



PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK UMKM INDUSTRI KULIT (STUDI PADA KAWASAN SENTRA KULIT SUKAREGANG GARUT- JAWA BARAT)

Yenny Maya Dora¹, Ratna Komala Putri²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama

¹yenny.maya@widyatama.ac.id, ²ratna.komala@widyatama.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are large economic potentials because they can absorb a large number of workers, and they have resistance to external shocks. The general condition of leather MSMEs in Sukaregang Garut based on temporary observations that almost all business actors produce the same type of product with different quality and pricing. However, there are very few of the leather business actors use Information Technology as a tool to promote their products. This can create a competitiveness weakness for the MSME leather actors in Sukaregang Garut. The urgency of this research is to be able to apply information technology so that it can increase the competitiveness of the MSMEs in Sukaregang Garut. This study is conducted as a step to identify the determinants factors for the use of information technology in marketing so that the driving factors and inhibitors can be identified. Through this study, the right information technology can be proposed and it can fulfill the needs of MSMEs in running their business. The method in this study is a qualitative method. The data collecting technique is by interviewing the party of Leather MSMEs in Sukaregang Garut. Therefore, it can get a way of marketing for leather MSME products in Sukaregang Garut by using Information Technology as well as the training modules for MSME actors to market the Leather MSME products in Sukaregang Garut using Information Technology. The novelty in the results of this study is the production of training modules on the use of Information Technology about product marketing that is in accordance with the characteristics of the Leather MSMEs in Sukaregang Garut.

Keywords: Information Technology, Micro Business, products, Leather MSMEs, and Garut, West Java, Indonesia.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) merupakan potensi ekonomi yang besar karena dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, serta memiliki resistensi terhadap gejolak eksternal. Kondisi UMKM kulit Sukaregang Garut secara umum berdasarkan observasi sementara, ternyata hampir semua para pelaku usaha memproduksi jenis produk yang sama dengan kualitas dan penetapan harga yang sama. Akan tetapi hanya sedikit sekali dari para pelaku usaha kulit yang menggunakan Teknologi Informasi sebagai alat mempromosikan produk-produknya. Hal ini dapat membuat kelemahan daya saing bagi para pelaku UMKM Kulit Sukaregang Garut. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk dapat mengaplikasikan teknologi informasi sehingga dapat meningkatkan daya saing para pelaku UMKM Kulit Sukaregang Garut. Penelitian ini dilakukan sebagai langkah untuk mengidentifikasi faktor penentu penggunaan teknologi informasi untuk pemasaran sehingga dapat diketahui faktor pendorong dan penghambatnya. Melalui penelitian ini dapat dihasilkan teknologi informasi yang tepat dan dapat memenuhi kebutuhan UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara pada pihak UMKM Kulit Sukaregang Garut. Sehingga didapat cara pemasaran produk UMKM Kulit Sukaregang Garut dengan menggunakan Teknologi Informasi. Serta modul pelatihan bagi para UMKM untuk memasarkan produk UMKM Kulit Sukaregang Garut dengan menggunakan Teknologi Informasi. Kebaruan hasil penelitian ini adalah dihasilkannya modul pelatihan penggunaan Teknologi Informasi pemasaran produk yang sesuai dengan karakteristik para UMKM Kulit Sukaregang Garut.

Kata Kunci : Teknologi Informasi, Usaha Mikro, produk, UMKM Kulit, dan Garut Jawa Barat Indonesia.

A. Pendahuluan

Industri penyamakan kulit di Sukaregang sudah terkenal sejak dulu. Dalam fakta sejarah, kehidupan industri ini dimulai dari 7 orang pelopor yang mencoba mengubah sebuah kulit sapi atau domba untuk dijadikan bahan baku kerajinan untuk membuat berbagai macam produk, seperti jaket, tas, sepatu, dompet yang di ekspor ke luar negeri dan luar kota garut. Saat ini, sebagian besar pengrajin jaket kulit berada di sentra industri kulit Sukaregang di Kecamatan Garut Kota dan Desa-desanya di sekitar Kec. Garut Kota.

