



SEMINAR NASIONAL
HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**
Kerjasama Universitas Mahasaraswati Denpasar dengan
Forum Layanan Ipteks Masyarakat (FLipMas) Wilayah Bali "Ngayah"
Sekretariat : Jalan Kamboja No. 11 A Denpasar Telp. (0361) 227019, Fax. (0361)227019
Web : <http://www.unmas.ac.id>, E-mail : info@unmas.ac.id



SEMNAS 2014

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Kerjasama dengan
FlipMas Wilayah Bali

Kumpulan Abstrak Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

INNA GRAND BALI BEACH SANUR - BALI
27-28 FEBRUARI 2014

Didukung oleh:





PANITIA SEMINAR NASIONAL
HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*

*Kerjasama Universitas Mahasaraswati Denpasar dengan
Forum Layanan Ipteks Masyarakat (FLipMas) Wilayah Bali "Ngayah"*

Sekretariat : Jalan Kamboja No. 11 A Denpasar Telp. (0361) 227019, Fax. (0361)227019
Web : <http://www.unmas.ac.id> , E-mail : info@unmas.ac.id



SUSUNAN ACARA SEMINAR NASIONAL

Hari Pertama: Kamis, 27 Februari 2014

Waktu	Kegiatan	Keterangan
08.00-09.00	1. Registrasi 2. Pemasangan Poster 3. Sesi poster	Panitia
09.00 – 10.00	Upacara Pembukaan	
	1. Pembacaan doa	Panitia
	2. Laporan panitia	Ketua Panitia
	3. Sambutan & Ucapan Selamat Datang	Rektor Unmas Denpasar
	4. Sambutan FlipMas Indonesia	
	5. Sambutan dan Pembukaan oleh Koordinator Kopertis Wilayah VIII Dps	
10.00- 10.30	Istirahat	
11.00 – 12.00	Sesi Pleno: Pembicara utama (panel) 1. Prof. Dr. Agus Subekti, M.Sc., Ph.D (Direktur Direktorat Litabmas Ditjen Pendidikan Tinggi) 2. Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si (Reviewer penelitian Dikti)	Moderator Dr Ir I Ketut Widnyana, MP
12.00 – 12.30	Makan siang & Sesi Poster	
Sesi Pararel (1) Bidang Penelitian		
12.30 – 15.00	Agung Room 1 A	Agung Room 2 B
	Agung Room 3 C	Agung Room 4 D
	Agung Room 5 E	Baris room F
15.00 – 15.15	Kudapan	
Sesi Pararel (2) Bidang Penelitian		
15.15 – 17.45	Agung Room 1 A	Agung Room 2 B
	Agung Room 3 C	Agung Room 4 D
	Agung Room 5 E	Baris room F
17.45	Poster session, sertifikat & Istirahat	

Hari Kedua, Jumat 28 Februari 2014

Waktu	Kegiatan						Keterangan
08.00-08.00	1. Registrasi 2. Pemasangan Poster 3. Sesi Poster						Panitia
Sesi Pararel (3) Bidang Penelitian							
08.00 – 10.00	Agung Room 1 A	Agung Room 2 B	Agung Room 3 C	Agung Room 4 D	Agung Room 5 E	Baris room F	
10.00 – 10.30	Istirahat						
10.30 – 11.15	Sidang pleno 1 (panel) 1. BSN (Prof. Dr. Bambang Prasetya) 2. Koordinator SME & SR, PT Pertamina						Moderator I Gede Wiryawan, SH., MH
11.15 – 11.30	Penandatanganan MoU antara BSN & Unmas Denpasar						
11.30 – 12.30	Sidang Pleno 2 (panel) 1. Prof Dr Sundani Nurono Soewandhi (Reviewer PPM Dikti) 2. Ir. Gatot Murdjito, MS. (Wakil Ketua FI/ Reviewer PPM Dikti)						Moderator Dr Ir I Ketut Arnawa, M.Si
12.30 – 13.00	Makan siang & Sesi Poster						
13.00 – 13.45	Sidang Pleno 3 (panel) 1. Dr Ir Nyoman Utari Vipriyanti, M.Si (WR IV Unmas Denpasar) 2. Prof Dr Sang Putu Kaler Surata, MS (Ketua LPPM Unmas Denpasar)						Moderator Dr.Drs. Ida Bagus Brata,M.Si
Sesi Pararel (1) Bidang Pengabdian kepada Masyarakat							
13.45– 15.45	Agung Room 1 A	Agung Room 2 B	Agung Room 3 C	Agung Room 4 D	Agung Room 5 E	Baris room F	
15.45 – 16.00	Kudapan & Sesi Poster						
Sesi Pararel (2) Bidang Pengabdian kepada Masyarakat							
16.00– 18.00	Agung Room 1 A	Agung Room 2 B	Agung Room 3 C	Agung Room 4 D	Agung Room 5 E	Baris room F	
18.00 -selesai	Sesi poster, sertifikat, info <i>field trip</i> & istirahat						

