, maka kita dapat membandingkan kondisi keuangan dari tahun sebelumnya dengan saat ini. Dengan demikian dapat diketahui apakah laba usaha mengalami kenaikan atau sebaliknya.
- Digunakan sebagai alat pengendali keuangan usaha. Melalui pembukuan dapat kita ketahui biaya-biaya yang tidak diperlukan sehingga dapat dipangkas atau dihemat.
- Digunakan sebagai alat pengambil keputusan. Dengan melihat perkembangan keuangan dari waktu ke waktu, kita dapat meninjau apakah perlu untuk berinvestasi alat produksi, fokus

pada marketing, atau membuat keputusan strategik lainnya berdasarkan kondisi keuangan saat ini.

- Laporan keuangan dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan kelayakan usaha

untuk mendapatkan bantuan atau tambahan modal dari pihak lain seperti perbankan atau investor. Hal ini dikarenakan laporan keuangan menunjukkan sehat/tidaknya kondisi perusahaan

METODE PELAKSANAAN

Metode Intervensi

No	Metode	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Pelatihan dan Pembimbingan	a. Pelatihan Akuntansi Sederhana b. Strategi Pemasaran c. Membuat rintisan Pemasaran online d. Inovasi Desain Produk	Fasilitasi tempat dan peserta Fasilitasi tempat dan peserta Membantu menyediakan bahan-bahan konten situs/website toko online Menyediakan Peralatan dan bahan yang dibutuhkan serta contoh produk yang akan dikembangkan
2	Coaching	a. Visit ke lokasi (monitoring) pada bulan ke 3 dan 6 selama 2 (dua) bulan b. Coaching by phone/messenger/e-mail (on demand)	Fasilitasi tempat dan peserta

PROSEDUR KERJA

Prosedur kerja dalam kegiatan abdimas ini terdiri dari beberapa tahap sesuai dengan jadwal yang sudah direncanakan sebelumnya yaitu :

1. Memberikan pelatihan Akuntansi dan pengelolaan keuangan sederhana.

Melalui buku pencatatan laporan keuangan sederhana yang

diberikan kepada mitra, mitra kan dilatih untuk membuat laporan keuangan sederhana. Akan dijelaskan bagaimana sistem pencatatannya dan pengenalan debit/kredit dalam pembukuan.

1. Strategi Pemasaran

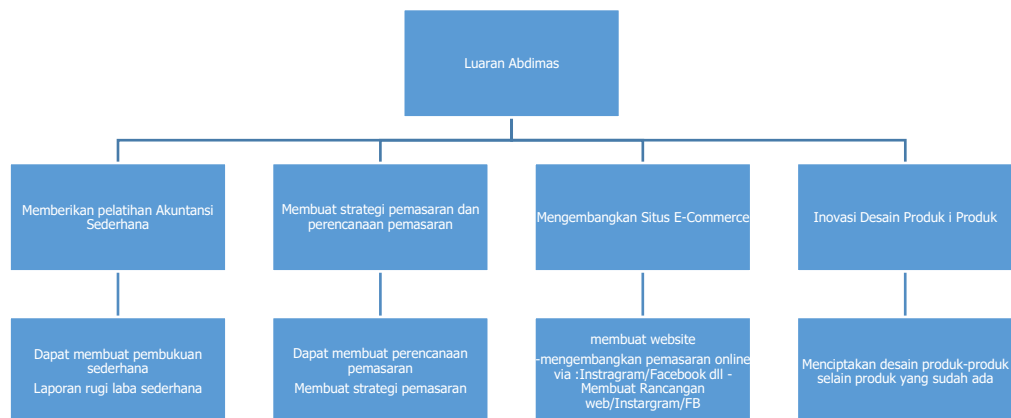
Mitra akan dijelaskan mengenai strategi pemasaran dan langkah – langkah dalam memasarkan produk, sehingga

mitra bisa membuat perencanaan pemasaran.