Dengan jumlah sekitar 332 orang pengusaha yang rata-rata memiliki 5 orang pekerja. Namun beberapa pengusaha yang besar mampu menyerap tenaga kerja 20 hingga 30 orang. Menurut beberapa pengamat usaha ini adalah satu solusi-ekonomi yang termasuk anti terhadap fluktuasi permasalahan moneter, terutama krisis. Dikarenakan UMKM pada umumnya berbasis pada sumber daya lokal, tidak bergantung pada impor. Justru karena berbasis pada sumber daya lokal, maka produk unggulan UMKM yang ada di daerah-daerah

mempunyai peluang ekspor yang sangat besar karena mempunyai keunikan tersendiri yang menjadi ciri khas dari produk-produk tersebut.

Kendati demikian, kondisi UMKM masih rawan dikarenakan keberpihakan bank yang rendah, pasar bebas yang sudah dibuka dan terbatasnya kebijakan yang mendukung sektor usaha kecil menempatkan UMKM pada posisi yang kurang menguntungkan.

- Profil Mitra

Adapun data Mitra untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Mitra PKM Garut

Nama Pemilik	Nama Toko	Alamat	Produk
1. Aris Kharisma	Kharisma	Jl. Residence Blok R1, Muarasandin, Garut Kota	Jaket, Tas, dompet, Ikat Pinggan, Sepatu, dan Sandal
2. Laras	Toko Sunda	Jl. Guntur Ruko Blok D No. 7	Baju Kebaya, Ikat Kepala, Kaos, Sandal, Kalung, Gelang,

Nama Pemilik	Nama Toko	Alamat	Produk
			Cincin, Dompot . Dan Tas.

Sumber : Toko Kharisma dan Toko Sunda, 2018

Dari data di atas dapat dilihat bahwa Toko Kharisma yang dimiliki Bapak Aris memproduksi dan menjual semua produk yang menggunakan bahan dasar dari kulit. Toko Bapak Aris memperkerjakan 20 Karyawan yang terdiri dari 2 orang untuk menjaga toko, 2 orang untuk distribusi dan 16 orang untuk produksi. Dalam pengelolaan maupun pemasarannya tokonya Bapak Aris belum menggunakan komputer. Untuk pemasaran produk-produknya selain membuka toko Bapak Aris juga sering mengikuti pameran maupun outlet-outlet

Sedangkan Toko Sunda yang dimiliki oleh Ibu Laras memproduksi dan menjual produk yang tidak hanya berbahan dasar kulit, tetapi juga tumbuh-tumbuhan, kain dan kain kaos. Dimana produk tersebut dihasilkan oleh ibu-ibu pengrajin dan konpeksi setempat. Dimana penjualannya dilakukan oleh Toko Sunda yang dikelola oleh ibu Laras.

Kondisi Usaha Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.

Kondisi Usaha Mitra PKM Garut

No	Kondisi Usaha	Toko Kharisma	Toko Sunda
1.	Produksi	Mendesain dan membuat sendiri produk-produk : Jaket, tas, dompet, sepatu, sandal dan ikat pinggang.	Mendesain dan membuat sendiri produk-produk: kalung, gelang, dompet, tas, ikat kepala, brous, kaos dan menerima hasil konpeksi ibu-ibu berupa produk : Kebaya bordir, Sarung, sandal dan tas.
2.	Bahan Baku	Kulit sapi, domba dan ular.	Kulit sapi dan kain.
3.	Manajemen	Dipimpin dan dikelola oleh pemilik langsung.	Dipimpin dan dikelola oleh pemilik langsung.
4.	SDM	20 orang karyawan terdiri dari: 2 Penjaga Toko, 2 Bagian Distribusi, - 1 6 orang bagian produksi	8 karyawan terdiri dari: 1 Orang Penjaga Toko, 1 Orang Bagian Distribusi 6 Orang Bagian Produksi dan 14 ibu-ibu konpeksi penghasil baju kebaya

			bordir, sarung, sandal dan tas.
5.	Pemasaran	Langsung di toko, pesana, Acara Pameran-pameran, dan Acara-acara kebuadayaan	Langsung di toko, pesanan, Acara Pameran-pameran, dan Acara-acara kebuadayaan
6.	Omset	Sekitar > 75 juta	Sekitar > 60 juta
7.	Peralatan penunjang	Peralatan Produksi : Mesin Jahit. Mesin Kasir	Peralatan Produksi : Mesin Jahit. Mesin Kasir Alat Sablon Mesin Bordir

B. Kajian Pustaka

Rahmana (2009), menyatakan bahwa kemampuan persaingan UMKM bisa diwujudkan antara lain melalui pemanfaatan TI agar meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi, memperluas jaringan pemasaran dan memperluas market share. Meningkatkan kemampuan UMKM untuk bersaing sangatlah penting supaya UMKM tetap tahan dalam persaingan dikancah perdagangan global.

