

## **Pendampingan Usaha Pemasaran Greena Sepatu Kampung Cisalopa Desa Pasir Buncir Caringin Bogor**

Tina Rosa, Ani Nuraini, Sri Rawati, Djaja Sampoerna, Agus Baharuddin, Tiwi Nurhastuti  
Universitas Respati Indonesia  
Email: tina\_rosa@urindo.ac.id

### **ABSTRAK**

Produk Greena Sepatu merupakan sepatu berbahan sepatu mempunyai kualitas sangat bagus. Greena Sepatu bertambah dengan taburan topping berbagai pilihan rasa, yaitu saus sambal, saus berbeque, bon cabe, dan keju parut. Produk ini belum banyak diproduksi di daerah Temboro. Oleh karena itu peluang usaha Pentol Modern Bagoos untuk berkembang di daerah ini cukup besar. Kegiatan ini bertujuan untuk memperbaiki proses produksi dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini melalui konsultasi, diskusi, dan bantuan teknis dalam bidang produksi, manajemen pemasaran, dan manajemen produk. Perbaikan proses produksi berhasil meningkatkan efisiensi proses produksi. Perbaikan proses produksi juga berhasil menjaga kualitas rasa. Perbaikan manajemen pemasaran mampu memperkenalkan pentol bagoos ke masyarakat secara lebih luas dan konsumen mempunyai akses yang lebih mudah untuk mendapatkan produknya. Perbaikan produk mampu mendesain kemasan menjadi lebih menarik konsumen. Perbaikan produk juga meliputi diversifikasi harga produk sehingga terjangkau oleh masyarakat secara lebih luas.

Kata kunci: Kemasan produk, pemasaran, pentol bagoos, proses produksi

### **ABSTRACT**

Greena Shoes products are shoes made from very good quality. Greena Shoes added with a topping sprinkling of various choices of flavors, namely chili sauce, beaded sauce, bon chili, and grated cheese. This product has not been widely produced in the Temboro area. Therefore Pentol Modern Bagoos business opportunity to develop in this area is quite large. This activity aims to improve the production and marketing process. The method used in this activity is through consultation, discussion and technical assistance in the fields of production, marketing management and product management. The improvement of the production process succeeded in increasing the efficiency of the production process. The improvement of the production process also managed to maintain the quality of taste. Improved marketing management is able to introduce pentol bagoos to the wider community and consumers have easier access to get their products. Product improvement is able to design packaging to be more attractive to consumers. Product improvement also includes diversification of product prices so that it is affordable to the wider community.

Keywords: Product packaging, marketing, production process

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada tahun 2009, Nina nuraniyah dan kawan-kawan mulai melakukan kegiatan penyuluhan lingkungan dan penguatan komunitas ibu-ibu di Kampung Cisalopa Desa Pasir Buncir, Caringin, Bogor. Dari kegiatan inilah lahir suatu produk daur ulang yang dibuat oleh ibu-ibu pengajian. Dari kegiatan penyuluhan tersebut terbentuklah komunitas kerja Greena. Masyarakat sekitar juga mulai memisahkan plastik di rumahnya dan menyetorkannya ke Bank Sampah yang di kelola oleh Greena. Mereka akan mendapatkan sembako dari sampah yang disetorkan.

Dan pada 2014 menjadi pusat pendidikan lingkungan hidup untuk pengelolaan sampah dan menjadi desa percontohan yang memiliki tempat pengolahan sampah terpadu.

Produk-produk Greena sendiri saat ini sudah semakin beragam. Ada tas jinjing belanja, tas besar, dompet untuk koin, dompet untuk make up, tempat pensil dan masih banyak lagi. Greena juga akan menciptakan produk dengan material dari sampah lain, tidak hanya dari sampah plastik. Kebetulan Nina selaku CEO dari Greena juga berkolaborasi dengan Very50, yaitu *social entrepreneur* dari Jepang yang bergerak dalam bidang pendidikan. Setiap tahunnya sejak 2011, para mahasiswa dari Jepang juga secara rutin datang sekretariat komunitas Greena di Bogor untuk sharing pengetahuan tentang *social business* dan juga inovasi produk. Dan saat ini Greena sedang meningkatkan kualitas dan inovasi produk untuk dijual di Jepang.

