

IBM INDUSTRI KREATIF UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI KELURAHAN CURUG, BOJONGSARI, KOTA DEPOK

Etty Puji Lestari¹, Suhartono², Tri Kurniawati R³, Any Meilani⁴
Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka
Email: ettypl@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

Creative industries are believed to be able to boost household income. Some people think that human creativity is a major economic resource, so today many industrial sectors are born from the creativity and innovation of every individual. This community is trying to explore the creativity of a housewife's mother to create a crafting. As a result, many potential and ideas have been excavated and realized in the form of crafting crafts such as bags, wallets, bowls and other creations that have a high selling value. Sales are done, both online and offline. The proceeds from the resulting craft are used to increase household income.

Keywords: *creative industries, crafting, household income increasing*

ABSTRAK

Industri kreatif diyakini dapat mendongkrak pendapatan rumah tangga. Sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama, sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencoba mengeksplorasi kreativitas ibu ibu rumah tangga untuk berkreasi dalam crafting. Hasilnya, banyak potensi dan ide yang sudah digali dan diwujudkan dalam bentuk kerajinan crafting seperti tas, dompet, tatakan mangkok dan kreasi lainnya yang memiliki nilai jual yang tinggi. Penjualan dilakukan, baik secara online maupun offline. Hasil penjualan dari kerajinan yang dihasilkan digunakan untuk menambah pendapatan rumah tangga.

Kata kunci: *industri, kreatif, crafting, pendapatan*

PENDAHULUAN

Industri Kreatif bisa disebut juga dengan sebuah aktifitas ekonomi yang yang terkait dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi. Di Indonesia Industri Kreatif biasa disebut juga dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu.

Industri kreatif memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Di Indonesia terdapat berbagai macam sektor yang termasuk kedalam industri kreatif dan perkembangan setiap tahunnya semakin meningkat (Fitriyanti, 2014).

Industri kreatif diyakini bisa mendongkrak pendapatan rumah tangga. Banyaknya ibu-ibu, gterutama yang berada di kelurahan Curug, Bojongsari yang menganggur karena tidak bekerja secara informal menyebabkan suatu masalah tersendiri. Ibu-ibu pada jam luang banyak mengobrol dan menghabiskan waktu dengan gossip sehingga tidak ada sumbangan ekonomi yang dihasilkan. Disisi lain, pengeluaran rumah tangga jumlahnya selalu meningkat dan hanya ditopang dari satu sumber. Hal ini banyak menimbulkan istilah besar pasak daripada tiang. Berdasarkan situsai inilah maka dibentuk program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan

membekali dengan industry kreatif yang pada gilirannya diharapkan akan menambah income keluarga. Majelis Taklim yang berada di Panorama Residence sudah berusaha untuk membuat suatu kegiatan yang akan memberikan nilai tambah berupa industri kreatif yang diharapkan akan memberikan sumbangan pendapatan bagi rumah tangga.

Berdasarkan fenomena tersebut maka sudah mulai dibentuk usaha-usaha kecil yang dapat memberikan tambahan pendapatan bagi rumah tangga. Namun demikian maasih banyak kendala yang dihadapi oleh mitra. Masalah yang dihadapi oleh mitra antara lain kurangnya guru yang memiliki keahlian industri kecil, dana yang terbatas, kemauan untuk memberdayakan diri sendiri masih kurang dan jaringan pemasaran yang belum tercipta dengan baik. Kendala-kendala tersebut melatarbelakangi kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan oleh dosen Fakultas Ekonomi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka.

Metode Kegiatan

Membuat industri kreatif yang sesuai dengan bakat dan minat ibu-ibu rumah tangga. Beberapa program yang dilakukan antara lain :

Tabel 1. Strategi Pemecahan Masalah

Kegiatan	Uraian
Kegiatan Crafting	Intensifikasi pelatihan pengembangan kualitas crafting karena kualitas masih belum baik.
Pembuatan jaringan pemasaran	Peningkatan pemasaran produk melalui medsos, karena belum dikelola secara profesional.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan secara rutin dan sama sekali tidak dipungut biaya, karena pada dasarnya kegiatan ini ditujukan untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya industry kreatif dalam mendongkrak penghasilan keluarga. Untuk kegiatan ini tim bekerjasama dengan mitra yang sudah ada yaitu Majelis Taklim Ummahad untuk melaksanakan kegiatan bersama-sama. Mitra

bertugas untuk menyiapkan peralatan pendukung pelaksanaan kegiatan. Sementara tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka memberikan pendampingan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

