

PEMBERDAYAAN PRODUKSI KERAJINAN LOGAM DI KECAMATAN CEPOGO BOYOLALI MENUJU PASAR EKSPOR

Oleh:

Soemarjati Tj¹, Nunung Sri Mulyani¹, Salamah Wahyuni¹

Email: smtswd@gmail.com, nunung_nsm@yahoo.com

¹ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

ABSTRACT

This community service aims to empower the Small and Medium Enterprises of metal handicraft in Cepogo. The activities that we performs are conducting training and management assistance which is intended to improve the knowledge of craftsmen, with the expectation that it will in turn increase craftsmen's revenues.

The trainings we have conducted are training on technology system and website usage using computer, the practice to get overseas buyer, on line based marketing for global market, and introduction with exporters.

The results that we monitor show the improvement, especially in the ability of online marketing. The Head of Sub National Export Development in the Ministry of Trade in Jakarta, stated that the export of copper handicraft has not registered in the Ministry of Trade, thus the craftsmen need to register their business, with the note that they should have a business entity.

Keywords: *training and assistance, export*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ketika perang bisnis semakin meluas ke mancanegara, para manajer harus memperluas pandangan pasar dan persaingan mereka. Berbisnis dalam perekonomian global membutuhkan banyak pembelajaran baru, termasuk bagaimana menentukan harga penjualan, dan cara pembayaran. Mereka juga harus tahu kapan menjual produk-produk terstandarisasi, selain produk-produk pesanan untuk pasar lokal. Hanya sebagian kecil manajer saja yang mampu menangani kerasnya persaingan di pasar global. Perusahaan, bahkan yang sudah terbiasa berbisnis di mancanegara, seringkali mengalami kesulitan membuat manajer-manajer mereka mengarahkan pandangan ke luar untuk memperhitungkan kemampuan dan kebutuhan perusahaan sebagai suatu kesatuan yang melayani pasar global. Mereka berjuang mengubah orientasi manajer-manajernya agar menjadi pembuat strategi global.

Kerajinan logam di Cepogo merupakan salah satu produk unggulan yang berasal dari Boyolali. Ditemukan tiga masalah utama, yakni: terbatasnya teknologi informasi serta kemampuan untuk mengakses teknologi maupun informasi dari luar, mesin pewarna yang kurang sempurna serta manajemen yang belum diterapkan secara baik yang dapat mendukung program pengembangan pengrajin baik dari sudut profesionalisme sumber daya manusianya maupun dari sisi pengembangan produk, peralatan desain motif kerajinan dan manajemen. Pihak perguruan tinggi telah melakukan penelitian mengenai informasi teknologi, agar pengrajin dapat mengembangkan diri, diperlukan adanya pendampingan

dan perlu dibantu dalam pengembangan dan teknologi informasi untuk melakukan pemasaran yang lebih maju, juga pembenahan manajemen keuangan pengrajin yang belum melakukan pembukuan secara baik. Upaya pengembangan kerajinan logam menjadi daya tarik wisata budaya menunjukkan adanya suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan (*symbiotic relationship*) antara pariwisata dengan kerajinan logam, mengingat Kecamatan Cepogo berada di lereng gunung Merapi yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke daerah Selo. Para wisatawan terutama dari mancanegara yang berkunjung ke Selo untuk menikmati sejuknya udara di lereng Merapi akan berkunjung pula ke desa Tumang, Kec. Cepogo untuk membeli souvenir berupa kerajinan logam, (berupa lambang Garuda Pancasila, cup lampu, vas bunga, hiasan dinding dan lain-lain nya).

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang ada saat ini adalah :

1. Kemampuan SDM dalam pemasaran ekspor
2. Kemampuan penggunaan Website
3. Belum memiliki Website sendiri
4. Belum ada alat (komputer dengan software-nya)
5. Pembuatan CV khusus untuk melakukan pemasaran online
6. Modal usaha lewat pinjaman dengan bunga yang lunak sangat dibutuhkan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan bagi pengrajin logam yang ada di Cepogo untuk mengakses dan membuat website sendiri guna memasarkan produknya dalam skala global. Selain itu, juga meningkatkan ketrampilan untuk membuat CV khusus untuk melakukan pemasaran secara online.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memperluas pangsa pasar dari para pengrajin logam yang ada di Cepogo Boyolali, yaitu tidak hanya di pasarkan di dalam negeri saja melainkan seharusnya bisa sampai dengan pasar global. Dengan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim peneliti dengan pembuatan website dan cv khusus untuk melakukan pemasaran di luar negeri, maka hal tersebut bukan menjadi hal yang mustahil lagi.