Kondisi umkm khususnya di komunitas Greena saat ini bisa di katakan dalam keadaan baik. Karena di lihat dari kondisi secara langsung kegiatan masih berjalan seperti biasanya, dan pelatihan-pelatihan pun masih di lakukan oleh ibu-ibu yang ada di lingkungan sekitar Greena.

Memasuki era pasar bebas, pelaku usaha di Indonesia dituntut untuk semakin kreatif dan berkembang. Greena merupakan lembaga social yang bergerak di bidang Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH) dengan focus kegiatan pengelolaan sampah.

Misi Greena adalah mendorong lebih banyak orang untuk memiliki kepedulian terhadap lingkungan melalui pendidikan lingkungan produk dan daur ulang, mendesign

program-program pendidikan yang berwawasan lingkungan, menyediakan fasilitas yang dapat memberikan contoh penerapan nilai-nilai dalam menjaga lingkungan (ramah lingkungan).

Pendiri Greenna adalah Nina Nuraniyah, perempuan Kelahiran Cisalopa, tahun 1982 adalah Anak ke-7 dari 7 bersaudara. Tenaga Kerja di Greenna terdiri dari 7 orang karyawan yang semuanya merupakan ibu-ibu rumah tangga di sekitar Cisalopa Bogor, dengan struktur organisasi sbb : Ketua : Nina Nuraniyah, Sekertaris : Lilih Sholihah, Bendaraha : Ade Washilah.

Greenna berada di Jalan Snakma, Kp. Cisalopa Rt.01 Rw.02 Desa Pansir Buncit kec. Caringin Bogor 16740 yang berdiri pada tanggal 12 April 2009 yang sampai saat ini masih di jadikan kantor, gudang, tempat workshop semuanya.

Tujuan didirikannya Greenna adalah membuat produk ramah lingkungan yang terbuat dari bahan yang tidak biasa. Greenna lahir di Desa Cisalopa untuk mewujudkan desa yang ramah lingkungan. Greenna siap menjadi teman untuk menjadi lebih "fashionable". Ibu-ibu Desa Cisalopa telah membuat produk Greenna dengan sepenuh hati. Dengan mottonya "Ekspresikan diri Anda melalui kesadaran lingkungan yang tinggi bersama dengan produk yang ada satu-satunya di dunia". Make us part of your style!

Bank sampah di Greenna memang sengaja dibuat unik dengan penilaian sistem poin. Poin bisa ditukar dengan sembako. Misalnya, 300 lembar bungkus kopi bernilai 15 poin, bisa ditukar dengan 1/4 kg gula pasir. Modal awalnya berasal dari pendiri Greenna yaitu Nina Nuraniyah yakni saat itu menggunakan uang pribadi.

## **B. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis produk yang dihasilkan UKM khususnya di komunitas Greenna.

## **C. Manfaat**

### **a. Bagi Pengusaha (UKM)**

Bagi pengusaha yang ingin masuk ke dunia bisnis, diharapkan dapat menjadi masukan agar pengusaha tidak hanya menjalankan usaha dengan mengharapkan keuntungan semata namun juga mendirikan usahanya dengan memanfaatkan aspek menjaga dan melestarikan

lingkungan dan bagi UKM Greenna menjadi sebuah masukan dari kekurangan yang telah kami teliti.

b. Bagi Penulis

Penulis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang umkm. Penulis juga dapat menerapkan teori-teori yang dipelajari selama masa perkuliahan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan referensi dan perbandingan dalam mengadakan penelitian yang terkait.

## **PERMASALAHAN**

### **A. Identifikasi Usaha**

#### **1. Jenis Usaha**

Jenis usaha UMKM ini adalah pengolahan limbah sampah plastik yang didaur ulang kembali menjadi kerajinan yang memiliki nilai jual. Dengan memanfaatkan limbah yang sudah tidak terpakai menjadi kerajinan tangan berupa tas, dompet, dan tempat pensil. Dari kegiatan pengolahan tersebut, usaha ini dapat membuat desa nya menjadi masyarakat yang cinta lingkungan sekitar, karena pengolahan sampah ini membutuhkan sampah plastik yang cukup banyak, sehingga masyarakat terbiasa untuk tidak membuang sampah plastik kemasan produk melainkan mengumpulkannya dan kemudian disetorkan ke bank sampah yang di kelola usaha ini. Selain itu dari kegiatan tersebut membuka peluang pekerjaan baru bagi lingkungan desa sekitar, yang sebagian besar tenaga kerjanya adalah masyarakat sekitar seperti ibu rumah tangga.

#### **2. Potensi**

a. Skala Usaha (omset)

Usaha pengolahan sampah plastik Greenna ini memiliki omset kurang lebih sekitar 7 juta rupiah per bulannya. Dari hasil penjualan kerajinan tas jinjing belanja, tas besar, dompet untuk koin, dompet untuk make up, tempat pensil dll.

b. Produktivitas

Greenna biasanya memproduksi +- 70pcs dalam 1 bulan. (diluar dari pesananan)

c. Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja di Greenna berjumlah 7 orang. Sebagian besar pekerja Greenna adalah ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di sekitar lingkungan Greenna. Di lingkungan tersebut cukup banyak ibu-ibu yang memiliki waktu luang, sehingga pekerjaan pembuatan produk Greenna dapat di bawa pulang ke rumah.

d. Produk Unggulan

- a) Produk unggulan Greenna adalah Tas jinjing belanja, tas besar, dompet untuk koin, dompet untuk make-up dan tempat pensil.
- b) Produk Greenna merupakan olahan sampah plastik rumah tangga yang di buat melalui proses manual dengan keterampilan khusus guna menghasilkan produk yang berdaya nilai jual. Keunggulan produk Greenna adalah kualitasnya yang tahan lama, awet dan tidak mudah rusak.
- c) Produknya yang unik karena sampah plastik digunakan sebagai bahan baku utama yang sangat jarang diolah menjadi sebuah produk.

### **3. Permodalan**

Modal awal berasal dari pemilik UMKM sendiri yaitu Nina Nuraniyah yang dimana dari modal tersebut dikelola untuk membelanjai kebutuhan pembelian sembako. Sembako tersebut dipergunakan untuk menggantikan sampah-sampah yang dikumpulkan oleh masyarakat sekitar kemudian disetorkan ke bank sampah yang dikelola Greenna.

### **4. Bahan Baku**

Bahan baku produk Greenna berupa sampah kemasan plastik rumah tangga seperti; kemasan kopi, kemasan mie instan dan kemasan minyak goreng bermerk dll. Bahan baku tersebut di peroleh dari ibu-ibu dan masyarakat lingkungan sekitar, yang sengaja dikumpulkan untuk disetorkan kepada bank sampah yang dikelola Greenna.

### **5. Proses Produksi**

Proses produksi untuk menghasilkan tas, tempat pensil dan dompet. Awalnya dengan mencuci kemasan plastik untuk menghilangkan kotoran yang ada di kemasan, kemudian memilih kemasan plastik berdasarkan ukurannya dan digunting kecil-kecil. Lalu dianyam

hingga membentuk pola tas, dompet dan dijahit hingga menjadi produk yang siap dipakai serta memiliki nilai jual.

## **6. Pemasaran**

Pemasaran hasil produk Greenna dilakukan secara offline. Dengan cara mengikuti bazar dan pameran-pameran di sekitar mall yang ada di Bogor. Serta mengunjungi sekolah, pesantren, komunitas, perusahaan dan kerabat yang sudah kenal untuk diajak bekerja sama.

### **B. Permasalahan dan Kendala**

#### **1. Permasalahan**

##### **a. Permasalahan Produksi**

Dalam proses produksi “Greenna” memiliki beberapa permasalahan, yakni :

##### **1. Tenaga kerja**

Dalam hal tenaga kerja Greenna memiliki permasalahan pada jumlah tenaga kerja yang kurang mencukupi. Dimana sebelumnya tenaga kerja Greenna terdiri dari 15 orang untuk melakukan proses produksi dan kini hanya ada 7 orang tenaga kerja yang melakukannya. Sehingga mempengaruhi waktu produksi.

##### **2. Bahan baku**

Kurangnya sampah kemasan plastik juga mempengaruhi produksi. Sulitnya bahan baku limbah plastik diperoleh, apabila ada produksi yang lebih dari pada sebelumnya (seperti ada pesanan banyak). Sehingga tak jarang untuk mencari bahan baku di luar kota seperti di Bandung.

##### **b. Permasalahan Pemasaran**

Kekurangan olahan sampah plastik dari Greenna belum mempunyai marketing online. Hanya dilakukan secara offline hal ini berdampak pada kurangnya pengetahuan orang tentang produk Greenna. Dan saat ini area pemasaran hanya di Bogor saja.

##### **c. Permasalahan Keuangan**

1. Permasalahan umum kelompok usaha ini Sistem penggajian/upah tenaga kerja belum tetap hanya dari hasil keuntungan penjualan produk.

2. Modal awal yang dikeluarkan oleh pemilik Greena sendiri.

## **2. Kendala**

Kendala pada UKM Greena yakni belum memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Dari hasil wawancara kami, Greena belum memiliki SIUP karena belum paham cara mendaftarkannya dan terbatasnya dana yang digunakan untuk mendaftarkan SIUP.

## **ANALISA USAHA**

### **1. Analisa Usaha (Swot Analisis)**

#### **A. Strength (Kekuatan)**

Pertama, menumbuhkan kepekaan terhadap pelestarian lingkungan. Komunitas ini menginspirasi kelompok masyarakat di Kecamatan Cisalopa khususnya dan masyarakat secara umum untuk bersemangat melestarikan lingkungan melalui bank sampah.

Kedua, perekonomian masyarakat mulai menunjukkan peningkatan. Dengan menyetorkan sampah, masyarakat dapat imbalan sembako yang berguna untuk kebutuhan sehari-hari.

Ketiga, Memaksimalkan hasil limbah, para anggota berhasil membuat beberapa kerajinan tangan. Barang hasil kerajinan merupakan jenis kebutuhan yang setiap hari digunakan masyarakat. Adapun jenis kerajinan yang dihasilkan, diantaranya: Tas Jinjing belanja, Tas Besar, Dompot untuk make up, Dompot untuk koin, Tempat pensil.

#### **B. Weakness (Kelemahan)**

##### **1. Kurangnya tenaga kerja**

Tenaga kerja yang semula berjumlah 15 orang sekarang menjadi 7 orang sehingga proses produksi tidak dapat dikerjakan dengan cepat.

##### **2. Kurangnya bahan baku sampah plastik.**

Bahan baku yang terkadang tidak mencukupi menjadi kendala. Sehingga pada saat ada pesanan dari perusahaan lain harus mengambil sampah plastik dari luar kota seperti Bandung.

### C. Opportunities (Peluang)

1. Karena masyarakat masih banyak yang belum mengetahui produk Greenna sehingga Greenna memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya ke luar area bogor.
2. Produk Greenna memiliki keunikan tersendiri dan kualitas yang baik dan tahan lama lalu bahan bakunya terbuat dari sampah bisa menghasilkan produk yang bermanfaat, dimana Greenna memiliki kesempatan untuk bersaing dengan produk-produk lain.
3. Masih banyak yang belum bisa memanfaatkan sampah plastic sehingga Greenna memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

### D. Threat (Ancaman)

Ancaman yang mungkin dihadapi oleh Greenna adalah :

1. Pesaing yang sejenis.
2. Berkurangnya tenaga kerja karena upah yang minimum (hanya dari jumlah penjualan).
3. Minat pembeli berkurang karena kurangnya variasi produk yang dihasilkan.

## 2. Strategi Usaha

### a. Promo

Memberikan promosi merupakan strategi usaha yang cukup tepat. Seperti Greenna, memberikan diskon jika pemesanan jumlah banyak, memberikan bonus bila membeli beberapa produk. Hal tersebut dapat semakin menarik konsumen untuk membeli.

### b. Inovasi

Untuk inovasi sangatlah penting dalam strategi supaya bisnis dapat sukses. Sebab bila suatu perusahaan atau wirausahawan selalu memberikan inovasi, maka akan banyak konsumen yang tertarik untuk membeli. Selain itu, inovasi juga dibutuhkan supaya produk yang dijual dapat bersaing dengan produk lain. Terutama Inovasi itu dilakukan pada produk yang dihasilkan. Misalkan seperti Greenna ini, inovasinya menggunakan bahan limbah plastik, dimana biasanya tas, dompet, dll dihasilkan dari bahan baku kulit.



Pesaing ada dimana-mana, jika produk atau jasa yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan, maka akan sulit bersaing. Produk yang berkualitas saja tidak cukup, produk juga harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, tentunya kebutuhan konsumen pun ikut berubah, jika produk lambat berinovasi maka akan tertinggal dengan produk pesaing.

#### c. Jejaring Sosial

Karena saat ini zaman semakin modern, strategi mempromosikan usaha melalui jejaring sosial seperti Twitter atau Facebook cukup tepat. Sebab ini akan dapat semakin mengenalkan produk Greenna ke masyarakat luas dan meningkatkan penjualan produk.

## **KESIMPULAN**

### **4.1 Kesimpulan**

Greenna berdiri pada tanggal 12 April 2009. Yang di pelopori oleh Nina Nuraniyah yang berada Jalan Snakma, Kp. Cisalopa Rt.01 Rw.02 Desa Pansir Buncit kec. Caringin Bogor 16740.

Greenna merupakan lembaga social yang bergerak di bidang Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH) dengan focus kegiatan pengelolaan sampah.

Misi Greenna adalah mendorong lebih banyak orang untuk memiliki kepedulian terhadap lingkungan melalui pendidikan lingkungan produk dan daur ulang, mendesign program-program pendidikan yang berwawasan lingkungan, menyediakan fasilitas yang dapat memberikan contoh penerapan nilai-nilai dalam menjaga lingkungan (ramah lingkungan).

Greenna memanfaatkan sampah plastik yang sudah tidak terpakai dengan merubahnya menjadi produk kerajinan yang bernilai jual. Selain itu juga akan berdampak baik untuk lingkungan karna secara tidak langsung dapat mengurangi sampah plastik yang sulit terurai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

T. Suhartini, S. Alfiah and A. Budiarto, "Peningkatan Produktivitas pada UKM melalui Iptek Bagi Masyarakat (Studi kasus di Sentra Pengrajin Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo)," *Publ. Tek. Ind. Univ. 45 Surabaya*, vol. 19, no. 1, pp. 15–19, 2016.

- K. Rofan Aziz, "Uji Performansi Kontrol Suhu dan Kelembaban Menggunakan Variasi Kontrol Digital dan Kontrol Scheduling untuk Pengawetan Buah dan Sayuran," *J. Nas. Tek. Elektro*, vol. 4, no. 2, pp. 215–219, 2015.
- F. Fathimah, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral Asa Di Samarinda Fida Fathimah," *eJournal Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 4, p. 340350, 2013.
- C. S. Cenadi, "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran," *Nirmana*, vol. 2, no. 2, pp. 92–103, 2000.