Hari ke 3 : Field Trip Sabtu 1 Maret 2014 :

- Lansekap Budaya Tukad Pakerisan.
- Serah terima Balai Subak

Panitia,

Kode Ruang : E (Agung Room 5)
Hari/tanggal : **Jumat, 28 Pebruari 2014**
Waktu : **13.45-15.45**
Moderator :
Notulen :

Pengabdiaan (Oral)

No	Kode	Nama	Instansi	Judul
1	OA-30	I Ketut Budaraga Gusriati	Universitas Eka sakti	IbM Kelompok tani tagamang Bajawek di Kabupaten padang pariaman Sumbar
2	OA-31	Ni Ketut Adi Mekarsari Ni Nyoman Resmi Ni Made Suriani	Universitas Panji Sakti Universitas Ganesha	Program catfish processing business
3	OA-33	N.G.A. Gde Eka Martiningsih I Made Sudana I Gede Nyoman Suta Wisnawa	Unmas Denpasar Poltek Negeri Bali	Ugrnsi keselamatan dan kesehatan kerja (K3) pada sektor usaha kecil menengah berbahan besi d Bali
4	OA-35	Bambang Utoyo Bina Unteawati made same Dewi Riniarti	Poltek Negeri Lampung	Produksi bibit kelapa sawit berkualitas politeknik negeri Lampung
5	OA-36	Nansi M. Santa Ani Makalew Franky N.S.Oroh	UNSRAT	Pemberdayaan kelompok tani ternak Babi di Desa Talikuran
5	OA-37	I Nyoman Tika I Gusti Ayu Triagustiana I Gede Adi Yuni Arta	Undiksha Singaraja	IbM Salak di Desa Sibetan Bali
6	OA-38	Ni Luh Putu Hariastuti Suparjo	Intitut Teknologi Adhi Tama Surabaya	Ipteks Bagi Masyarakat Kampung Unggulan Tas Gadukan Morokrengan Surabaya
7	OA-39	IB. Suryatmaja I Made Nada I Ketut Widnyana I Ketut Sumantra IGN Anom	Unmas Denpasar	Manajemen sampah berbasis pengelolaan sampah mandiri di masyarakat

IPTEK BAGI MASYARAKAT KAMPUNG UNGGULAN TAS GADUKAN MOROKREMBANGAN SURABAYA

Niluh Putu Hariastuti, Suparjo
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
putu_hrs@yahoo.com

Abstrak

Home industri tas dewasa ini sangat berkembang cukup baik, baik dari segi mutu, produk maupun dari sisi nilai jual yang cukup tinggi. Namun seiring dengan adanya persaingan pada pasar global (ACFTA = *Asia China Free Trade Agreement*) menyebabkan membanjirnya produk – produk luar negeri khususnya China yang terkenal dengan harga jual yang relative murah, mengakibatkan perlunya pihak penyedia produk dalam hal ini home industry memikirkan langkah – langkah yang tepat didalam menghadapi persaingan yang terjadi. Demikian pula dengan Tas gadukan, yang diproduksi oleh industry kerajinan tas di kelurahan Morokrembangan kecamatan Krembangan Surabaya, tepatnya di RW 07 dan RW05.. Dalam perkembangannya karena prospek pasar masih sangat bagus,serta potensi jumlah produksi yang juga cukup besar, maka kampung tas Gadukan sangat memerlukan adanya pembinaan baik dari segi pemasaran dan juga teknologi sehingga mereka nantinya mampu bertahan dan juga bersaing dalam persaingan bisnis yang terjadi.

