

IBM HOME INDUSTRI BERBAHAN DASAR THERMO PLASTICS RUBBER (TPR)

Anita T. Kurniawati^[1] dan Suparto^[2]

Teknik Informatika-ITATS^[1] & Teknik Industri-ITATS^[2]

Email: anitateku@yahoo.com^[1]

ABSTRAK

Hal yang mendasari adanya home industri yang berbahan dasar *Thermo Plastics Rubber* (TPR) ini didirikan adalah adanya keinginan untuk membantu masyarakat desa Sidokepong dan Kedayon agar mempunyai pendapatan lebih dalam rangka meningkatkan taraf hidupnya. Berdasarkan pengamatan langsung dan wawancara dengan pihak pemilik, home industri ini masih ada permasalahan dalam berbagai aspek, dimana yang perlu diselesaikan adalah aspek produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi adalah peralatan yang masih konvensional dan minimnya pengetahuan SDM dalam hal pencampuran warna dikarenakan dipelajari dengan cara otodidak. Dari aspek pemasaran, mitra belum mempunyai tenaga pemasaran sendiri dan media pemasaran juga kurang.

Dengan mendasarkan pada konteks permasalahan yang dihadapi, maka dilakukan pendekatan yang merupakan solusi dalam kegiatan Ipteks bagi Masyarakat ini yaitu pelatihan dan workshop bagi peningkatan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM), penambahan peralatan dan media pemasaran. Pelatihan dan workshop yang dilakukan adalah pengetahuan pencampuran warna, marketing online dan pembuatan blogs. Sedangkan rekayasa peralatan dilakukan berdasarkan peralatan yang menyebabkan banyaknya cacat produk atau proses yang banyak diulang (menyita waktu lama), yaitu mixer, timbangan elektrik, katalog warna Pantone, meja dan *heater plat* untuk pembuatan oven. Setelah dilakukan pendampingan, waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi lebih cepat dan hasilnya lebih halus, akurasi akan bahan menjadi efisien, kondisi kerja lebih bersih, efisiensi waktu transaksi dan konsumen mudah menentukan warna pilihan, komposisi warna mudah dibuat dan mulai dikenal di masyarakat.

Kata Kunci: *Thermo Plastics Rubber* (TPR), pemasaran, produksi

PENDAHULUAN

Jika dilihat secara sekilas, masyarakat Sidokepong dan Kedayon merupakan masyarakat yang berkecukupan. Namun mayoritas kepala keluarga daerah tersebut terutama didesanya menjadi buruh pabrik di Sidoarjo maupun Surabaya. Sedangkan istri mereka mayoritas sebagai ibu rumah tangga yang menjaga anak-anaknya ataupun sebagai buruh pabrik. Home industri berbahan dasar *Thermo Plastics Rubber* (TPR) ini dirintis dikarenakan pada tahun 2008 banyak pengurangan tenaga kerja dari beberapa perusahaan di daerah Sidoarjo dimana tenaganya berasal dari sekitarnya. Awalnya home industry ini membuat label atau logo sepatu atau sandal serta aksesorisnya dengan modal yang tidak terlalu besar dan peralatan yang sederhana. Kemudian mereka berkeinginan untuk mengembangkan usahanya agar mempunyai daya jual tinggi dan diminati masyarakat. Hal ini dikarenakan selama ini berdasarkan pesanan saja. Pesanan didapat dari perusahaan sepatu sandal daerah Sidoarjo-Surabaya. Pertama kali konsumen didapat karena relasi dengan tenaga kerja di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, ada beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh home industri ini adalah:

a. Aspek Produksi

Peralatan yang masih konvensional bahkan tidak punya, yang mengakibatkan hasil dari produksinya kasar. Selain itu proses produksi juga lama bahkan menyisakan bahan. Selain itu minimnya SDM dalam pencampuran warna dan tidak mempunyai katalog warna yang mengakibatkan prosesnya harus lama dan sering koordinasi dengan konsumen apakah sesuai permintaan.