Tinjauan Literatur

Permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia dewasa ini memang merupakan permasalahan yang cukup rumit. Hal ini terjadi karena lapangan kerja formal tidak mampu menyerap seluruh tenaga kerja yang ada akibat makin kuatnya proses modernisasi yang bergerak bias menuju sifat - sifat yang dualistis, masalah ini ditambah lagi dengan kemampuan para angkatan kerja yang kebanyakan mempunyai pendidikan dan ketrampilan yang relatif rendah, sedangkan di sisi lain lapangan kerja formal menuntut pengetahuan dan kemampuan teknis yang relatif tinggi. Kondisi ini menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran dan berbagai macam penyakit sosial lainnya. Para penganggur mempunyai beberapa ciri khas, yaitu banyak diantaranya yang berumur relatif muda dan belum kawin, berpendidikan sekolah lanjutan, dan berinspirasi bekerja di sektor formal dengan gaji dan pekerjaan yang relatif tetap (Manning dan Effendi, 1991:1).

Adanya pertumbuhan yang tidak seimbang antara angkatan kerja dan kesempatan kerja dengan segala implikasinya secara sosial ekonomi akan menjadikan penciptaan lapangan kerja sebagai prioritas utama di Indonesia. Kesenjangan tersebut tidak sekedar

menimbulkan pengangguran, tetapi sebagian dari mereka akan menerima jenis pekerjaan apa saja demi kelangsungan hidupnya.

Akibat susah nya bekerja di sektor formal, hal ini ternyata mampu membuat masyarakat berpikir untuk mendirikan usaha sendiri tanpa harus berupaya untuk mendapatkan pekerjaan disektor formal. Pemerintah juga telah menyadari bahwa untuk mengurangi angka pengangguran hanyalah dengan menciptakan para wiraswasta atau pelaku bisnis yang lebih banyak lagi dan dapat bersaing. Jenis usaha yang paling banyak dilakukan masyarakat adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini dikarenakan keterbatasan modal dan kemampuan yang dimiliki.

Pemerintah saat ini memprioritaskan untuk mengembangkan UKM di Indonesia. Hal ini dilakukan karena pemerintah telah menyadari kesalahan dengan mengabaikan perekonomian yang mengutamakan usaha-usaha berskala kecil dan menengah yang dominan dikerjakan masyarakat Indonesia. Kasus seperti lambatnya pemulihan ekonomi secara total hingga saat ini tidak lain berkaitan dengan kesalahan strategi pembangunan industri yang bias ke Usaha Besar (UB) dan mengabaikan UKM.

Anjuran untuk kembali membangun industri dalam negeri berbasis UKM memiliki sejumlah alasan. UKM sesungguhnya memiliki peran yang besar dalam perekonomian. Peran UKM tersebut antara lain : (1) sebagai lapangan kerja yang mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga berpotensi mengurangi pengangguran dan kemiskinan, (2) memberikan kontribusi kepada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi, dan (3) berkontribusi terhadap peningkatan ekspor sekaligus berpotensi memperluas ekspor dan investasi (Heatubun, 2008)

Untuk menciptakan para wiraswastawan baru khususnya UKM, pemerintah sudah membantu dengan memberikan kebijakan bantuan kredit mudah untuk para wiraswasta menciptakan lapangan pekerjaan atau mengembangkan usahanya yang telah ada. Dengan kebijakan itu diharapkan Indonesia dapat meningkatkan pelaku bisnis di Indonesia dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia yang cukup tinggi.

Indonesia saat ini telah menganut perekonomian global yang membuat persaingan usaha menjadi lebih keras dan ketat. Dengan adanya sistem itu para pekerja atau pelaku bisnis dituntut untuk bekerja lebih keras lagi. Apalagi dengan kondisi dan keadaan perekonomian yang tidak menentu seperti ini sering kali orang bingung untuk mencoba dan menekuni bisnis apa yang tepat untuk menjalankan sebuah usaha yang nantinya dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengelola maupun bagi masyarakat luas.

Akibat adanya perekonomian global menuntut orang untuk bekerja lebih keras. Apabila kalah bersaing dengan pelaku bisnis yang lain pastilah akan mengalami kemunduran dalam menjalankan usahanya. Para pelaku bisnis dituntut lebih kritis dan positif di dalam melakukan bisnis. Jika tidak maka bisnis yang dijalankan tidak akan memberikan banyak keuntungan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan disini adalah dengan training atau pelatihan sistem teknologi pembuatan website dengan komputer, pelatihan pemasaran berbasis ekspor, praktik betransaksi dengan buyer dari luar negeri dan perkenalan dengan pelaku ekspor. Output yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah meningkatkan pengetahuan keterampilan dan sikap kepada pengrajin di bidang pemasaran untuk menuju pasar global sesuai minatnya sehingga mereka memiliki bekal kemampuan untuk bekerja atau berusaha mandiri sesuai dengan potensi/sumber daya serta peluang kerja pada perusahaan industri pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidupnya.