Dalam pendampingannya tim IBM melakukan kegiatan yang lebih fokus kepada kegiatan pemasaran produk. Adapun kegiatan pendampingan yang diberikan, meliputi kegiatan pendampingan disetiap pameran yang diikuti oleh UKM, memberikan bantuan sarana pemasaran dalam bentuk diversifikasi marketing tool dan pemasaran via online melalui internet serta bantuan sarana alat pemasaran berupa rak estalase produk.

Adapun hasil pendampingan yang telah dilakukan, tim IBM telah menerbitkan beberapa alat bantu pemasaran dalam bentuk katalog company profile dan brosur serta membuat website UKM dengan alamat website: [http:// tasgadukan .com](http://tasgadukan.com). Melalui website tersebut, diharapkan produk UKM dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga kegiatan pemasaran dapat lebih meningkat dan menunjang peningkatan profit dari UKM itu sendiri.

Kata Kunci : Pemasaran, Diversifikasi Produk, website, profit.

Abstract

Home handbag industry today is growing quite well , both in terms of quality , product or of the selling price is quite high . But along with the competition on the global market (ACFTA = Asia China Free Trade Agreement) led to a flood of products overseas , especially China which is famous for selling prices relatively low , resulting in the need for the provider of the products in this home industry to think of steps that right in the face of competition going on . Similarly Gadukan Bags , which are manufactured by industry in the bag craft village districts Moro Krembangan Surabaya , precisely in RW 07 and RW05 . In development since the market is still very good prospects , as well as the potential for production quantities is also quite large , then the village Gadukan bags are very in need of guidance in terms of both marketing and technology so that they can survive and compete in the competition happens

In the IBM team facilitation activities are more focused on product marketing activities . The activities are given assistance , mentoring activities include exhibitions each followed by UKM, providing assistance in the form of diversified marketing tools and marketing tools via online and marketing tool support means estalase shelf products The results of the assistance that has been done , the IBM team has published several marketing tools in the form of a catalog company profile and brochures as well as create a website UKM with a website address : [http:// tasgadukan . Com](http://tasgadukan.com) . Through the website , the product is expected to UKM can be more widely known so it can be further increased marketing activities and support the increased profits of UKM themselves

Keywords : Marketing , Product Diversification , the website , the profit .

IPTEK BAGI MASYARAKAT KAMPUNG UNGGULAN TAS GADUKAN MOROKREMBANGAN SURABAYA

Niluh Putu Hariastuti, Suparjo Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
putu_hrs@yahoo.com

Abstrak

Adanya persaingan pasar global (ACFTA = *Asia China Free Trade Agreement*) menyebabkan membanjirnya produk – produk luar negeri khususnya China yang terkenal dengan harga jual relative murah, mengakibatkan pihak penyedia produk khususnya home industry harus memikirkan langkah – langkah yang tepat didalam menghadapi persaingan yang terjadi. Demikian pula dengan Tas gadukan yang diproduksi oleh industry kerajinan tas di kelurahan Morokrembangan kecamatan Krembangan Surabaya, tepatnya di RW 07 dan RW05.. Dalam perkembangannya karena prospek pasar masih sangat bagus,serta potensi jumlah produksi yang juga cukup besar, maka kampung tas Gadukan sangat memerlukan adanya pembinaan baik dari segi pemasaran dan juga teknologi sehingga mereka nantinya mampu bertahan dan juga bersaing dalam persaingan bisnis yang terjadi. Dalam pendampingannya, tim IBM melakukan kegiatan yang lebih fokus kepada kegiatan pemasaran produk. Adapun kegiatan pendampingan yang diberikan, meliputi kegiatan pendampingan disetiap pameran yang diikuti oleh UKM, memberikan bantuan sarana pemasaran dalam bentuk *diversifikasi marketing tool* dan pemasaran via *online* melalui internet serta bantuan sarana alat pemasaran berupa rak estalase produk. Adapun hasil pendampingan yang telah dilakukan, tim telah menerbitkan beberapa alat bantu pemasaran dalam bentuk katalog *company profile* dan brosur serta membuat website UKM dengan alamat website: [http:// tasgadukan .com](http://tasgadukan.com). Melalui website tersebut, diharapkan produk UKM dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga kegiatan pemasaran dapat lebih meningkat dan menunjang peningkatan profit dari UKM itu sendiri.
Kata Kunci : Pemasaran, Diversifikasi Produk, website, profit.