Tetapi, hingga saat ini adopsi TI oleh UMKM di Indonesia masih tergolong rendah. Lembaga riset AMI Partners menyatakan kondisi

dimana hanya 20% UMKM di Indonesia mempunyai komputer (Wahid, 2007) untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Hal lain, dimana adopsi TI di UMKM terhambat oleh karakteristik dari organisasi, dalam hal ini UMKM itu sendiri (Kartiwi&MacGregor, 2007).

- Uraian Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui bahwa peralatan penunjang kegiatan permasalahan utama yang dihadapi oleh kedua mitra tersebut diatas adalah :

1. Penyediaan Komputer.
Belum mengerti tentang fungsi dan manfaat komputer sehingga tidak disediakannya dana untuk membeli komputer.
2. Penggunaan Komputer untuk kegiatan Manajemen
Belum mengerti cara pemanfaatan komputer untuk kegiatan manajemen usaha Mitra.
3. Penggunaan Teknologi Informasi pemasaran untuk pemasaran produk kedua Mitra.
Belum menggunakan Teknologi Informasi untuk kegiatan pemasaran usaha kedua Mitra.

C. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan dari uraian permasalahan yang dihadapi oleh kedua Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat di atas. Maka disusunlah rencana kegiatan yang dapat membantu kedua Mitra untuk menyelesaikan masalahnya. Adapun rencana kegiatan yang disusun untuk kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

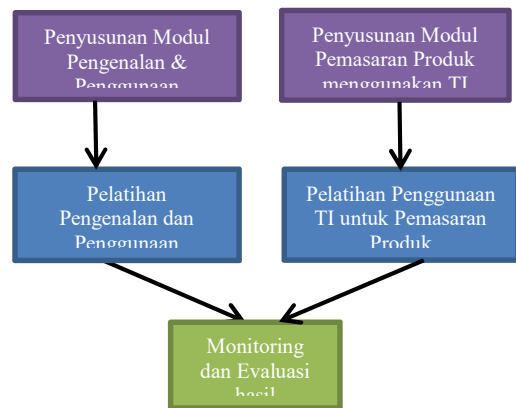
1. Pelatihan penjelasan mengenai komputer fungsi, dan manfaat komputer. Dan menjelaskan jenis-jenis serta harga komputer per unit. Serta Pelatihan Penggunaan Komputer untuk Kegiatan usaha kedua Mitra.

2. Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi untuk kegiatan pemasaran produk-produk kedua Mitra. Membuat Facebook, Blogs, dan Instagram yang khusus untuk memasarkan produk.

3. Monitoring dan Evaluasi hasil kegiatan pelatihan. Melakukan monitoring terhadap kedua Mitra dalam menggunakan Teknologi Informasi. Melakukan evaluasi terhadap hasil dari penggunaan Teknologi Informasi oleh kedua Mitra. Sehingga diketahui

kesulitan yang dihadapi maupun keberhasilan yang dicapai oleh kedua Mitra.

Untuk pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada kedua Mitra maka disusunlah rencana kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1: Skema Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Agar persiapan dan pelaksanaan kegiatan pelatihan kepada kedua Mitra berjalan dengan baik dan tidak mengganggu aktivitas kedua Mitra dalam mengelola usahanya. Maka Tim menyusun jadwal untuk kegiatan persiapan dan pelaksanaan pelatihan kepada kedua Mitra. Jadwal tersebut disusun setelah dilakukan penyesuaian dengan jadwal kegiatan kedua Mitra dan Tim PKM. Berikut jadwal kegiatan persiapan dan pelaksanaan Pelatihan:

