

**PENGELOLAAN UNIT BISNIS SOUVENIR “LE OLLE UTM”
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA**

Rosyida Ekawati¹, Diva Wenanda², Suyono³

^{1,2}Prodi Sastra Inggris, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura

³Prodi Manajemen, FEB, Universitas Trunojoyo Madura

rosyida.ekawati@trunojoyo.ac.id

Received 10-July-2017, Publish 01-October-2017

ABSTRAK

Artikel ini membahas bagaimana mengelola sebuah unit bisnis souvenir yang ada di Universitas Trunojoyo Madura. Target awal pangsa pasar dari usaha ini adalah seluruh civitas akademika Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang meliputi dosen, karyawan dan mahasiswa. Selain itu juga tamu-tamu UTM, peserta kegiatan ilmiah dan akademik, dan keluarga mahasiswa. Agar usaha ini berjalan dengan baik, maka diperlukan berbagai usaha mulai dari persiapan sampai penjualannya. Karena usaha ini adalah usaha penjualan produk, maka yang paling awal adalah melakukan survey awal kepada civitas akademika untuk produk souvenir yang diminati. Selanjutnya menentukan varian produk souvenir dilengkapi dengan desain dan bahan bakunya. Kemudian juga bagaimana memproduksi barang-barang tersebut. Setelah ada barang jadi yang meliputi kaos katun, kaos polo, blocknote, gantungan kunci karet, gantungan kunci akrilik, berbagai model pin dan gantungan kunci standar, pulpen UTM, mug, magnet kulkas, dan stiker maka untuk menjualnya perlu dilakukan pengecekan kualitas dan selanjutnya pengemasan produk. Produk didisplay diruang unit display permanent dan juga gerai-gerai non permanen. Selain itu, dilakukan promosi, baik melalui media sosial yang ada maupun melalui banner-banner.

Kata-kata kunci: bisnis souvenir, le olle, Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRACT

This article discusses how to manage a souvenir business unit at the University of Trunojoyo Madura. The initial target of the market share of the business is the entire academic community of University of Trunojoyo Madura (UTM) which includes lecturers, employees, and students. In addition, UTM guests, participants of scientific and academic activities, and students' families. To make the business runs well, various businesses, from preparation to sales, are needed. Because this business is a product sales business, the earliest step is to conduct an initial survey of the academic community for souvenir products of interest. Next, determine the variant of souvenir products equipped with the design and raw materials. Then also how to produce these goods. The products include cotton shirts, polo shirts, block notes, rubber key chains, acrylic key chains, various models of standard pins and key chains, UTM pens, mugs, fridge magnets, and stickers. It is necessary to check quality and packaging of the products. Products are displayed in the permanent display unit and non-permanent outlets. In addition, promotion is carried out, both through existing social media and through banners.

Key words: souvenir business, le olle, University of Trunojoyo Madura

PENDAHULUAN

Saat ini souvenir banyak diminati tidak hanya diperuntukkan acara-acara pernikahan, acara ulang tahun, perpisahan sekolah, ataupun sebagai hadiah, kenang-kenangan atau hanya sebagai cenderamata ucapan terima kasih, namun bisa juga sebagai suatu kebanggaan untuk dapat memiliki barang-barang yang merupakan ciri khas suatu tempat. Dengan adanya kondisi diatas tersebut membuat peluang bisnis yang berkaitan dengan kerajinan souvenir pun terbuka lebar dan sangat menjanjikan.

Usaha souvenir di Madura, khususnya di Bangkalan yang menjadi lokasi UTM, bisa dikatakan sudah banyak. Namun demikian, usaha tersebut hanya menjual oleh-oleh khas Madura utamanya kain batik dan produk-produk berbahan dasar batik Madura. Sasaran yang dibidik adalah wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke Bangkalan. Sedangkan untuk souvenir ciri khas Universitas Trunojoyo Madura sampai saat belum ada. Produk-produk khas UTM diperlukan mengingat banyaknya kegiatan akademis dan non akademis yang ada di UTM yang tidak hanya melibatkan orang dalam UTM (dosen, mahasiswa dan karyawan), tapi juga seringkali melibatkan orang dari luar UTM.

Kegiatan seminar nasional atau bertaraf internasional, workshop dan sejenis yang melibatkan dosen UTM dan pihak luar UTM sudah sering dilaksanakan. Setiap tahunnya masing-masing program studi atau fakultas sudah mengagendakan secara rutin dalam rangkaian program kerja tahunannya. Kegiatan tersebut seringkali memerlukan cinderamata atau tali asih sebagai kenangan dari UTM. Selain itu, adanya kunjungan tamu dari luar UTM biasanya juga memerlukan cinderamata sebagai

kenangan dari UTM. Segala hal untuk souvenir atau cinderamata yang diperlukan untuk kegiatan seminar, lokakarya dan sejenisnya, kunjungan tamu dan lainnya selama ini masih banyak di pesan di Surabaya.