b. Aspek Pemasaran

Home industri ini belum mempunyai SDM khusus yang menangani pemasaran dan biasanya berdasarkan pesanan dari teman. Pemasaran dilakukan oleh pemilik dengan menghubungi teman atau kenalan. Konsumen yang rutin melakukan transaksi sampai tahun 2014 adalah perusahaan sepatu dan sandal daerah Surabaya dan Sidoarjo.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan terhadap dua aspek kegiatan yaitu aspek produksi dan pemasaran. Tujuan dari pendampingan ini adalah:

1. Meningkatkan kemampuan SDM dalam hal pencampuran warna dengan memberikan pelatihan pencampuran warna dan memberikan panduan warna (katalog pantone) kepada home industri.
2. Meningkatkan kualitas produk dan efisiensi waktu dengan memberikan peralatan mixer pengaduk, timbangan digital dan *heater plat*.
3. Meningkatkan kemampuan SDM dalam bidang pemasaran dengan memberikan pelatihan marketing online dan dibuatkan blogs.
4. Meningkatkan kebersihan dan kenyamanan kerja dengan memberikan meja kerja.

Dengan adanya pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan profit atau keuntungan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Industri di Indonesia dapat digolongkan ke dalam 4 kelompok berdasarkan jumlah tenaga kerja, yaitu industri besar dengan jumlah tenaga kerja minimal 100 orang, industri sedang dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang, industri kecil dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5-19 orang, dan industri rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 1-4 orang. Home industri ini merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (BPS, 2002).

Walaupun dapat menunjukkan perannya dalam masyarakat, namun masih ada permasalahan yang dihadapi oleh home industri ini antara lain dalam aspek manajemen dan pemasaran

Aspek Manajemen

Manajemen adalah mengatur, menjalankan fungsi organisasi dan bekerja dengan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi (Handoko, 1999). Sehingga untuk mencapai tujuan suatu usaha salah satunya adalah profit, maka harus diatur semua kegiatan didalamnya baik dari segi proses produksi, tenaga kerja, produk maupun pemasarannya.

Aspek Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi (Kotler, 2002). Pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah secara online yang biasa disebut marketing online. Ada dua jenis saluran marketing online yaitu layanan online komersial dan internet. Cara melakukan pemasaran online dengan:

- a. Menciptakan kehadiran online elektronik, dengan cara membeli ruang di layanan online komersial dan membentuk situs internet sendiri (website atau blogs)
- b. Menempatkan iklan online
- c. Berpartisipasi dalam forum atau kelompok masyarakat di internet
- d. Menggunakan e-mail.

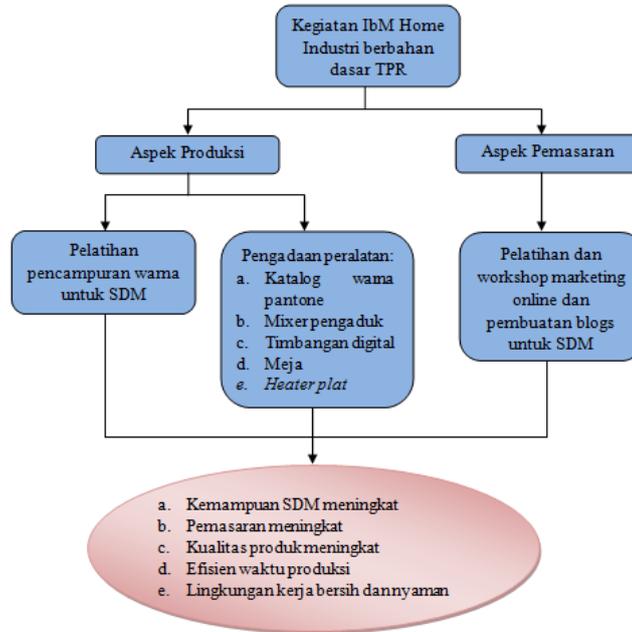
METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dan persetujuan dengan mitra home industri, maka pendampingan yang dilakukan adalah:

1. Pendampingan dalam kegiatan produksi

- Pendampingan yang dilakukan adalah mengadakan pelatihan pencampuran warna untuk SDM dan peralatan yang dibutuhkan. Peralatan yang diberikan berupa mixer pengaduk, katalog warna pantone, timbangan digital, meja dan *heater plat*.
2. Pendampingan dalam kegiatan pemasaran
Pendampingan yang dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan dan workshop marketing online dan pembuatan blogs serta membuat blog untuk mitra.

