

## PELUANG USAHA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH KERAJINAN TANGAN ” PRODUK KULIT KREASINDO ” DI BARATAJAYA SURABAYA

Juliani Pudjowati<sup>1)</sup>, Susi Tri Wahyuni<sup>1)</sup>, Mayke Puspita Anindita<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya ,Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Juliani Pudjowati  
E-mail : juliani@ubhara.ac.id

Diterima 20 Februari 2022, Direvisi 01 Maret 2022, Disetujui 01 Maret 2022

### ABSTRAK

Produk kerajinan tangan dari kulit yang dibuat oleh UMKM “ Kulit Kreasindo *Product*” yang berada di wilayah Barata Jaya Surabaya. Produk yang berbahan dasar kulit ini memiliki nilai jual yang cukup terbilang lumayan tinggi serta mampu mendorong perekonomian di Indonesia. Namun dari segi pemasaran produk ini masih belum terlalu luas, yaitu hanya mengandalkan *event-event* besar berupa pameran di Mall. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa produk ini bisa sampai ke luar yang dihasilkan negeri. Produk pun sangat berguna, selain sebagai hiasan/dekorasi ruangan produk Kreasindo ini juga memiliki manfaat yang lebih seperti tempat tisu, toples, tempat payung, tas, tempat gelas air mineral dan masih banyak lagi. Tujuan untuk dilakukannya pengabdian ini ialah dengan memberi *value added* pengrajin-pengrajin yang ada di Surabaya untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Indonesia dan dijadikannya peluang usaha rumah tangga. Metode yang dipergunakan ialah (1) pelatihan/*training* terkait pada jasa atau barang, substitusi ipteks, difusi ipteks, maupun simulasi ipteks; (2) Pendidikan berkelanjutan: (3) peningkatan/penyadaran pemahaman pada sebuah permasalahan; (4) pendampingan/konsultasi/mediasi. Hasil yang diperoleh dari pengabdian masyarakat ini ialah ditekankannya luaran program yang bisa berwujud sebagai barang/produk maupun jasa yang dihasilkannya oleh mitra sebagai indikator atas keberhasilannya program

**Kata kunci:** produk berbahan dasar kulit; kerajinan tangan; umkm kulit; produk kreasindo

### ABSTRACT

Leather handicraft products made by UMKM "Kreasindo Leather Products" located in the Barata Jaya area of Surabaya. This leather-based product has a fairly high selling value and is able to encourage the economy in Indonesia. However, in terms of marketing this product is still not too broad, which only relies on large events in the form of exhibitions in malls. But it does not rule out the possibility that this product can be produced abroad. The product is also very useful, apart from being a room decoration, Kreasindo's products also have more benefits such as tissue holders, jars, umbrella holders, bags, mineral water glasses and many more. The purpose of this service is to provide value added for craftsmen in Surabaya to continue to develop and contribute to the economy in Indonesia and make it a home business opportunity. The methodologies used are (1) training/training related to services or goods, science and technology substitution, science and technology diffusion, and science and technology simulations; (2) Continuing education: (3) increasing/awareness of understanding on a problem; (4) assistance/consultation/mediation. The results obtained from this community service are the emphasis on programs that can be tangible as goods/products or services produced by partners as an indicator of the success of the program.

**Keywords:** leather based products; handicrafts; leather smes; kreasindo products

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di negara Indonesia mempunyai peran yang cukup penting pada perekonomian nasional, terutamanya perihal kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB)(Savitri & Saifudin, 2018)(Wahyuni, 2020). Mengingat sangat penting peranannya UMKM pada sektor sosial, ekonomi, serta juga politik,

maka dari pada demikian pada saat yang sekarang ini perkembangan UMKM diberikan cukup besar perhatian di berbagai macam belahan yang ada di dunia ini(DJKN, 2020)(Ningsih & Witanti, 2021). Di Surabaya terdapat UMKM yang sudah mendunia yaitu UMKM Kulit Kreasindo Product. UMKM ini berdiri sekitar tahun 2010 lebih tepatnya 14 November 2010 yang didirikan oleh Ibu Hermin

Sugianingsih. UMKM yang berada di Blok N-O Jalan Barata Jaya XVII No. 11, Barata Jaya, Kec. Gubeng, Kota Surabaya, Jawa Timur sekarang berkembang pesat. Awal mulanya UMKM ini karena keterpepetan beliau dalam perekonomian keluarga, dulu beliau yang bekerja malang-melintang di dunia perkantoran sebagai branch manager dengan gaji seadanya hingga memutuskan untuk tidak bekerja di tempat orang lain. Hingga akhirnya terbentuklah UMKM Kreasindo ini dan beliau berhasil memosisikan diri untuk menjadi seorang pengrajin berbahan dasar kulit dengan produk yang berbeda dari produk kulit kebanyakan. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 Kreasindo ini termasuk usaha kecil karena memiliki hasil juta sekitar Rp50.000.000,00 per bulan.