Abstract

The existence of global market competition (ACFTA = *Asia China Free Trade Agreement*) cause a flood of products - products overseas, especially China which is famous for its relatively low selling price, resulting in the particular product provider of home industry must think about the steps appropriate measures in the face of competition going on . Similarly Gadukan Bags are manufactured by industry in the bag craft village districts Morokrembangan Surabaya , precisely in RW 07 and RW05 . In development since the market is still very good prospects , as well as the potential for production quantities is also quite large , then the village Gadukan bags are very in need of guidance in terms of both marketing and technology so that they can survive and compete in the competition happens In facilitation , the IBM team conduct more focused on product marketing activities . The activities are given assistance , mentoring activities include exhibitions each followed by UKM , providing assistance in the form of diversified marketing tools and marketing tools via the internet via online marketing as well as a marketing tool support means estalase shelf products . The results of the assistance that has been done , the team has published several marketing tools in the form of a catalog company profile and brochures as well as create a website UKM with a website address : [http:// tasgadukan . Com](http://tasgadukan.com) . Through the website , the product is expected to UKM can be more widely known so it can be further increased marketing activities and support the increased profits of SMEs themselves .

Keywords : Marketing , Product Diversification , the website , the profit ..

PENDAHULUAN

Home industry tas dewasa ini sangat berkembang cukup baik, baik dari segi mutu, produk maupun dari sisi nilai jual yang cukup tinggi. Namun seiring dengan adanya persaingan pada pasar global (ACFTA = *Asia China Free Trade Agreement*) menyebabkan membanjirnya produk – produk luar negeri khususnya China yang terkenal dengan harga jual yang relative murah, mengakibatkan perlunya pihak penyedia produk dalam hal ini home industry memikirkan langkah – langkah yang tepat didalam menghadapi persaingan yang terjadi.

Tas gadukan, demikian sering orang menyebutnya, diproduksi oleh industry kerajinan tas di kelurahan Morokrembangan kecamatan Krembangan Surabaya, tepatnya di RW 07 dan RW05. Pengerjaan tas yang berbahan dasar kulit imitasi ini masih sangat sederhana, tanpa mempekerjakan orang lain. Seiring perjalanan waktu, karena permintaan pasar semakin meningkat, maka terjadi perekrutan tenaga kerja sekitar sebagai tukang jahit tas. Dalam perkembangannya karena prospek pasar masih cukup bagus, sebagian tenaga kerja jahit tas ini memutuskan untuk mendirikan usaha sendiri sehingga jumlah pengrajin semakin meningkat pesat. Mitra disini adalah home industri yang masuk didalam kampung unggulan Tas Gadukan –Morokrembangan, Kondisi eksisting dari home industri mitra hampir dapat dikatakan sama, karena selain jenis produk yang dihasilkan

relative sama, mereka juga tergabung dalam GUPINTAS yaitu paguyuban yang menaungi seluruh pengrajin tas yang ada di Surabaya. Selama ini kegiatan pemasaran yang dilakukan mitra adalah lebih dominan hanya mengandalkan pesanan yang ada yaitu untuk memenuhi permintaan pedagang- pedagang yang ada di pasar grosir se Surabaya. Tanpa adanya merek mereka menjual produk tas mereka seadanya, kadangkala mereka memproduksi namuna nantinya akan diberikan merek oleh perusahaan lain yang memiliki pesanan tersebut. Mitra tidak memiliki alat promosi yang memadai sehingga sulit untuk mengenalkan produk mereka ke pasar. Hal ini pula menjadi kendala selain kendala lainnya yang terkait dengan kegiatan produksi. Berdasarkan atas kondisi diatas, maka dapat disampaikan beberapa permasalahan pokok mitra yang perlu segera diantisipasi, yaitu :

