

PENGABDIAN UNTUK MENINGKATKAN MUTU PRODUK, PEMASARAN DAN PENDAPATAN HANDICRAFT GHANIM

Fadjar Kurnia Hartati^{1*}, Bambang Sigit², Ach. Muhib Zainur, Arlin Besari Dj³

^{1,2,3} Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Indonesia

*Correspondent Autor: fadjar.kurnia@unitomo.ac.id

KEYWORDS

service activity;
product quality;
ghanim handicraft

ABSTRACT The purpose of this service activity is to help Partners in efforts to improve quality, marketing and ultimately increase Partners' income. The implementation of community service activities is carried out by counseling, mentoring, and direct practice on how to improve marketing, prepare workshops, increase product attractiveness and obtain capital. This service activity has the main work results, namely Partners already have marketing methods for the work, have a place to carry out adequate production activities and showrooms/workshops, have more types and numbers of products and are more attractive to consumers, and have received capital assistance that will be used to develop their business.

KATA KUNCI

Pengabdian;
mutu produk;
handicraft ghanim

ABSTRAK Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu Mitra dalam upaya untuk meningkatkan mutu, pemasaran dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan Mitra. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara penyuluhan, pendampingan, dan praktik langsung tentang cara meningkatkan pemasaran, menyiapkan workshop, meningkatkan daya tarik produk dan mendapatkan modal. Kegiatan pengabdian ini mempunyai hasil karya utama yaitu Mitra telah mempunyai metode pemasaran hasil karya, mempunyai tempat untuk melakukan aktivitas produksi yang memadai dan ruang pamer/workshop, mempunyai jenis dan jumlah produk yang lebih banyak dan lebih menarik konsumen, dan telah mendapatkan bantuan modal yang akan digunakan untuk mengembangkan usahanya.

This is an open access article under the CC BY-SA license



PENDAHULUAN

Di Indonesia, persoalan sampah seakan masih belum nampak ujungnya ([Surjandari dkk., 2009](#)). Bahkan diperkirakan pada tahun 2025, jumlahnya meningkat 150.000 ton per hari dimana 60-75% berasal dari rumah tangga ([KLHK, 2022](#)). Wilayah penghasil sampah terbesar di Indonesia adalah kota metropolitan dan kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Jogjakarta ([Minarwati, 2018](#)). Ironisnya, penumpukan ini diperkirakan akan bertambah dua kali lipat pada tahun 2050. Kenaikan dua kali lipat ini sangat mungkin terjadi apabila tidak ada kebijakan yang tegas terkait sampah yang berakibat pada pencemaran ekosistem dan lingkungan. Seperti diketahui, dampak dari persoalan sampah terhadap lingkungan ini sangatlah jelas. Mulai dari pencemaran laut, pencemaran sungai, menghambat proses air tanah, pencemaran tanah dan membuat air serta tanah menjadi tidak sehat bagi manusia dan makhluk hidup lainnya ([Fajarta, 2018](#)). Tidak hanya itu, saat sampah berada di daratan dan kemudian dibakar, banyak yang tidak menyadarinya bahwa hal itu ternyata juga menimbulkan kerusakan lingkungan yang baru. Serta, dampak berupa bencana hidrometeorologi juga bisa terjadi akibat penumpukan sampah ini. Gas metana yang dihasilkan dari sampah

organik tidak terkelola akan meningkatkan terjadinya pemanasan global /global warning ([Poetra dkk., 2022](#)).

Menurut Undang-undang No 18 Tahun 2008, Pengelolaan sampah rumah tangga dan sampah sejenis sampah rumah tangga terdiri atas pengurangan sampah dan penanganan sampah. Pengurangan sampah dapat dilakukan dengan metode 3R (*Reuse, Reduce, dan Recycle*) yang dapat dilakukan di sumber atau di Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST), sementara untuk penanganan sampah dapat dilakukan dengan pemilahan sampah berdasarkan komponennya, pengumpulan, pemindahan dan pengangkutan sampah baik dari sumber ke tempat penampungan sementara (TPS) atau dari TPST menuju tempat pemrosesan akhir ([Agus dkk., 2019](#)). Pada tahun 2021, provinsi dengan jumlah sampah terbanyak nasional, yakni Jawa Tengah (3,17 juta ton) kemudian Jawa Timur (2,63 juta ton), dan DKI Jakarta (2,59 juta ton). Di provinsi Jawa Timur, wilayah penghasil sampah terbanyak adalah Sidoarjo yaitu 406.847,51 ton pertahun ([KLHK, 2021](#)).