Model pendampingan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model pendampingan pada mitra Home industri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode pendampingan yang dilakukan, terdapat 3 kegiatan yang tergabung dalam 2 aspek:

1. Produksi

Pada kegiatan ini dilakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan SDM dalam pencampuran warna. Selain itu diberikan peralatan yang dapat menunjang produksi mitra. Beberapa hasil pendampingan dapat dilihat pada Gambar 2.

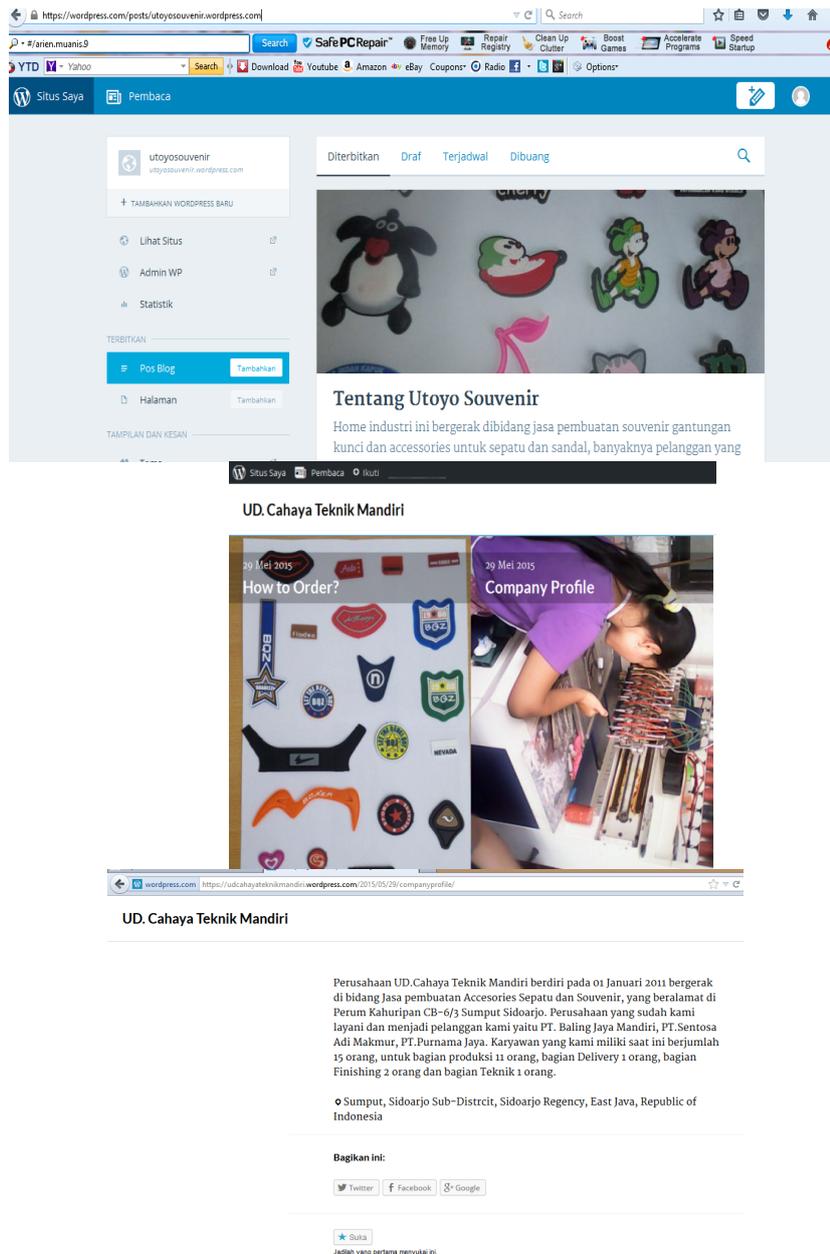


Gambar 2. Peralatan dan pelatihan produksi

2. Pemasaran

Pada kegiatan ini dilakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan SDM dalam bidang pemasaran terutama online dan pembuatan blogs. Selain itu dibuatkan blog mitra dengan alamat <https://wordpress.com/utoyosouvenir.wordpress.com> dan <https://wordpress.com/udcahayateknikmandiri.wordpress.com>.

Beberapa hasil kegiatan pendampingan yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3 & 4.



Gambar 3. Blogs Mitra



Gambar 4. Pelatihan dan workshop marketing online dan pembuatan blogs

Dari hasil pendampingan kepada mitra, dapat dikatakan bahwa ada kemajuan dalam aspek produksi dan pemasaran. Walaupun masih harus terus ada pendampingan yang kontinyu dalam hal pemasaran. Kegiatan ini berjalan dengan lancar, walaupun ada beberapa kendala tetapi bisa diatasi. Pencapaian dari kegiatan ini dan kendalanya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pencapaian dan hasil kegiatan

Pendampingan	Pencapaian	Hasil/Kendala
1. Pengadaan mixer	Pengadaan mixer sesuai dengan kebutuhan mitra telah direalisasikan	Hasil produk menjadi lebih halus dan waktu proses lebih cepat.
2. Pembelian timbangan digital	Pembelian timbangan digital yang mempunyai akurasi tinggi sudah terealisasi	Akurasi kebutuhan akan bahan lebih efisien sehingga sisa bahan lebih sedikit bahkan tidak ada