1. Dari **ketersediaan fasilitas pendukung**, khususnya untuk proses display produk, Mitra belum terfikir untuk melakukan display terhadap produk yang diproduksinya. Biasanya sekali produksi seluruh produk langsung terkirim ke pemesan tanpa ada satupun produk yang disisakan untuk produk contoh. Hal ini sangat mempengaruhi proses pemasaran yang dilakukan karena tidak adanya barang display yang bisa di pamerkan jika ada pembeli yang datang langsung ke workshop mitra.
2. Dari sisi **desain, masih kurang**, karena selama ini mitra hanya meniru dari desain pasar yang sedang trend tanpa berusaha memiliki desain sendiri yang bisa menjadi image mereka.
3. Dari sisi **pemasaran, mitra masih sangat Kurang** dalam hal sarana dan prasarana promosi produk tas baik itu berupa marketing tools, maupun outlet penjualan tas. Kurangnya sisi promosi yang dilakukan, mengakibatkan produk masih belum dikenal secara luas, maka perlu adanya kegiatan marketing mix yang membantu mengenalkan produk mitra sehingga dapat lebih dikenal masyarakat.

Berdasarkan atas temuan masalah diatas, maka tim melakukan pembinaan dan pendampingan **terkait dengan kegiatan pemasaran produk** serta **membantu dalam proses pengadaan fasilitas produksi** yang diperlukan oleh pihak mitra

SUMBER INSPIRASI

Kondisi riil yang terjadi di UKM sendiri menjadi inspirasi utama tim IBM didalam menjalankan kegiatan pengabdian ini. Selain juga karena dibukanya pasar bebas yang mengakibatkan produk import lebih banyak membanjiri pasar lokal, mengharuskan pengusaha industri kecil untuk mampu bersaing baik dari segi harga maupun kualitas produk yang mereka tawarkan.

Keinginan untuk membesarkan dan juga mengenalkan produk UKM serta mempertahankan keberadaan mereka dalam persaingan bisnis dalam pasar global inilah yang menjadi dasar utama kegiatan pendampingan dilakukan. Adapun secara umum profil atau kondisi riil UKM dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Lokasi Usaha
Mitra termasuk didalam **kampung unggulan tas binaan Dinas Perdagangan** dan Perindustrian (DISPERDAGIN) Surabaya yang berlokasi di gadukan Moro-Krebangan, kecamatan Krebangan Surabaya.
- b. Bahan Baku
Jenis bahan baku yang selama ini digunakan adalah kulit imitasi dengan menggunakan kain furing sebagai pelapis dalaman tas, Dan untuk mempercantik produk yang dihasilkan, maka ditambahkan aksesoris yang sesuai.. Supplay bahan baku diperoleh dari Pertokoan Jl. KramatGantung Surabaya, dengan jumlah pemesanan yang bervariasi, **tidak ada proses stok bahan baku**, karena jika dibutuhkan baru dilakukan proses pembelian..
- c. TenagaKerja
Mitra memiliki kurang lebih 5 tenaga kerja. Masih mengandalkan tenaga kerja rumahan yang ada disekitar area home industri, yaitu berasal dari kampung yang sama dan beberapa masih memiliki tali persaudaraan. Hal inilah yang selama ini menjadi kendala karena kurangnya tenagakerja professional yang ada dan **hubungan persaudaraan, mengakibatkan kurangnya proses Kontrol terhadap tenaga kerja** serta ilmu menjahit yang selama ini mereka miliki diperoleh dengan cara belajar otodidak.
- d. Proses Produksi
Mitra memiliki beberapa alat produksi yang mendukung proses produksinya,.Beberapa mesin yang dimiliki antara lain mesin jahit(6 unit) dan mesin plong (1 unit). **Kapasitas produksi mitra berkisar 190 lusin perminggu atau 760 lusin setiap bulannya.**
- e. Poduk
Produk yang dihasilkan selama ini **dominan adalah Tas Wanita (Fashion)** dan Tas Sekolah, **produk ini cukup diminati pasar**, khususnya kalangan menengah yang memang sering berganti mode sesuai dengan trend yang sedang terjadi. **Mitra masih belum memiliki desain yang unik yang mencirikan keunggulan usahanya.**
- f. Pemasaran
Pemasaran produk sebagian besar **masih diwilayah Surabaya**, yaitu dapat dijumpai di beberapa mall dan pusat grosir seperti PGS (pusat grosir Surabaya), JMP (Jembatan merah Plaza), ITC mega Grosir dan juga