Berdasarkan hal tersebut di atas, juga fakta di lapangan maka Mitra dalam kegiatan pengabdian ini, dengan panggilan akrab Mas Yudha yang berdomisili di Jl. Bluru Kidul Sidoarjo, tergerak untuk berkontribusi memecahkan masalah sampah ini dengan memanfaatkan sampah rumah tangga khususnya koran bekas menjadi bahan baku produk-produk yang mempunyai nilai jual antara lain celengan dan dekorasi. GHANIM adalah nama untuk usaha yang didirikan oleh Mitra, dimana usaha ini didirikan dengan tujuan antara lain memanfaatkan kertas koran bekas yang berlimpah, dapat menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, membantu pemerintah dalam mengatasi permasalahan penanganan sampah rumah tangga, alternatif sumber pendapatan dan lain-lain. Visi Ghanim adalah menjadikan salah satu UMKM yang paling diidamkan, terus tumbuh dan berkembang sehingga produk-produknya dapat menjadi salah satu andalan eksport oleh pemerintah Indonesia. Adapun Misi Ghanim yaitu (1) memberikan yang terbaik bagi pemangku kepentingan, (2) total customer solution dan (3) cerdas dan inovatif.

Pemanfaatan koran bekas menjadi aneka produk handicraft ini berawal dari iseng diwaktu senggang, dengan produk awal berupa miniature berbentuk kapal, dengan berjalananya waktu dan usaha keras Mitra, saat ini telah berkembang menjadi beberapa jenis produk antara lain bentuk pesawat terbang, tempat buah, bonsai, celengan dan lain-lain. Saat ini Mitra juga sudah bekerjasama dengan Lapas Pasuruan Jawa Timur untuk menularkan keterampilannya kepada narapidana agar bisa menjadi bekal wirausaha saat terjun di masyarakat. Tahap paling sulit dalam pembuatan handicraft ini adalah pada tahap penanganan koran bekas sebagai bahan baku untuk tahap berikutnya, tahap ini membutuhkan keahlian, ketrampilan khusus, ketelatenan dan ketelitian yang cukup tinggi. Apabila tahap ini tidak berhasil seperti yang diharapkan maka tahap berikutnya tidak bisa dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang dihadapi oleh Mitra dalam kegiatan pengabdian ini dalam menjalankan usahanya, yaitu 1) belum ada metode pemasaran hasil karya, 2) belum mempunyai ruang produksi yang memadai dan ruang

pamer/workshop, 3) belum ada upaya untuk meningkatkan daya tarik konsumen, dan 4) perlu mendapatkan bantuan modal yang akan digunakan untuk mengembangkan usahanya.

Tujuan kegiatan pengabdian ini tentunya untuk membantu memecahkan permasalahan Mitra, yaitu 1) memberikan penyuluhan dan pendampingan membuat metode pemasaran hasil karya yang kekinian, 2) memberikan solusi ruang produksi yang memadai dan ruang pamer/workshop, 3) pelatihan untuk meningkatkan daya tarik konsumen, dan 4) pelatihan dan pendampingan untuk mendapatkan bantuan modal yang akan digunakan untuk mengembangkan usahanya.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini membutuhkan waktu selama kurang lebih dua bulan, yang awalnya dilaksanakan dirumah Mitra. Selanjutnya dilakukan di lokasi workshop yang baru. Kegiatan dilaksanakan secara terjadwal dan bertahap, serta diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, jejaring dan pendapatan Mitra. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara penyuluhan, pendampingan, dan praktik langsung tentang cara meningkatkan pemasaran, menyiapkan ruang produksi dan ruang pamer/workshop, meningkatkan daya tarik produk dan mendapatkan modal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyuluhan dan pendampingan membuat metode pemasaran

Sesuai dengan pendapat Arfah (2017) bahwa koran berkas dapat didaur ulang dan dimanfaatkan, maka Mitra dalam pengabdian mampu mengolah kertas koran menjadi aneka bentuk produk handicraft, dan produknya diberi nama Ghanim. Saat ini, produk-produk handicraft Ghanim hanya dikenal disekitar tempat tinggal Mitra yang bertempat di Jalan Bluru Kidul Sidoarjo Jawa Timur. Padahal produk-produknya sangat menarik, bahkan pada beberapa tahun yang lalu dengan bantuan Bupati Pasuruan, diikutsertakan di suatu pameran di Jakarta. Pada saat pameran itu, standnya cukup mendapat perhatian dan menarik para pengunjung, bahkan dapat menarik perhatian Presiden Republik Indonesia Bapak Jokowi. Sayangnya pasca pameran itu, tidak ditindaklanjuti dengan pemasaran yang memadai. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian ini dilakukan penyuluhan sekaligus pendampingan tentang teknik-teknik pemasaran agar produk-produknya dapat terjual lebih banyak sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan Mitra. Langkah awal yang dilakukan adalah menyebarluaskan produk handicraft Ghanim ke masyarakat luas agar lebih dikenal karena sesuai pepatah bahwa "tak kenal maka tak sayang", yaitu dengan cara kekinian (Gunawan dkk., 2021) antara lain dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram (IG), facebook dan media sosial lainnya, juga mengikuti pameran-pameran. Berhubung media sosial tentang Ghanim ini baru saja dibuat maka agar segera dikenal oleh masyarakat luas maka Tim Pengabdian ini juga membantu untuk menyebarluaskan keseluruhan group-group whatsapp yang dimiliki oleh Tim Pengabdian dan Mitra.