3. Pengadaan meja untuk	Merancang dan pengadaan meja sesuai dengan kebutuhan sudah terealisasi	Meja tempat pengadukan bahan terbuat dari stainless sehingga mudah dibersihkan. Hal ini membuat tempat kerja menjadi bersih dan rapi sehingga kerja menjadi nyaman.
4. Katalog warna pantone	Pengadaan katalog warna pantone sudah terealisasi	Efisiensi waktu transaksi & konsumen mudah menentukan warna pilihan serta komposisi warna mudah dibuat
5. Pelatihan marketing online & pembuatan blogs mitra	Mengadakan pelatihan dan workshop marketing online dan pembuatan blogs sudah terealisasi	Mitra mudah memberikan penjelasan kepada calon konsumen dan dapat dikenal masyarakat luas tetapi masih harus dilakukan pendampingan terus dikarenakan mitra belum terbiasa menggunakan sosial media (internet).
6. Pelatihan pencampuran warna untuk SDM	Melakukan pelatihan pencampuran untuk SDM sudah terealisasi	SDM trampil mengkombinasi warna
7. Pengadaan <i>heater plat</i>	Pengadaan <i>heater plat</i> sudah terealisasi yang akan digunakan untuk membuat oven. Mitra membantu merancang pembuatan oven	Proses pemanasan bisa merata sehingga hasil produk lebih bagus dan efisien waktu

KESIMPULAN

1. Peningkatan kemampuan SDM dari Home industri dengan cara mengadakan pelatihan dan workshop pencampuran warna dan pemasaran online serta pembuatan blogs.
2. Peningkatan kualitas produk dan efisiensi waktu dilakukan dengan cara memberikan peralatan mixer pengaduk, timbangan digital, katalog pantone, meja dan *heater plat*.
3. Mitra dibuatkan blogs untuk membantu memasarkan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran. Prentice Hall, inc. New Jersey
- [2]. Badan Pusat Statistik. (2002). www.bps.go.id.
- [3]. Handoko, Hani. (1999). Manajemen. BPFE. Yogyakarta