Beberapa target output yang rencanakan dijabarkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Target Luaran Kegiatan

No	Kegiatan	Target Luaran
1.	Kegiatan crafting	<ul style="list-style-type: none"> - Diversifikasi produk crafting - kualitas produk terjaga - Jaringan pemasaran terbentuk
2.	Pembuatan jaringan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Jaringan via medsos (Instagram, Facebook, marketplace lainnya) - Terbentuknya jaringan off line melalui pameran, expose dan sebagainya
3.	Literasi keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman akan literasi keuangan meningkat - Peningkatan income dan saving rumah tangga

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama hampir 3 bulan efektif. Kegiatan ini dilaksanakan bertempat di Musholla Panorama Residence dan beberapa tempat di rumah anggota. Pertemuan rutin dilaksanakan dengan membuat kerajinan dilakukan setiap hari Rabu, mulai pukul 10.00 – 12.00 WIB. Pada pertemuan rutin membahas rencana kegiatan yang akan dilaksanakan dan juga mengevaluasi pelaksanaan kegiatan yang sudah dilakukan. Tujuannya untuk membuat kondisi ini menjadi lebih baik dan juga mengurangi kegagalan jika kegiatan berlanjut pada rencana lanjutan.



Gambar 1. Pertemuan rutin membahas kegiatan selanjutnya.

Kegiatan utama yang dilaksanakan adalah membuat kerajinan crafting. Kerajinan ini antara lain membuat tas, pouch, tempat pensil, alas mangkok, pernak pernik kerajinan yang terbuat dari kain. Pada setiap kesempatan atau

pertemuan selalu disajikan model atau inovasi untuk produk selanjutnya. Dengan demikian hasil karya yang disajikan selalu berinovasi.



Gambar 2. Monitoring dengan melibatkan dosen UT

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik barang ataupun jasa, menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran bisa dimaknai sebagai rangkaian upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi. Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Untuk pemasaran dari hasil industri crafting dilakukan melalui online ataupun offline. Dana dari pengabdian kepada masyarakat digunakan untuk membeli perlengkapan crafting seperti bahan tas, pernik pernik tas dan long strap. Agar dana yang diberikan bermanfaat maka dana bantuan pengabdian kepada

masyarakat UT dibelikan bahan-bahan. Anggota dan crafting lain bisa membeli dengan harga relatif murah. Uangnya diputar untuk kesejahteraan anggota kembali. Berikut dokumentasi kegiatan bazar penjualan pernik-pernik crafting di lingkungan perumahan.



Untuk jaringan pemasarannya dilakukan secara online dan offline. Anggota grup aktif mendistribusikan hasil kerajinan ke pameran ataupun ke facebook. Sebagian besar anggota crafting memiliki facebook yang digunakan untuk menjual hasil kerajinannya. Berikut beberapa cuplikan produk yang dipamerkan.





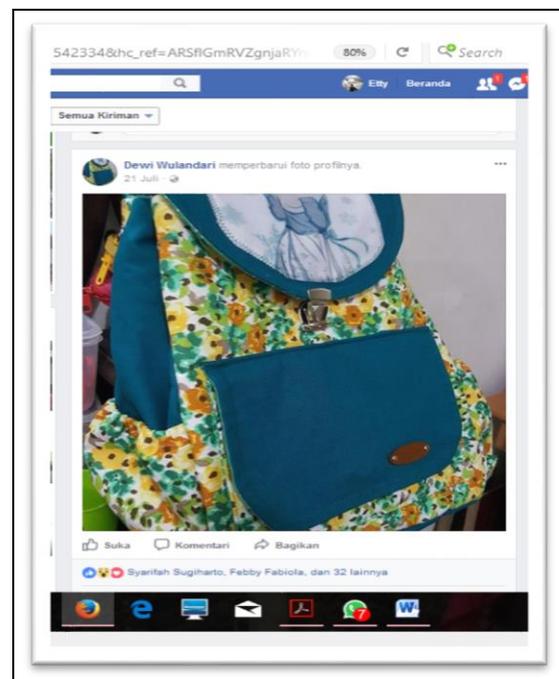
Gambar 4. Beberapa hasil kreasi tambahan