Solusi metode pemasaran berikutnya adalah ikut serta di Pasar Minggu ([Rahma, 2022](#)) yang ada di wilayah Sidoarjo dan Surabaya. Pasar Minggu yang ada di Sidoarjo antara lain di sekitar GOR, di Jalan perumahan Taman Pinang Indah dan di Perumahan Gading Fajar, sedangkan pasar Minggu di Surabaya yang paling ramai adalah di Tugu Pahlawan. Apabila ikut serta di semua pasar Minggu tersebut di atas, otomatis membutuhkan beberapa tenaga dan produk siap jual yang cukup banyak. Dan ini tentunya membutuhkan biaya dan modal yang tidak sedikit. Oleh karena itu, untuk sementara ikut serta di pasar Minggu yang terdekat yaitu yang ada di wolahay Sidoarjo. Selain hal di atas, pemasaran produk juga akan dilakukan dengan cara bekerja sama dengan pedagang-pedagang yang ada di tempat-tempat wisata yang ada di Jawa Timur dengan cara mengisi etalase mereka dengan produk-produk Ghanim.

B. Memberikan solusi tempat workshop

Workshop termasuk ruang pamer sangat diperlukan untuk menunjang peningkatan mutu, daya beli dan lain-lain ([Rahayu dkk., 2018](#)). Apalagi ruang untuk produksi semula sangat tidak memadai karena sangat sempit, belum ada ruang pamer produk jadi, belum ada tempat terima customer dan lain-lain fasilitas yang dibutuhkan. Dalam rangka untuk meningkatkan produktifitas dan pendapat Mitra maka salah satu Tim Pengabdian memberikan tempat yang dapat digunakan untuk semua keperluan produktifitas Mitra, yang meliputi ruang produksi, ruang pamer, tempat menerima customer dan lain-lain fasilitas yang dibutuhkan secara cuma-cuma/tanpa biaya sewa.



Gambar 1. Pembukaan dan tasyakuran workshop baru di rumah salah satu Tim Pengabdian (kemeja warna biru)

C. Pendampingan dan penyuluhan untuk meningkatkan daya tarik produk

Salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan produk adalah dengan meningkatkan daya tarik produk ([Clifen dkk., 2016](#)), maka untuk meningkatkan daya tarik produk-produk Ghanim perlu dilakukan diskusi, tukar pendapat, pendampingan dan penyuluhan untuk menggali informasi terkait kemampuan produksi, tingkat ketrampilan Mitra, ketersediaan bahan-bahan yang diperlukan, cara mendapatkan koran bekas dalam jumlah besar dan kendala-kendala lain yang selama ini dialami Mitra. Berdasarkan hasil diskusi tersebut maka solusi yang diberikan ke Mitra dalam bidang ini adalah dengan menggunakan strategi-strategi sebagai berikut: dengan memberikan bonus menarik apabila konsumen membeli dalam jumlah tertentu.



Gambar 2. Saat pameran dikunjungi Presiden dan jenis-jenis produk Ganim

Strategi lain yang akan dilakukan adalah membuka kursus cuma-cuma/gratis tentang cara membuat produk-produk Ganim, meningkatkan jumlah dan jenis produk, menerima pesanan, menyediakan album produk-produk untuk memudahkan customer memilih bentuk dan warna pesanannya, serta meningkatkan mutu barang dan warna.