Peran UMKM sendiri bagi Ibu Hermin sebagai pribadi adalah beliau dapat memperbudidayakan lingkungan sekitar dan juga bisa mempunyai kontribusi untuk berbisnis. Sedangkan sebagai pembisnis beliau dapat bersungguh-sungguh dalam menjalani bisnis dan terus dapat berinovasi, kreatif, dan bisa memanfaatkan peluang-peluang bisnis. Ragam kerajinan kulit sebagai produk rumah tangga memiliki nilai guna dan estetika cukup tinggi tidak hanya sekedar digunakan sebagai produk pakai saja tetapi sekaligus bisa dijadikan hiasan atau aksesoris yang menambah keindahan produk sehingga disenangi dari bermacam-macam kalangan para remaja sampai kepada para orang tua layaknya tas, sepatu, kotak tissue, toples, keranjang, serta yang lain sebagainya mempunyai kualitas, daya tahan yang lama ataupun awet serta juga mempunyai nilai ekonomis yang juga tidak rendah. Jenis bahan baku yang digunakan menggunakan bahan yang berkualitas tinggi sehingga mutu produk terjamin dan ini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Minat masyarakat yang semakin meningkat akan permintaan kreasi produk berbahan kulit, membuat kerajinan produk kulit menjadikannya nilai ekonomis untuk UMKM "KREASINDO" perihal menjaga kontinuitas hasil dari produksi. Diawalinya dari tahun 2010 di perumahan Baratajaya ketika, ibu Hermin Sugianingsih yang bertamu ke rumah temannya dan melihat bahwa pajangan yang terbuat dari stainless ini tak cocok dengan nuansa rumah temannya yang menurutnya mewah. Sehingga muncul rasa geregetannya pada kerajinan dekoratif berbahan stainless yang kurang estetik, ibu Hermin Sugianingsih kemudian membuat kerajinan tangan berbahan kulit.

Mulai dari kulit sintetis hingga kulit asli, bernama Kulit Kreasindo Product yang hingga

saat ini telah memiliki 6 karyawan, meraih penghargaan Cipta Adi Karya Nugraha di tahun 2015, mempunyai beberapa outlet untuk memamerkan berbagai produk kulitnya yaitu di Royal Plasa, kantor Pemkot Surabaya, terminal Internasional Juanda, sentra UKM MERR, Dinas Perindustrian, Perdagangan (Disperindag) Kedungdoro dan Museum Surabaya di Jalan Tunjungan, dan pusat perbelanjaan besar di Surabaya lain dan dikenal hingga luar kota. Aktivitas ataupun kegiatan dikemasnya kedalam sebuah rangkaian acara yang isinya berbagai macam penjelasan singkat tentang kreasi produk kulit dan juga proses pembuatan bahan kulit menjadi produk jadi. Para mahasiswa diberikan sebuah kesempatan ataupun peluang secara langsung untuk bisa melihat lokasi produksi produk kulit Kreasindo itu.

Permasalahan yang dihadapi di UMKM ini, hampir sama dengan usaha lainnya dari segi tenaga kerja, keuangan serta pemasaran.

Tujuan diadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pihak mitra dalam mengidentifikasi masalah dari perspektif tenaga kerja, keuangan dan pemasaran.



**Gambar 1.** Kegiatan Pameran di acara Jatim Fair dengan Ibu Hermin



**Gambar 2.** Kegiatan di UMKM Kreasindo

Tujuan diadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pihak mitrab dalam mengidentifikasi masalah dari perspektif tenaga kerja, keuangan dan pemasaran.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Usaha Kerajinan tangan “Produk Kulit Kreasindo” di Baratajaya Surabaya pada tanggal 25 februari 2022.

Pelaksanaan kegiatan ini adalah mengamati proses produksi “KULIT KREASINDO *PRODUCT*” mulai dari bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan produk sebagai upaya untuk memenuhi permintaan produk lokal berkualitas dipasar baik dalam maupun luar kota, serta memajukan UMKM di Indonesia.

Aktivitas tersebut dilakukannya dengan menggunakan pengetahuan, diskusi, praktik secara langsung, dan juga difusi teknologi, yakni 1) keterlibatan secara langsung dalam proses produksi “KULIT KREASINDO *PRODUCT*”, serta 2) pengolahan bahan baku hingga menghasilkannya suatu produk kulit yang bernilai guna yang sekaligus memiliki estetika.

Pendampingan dengan cara langsung dilakukannya oleh dosen kami dari Universitas Bhayangkara Surabaya yang ikut berkontribusi dengan cara langsung pada tahapan produksi kulit dengan ikut juga memahami, mempelajari, dan juga mengawasi, lalu dilakukannya dialog, wawancara, serta diskusi guna mengumpulkannya data-data serta melakukan analisis terhadap masalah yang ada selama proses produksi “KULIT KREASINDO *PRODUCT*” di Baratajaya Surabaya.

Metode pembuatan produk kulit ini adalah sebagai berikut :

Alat dan Bahan:

- a. Bahan Baku (karton, kulit asli dan kulit sintetis)
- b. Alat Pemotong (plong, gunting, cutter)
- c. Alat Pengukur (meteran, penggaris)
- d. Alat Perekat (lem)
- e. Alat Jahit (mesin jahit, benang, jarum)
- f. Lain-lain (aksesoris dan bahan tambahan lainnya)

Tahapan proses pembuatan:

1. Tahapan yang pertama ialah melakukan pemotongan terhadap berbagai kertas karbon. Pemotongan karton dilakukannya dengan bantuan mesin pemotong karton.
2. Proses kedua adalah melakukan pemotongan karton didasarkannya pada pola yang mau dibuat. Pola itu disesuaikan pada produk yang bakal diproduksi.

Pemotongannya pola pada karton dilakukannya secara manual.

3. Tahapan yang ketiga ialah pemilihan jenis motif kulit yang mana motifnya itu guna membalut berbagai macam produk yang bakal diproduksi. Motif dapat berwujud anyaman maupun polos berwarna. Kulit yang ada disini asalnya itu dari kulit sintetis maupun kulit asli (hanya eksklusif).
4. Proses keempat adalah pengeleman karton dengan motif kulit. Karton yang telah di lem lalu ditempel motif-motif kulit yang sudah dibuat sebelum-sebelumnya. Berbagai macam motif kulit tersebut telah dibuat maupun dirancang sebelum-sebelumnya, contohnya motif polos berwarna ataupun anyaman.
5. Proses kelima ialah pemukulannya karton yang telah ditempelkan motif-motif kulit itu dengan mempergunakan palu dengan cara yang manual. Pemukulannya itu dilakukannya dengan cara yang perlahan-lahan agar produk tidaklah mengalami kerusakan. Pemukulannya ini memiliki tujuan supaya karton benar-benar terbalut dengan motif kulit dengan baik dan sempurna.
6. Proses keenam ialah penjahitan serta perangkaian. Karton-karton yang telah dibalut dengan kulit itu dilakukan perangkaian menurut dari produk yang bakal diciptakan. Sesudah dirangkaian lalu dilakukannya penjahitan supaya berbagai macam potongan itu bisa bersatu dalam membentuk sebuah produk, contohnya sebuah tas. Penjahitan juga memiliki tujuan guna makin merekatkannya kulit yang ada pada karton.
7. Tahapan yang ketujuh ialah penyelesaian. Tahapan ini berwujud sebagai penyemperotan dengan menggunakan cairan terhadap produk dari hasil perangkaian dan juga penjahitan supaya produknya itu terlihat jauh lebih menarik serta halus. Tahapan ini bisa juga digunakan untuk merapikannya produk dengan sedemikian rupanya hingga terlihat baik mutunya. Tahapan ini juga melakukan pengemasan terhadap produk dengan membuat produk

tersebut menjadi menarik yang berkemungkinan bisa laku banyak ataupun keras di pasaran.



**Gambar 3.** Produk yang dihasilkan Kulit Kreasindo

Adapun evaluasi keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini adalah ditemukannya permasalahan pihak mitra dari segi tenaga kerja, keuangan serta pemasaran.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2009 Ibu Hermin mencoba untuk menemukan kreasi baru hingga mengalami *trail and error* salah buang bikin lagi sampai menemukan kualitas yang bagus untuk dipasarkan. Dalam membangun Kulit Kreasindo Product Ibu Hermin memulai usaha dengan modal sendiri. Beliau mengreasikan kulit sintetis sebagai pelapis bahan barang *home decoration*, dengan mengklaim produknya dilihat lebih menarik, dan cocok untuk rumah mewah. Beliau memproduksi dengan bahan yang berbeda dengan produk lain. Jika produk lain memakai bahan dasar kertas karton, produk Kreasindo ini memakai bahan dasar kayu dan triplek dengan alasan karena lebih awet dan tahan lama. Untuk bahannya, diambil dari produk lokal. Meski mengutamakan produk dari kulit sintetis, tetapi tidak menutup kemungkinan jika ada pemesanan menggunakan kulit asli. Bahan-bahan ini dapat dari pemasok seperti kulit yang diambil di Kramat Gantung Surabaya dan ada juga beberapa yang pesan dari Jakarta, namun untuk tahun ini bahan baku dipasok dari MagetanYogyakarta .

UMKM ini merupakan usaha perorangan yang memproduksi aneka produk yang terbuat dari bahan kulit sintetis hingga kulit asli, seperti tempat tissue, tas, aksesoris, hantaran

pernikahan, tempat payung, kotak serba guna, dan masih banyak lagi. Usaha ini juga menjual aneka gaun wanita sebagai kebutuhan sehari-hari. Selain itu beberapa produknya berupa peralatan rumah seperti tas kulit Ecoprint. Ecoprint adalah teknik dimana dedaunan dan bahan natural lainnya dibiarkan pada sebuah material saat proses pewarnaan, sehingga meninggalkan corak yang natural. Metode ini kini semakin populer di industri mode, namun tidak banyak yang menggunakannya dengan bahan kulit. Motif yang dihasilkan dari proses ini tidak akan sama, sehingga setiap tas menjadi eksklusif. Gaun yang ditawarkan Kulit Kreasindo juga tak kalah unik, contohnya memadupadankan dua jenis bahan dalam satu pakaian, menghasilkan keseimbangan antara kain polos dengan kain bercorak. Selain desain yang menawan, usaha ini juga mengedepankan kejujuran, tanggung jawab, dan kedisiplinan dalam bekerja. Dalam perspektif perkembangannya Kreasindo Product memiliki klasifikasi *Small Dynamic Enterprise* yaitu UMKM yang sudah mempunyai jiwa wirausaha serta bisa menerimanya pekerjaan ekspor, subkontrak, serta Kreasindo Product ini hampir menuju ke klasifikasi *Fast Moving Enterprise* yaitu UMKM yang sudah mempunyai jiwa wirausaha serta bakal melakukannya transporfarmi untuk jadi sebuah Usaha Besar (UB).

Berdasarkan wawancara dan pengamatan langsung dapat teridentifikasi beberapa permasalahan dari perspektif tenaga kerja, keuangan serta pemasaran.

### Tenaga Kerja

Dalam menjalankan bisnis kulit kreasindo product ini, ibu Hermin di bantu 4 tenaga kerja. Tidak mudah merekrut tenaga kerja yang mengeluti bisnis seperti ini, karena di kwatirkan terjadi *trail error* atau kesalahan dalam pemotongan kayu dan triplek, karena bila terjadi *trail error* bahan – bahan tidak bisa di gunakan.

Solusi dari perspektif tenaga kerja dengan memberikan pelatihan basic dasar , sehingga meminimalisir tingkat *trail error*.

### Keuangan/modal

Awal mula modal ibu Hermin yang di kelola kurang lebih sekitar Rp.25.000.000.00 dan pada tahun 2015 Kulit Kreasindo Product bergabung menjadi UMKM binaan BUMN, PT Semen Indonesia dengan menjadi mitra binaan, Kreasindo mendapat bantuan Rp.15.000.000.00 Kreasindo juga merupakan salah satu UMKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (disperindang). Untuk omset beliau tidak bisa memberikan angka pasti karena masuk kedalam Disperindang, apalagi

saat pandemi, di karena penjualan yang menurun akibat covid -19. Karena Sebelum pandemi dalam satu bulan bisa mengikuti pameran 3 sampai 4 kali di luar daerah, baik atas sponsor Disperindang Jatim, dinas koperasi dan UMKM kota Surabaya.

Solusi untuk permasalahan minim modal memang diperlukan kerjasama dengan beberapa pihak terutama perbankan. Hal ini relevan dengan penelitian (“PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN TENAGA KERJA TERHADAP KEBERHASILAN UMKM BATIK,” 2019)

### Alat pemasaran atau penjualan

Di butuhkan strategi pemasaran guna melakukan promosi terhadap hasil produksi yang berupa suatu kerajinan terhadap para calon pembeli. Pemasaran yang di lakukan di umkm “Kulit Kreasindo Product” menggunakan strategi promosi. Promosi ialah salah satu dari pada aspek yang cukup penting yang ada pada pemasaran atas hasil produksi. Dengan adanya promosi para penduduk ataupun masyarakat bisa tahu keberadaan dari produk yang bakal di tawarkan maupun di pasarkan. Selain dari pada demikian, promosi juga berguna untuk menjadi rangsangan ataupun stimulus guna memberikan pengaruh pada para calon pembeli supaya memiliki keinginan guna membeli produk yang di tawarkan. Pada pemasaran hasil produksi kerajinan promosi melalui pameran – pameran, dan sosial media. UMKM Kreasindo ini sudah bekerja sama dengan modern market selain semua sentral yang ada di Surabaya. Pemerintah kota juga memfasilitasi semua usaha kecil menengah melalui sentral-sentralnya seperti Royal Plaza, ITC, Siola, dan kantor pemerintah kota Surabaya. UMKM ini sudah sangat maju hanya dengan stand-stand yang ada diberbagai mall-mall sudah mampu menghasilkan pendapatan yang lumayan besar. Produk ini dipasarkan ke seluruh pelosok Indonesia seperti Kalimantan, Batam, dan kota-kota lainnya dengan model market, di tahun 2018 memulai langkah untuk memperluas pasarnya, yaitu dengan melakukan ekspor produk ke luar negeri seperti Swiss, australia, Timor Leste, Malaysia, dan Singapura.

Solusi agar pemasaran semakin luas terutama di tingkat nasional , dapat menggunakan digital marketing misalnya tokopedia, lazada maupun instagram dan facebook. Hal ini relevan dengan penelitian (Erick Karunia et al., 2021; Hendriadi et al., 2019; Jamiat & Supyansuri, 2020; Nirwana & Biduri, 2021; Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, 2018)

### SIMPULAN DAN SARAN

Produk yang berbahan dasar kulit ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi serta mampu mendorong perekonomian di Indonesia. Namun dari segi pemasaran produk ini masih belum terlalu luas, yaitu hanya mengandalkan event-event besar berupa pameran di mall-mall. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa produk ini bisa sampai ke luar negeri. Produk yang dihasilkan pun sangat berguna, selain sebagai hiasan/dekorasi ruangan produk Kreasindo ini juga memiliki manfaat yang lebih seperti tempat tisu, toples, tempat payung, tempat gelas air mineral dan masih banyak lagi

### UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada: Universitas Bhayangkara Surabaya yang sudah memberikan dukungan secara financial pada pengabdian masyarakat ini dan Ibu Hermin selaku pemilik UMKM Kulit Kreasindo Product

### DAFTAR RUJUKAN

- DJKN. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Erick Karunia, Ahmad Juliana, Syahrani, Ahmatang, Nurul Hidayat, Budi Hasyim, Muh. Irfandy Azis, & Shalahuddin. (2021). Digital Marketing Training for UMKM of Tarakan City. *International Journal Of Community Service*. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v1i2.3>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *Atrabis*.
- Ningsih, A. K., & Witanti, W. (2021). Sistem Rekomendasi Penjualan Menu Makanan di UMKM Kuliner Menggunakan Association Rule. *Jurnal ICT: Information Communication & Technology*. <https://doi.org/10.36054/jict-ikmi.v20i2.265>
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Study Pada UMKM Di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*. <https://doi.org/10.30651/blc.v18i1.5720>
- PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA,

MODAL USAHA DAN TENAGA KERJA TERHADAP KEBERHASILAN UMKM BATIK. (2019). *Economic Education Analysis Journal*.

Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah ( Umkm ). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.

Savitri, R. V., & Saifudin, . . (2018). PENCATATAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA UMKM MR. PELANGI SEMARANG). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*.  
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i2.20808>

Wahyuni, H. U. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.