PEMBAHASAN

Kondisi empirik di UKM kerajinan logam di Kecamatan Cepogo, ditemukan tiga masalah utama, yakni: terbatasnya teknologi informasi serta kemampuan untuk mengakses teknologi maupun informasi dari luar,. Pihak perguruan tinggi telah melakukan penelitian mengenai informasi teknologi, agar pengrajin dapat mengembangkan diri, diperlukan adanya pendampingan dan perlu dibantu dalam pengembangan dan teknologi informasi untuk melakukan pemasaran yang lebih maju, juga membenahan manajemen keuangan pengrajin yang belum melakukan pembukuan secara baik. Upaya pengembangan kerajinan logam menjadi daya tarik wisata budaya menunjukkan adanya suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan (*symbiotic relationship*) antara pariwisata dengan kerajinan logam, mengingat Kecamatan Cepogo berada di lereng gunung Merapi yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke daerah Selo. Para wisatawan terutama dari mancanegara yang berkunjung ke Selo untuk menikmati sejuknya udara di lereng Merapi akan berkunjung pula ke desa Tumang, Kec. Cepogo untuk membeli souvenir berupa kerajinan logam, (berupa lambang Garuda Pancasila, cup lampu, vas bunga, hiasan dinding dan lain-lain nya).

Sasaran program ini sebanyak 2 (dua) UKM, yaitu Usaha Kerajinan Tembaga dan Kuningan “Kriyaloka” yang merupakan kelompok UKM 1 dan merupakan perusahaan Kerajinan Tembaga dan Kuningan “Nurma” merupakan kelompok UKM 2. Pemilihan kedua UKM berdasarkan penilaian kemampuan berdasarkan pengamatan team serta data-data perusahaan yang menunjukkan manajemen yang baik, serta pembukuan yang memadai. Kedua perusahaan tersebut memiliki pengrajin yang bekerja di perusahaan masing-masing 10 (sepuluh) orang dan mempunyai pengrajin yang membawa pekerjaannya kerumah mengerjakan dirumah dan hasilnya disetorkan ke perusahaan.

Masalah yang timbul saat ini adalah belum memiliki kemampuan SDM untuk merambah pada pasar Global. Permasalah skil dan kemampuan para pengrajin masih terbatas maka diperlukan peningkatan keterampilan dan pengetahuan. Gambaran ataupun misi dari para pengrajin adalah untuk memasarkan produk yang akan bekerja pada CV yang akan dibentuk. Hal ini sangat penting sehingga kami akan memilih SDM yang mampu menjalankan dan melaksanakan administrasi di bidang pemasaran global.

Dalam hal manajemen, Perusahaan logamsudah memiliki kemampuan, tetapi keberanian mengambil resiko untuk melakukan penjualan secara on-line masih perlu ditingkatkan. Dalam hal pemasaran mayoritas konsumen produk merupakan konsumen atau pasar lokal. Sebagian lainnya merupakan konsumen regional, seperti Surabaya, Kalimantan dan Bali. Di tingkat lokal melayani para konsumen yang mempunyai usaha rias penganten, (untuk siraman, temu dan lainnya, biasanya menggunakan bowl). Di samping itu UKM juga memiliki pasar di Malang, Surabaya, dan yang tidak kalah pentingnya juga mempunyai pasar di luar Pulau Jawa misalnya terutama Bali. Teknik pemasaran memang perlu diberikan sehingga akan ada perluasan jaringan dan peningkatan jangkauan pasar.

Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh UKM memang sangat potensial. Karyawan dan pengrajin terdiri atas para tenaga kerja yang masih berusia muda yang punya kesempatan untuk maju dan mudah dibina. Namun demikian, hingga saat ini memang sangat kurang kemampuannya sehingga memerlukan pembinaan dari pihak-pihak yang profesional atau merupakan ahli di bidang tersebut.

Untuk mengatasi hal tersebut, maka terdapat beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan yaitu Menyusun materi dan instrumen untuk seleksi dan perekrutan bagi peserta

pelatihan, Pemberianpelatihan: pelatihandiberikan, dalam bentuk, in house training maupun out house training. Dan tahap yang terakhir adalah evaluasi kegiatan dengan cara pengrajin mampu menunjukkan cara untuk mengenalkan produk ke mancanegara dan menyampaikan rencana usaha/business plan yang akan dilakukan dalam bentuk tertulis maupun disampaikan secara lisan.

KESIMPULAN

1. Pelatihan penggunaan web sudah berjalan dengan lancar. Meskipun dalam hal praktek nanti masih diperlukan bimbingan dan pendampingan
2. Pelatihan menawarkan pada buyer, sudah berjalan dengan baik, tetapi tindak lanjut masih diperlukan latihan yang lebih efektif dan diperlukan pendampingan.
3. Paguyuban yang telah dibentuk, akan dimanfaatkan sebagai sarana melakukan ekspor dengan perubahan menjadi sebuah CV dengan bimbingan para peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., 2000. *Kewirausahaan*, Alfa Beta, Bandung
- Dasar-dasar Kewirausahaan, Ir. Hendro, MM, Penerbit Erlangga (2011)
- Susilo, Andi., 2008. *Buku Pintar Ekspor-Impor*, TransMedia, Jakarta
- Wiyono, N.H., 1997. Globalisasi dan AFLA, *Warta Demografi, Tahun – 27 No.2*, Lembaga Demografi FE-UI, Jakarta.
- Zain, D., 2002. Keterbatasan dan Program Pendukung Dalam Menyongsong Era Global. Pidato pengukuhan jabatan Guru Besar dalam Ilmu Manajemen Usaha Kecil, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.