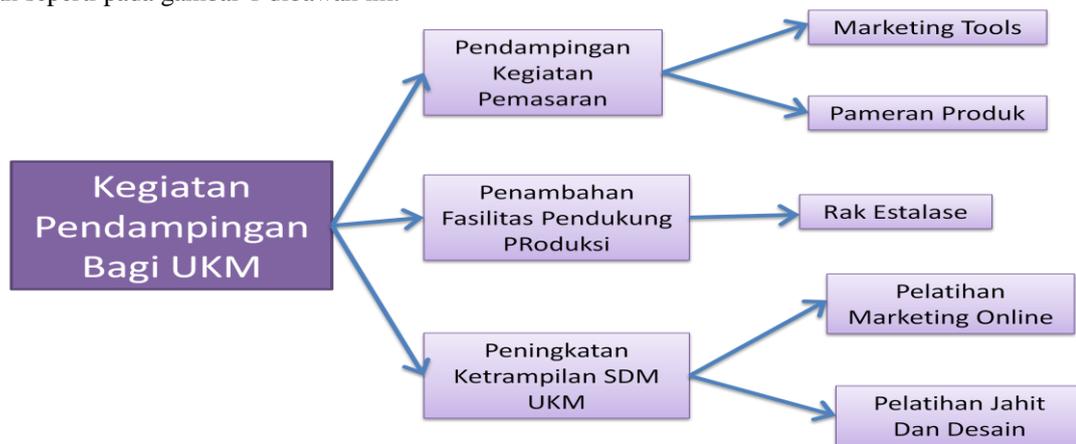
sebagian kota – kota kecil di Jawa Timur dan diluar pulau Jawa, Dari proses pemasaran yang telah ada selama ini, **mitra masih perlu dukungan riil didalam mewujudkan kegiatan pemasaran yang lebih aktif** serta didukung oleh marketing tool yang jauh lebih memadai

METODE

Dari permasalahan yang ditemukan dilapangan dan juga berdasarkan atas permintaan mitra didalam kegiatan pendampingannya, maka tim melaksanakan kegiatan pendampingan yang terfokus kepada 3 kegiatan utama yaitu :

1. Pendampingan Kegiatan Pemasaran
2. Penambahan Fasilitas Pendukung Produksi
3. Peningkatan Ketrampilan SDM UKM

Masing- masing kegiatan utama ini akan terjabarkan kembali berdasarkan atas bantuan dan pendampingan yang diberikan kepada mitra. Adapun model pendampingan yang diberikan oleh tim dapat dijabarkan seperti pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Model Pendampingan yang Diberikan Kepada Mitra

KARYA UTAMA DAN ULASAN KARYA UTAMA

Proses pendampingan kepada UKM lebih kepada peningkatan kegiatan pemasaran produk, dimana produk mitra diharapkan nantinya dapat dikenal lebih luas lagi oleh pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan mitra yang akhirnya dapat meningkatkan taraf hidup mitra menjadi lebih sejahtera lagi.

Berdasarkan atas metode pendampingan yang dilakukan, terdapat 3 kegiatan utama yang menjadi fokus pendampingan. Adapun masing – masing kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kegiatan Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak terlepas dari konsep dasar pemasaran (Kotler, 2002) yang menyangkut kegiatan bauran pemasaran (marketing mix), yaitu proses pemasaran produk melalui seperangkat alat pemasaran yang terdiri dari *Produk, Price, Place* dan *Promotion*. (4P). Mengacu kepada keempat bauran yang ada, tim melakukan pendampingan untuk masing – masing unsur bauran adalah sebagai berikut :