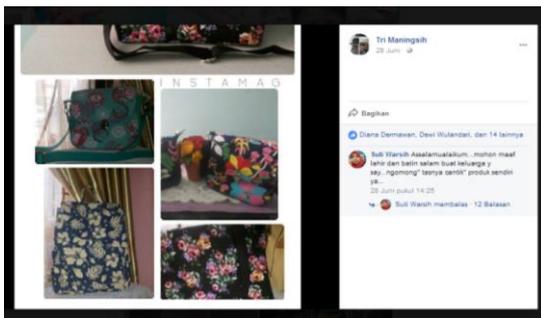
Tas merupakan salah satu produk yang favorit untuk dibuat. Banyak sekali ragam tas yang sudah dibuat, mulai model *backpack*, *tote bag*, *cross body backpack*, *clutch bag*, maupun *pouch wallet*. *Backpack* yaitu jenis ransel berukuran kecil. Jenis tas yang satu ini akan membuat penggunaanya lebih *sporty* sehingga cocok digunakan sewaktu beraktivitas santai. engandalkan salah satu bahu saja membuat tas ini cocok untuk memuat barang-barang yang ringan.

Sementara jika suka membawa banyak barang ketika bepergian, *tote bag* dapat menjadi pilihan yang tepat. Model lain yang suka dibuat adalah *pouch wallet* berukuran kecil. Dompet jenis ini cocok digunakan pada acara santai karena ukurannya sesuai untuk memuat HP, kartu kredit dan item kecil lain seperti kunci dan sebagainya.

Jika dilihat pada gambar 5 maka diketahui bahwa facebook merupakan tempat yang disukai untuk memasarkan produksi. Strategi pemasaran melalui Facebook atau istilah lainnya adalah *facebook marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dan dengan harga terjangkau. Indonesia merupakan

salah satu pengguna terbesar Facebook di dunia. Jumlah ini tentunya jumlah yang sangat besar dan banyak potensi yang bisa kita gali dari Facebook. Hal ini terbukti dengan banyaknya pebisnis dan pemasar yang mulai menggunakan Facebook untuk memaksimalkan strategi pemasarannya.





Gambar 5.
Laman di facebook anggota crafting

Hal ini terbukti dengan banyaknya pesanan yang sudah masuk ke anggota. Pesanan pesanan yang ada dapat diselesaikan tepat waktu. Apabila pesanan dalam jumlah yang besar maka pesanan tersebut dikerjakan oleh anggota grup secara bersama sama sehingga bisa diselesaikan tepat waktu. Pesanan dalam jumlah besar misalnya digunakan untuk souvenir data penelitian. Saat ini pekerjaan rumah yang harus dilakukan adalah membuat pembukuan yang efektif agar bisa dilihat kontribusi hasil untuk menopang kebutuhan rumah tangga.

Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sudah dilakukan dengan baik. Namun demikian evaluasi diperlukan agar kegiatan lanjutan bisa dilaksanakan sampai rumah tangga tersebut benar benar sudah mandiri. Dengan demikian mereka dapat mendapatkan income tambahan yang kontinyu yang diperlukan untuk membantu keberlangsungan kehidupan rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2017. *Industri Kreatif*. Agribisnis Online. Didownload di <http://agribisnis.co.id/industri-kreatif/> pada tanggal 23 Maret 2017
- Erfanie, Sairi (Ed), 2010. *Dinamika Industri Kreatif Dalam Perekonomian Nasional*, Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
- Fitriati, Rachma, 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif; Berbasis Soft System Technology*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Fuad, Hafid, 2019. *Bekraf Gerakkan Industri Kreatif Jadi Kekuatan Baru Ekonomi*, didownload di <https://ekbis.sindonews.com/read/1374546/34/bekraf-gerakkan-industri-kreatif-jadi-kekuatan-baru-ekonomi-1548769358>
- Yapbeelee. 2012. *Positive and Negative Impact of Electronic Devices and Gawai to The Children*. didownload di <http://yapbeelee.hubpages.com/hub/dlectronic-devices-and-gawais-to-Children>