1. Pengembangan Pemasaran Online Mitra akan dijelaskan apa yang dimaksud dengan pemasaran online, jenis dan cara membuat situs-situs online serta memanfaatkan media yang ada untuk memasarkan produk-produknya.
2. Inovasi Desain Produk

Untuk mengembangkan usaha agar lebih maju dan bisa bersaing dengan usaha sejenis lainnya maka diperlukan pengembangan usaha dengan menghasilkan produk-produk yang lain. Pada tahap ini akan diberikan contoh-contoh desain – desain produk produk yang akan dikembangkan sehingga bisa bersaing dengan produk lain yang sejenis

Jenis Luaran Abdimas



Hasil dan pembahasan

Tabel Jadwal Kegiatan

WAKTU	KEGIATAN	PETUGAS
Maret 2017	Penjajagan Ke Lokasi, mendengarkan keinginan warga	Tim
29 Agustus 2017	Melakukan Abdimas	Tim
24 Oktober 2017	Monitoring	Tim
18 November 2017	Evaluasi	Tim

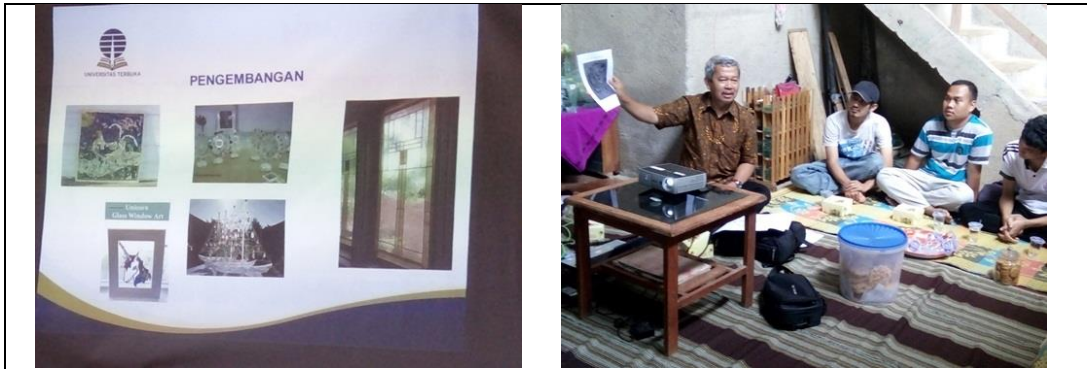
Masing-masing dari anggota Tim memiliki kompetensi yang sesuai dibidangnya masing-masing. Sebagai ketua Tim, bertugas menyusun dan mengendalikan pelaksanaan abdimas dengan mitra binaan. Selain itu dengan pengalamannya dalam manajemen pemasaran, akan memberikan arahan mengenai pembuatan dan cara memasarkan produk secara online. Untuk anggota Tim, masing-masing anggota memiliki peran yang berbeda diantaranya adalah memberikan pelatihan akuntansi sederhana, Desain produk, dan kewirausahaan.

Pelaksanaan tahap 1 dilaksanakan pada tanggal 29 Agustus 2017 dan Tahap 2 dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober 2017 dengan bentuk pelaksanaan monitoring.

Kelompok rintisan wirausaha muda sebanyak 16 anggota masyarakat yang diketuai oleh Mutia Mutmainah, mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Terbuka yang berlokasi di Kampung Joglo Dusun Wage RT 18/05 Desa Kutaraja Kecamatan Maleber Kabupaten Kuningan



Pelatihan pengembangan Kewirausahaan, Pemasaran produk dan Manajemen Keuangan,



Pengembangan Desain Produk dan inovasi Produk



Hasil Produk yang di buat



Monitoring



Monitoring Proses Pembuatan

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan Abdimas yang telah dilaksanakan Kepada Kelompok rintisan wirausaha muda sebanyak 16 anggota masyarakat yang diketuai oleh Mutia Mutmainah, mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Terbuka yang berlokasi di Kampung Joglo Dusun Wage RT 18/05 Desa Kutaraja Kecamatan Maleber Kabupaten Kuningan dapat disimpulkan bahwa kegiatan Abdimas telah berjalan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pembinaan kewirausahaan, pemasaran produk memberikan pelatihan akuntansi sederhana dan manajemen keuangan, serta Desain produk. Dengan adanya kegiatan pembinaan Kepada Kelompok rintisan wirausaha muda perlu dilakukan pembinaan pada aspek yang lainnya salah satunya membuat jaringan dengan Dinas Koperasi dan UKM pemerintah daerah setempat sehingga motivasi para wirausaha muda semakin tinggi untuk berwirausaha serta dapat mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Boone, Louis E., & Kurtz, David L. (2005). *Contemporary Marketing 2005*. Ohio, USA: Thomson South Western
- Haryanti, Dewi Meisari, dkk. (2016). *Berani Jadi Wirausaha Sosial? Membangun Solusi atas Permasalahan Sosial secara Mandiri dan Berkelanjutan*. Jakarta: DBS Foundation
- Endar-Nirmala. (2015). *Modul Pemasaran Online*. Jakarta: Pusat Pengembangan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bisnis dan Pariwisata.