Produk, Price dan Place

Produk UKM selama ini lebih cenderung pada produk fesyen tas wanita, dimana memiliki mode dan desain yang cepat berubah dan harus up to date. UKM diharapkan dapat mengerti desain yang diminati pasar dan cenderung harus menguasai mode yang sedang trend. Atas hal inilah, tim melakukan pendampingan terhadap produk mitra dengan memberikan pelatihan terkait dengan desain. Bekerja sama dengan lembaga pelatihan LP3E Surabaya , mitra diberikan pelatihan tentang desain dan mode produk yang up to date. Dari pelatihan ini mitra nantinya diharapkan mampu mengenal berbagai mode dan desain yang sedang trend. Berikut di sajikan beberapa jenis produk mitradan juga kegiatan pendampingan pelatihan desain di LP3E Surabaya



Gambar 2. Beberapa jenis produk UKM



Gambar 3 Kegiatan Pelatihan Desain di LP3 E Surabaya

Model dan jenis produk nantinya akan sangat mempengaruhi harga produk dipasaran. Semakin rumit dan susah pengerjaan produk, maka semakin mahal harga yang diberikan persetiap satuan produk. Karena itulah untuk **harga (price)**, mitra lebih aman bermain dengan harga pasar, mereka biasa melepas produk mereka dengan harga grosir, mengingat produk mereka dikirim dalam partai besar (pesanan dalam jumlah kodi) ke pedagang- pedagang besar di Surabaya, seperti DTC, Pasar Turi dan lainnya. Harga produk mitra saat ini berkisar antara Rp 35.000 – Rp 50 000,- per buah.

Sedangkan untuk **tempat (place)**, mengingat mitra berada dikawasan kampung unggulan tas Gadukan, maka tempat mitra telah cukup strategis untuk mengenalkan hasil produk mereka, hanya perlu lebih intensif didalam mengenalkan wilayah kampung unggulan sehingga lebih dikenal dan diketahui keberadaan mereka oleh para konsumen. Usaha mengenalkan mitra kepada pasar, telah dilakukan tim selain melalui pendampingan **kegiatan pameran produk** yang diikuti oleh mitra, tim juga mempromosikan mitra melalui kegiatan pembuatan website via internet dengan alamat [http:// tasgadukan .com](http://tasgadukan.com). Berikut adalah gambar website yang dikelola mitra dalam memasarkan produknya serta kegiatan pendampingan pameran produk oleh mitra.



Gambar 4. Tampilan Depan Website Tas Gadukan



Gambar5. Kegiatan Pendampingan Pameran Kampung Ramadhan

Promotion

Selama ini kegiatan pemasaran yang dilakukan mitra hanyalah mengandalkan pesanan dari pihak grosir yang ada di sekitar Surabaya. Tanpa adanya dukungan alat pemasaran, kegiatan pemasaran tidak dapat berkembang dengan baik. Maka dengan bimbingan pendamping lapangan dan juga atas permintaan mitra yang

sangat mengharapkan adanya company profile, maka tim mendesain catalog company profile dan juga brosur produk untuk mendukung kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh mitra. Adanya catalog ini akan sangat membantu mitra dalam mempromosikan dan jugamengenalkan produk mereka kepada segala kalangan konsumen yang ada. harapannya adanya penganekaragaman peralatan pemasaran akan dapat meningkatkan penjualan produk mitra yang selama ini hanya mengandalkan pesanan saja. Kegiatan pendampingan untuk pemasaran tidak saja dari marketing tools, namun tim juga melakukan kegiatan pendampingan pada saat mitra melaksanakan kegiatan pameran – pameran yang diselenggarakan oleh PEMKOT Surabaya.



Gambar 6. Diversifikasi Marketing Tools Mitra

2. Penambahan Fasilitas Pendukung Produksi

Kegiatan ini didasari atas kurangnya estalase untuk display produk mitra dilokasi kegiatan, yang mengakibatkan mitra tidak pernah menyisakan satu produkpun dari hasil produksinya untuk dapat dipamerkan atau dipajang sebagai satu contoh produk yang mampu mereka produksi. Hal ini sangat berpengaruh pada saat adanya konsumen yang datang langsung ke tempat workshop namun tidak ada produk jadi yang dapat dilihat atau dipamerkan untuk dapat dibeli, sehingga mengakibatkan konsumen meragukan kemampuan mitra dalam kegiatan produksi. Harapannya dengan adanya rak display, nantinya setiap selesai produksi, mitra akan menyisihkan satu atau beberapa produknya untuk dapat dipamerkan sehingga sewaktu – waktu jika ada konsumen yang datang, mitra dapat menawarkan produk yang ada kepada konsumen tersebut. Selain itu Rak display juga sangat bermanfaat bagi mitra pada saat mereka melakukan kegiatan pameran.