D. Pelatihan dan pendampingan untuk mendapatkan bantuan modal

Dalam rangka untuk dapat mewujudkan program peningkatan jumlah dan jenis produk, peningkatan pemasaran, memperluas kerjasama dan lain-lain, khususnya untuk meningkatkan pendapatan Mitra, maka perlu adanya tambahan dana yang tidak sedikit. Oleh karena itu, Tim Pengabdian memberikan solusi untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara mengupayakan untuk memanfaatkan program CSR/*Corporate Social Responsibility* dari beberapa perusahaan/Lembaga yang ada di Indonesia, khususnya di Jawa Timur. Hal ini dilakukan mengingat program CSR adalah salah satu bentuk konsekuensi dari kenyataan, bahwa Lembaga/organisasi/perusahaan selain berdimensi ekonomi juga berdimensi sosial atau tindakan yang dilakukan di dunia usaha atau industry sebagai rasa tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan (Saleh dan Sihita, 2020). Kegiatan pengabdian pada tahap ini adalah dengan melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat proposal pengajuan dana CSR untuk mengupayakan tambahan modal bagi Mitra.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa perubahan yang cukup signifikan, antara lain: telah diperoleh metode pemasaran hasil karya, sudah mempunyai ruang produksi dan ruang pamer/workshop, sudah mempunyai cara khusus untuk meningkatkan daya tarik konsumen, dan saat ini Mitra telah mendapatkan bantuan modal (meski belum banyak) dari seorang pengusaha yang tidak bersedia disebutkan identitasnya. Hal ini membuat Mitra menjadi lebih percaya diri dan semakin yakin bahwa produk-produknya bisa dijadikan sumber pendapatan yang menjanjikan, dan dengan meningkatnya pesanan otomatis membutuhkan tambahan tenaga sehingga dapat membantu mengurangi pengangguran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, M. (2017). Pemanfaatan Limbah Kertas Menjadi Kertas daur Ulang Berniali Tambah. *Buletin Utama Teknik*. 13(1): 28-31.
<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/but/article/view/257>.
- Agus, R.N., R. Oktaviyanti, U. Sholahudin. (2019). 3R: Suatu Alternatif Pengolahan Sampah Rumah Tangga. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 192):72-76. <http://dx.doi.org/10.30656/ka.v1i2.1538>.
- Fajarta, C.R. (2018). Sampah Plastic Lebih Banyak Daripada Ikan. LIPI. <https://www.beritasatu.com/nasional/527489/lipi-2050-sampah-plastik-lebih-banyak-dari-ikan>. Diakses tgl. 21 Oktober 2022.
- Clifen A.A. Suharto A.A. Suharto, dan I. Trang. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.4(3):209-231.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/13670/13254>.
- Fachrizal, R. (2016). Pengaruh Modal dan tenaga Kerja Terhadap Produksi Industri Kerajinan Kulit di Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan (Agrikan UMMU-Ternate)*. 9(2): 66-75. <https://www.ejournal.stipwunaraha.ac.id/index.php/AGRIKAN/article/view/926675>.
- Gunawan, A.I., Fatya Alty Amalia, Widi Senalasari, dan Vanessa Gaffar. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 10(2): 133-142. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.35768>.
- KLHK. 2021. *Daerah Penghasil Sampah Terbanyak*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbulan>. Diakses tgl. 25 september 2022.
- KLHK. 2022. *Indonesia Memasuki Era Baru Pengelolaan Sampah*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. <http://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/5294/klhk-indonesia-memasuki-era-baru-pengelolaan-sampah>. Diakses tgl 5 Nopember 2022.
- Liputan 6. 2019. *Melihat Hasil Kreativitas Warga Binaan di Pameran Produk Unggulan Narapidana*. <https://www.liputan6.com/photo/read/3926556/foto-melihat-hasil-kreativitas-warga-binaan-di-pameran-produk-unggulan-narapidana?page=1>.
- Minarwati. (2018). Analisis Kinerja Pengelolaan Sampah di Kota Metro. *Administratio*. 9(2): 108-117. <https://doi.org/10.23960/administratio.v9i2.70>.
- Poetra, R.P., A. A. Nuryadin dan N. W. Ngkolu. (2022). Pemeriksaan Kesehatan Dan Penyuluhan Kesehatan Mengenai Dampak Sampah Padat Terhadap Lingkungan Dan Kesehatan Masyarakatdi Desa Kampili Kab. Gowa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pelamonia*. 2(2): 1-22. <https://ojs.iikpelamonia.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/230>.
- Rahayu, D., Muzdalifah, M. R. Nuryadin dan A. Rakhmatullah. (2018). The Potency and The Strategy of Woven Craft Industry Development in Tapin Regenc. *Ecoplan* 1(1): 27-35. <http://ecoplan.ulm.ac.id/index.php/iesp/article/view/5>

Rahma, A. L. (2022). Analisis Efektivitas Transformasi Bisnis Berbasis Digital Marketing Pedagang Pasar Minggu Pagi Desa Kalijurang, BreBes. [Doctoral Dissertation]. Universitas Prof. KH. Saifuddin Zuhri. Purwokerto.

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98-105.

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4134/0>

Surjandari, I., Hidayatno, A., & Supriatna, A. (2009). Model Dinamis Pengelolaan Sampah Untuk Mengurangi Beban Penumpukan. *Jurnal Teknik Industri*, 11(2): 134 – 147. <https://doi.org/10.9744/jti.11.2>.