Tabel 3.
Jadwal Kegiatan
Pengabdian Masyarakat

No.	Jadwal	Kegiatan	Tempat
1.	26 Juni 2018	Penyusunan Modul Pengenalan dan Penggunaan Komputer	Kampus Universitas Widyatama
2.	9 Juli 2018	Penyusunan Modul Penggunaan TI untuk Pemasaran produk	Kampus Universitas Widyatama
3.	8 Agustus 2018	Pertemuan dengan kedua Mitra untuk menyusun jadwal kegiatan pelatihan	Toko Kharisma dan Toko Sunda
4.	18 September 2018	Pelatihan Pengenalan dan Penggunaan Komputer	Toko Sunda dan Toko Sunda
5.	5 Oktober 2018	Pelatihan Penggunaan TI untuk pemasaran produk pembuatan FB, Blogs, dan IG	Toko Kharisma dan Toko Sunda
6.	12 November 2018	Monitoring dan Evaluasi	Toko Kharisma dan Toko Sunda

D. Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan pelatihan kepada kedua Mitra maka didapat kendala dan hasil capaian keberhasilan yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Kendala dan Hasil
Capaian Kegiatan PKM

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kendala dari kedua Mitra pada

dasarnya sama, yaitu memerlukan staf untuk menangani pencatatan kegiatan usaha pada komputer dan pengelolaan konten pada pemasaran menggunakan TI. Selama ini penanganan masih ditangani oleh pemilik dibantu oleh pegawai toko.

Dan pencapaian hasil dari pelatihan pencatatan lebih rapih, mudah dalam pencarian data dan lebih akurat serta produk lebih dikenal, jumlah pesanan dan penjualan meningkat. Sehingga omset juga mengalami peningkatan. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

No.	Uraian	Toko Kharisma	Toko Sunda
.	Kendala	- umber Daya Manusia: Penambahan SDM Perlu karyawan yang untuk kegiatan pencatatan manajemen usaha dan untuk kegiatan pemasaran produk dengan TI. - enambahan Konten produk pada TI pemasaran	- umber Daya Manusia : Penambahan SDM Perlu karyawan yang untuk kegiatan pencatatan manajemen usaha dan i untuk kegiatan pemasaran produk dengan TI. - enambahan dan perbaikan Konten Produk di TI pemasaran
2.	Hasil	Pencatatan lebih rapih dan teratur dan mudah dalam pencarian data dan akurat. - roduk lebih dikenal dan jumlah pesanan serta pembelian meningkat mset meningkat	Pencatatan lebih rapih dan teratur dan mudah dalam pencarian data dan akurat. Produk lebih dikenal dan jumlah pesanan dan pembelian meningkat Omset meningkat

E. Kesimpulan

Hasil dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan pada Mitra Usaha

Pengrajin Kulit Garut menghasilkan :

a. Dengan Modul yang dirancang dan disusun sesuai kemampuan pemahaman Kedua Mitra. Akhirnya membuat kedua mitra mengerti tentang fungsi dan

manfaat komputer bersedia membeli komputer untuk kegiatan usaha mereka.

b. Dengan Modul yang dirancang dan disusun sesuai dengan kemampuan Kedua Mitra mengerti cara pemanfaatan komputer untuk kegiatan manajemen usaha Mitra. Sehingga memudahkan mereka menerapkan pencatatan semua kegiatan usaha dengan menggunakan komputer. Dan hasilnya pencatatan lebih rapih, lebih mudah dalam pencarian data dan lebih akurat.

c. Dengan Modul yang dirancang dengan bahasa yang mudah dimengerti serta sesuai dengan kemampuan pemahaman Kedua Mitra dalam menggunakan Teknologi Informasi untuk kegiatan pemasaran usaha kedua Mitra. Sehingga produk mereka lebih dikenal, jumlah konsumen yang memesan bertambah, penjualan produk meningkat dan omset usaha mereka juga meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul kadir. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi



Basu Swastha.(1983).*Manajemen Pemasaran*

Modern.Yogyakarta:Liberty

Maskoeri, Jasin. (1989). *Ilmu Alamiah Dasar (Untuk Perguruan Tinggi non Eksakta dan Umum)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sukardjo, JS. (2005). *Ilmu Kealaman Dasar*. Surakarta : UNS Press.

Kotler, Philip, Keller K. Lane. (2016). *Marketing Management (Global Edition)* 15th Edition Pearson.

Stanton, William J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Sutarman, (2009), *Pengantar Teknologi Informasi*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta