

I_bPE USAHA MEUBEL KARDULUK SUMENEP MADURA JAWA TIMUR

Umar Sholahudin¹⁾, M. Hari Wahyudi²⁾, Achmad Hariri³⁾

ABSTRACT

Mitra Program Iptek bagi Produk Ekspor (I_bPE) adalah UKM yang produk utamanya adalah kerajinan kayu meubel dan ukir Karduluk Sumenep. UKM mitra yang terlibat ada 2, yaitu: UD. Meubel Sejahtera dan UD. Meubel Barokah. Tujuan khusus kegiatan I_bPE ini adalah :1). Meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produk kerajinan mebel karduluk dengan peralatan yang lebih efisien dan berkapasitas lebih tinggi, 2). Memperbaiki proses produksi dengan pengadaan alat yang lebih efisien dan multi fungsi, 3). Meningkatkan mutu produk melalui pengembangan desain motif dan desain warna sehingga dapat diterima masyarakat global, 4). Menata system administrasi dan manajemen sehingga dapat mendukung perluasan pasar. Adapun metode pelaksanaannya berupa pendampingan penerapan Iptek bagi produk berpotensi ekspor ini dilakukan dengan metode pendampingan proses produksi, penyuluhan dan pelatihan administrasi dan pembukuan. Hasil yang telah dicapai dari kegiatan I_bPE adalah : 1). Penambahan investasi secara tidak langsung, karena adanya bantuan peralatan dari Perguruan Tinggi pelaksana kegiatan, 2). Peningkatan volume produksi melalui penambahan kapasitas peralatan, 3). Bertambahnya diversifikasi produk melalui pelatihan pengembangan produk, 4) meningkatnya kualitas produk kerajinan mebel, 5). Dihasilkan buku kas melalui perbaikan administrasi dan manajemen, 6). meningkatnya pengetahuan dan wawasan UKM, 7). Peningkatan jumlah tenaga kerja (karyawan).

Kata kunci: I_bPE , Meubel Karduluk, Sumenep.

PENDAHULUAN

Sumenep merupakan kabupaten paling timur di pulau Madura. Sumenep sejak dulu terkenal sebagai daerah yang kaya akan keragaman seni budaya tradisional, hal ini dibuktikan dengan adanya kerajaan Sumenep yang sampai saat ini masih ada berupa keraton Sumenep yang saat ini dijadikan destinasi wisata serta peninggalan sejarah lainnya. Selain keraton kekayaan Sumenep juga berupa kerajinan ukiran dan mebel khas Sumenep. Kekayaan kebudayaan ini merupakan anugerah yang diwariskan nenek moyang secara turun-temurun yang membuat kabupaten ini memiliki ciri khas, yang membedakan dengan daerah lain.

Kerajinan Meubel dan Ukir merupakan salah satu usaha kerajinan masyarakat Madura, khususnya Kabupaten Sumenep yang telah menjadi mata pencaharian masyarakat. Kerajinan Meubel dan Ukir di daerah ini selalu mengalami pasang surut. Sentra Usaha meubel di sumenep berada di desa Karduluk Kecamatan Pragaan. Desa Karduluk dikenal sebagai desa Meubel dan Ukir, karena kerajinan masyarakat ini merupakan mata pencaharian utama. Masyarakat Karduluk memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap sektor kerajinan ini, sehingga banyak dari masyarakat yang kurang berani keluar dari sektor dominan ini.

Sejarah ukiran dan mebel di Sumenep sudah ada sejak dulu, yaitu pada zaman kerajaan majapahit. Menurut cerita legenda,

ukiran berasal dari sebuah kerajaan yang didirikan oleh Raden Wijaya (Kertarajasa).

Dalam perkembangannya, industri mebel dan ukir ini kurang berkembang begitu signifikan. Selama beberapa tahun terakhir ini industri mebel dan ukir ini jalan di tempat, kalau tidak dikatakan menurun. Adapun faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya sektor industri mebel dan ukir ini diantaranya adalah; (1), tidak adanya manajemen yang baik, (2), masyarakat karduluk bergerak sendiri-sendiri (tidak adanya asosiasi), (3). Lemahnya pangsa pasar, (4). Pertumbuhan Meubel yang sporadis. Dari beberapa faktor diatas sangat mempengaruhi laju pertumbuhan industri mebel dan ukir di Karduluk Kabupaten Sumenep.

Faktor yang determinan yang membuat semakin lemahnya industri mebel dan ukir karduluk adalah dalam hal pemasaran, selama ini tidak ada manajemen pemasaran yang bagus. Padahal pemasaranlah ujung tombak dalam dunia bisnis. Disinilah kelemahan industri mebel dan ukir karduluk, padahal dalam kualitas, produk mebel dan ukir karduluk tidak kalah dengan produk-produk yang lain. Sehingga adanya persoalan tersebut menjadi kesepakatan antara dua mitra dengan pihak perguruan tinggi untuk mencari solusi dengan program IbPE ini.

METODE

Metode pelaksanaan IbPE menggunakan pendekatan partisipatif pada pengrajin, yaitu berupa pendampingan, pemantauan, metode ceramah dan diskusi melalui pelatihan-pelatihan. Supervisi, Koordinasi dan pemantauan dilakukan setiap tiga kali sebulan. Pendampingan dan pemantauan akan dilakukan secara optimal agar dapat memberikan motivasi dan keterikatan secara emosional pada mitra dalam menciptakan usaha produk berorientasi ekspor yang berkelanjutan.

Solusi yang Ditawarkan pada program ini antara lain, pertama, Penambahan alat produksi untuk produksi. Kedua, diversifikasi produk seperti souvenir, hiasan dinding, kaligrafi dll. Ketiga, Pemberian pelatihan manajemen keuangan, produksi, administrasi, dan kearsipan secara manual dan komputerisasi. Keempat, Pemberian pelatihan pemasaran online. Kelima, ikut pameran produk regional maupun nasional. Keenam, Pemasaran langsung ke kantor-kantor atau instansi pemerintah, toko souvenir dan oleh – oleh, pameran dan lain-lain dengan alat promosi yang digunakan meliputi penggunaan kartu nama, brosur, dan buku katalog. Ketujuh, Penataan ruang kantor, show room, dan produksi serta penambahan peralatan, seperti: komputer. Kedelapan, Peningkatan pemasaran dengan memaksimalkan penggunaan internet. Kesembilan, Pengembangan desain produk dan brand development.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target luaran yang diharapkan adalah dalam aspek bahan baku, produksi, produk, manajemen, pemasaran, SDM dan fasilitas. Sesuai dengan kesepakatan antara tim perguruan tinggi dan kedua mitra mengenai kegiatan pengabdian, maka kegiatan dilaksanakan sesuai dengan hal – hal yang telah direncanakan bersama. Tahap pelaksanaan tahun pertama ini diawali dengan pemberian informasi kepada masyarakat dan mitra tentang pelaksanaan kegiatan melalui sosialisasi program IbPE pada pengrajin mebel karduluk sumenep. Hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya pengembangan produk unggulan terutama yang berorientasi ekspor.

Berikutnya adalah pelaksanaan workshop tentang “potensi dan diversifikasi produk mebel dan ukir Karduluk Sumenep”, Workshop ini menghadirkan dinas Koperasi

dan UMKM Sumenep, yang membahas tentang peluang penguatan modal dan bantuan pelatihan kreatifitas produk daerah. Workshop ini diladakan sebanyak 2 kali dalam tahun pertama kegiatan. Adapun peserta pelatihan adalah Pengrajin dari dua mitra dan masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai pengrajin mebel di karduluk. Tahap pelaksanaan selanjutnya adalah pemberian pelatihan manajemen usaha modern bagi mitra yang mencakup aspek administrasi (pencatatan segala kegiatan), pembukuan, keuangan serta produksi (pemilihan dan perencanaan produk, pengelolaan bahan baku, serta proses produksi). Pelatihan manajerial ini ditujukan agar mitra dapat menjalankan usahanya dengan berdasarkan manajemen yang baik, untuk pencapaian usaha yang efektif dan efisien. Semua kegiatan telah terlaksana dengan peserta dari kedua mitra, serta beberapa orang karyawan sebanyak enam belas orang pada setiap kegiatan.



Foto: Workshop IbPE dan Pendampingan Pembuatan Website E-Commerce

Selanjutnya, pelatihan pemasaran, untuk pasar lokal menuju nasional, nasional menuju ekspor. Untuk menunjang keberhasilan pemasaran mitra dibuatkan laman website www.sentraukiran.com, selain itu juga mitra diberi bantuan dua unit komputer untuk

memudahkan mitra mempromusikan produknya di website. Pada tahap ini juga diberikan alat promosi seperti kartu nama, brosur, dan katalog. Untuk mengefektifkan pemasaran mitra diajari bagaimana mengupload gambar produk dengan diskripsi yang menarik konsumen.

Selanjutnya untuk menambah ekspansi pemasaran mitra pada tahun kedua, mitra sudah mengikuti pameran produk unggulan tingkat regional maupun nasional, selain pameran mitra juga sering dilibatkan oleh dinas terkait mengikuti pelatihan yang akan menunjang kualitas produk mebel.



Gambar Pameran UMKM tingkat propinsi dan nasional di Grand City Surabaya 2016

Mengenai kapasitas produksi untuk UD. Sejahtera dapat memproduksi kurang lebih sekitar 12 lemari, 68 dipan dan 111 kursi per bulan, sedangkan UD. Barokah bisa memproduksi 10 lemari, 40 dipan, 100 kursi per bulan. Sedangkan nilai investasi masing-masing UKM saat ini kurang lebih senilai Rp 300 juta.

Jenis bahan baku untuk kedua UKM mitra adalah menggunakan jenis kayu jati yang didatangkan dari wilayah Jawa Timur. Karena kualitas kayu dari daerah Jawa Timur ini selain karena faktor kualitas kayunya yang bagus dan kuat juga faktor transportasi atau jarak pengiriman bahan. Dan selain jati, jenis kayu lain yang juga sering dipakai adalah kayu dari pohon kecik dan akasia.

Kayu jati adalah pohon yang memiliki kualitas kayu yang bagus. Harga kayu jati sangat bergantung pada kualitas jati dan besarnya volume kayu. Dan untuk mendapatkan kualitas pohon dan volume yang besar tergantung dari jenis pohon jati.

adapun volume (diameter) kayu adalah 90 cm.

Untuk saat ini kebutuhan bahan baku per bulan untuk kualitas jenis kayu jati :

Macam Kayu	Kebutuhan Rata-rata per bulan per UKM	
	UD. Meubel Sejahtera	UD. Meubel Barokah
Jati	100. Volume	80. Volume
Akasia	70. Volume	60. Volume
Kecik	50. Volume	50. Volume

Produk



Gambar 2. Jenis Produk yang dihasilkan

Mengenai jumlah produk yang dihasilkan sebagian disimpan sebagai stok produk rata-rata sekitar 30-50 item. Adakalanya produk akan diproduksi sesuai dengan pesanan.

Ciri utama dari desain ukiran gaya tradisional Madura adalah tidak pernah memakai motif yang menggambarkan kehidupan binatang apalagi manusia. Motif yang paling sering digunakan adalah bunga, daun, buah dan sukur. Hal ini sesuai dengan kepercayaan atau mitos penduduk setempat yang melarang menghadirkan secara visual aneka makhluk hidup yang bernafas dan punya kemampuan untuk bergerak sendiri.

Untuk ukiran daunnya, biasanya menggunakan bentuk seperti gerigi-gerigi yang lancip di bagian pinggirnya. Sedangkan ujungnya selalu berikal, namun adakalanya pula daun ini punya bentuk yang melengkung, lalu bagian pinggirnya dibuat seperti daun yang terbelah atau sobek mulai dari pangkal dan hingga bagian ujung yang lancip. Namun seiring berjalannya waktu, motif binatang mulai digunakan oleh pengrajin walaupun pada awalnya motif binatang bertentangan dengan nilai yang

berkembang dimasyarakat, hal ini dikarenakan oleh perkembangan design dan permintaan konsumen.

Kemudian untuk penggunaan warna yang terdiri dari aneka jenis, juga menjadi ciri utama yang lain. Warna yang paling sering digunakan serta dibuat kombinasi antara lain adalah biru, merah, hijau dan kuning. Menurut cerita yang sering beredar, penggunaan warna ini punya hubungan dengan sifat orang Madura yang selalu berani dan tegas namun tetap mengutamakan kejujuran.

Walau memunculkan kesan yang sangat meriah, tapi karena dibuat dengan konsep yang sangat sempurna maka paduan warna ini juga bisa memunculkan kesan yang elegan dan mewah. Dan meski selalu menggunakan warna yang terang, penggunaan coklat dan coklat tua tetap digunakan, terutama untuk memberi warna pada bagian-bagian kayu yang tidak diberi hiasan ukir.

Seiring dengan perkembangan jaman yang terus maju, penggunaan desain, ukiran dan warna khas Madura ini tidak hanya diaplikasi pada perabot mebel dan furniture saja, tapi juga dipakai untuk membuat aneka barang lain seperti kandang burung hias, hiasan dinding dan beberapa jenis barang kerajinan yang terdiri dari berbagai ukuran dan dijadikan sebagai hiasan pajangan untuk mempercantik tampilan ruang atau interior.

Pada tahun kedua dan ketiga mitra sudah digandeng oleh pemerintah daerah khususnya dinas Koperasi dan UKM untuk mewakilinya mengikuti pameran produk unggulan daerah skala regional maupun nasional. Setiap tahunnya minimal dua kali mitra mengikuti pameran produk. Seperti yang telah diikuti oleh mitra yaitu pameran Kementerian Koperasi dan UKM RI yang dilaksanakan pada 10-12 Agustus 2016 di Gramedia expo, pada pameran tersebut mitra memamerkan produk unggulannya yaitu berupa, hiasan dinding, tempat tisu, tempat keris, lemari kecil dll.



Gambar: Ikut Pameran UMKM tingkas propinsi dan nasional tahun 2017

Setelah tahun pertama berjalan, kedua mitra seringkali mengikuti pameran di kota-kota di Jawa Timur Maupun Nasional, seperti di Surabaya, Yogyakarta, Solo, Bali dan Jakarta. Pameran ini dapat memberikan pengalaman berharga bagi mitra dalam meningkatkan pertumbuhan usaha mitra.

Diversifikasi produk dilakukan pada tahun kedua dan ketiga. Mitra berkonsentrasi pada produk-produk souvenir, lampu hias, kaligrafi dan hiasan dinding, salah satunya berupa tokoh-tokoh nasional. Kedua Mitra juga pernah melakukan kunjungan ke kota lain, misalnya ke Yogyakarta, hal ini dimaksudkan untuk memberikan inspirasi dalam membuat diversifikasi produk. Penataan ruang kantor, show room, dan ruang produksi menjadi tahap selanjutnya. Tim pelaksana membantu mitra UKM untuk menata ruangan dan mengisinya dengan perabot dan peralatan kantor. Pada tahap ini, mitra dengan inisiatif sendiri membangun gedung untuk kantor dan show room serta tempat produksi.

Kemudian untuk kualitas produk tentunya mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan tampilan dan kerapian produk, sebelumnya produk ukir dan mebel dari mitra pada sisi dalamnya tidak diperhatikan, misalnya produk lemari, hiasan dinding, padahal konsumen akan merasa kurang puas kalau produknya tidak bagus baik yang tampak dari luar maupun yang disisi luar.



Gambar variasi produk

Mengenai Manajemen kedua UKM sudah mengalami perbaikan tidak manual dan tradisional lagi, artinya proses produksi tidak menunggu ada pesanan baru membuat produk, hal ini untuk mengantisipasi permintaan yang relative banyak/ order besar. Selain itu pembukuan kedua mitra sudah baik, hal tersebut hasil dari pendampingan tentang pembukuan. Demikian juga untuk manajemen keuangan dan proses audit. Kedua UKM mempunyai sistem mencatat barang yang masuk dan keluar. Proses audit keuangan langsung dilakukan oleh pemilik UKM.

Kemudian untuk pendaftaran pada HKI ini mendapat kendala, hal ini disebabkan oleh produksi ukiran termasuk kebudayaan, sehingga untuk di daftarkan pada HKI tidak bisa.

Pemasaran

Mitra UKM mebel dan Ukir di Desa Karduluk sudah memiliki pangsa pasar yang cukup luas, sebab kedua UKM sudah digandeng oleh pemerintah daerah, sehingga sekala informasi dan bantuan yang berkaitan dengan kerajinan UKM langsung ditujukan pada kedua mitra. Termasuk pengadaan barang kebutuhan alat kantor di pemerintah daerah, seperti kursi, meja rapat, meja penerima tamu kantor, sudah dipesankan pada kedua mitra, termasuk instansi diluar pemerintah serta ada juga perhotelan yang menggunakan produk kerajinan mitra.

Selain jaringan pemda, mitra juga memiliki jaringan pasar hasil dari pameran yang diikuti selama ini, karna selama ini selain mitra mengikuti pameran merka juga menguatkan jaringan pasar yang didapat pada peserta lain yang mengikuti pameran, dan hal ini sangat efektif bagi perkembangan usaha mitra.

Mitra juga sudah mulai memanfaatkan website dan social media, seperti facebook, Whatapp, dan instagram, media tersebut sangat efektif untuk menjangkau pembeli/konsumen yang lebih luas, dan pemasaran lewat media ini sangat membantuk penjualan produk kerajinan mitra.

Karena tingginya persaingan oleh sesama UKM dan pengrajin, harga jual produk harus menyesuaikan dengan harga pasar untuk produk sejenis. Keuntungan kotor dari produk adalah sekitar 10 – 15 %.

Adapun kondisi Sumber Daya Manusia pada kedua UKM dapat dilihat pada tabel berikut ini:

UKM : UD 1. Sejahtera Meubel		
Spesifikasi Pekerjaan	Jumlah	Kualifikasi
Pimpinan (Pemilik)	1	Sarjana
Administrasi	1	SMA
Pemasaran	1	SMA
Produksi	15	SMA

UKM : UD 2. Meubel Barokoh		
Spesifikasi Pekerjaan	Jumlah	Kualifikasi
Pimpinan (Pemilik)	1	SD
Administrasi	1	SMP
Pemasaran	-	-
Produksi	13	SMA



Workshop E-Commerce dan Publikasi 2016

Pasca dilakukan pendampingan, ada peningkatan yang cukup signifikan, baik dalam produksi maupun pemasaran. Setiap pengrajin mampu memproduksi jumlah yang lebih banyak dan bervariasi dibanding sebelumnya. Omset pemasaran sebelumnya hanya mendapatkan sekitar 30-40 juta/bulan, saat ini omset pemasarannya bisa mencapai 70-80 juta/ bulan. Pangsa pasarnya, tidak hanya lokal Madura, tapi juga Jawa Timur dan nasional. Produk meubel dan ukir karduluk juga meluaskan pasarnya ke tempat-

tempat wisata, terutama Bali, dengan target para wisatawan luar negeri.

Dari segi perluasan pemasaran, para pengrajin lebih mudah untuk memasarkan, baik secara konvensional, juga sudah menggunakan sarana internet, pemasaran online atau e-commerce melalui penyediaan web:www.http//mebelkarduluk.com. Sehingga saat ini, para pengrajin sudah mulai memasarkan produknya melalui jendela dan display online yang disediakan dan setiap ada produk baru dan promosi untuk pemasaran, para pengrajin sudah mulai terampil untuk

mendisplay produknya di jendela pemasaran online tersebut. Jendela pemasaran online sangat membantu para pengrajin untuk meningkatkan promosi dan omset penjualan produk-produk baru.

Kesimpulan

Adapun penyelesaian masalah yang dialami kedua mitra, yaitu: bahan baku, proses produksi, diversifikasi produk, manajemen, pemasaran dan fasilitas produksi. Sedangkan luaran yang telah diperoleh kedua mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah: penambahan alat produksi, bertambahnya diversifikasi produk peningkatan penjualan sekitar 15%, mampu mengelola keuangan, administrasi dan produksi secara efisien, mulai berpromosi secara aktif dengan menggunakan kartu nama, brosur, katalog dan website, penambahan pegawai, penataan lantai, show room, dan ruang produksi beserta dengan peralatannya. Serta terlibat dalam setiap kegiatan pameran maupun pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah, khususnya dinas kopersai dan UMKM.

Besarnya potensi kerajinan meubel dan ukir karduluk ini, perlu ada pendampingan secara berkelanjutan. Pemerintah Daerah

Kabupaten Sumenep, BUMD, dan pihak swasta perlu untuk membina dan memberdayakan potensi daerah tersebut, salah satunya dengan memberikan kemudahan akses permodalan dan perluasan pasar bagi para pengrajin. Promosi-promosi produk melalui pameran-pameran skala regional maupun nasional dan internasional perlu untuk dikembangkan lebih lanjut, termasuk peningkatan pemasaran melalui jendela pemasaran online atau e-commerce.

Daftar Pustaka

- Purnomo, Hj., Irawati, R.H.dan Melati (ed), 2010. **Mengundang Badai: Untaian Kehidupan, tradisi dan Kerasi aktor Mebel Jepara**. CIFOR, Bogor Indonesia.
- Pattiwael, Judith Felicia. 1997. Februari. *Jurnal Bina Ekonomi*.
- Roda, Jean-Marc et al. 2007. **Atlas Industri mebel Kayu Jepara**. Harapan Prima; Jakarta.
- Tulus Tambunan, 2006. **Perkembangan dan Daya Saing Ekspor Meubel Kayu Indonesia**. Working Paper Series No. 05. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.