Muria Jurnal Layanan Masyarakat
Vol. 3, No. 1, Maret 2021, Hal. 33-37

ISSN 2657-0955 (Print)
2656-7342 (Online)

Meningkatkan Area Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo dengan Penjualan Online di Masa Pandemi COVID 19

Arif Setiawan[i], Supriyono[ii], dan Pratomo Setiaji[iii]
[i] Progam Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus
[ii] Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus
[iii] Progam Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus
email : arif.setiawan@umk.ac.id; supriyono@umk.ac.id; pratomo.setiaji@umk.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel
Diterima: *5 Agustus 2020*
Direvisi: *21 Januari 2021*
Disetujui: *22 Pebruari 2021*
Dipublikasikan: *30 Maret 2021*

Keyword:
knife, hadipolo, web, online

Abstract

The knife craft industry is one of the creative industries in Kudus Regency, especially in the village of Hadipolo Kudus. The problem faced by knife craft SMEs in the village of Hadipolo is the lack of access to marketing, sales only around Central Java through metal sales agents, HR capabilities are still minimal regarding technology. PPPUD team Muria Kudus University is working with the SMEs knife UD. Hasil Logam, designed an online sales web system to market products. The method used in this PPPUD activity is the expansion of marketing through online sales web and the UMKM YouTube channel knife, strengthening the internet infrastructure at UMKM, so that the market segment can reach the international level. The output targets of this PPPUD activity are expected to be able to: (1) increase UMKM assets, namely increase in production facilities (2) improve the quality of products produced, namely knives with plastic handles (3) expand marketing area.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY

https://doi.org/10.24176/mjlm.v3i1.5103

Pendahuluan

Industri kerajinan pisau merupakan salah satu industri kreatif yang berkontribusi besar terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terbukti dari perkembangan sektor kerajinan pisau Kudus, yang selama lima tahun terakhir kontrak dagang mengalami pertumbuhan positif sebesar 1,7%. Hal ini sejalan dengan peningkatan produk kerajinan pisau selama lima tahun terakhir yang tumbuh sebesar 3,2%. Kerajinan pisau merupakan produk unggulan Kudus, yang di produksi oleh komunitas UMKM Logam di desa Hadipolo Kabupaten Kudus (Cleland, 2012). Industri logam di desa Hadipolo sudah berjalan turun temurun, di desa ini menghasilkan beraneka ragam hasil logam, seperti pisau, cangkul, sabit, dan mesin perontok padi.

Pada tahun 2019, UD. Hasil Logam menghasilkan aset 600 juta dan omzet 450 juta per tahun. pada tahun 2020 produksi pisau di desa Hadipolo ditargetkan meningkat sekitar 4%-5%. Kinerja pasar kerajinan pisau di desa Hadipolo pada tahun 2018, menurut data Kudus dalam angka, pertumbuhannya mencapai 9%. Nilai perdagangan pisau di Kudus ini terbilang masih sangat kecil, bahkan kurang dari 1 persen dibandingkan permintaan kerajinan pisau di Indonesia. Bahkan dibandingkan sejumlah kabupaten/kota kabupaten Kudus juga tercatat masih jauh tertinggal. Kondisi ini seakan kontradiktif bila melihat potensi Kudus terhadap

Muria Jurnal Layanan Masyarakat ISSN 2657-0955 (Print)
Vol. 3, No. 1, Maret 2021, Hal. 33-37 2656-7342 (Online)

produk-produk kerajinan tangan daerah yang sangat besar (Pemerintah Daerah, 2016). Potensi kerajinan pisau adalah salah satu andalan UMKM yang dihasilkan masyarakat Kudus di desa Hadipolo. Bahan pisau dari baja dan tingkat ketajaman pisau menjadikan produk logam ini mempunyai ciri khas yang unik di Desa Hadipolo Kudus. Semua proses pembuatan kerajinan logam menggunakan keahlian tangan (hand made). Karakteristik tersebut merupakan keunggulan UMKM, di mana lebih banyak mengandalkan keterampilan tangan, sehingga cenderung bersifat padat karya. Usaha skala besar yang cenderung bersifat padat modal, tentunya akan sulit masuk ke dalam dunia usaha ini. Di sisi lain, hal ini memberikan gambaran pentingnya UMKM dalam penyerapan tenaga kerja, utamanya pada saat krisis ekonomi. Pengrajin pisau di kabupaten Kudus selain diserap pedagang grosir lokal , juga dipasarkan ke wilayah Jawa tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat bahkan sampai ke wilayah luar negeri

Permasalahan

Permasalahan utama yang dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah pisau hadipolo Kudus yaitu pemasaran masih bersifat sederhana sehingga perlu dilakukan promosi untuk mengembangkan pasar, dan penjualan terhenti karena pembatasan wilayah di masa pandemi covid 19

Metode

Metode pendekatan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan UMKM yaitu:

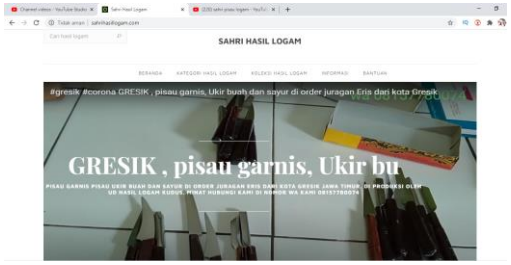
1. Pembuatan program web untuk mitra UD. Hasil Logam. Kegiatan ini dimulai dengan pengadaan hardware dan software, menganalisa dan mendesain sistem software nya, mendesain databasenya, kemudian mengimplementasikan analisa dan desain sistem kedalam bahasa pemrograman, setelah web penjualan jadi, kemudian mengisi kontennya untuk mitra terutama tentang produk-produk pisau yang dihasilkan dan cara penjualannya.
2. Penguatan akses online dengan memasang internet di mitra sebagai infrastruktur berjualan online dari rumah di masa **pandemi Covid 19**
3. Pelatihan bagi tenaga yang akan mengoperasikan web dari masing-masing mitra, baik untuk meng-update konten maupun menanggapi komunikasi dengan pelanggan.
4. Pembuatan dan pendampingan channel youtube untuk katalog produk pisau hadipolo

Hasil dan Pembahasan

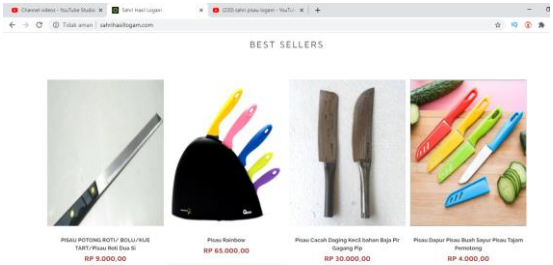
Karya utama bagi UMKM industri kreatif pisau yang menjadi mitra dalam pelaksanaan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah yaitu alat web penjualan online dan pembuatan channel youtube UMKM pisau.

1. Pengembangan akses pasar meliputi kegiatan-kegiatan: (a) Pembuatan program web penjualan online untuk produk mitra sebagai sarana komunikasi dalam menunjang pemasaran, (b) pembuatan channel youtube untuk katalog produk, sebagai media promosi dan pemasaran produk online (c) penguatan internet sebagai infrastruktur *work from home* dimasa pandemi Covid 19

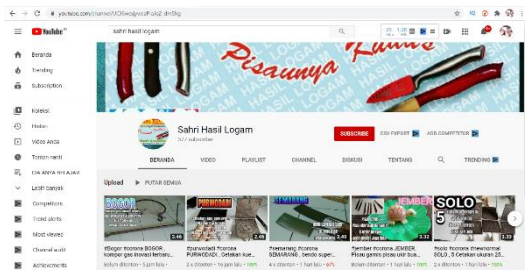
Muria Jurnal Layanan Masyarakat ISSN 2657-0955 (Print)
Vol. 3, No. 1, Maret 2021, Hal. 33-37 2656-7342 (Online)



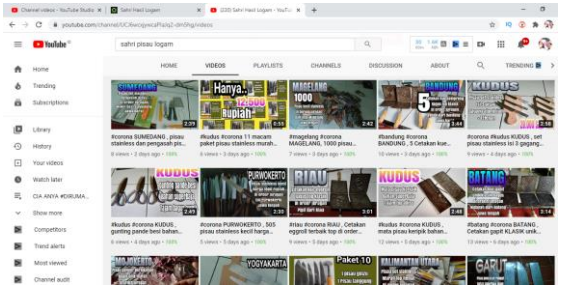
a



b



c



d

e

f

2. pendampingan dan diskusi untuk manajemen produksi, manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran , serta administrasi, d) pelatihan operator web, e) pendampingan pemasaran ekspor.

Kegiatan-kegiatan yang merupakan karya utama dari program pengembangan produk ekspor yaitu meliputi:

a. Pengembangan akses pasar dilakukan dengan media web penjualan online (www.sahrihasillogam.com), dan pembuatan channel youtube UMKM pisau untuk katalog produk, selama ini akses pasar dilakukan dengan menghubungi pihak-pihak agen penjualan yang dulu telah bekerja sama, tetapi di **masa pandemi Covid 19** mengalami kendala karena hanya terbatas pada pihak-pihak tertentu. Oleh sebab itu dalam mengatasi masalah tersebut dibuatlah web penjualan online yang bisa diakses secara luas, sehingga akses pasar tidak terbatas. Untuk itu diperlukan

Muria Jurnal Layanan Masyarakat ISSN 2657-0955 (Print)
Vol. 3, No. 1, Maret 2021, Hal. 33-37 2656-7342 (Online)

akses internet yang memadai sebagai infrastruktur berjualan online dari rumah (*work from home*)

b. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan web penjualan online, channel youtube UMKM dan penggunaan sosial media sebagai wahana promosi produk, dengan dipasangnya akses internet di UMKM, sangat membantu dalam proses promosi dan penjualan online, oleh karena itu karyawan UMKM dilatih mengupload produk pada database web dan sosial media UMKM.

Simpulan

Dari Program PPPUD yang telah dilaksanakan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Program PPPUD sangat membantu perkembangan UMKM pisau di desa Hadipolo Kabupaten Kudus, karena bisa memproduksi gagang pisau dengan bahan baku yang murah
b. Program PPPUD membantu dalam proses produksi pembuatan gagang pisau dari limbah plastik
c. Program PPPUD membantu pemerintah Kabupaten Kudus dalam penanggulangan sampah plastik di daerah Kudus dan sekitarnya
d. Kegiatan sampai bulan Agustus 2020 menunjukkan peningkatan produksi yang signifikan

Daftar Pustaka

1. Cleland. M. D, Kondisi perekonomian Indonesia, www. Perpektifbiru.com, 4 februari 2012, pukul :21.30
2. Pemerintah daerah Kabupaten Kudus, 2017, Data UMKM Kabupaten Kudus, kudus
3. Badan Pusat Statistik (BPS), 2019, Kabupaten Kudus dalam angka, Kudus
4. Fakultas Teknik, 2011, Renstra FT UMK, Universitas Muria Kudus, Kudus
5. Lembaga Penelitian, 2011, Rencana Induk Universitas Muria Kudus, Kudus
6. Suryo.R, 2010, Teknologi Informasi Termasuk Kebutuhan Dasar, www. Perpektifbiru.com, 4 februari 2012, pukul :21.30
7. Anwar Prabu Mangku Negara, 2005, "Manajemen SDM Perusahaan", PT Remaja Rosda Kencana, Bandung.
8. Dendi,2005, "Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pada Direktorat SDM PT PosIndonesia", Skripsi, Unikom, Bandung.
9. Ernie Tisnawati, Kurniawan Saefullah, 2005 "Pengantar Mananjemen", Murai Kencana, Jakarta.
10. Hani Handoko, 2001, "Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia", BPFE, Yogyakarta.
11. Husein Umar, 2005, " Riset Sumber daya manusia dalam organisasi", Gramedia, Jakarta.
12. Hendro. Dasar-dasar Kewirausahaan. Jakarta : Penerbit Erlangga. 2011. Surabaya
13. Istijanto, 2005, " Riset Sumber daya manusia", Gramedia, Jakarta.
14. Justin G Longecker, Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil. Yogyakarta : Salemba Empat. 2000.Jakarta.

Muria Jurnal Layanan Masyarakat ISSN 2657-0955 (Print)
Vol. 3, No. 1, Maret 2021, Hal. 33-37 2656-7342 (Online)

15. Jonathan, Sarwono, 2005, "Riset Pemasaran dengan SPSS 12", Penerbit Andi,Yogyakrata.
16. Kasali Rhenald. Modul Kewirausahaan. Jakarta Selatan : PT Mizan Publika. 2010. Yogyakarta.
17. Keither Robert, Kinicki Angelo, 2003, "Perilaku Organisasi",Salemba Empat, Jakarta.
18. Malayu, Hasibuan, 2001, "Manajemen Sumber Daya Manusia", Bumi Aksara, Jakarta.
19. Mas'ud Machfoedz,Kewirausahaan, SuatuPendekatanKontemporer, Yogyakarta : UPP AMP YKPN. 2004.Yogyakarta.dst.