Gambar.7. Rancangan rak Display estalase yang diharapkan mitra

3. Peningkatan Ketrampilan SDM UKM

Kegiatan peningkatan ketrampilan dan pengetahuan mitra di fokuskan pada **kegiatan desain dan penjahitan produk serta kegiatan workshop pemasaran lewat internet**. Kedua kegiatan ini dilakukan untuk menunjang kegiatan produksi dalam hal membentuk SDM mitra yang lebih berkualitas. Dari kegiatan pelatihan desain, diharapkan mitra akan dapat menghasilkan desain sendiri sampai pada membentuk merk bagi produknya. Dengan merk sendiri mitra dapat lebih percaya diri dalam mempromosikan hasil produksinya sehingga kedepan mampu menciptakan brand image untuk lebih mempermudah produk diterima dipasar luas.

Kegiatan peningkatan ketrampilan lainnya yaitu kegiatan pengenalan dan promosi lewat web untuk kegiatan pemasaran produk mitra. Kegiatan ini dilakukan dikampus ITATS dengan mengandeng instruktur profesional. Mitra didampingi membuat alamat web sendiri sebagai sarana mengenalkan semua produk mereka ke pasar yang lebih luas. Melalui kegiatan ini harapannya pasar akan terbuka lebar mengingat internet dapat dibuka dimana saja setidaknya mitra dapat dikenal terlebih dahulu oleh pasar yang ada.

KESIMPULAN

1. Dari aspek pemasaran, kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah lebih kepada pengadaan diversifikasi marketing tools mitra seperti pembuatan catalog company profile, dan brosur Selain itu adanya website lebih memudahkan mitra dalam melakukan kegiatan promosi untuk dapat meraih konsumen baik dalam skala nasional maupun internasional.

2. Pengadaan fasilitas pendukung untuk mitra dilakukan dalam bentuk pengadaan rak display yang dapat digunakan dalam memajang produk yang mampu diproduksi serta digunakan dalam setiap event pameran yang diikuti oleh mitra.
3. Kegiatan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan mitra dilakukan melalui dua kegiatan pelatihan yaitu pelatihan desain dan pelatihan pemasaran lewat internet.
4. Perlunya perhatian dari pihak pemerintah, khususnya Desperindag Surabaya maupun akademisi untuk terus melakukan pendampingan secara berkala agar industri kecil maupun kampung –kampung yang berpotensi menjadi setra industri dapat tumbuh dan berkembang lebih baik lagi.
5. Perlunya penanaman mindset untuk terus belajar sehingga Mitra UKM dapat mengasah ketrampilan mereka untuk menjadikan produk yang dihasilkan memiliki ciri khas dan berdaya saing baik dalam skala nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada :

1. Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DESPERINDAGIN) Surabaya atas segala ijin dan bantuan administrasi dalam usaha mengembangkan kampung binaan Gadukan Surabaya
2. Bapak Aries P, selaku koordinator pendamping lapangan DESPERINDAGIN, atas pendampingannya selama kegiatan dilaksanakan.
3. Bapak Yogi Sugianto dan Bapak Ali Fatkan, selaku UKM binaan dalam kegiatan IBM ini.
4. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam memperlancar kegiatan pendampingan pengabdian yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

Andy Tjiptono, (2008), *Pemasaran Strategik*, Andy Publisher, Indonesia.

Buchari Alma, (2005) *Kewirausahaan*, alfabeta, Bandung,

Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperdagin) (2011), *Buletin kampung unggulan*, Surabaya edisi perdana April , Surabaya.

Kotler Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Prentice Hall, inc, new Jersey