Segmentasi pasarnya bisa dari dosen, karyawan dan mahasiswa UTM, serta keluarga mahasiswa. Selain itu tamu-tamu yang berkunjung ke UTM juga menjadi sasaran pasar produk souvenir Le Olle UTM ini. Pasar mahasiswa dapat dilihat dari perkembangan jumlah mahasiswa UTM yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. UTM yang terdiri dari 5 fakultas dan 33 program studi merupakan segmen pasar tersendiri yang bisa dibidik. Hingga Tahun Akademik 2013/2014 jumlah mahasiswa UTM mencapai 12.437 orang, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 7.358 orang. Tren peningkatan ini akan tetap berlangsung seiring dibukanya program studi baru dan semakin dikenalnya UTM di masyarakat.

Apabila diluar UTM banyak tersedia batik khas Madura, maka di dalam UTM akan menyediakan produk merchandise dan oleh-oleh khas UTM yang meliputi pulpen, block note, tas, kipas, pin dan gantungan kunci, sticker, payung, vandell, serta kaos dan berbagai bentuk souvenir lainnya. Semua desain produk tersebut berciri unik khas UTM. Produk-produk akan disediakan seiring dengan tren dan kebutuhan pasar.

Program pengadaan dan produksi item-item souvenir ini, selain di kelola oleh tim manajemen unit bisnis souvenir juga dilakukan dengan mengajak mahasiswa guna menginisiasi program kewirausahaan bagi mahasiswa. Lebih lanjut, melalui usaha unit bisnis souvenir bisa menjadi satu alternatif penggalan pendapatan sekaligus mempromosikan keberadaan dan keunggulan UTM sebagai

universitas yang masih bisa dibalang muda dibandingkan dengan PTN-PTN lain di Jawa Timur.

Merchandise, cinderamata atau souvenir khas UTM sebagai kebanggaan bagi civitas akademika UTM yang tidak mahal dan terjangkau layak dan perlu disediakan.

METODE PEMECAHAN MASALAH

Bahan Baku

Bahan baku yang diperlukan untuk produksi souvenir dan cinderamata untuk gantungan kunci, pulpen, kain untuk tas, kertas, cat sablon, dan lainnya banyak tersedia di Surabaya dengan harga yang murah dan berkualitas serta jaraknya sangat dekat dengan UTM yang bisa ditempuh dengan waktu 30 menit. Sehingga untuk kebutuhan bahan baku tidak menjadi kendala karena mudah diperoleh dengan harga yang bersaing.

Proses Produksi

Proses produksi souvenir diawali dengan menentukan desain yang meliputi ukuran, tulisan, pewarnaan dan pemilihan bahan untuk masing-masing item dengan menggunakan komputer. Setelah menentukan desain dan fix untuk dicetak maka terlebih dahulu ditentukan juga bahan dan perkiraan biaya produksi dan harga jualnya. Tahap selanjutnya adalah produksi dan hasil produksi souvenir tersebut akan diuji oleh *quality control* untuk menjaga kualitasnya. Yang tak kalah penting adalah pengemasan produk. Setelah semuanya selesai, maka barang akan di display di etalase display unit bisnis souvenir “Le Olle UTM”.

Manajemen

Unit bisnis souvenir “Le Olle UTM” dikelola oleh staf pengajar dari beberapa program studi, disamping itu juga merekrut karyawan yang memiliki kompetensi dibidang manajemen usaha dan produksi souvenir. Proses akutansi dilakukan

oleh tenaga administrasi dengan menggunakan software akutansi dan sistem akutansi yang sesuai dengan usaha unit bisnis souvenir, hal ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha dan mengefektifkan sistem pelaporan keuangan.

Secara berkala (6 bulan sekali) aktifitas usaha ini akan diaudit oleh audit internal dilingkungan UTM. Perhitungan penerimaan dari usaha ini merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi pajak. Selanjutnya dari hasil usaha akan didistribusikan untuk biaya operasional, gaji karyawan dan pengelola, tabungan usaha serta modal bergerak.

Pemasaran

Pada tahap awal, pemasaran produk souvenir “Le Olle UTM” diarahkan pada pasar di dalam lingkungan kampus UTM. Mahasiswa, dosen, karyawan inilah yang nantinya menjadi target pasar Unit bisnis souvenir “Le Olle UTM”. Selain itu, tamu UTM baik tamu yang kehadirannya sebagai peserta kegiatan-kegiatan ilmiah di kalangan dosen, kegiatan kemahasiswaan, ataupun keluarga mahasiswa yang datang ke UTM dalam rangka menghadiri acara wisuda kelulusan.

Pemasaran dilakukan dengan cara menyediakan ruang yang permanen sebagai galeri souvenir untuk pemasaran produk souvenir yang langsung dikelola oleh Unit bisnis souvenir “Le Olle UTM”. Tidak menutup kemungkinan, dibuka gerai display di tiap-tiap fakultas dan unit kerja yang ada di UTM. Selain itu, setiap kali ada kegiatan-kegiatan besar di UTM, bisa membuka gerai non permanen.

Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia Unit bisnis souvenir “Le Olle UTM” dibagi menjadi dua level, yaitu level manajerial dan level operasional. Untuk

level manajerial terdiri dari satu orang manajer dan dua orang kepala divisi, yaitu divisi produksi dan divisi pemasaran. Level operasional terdiri atas satu orang bagian administrasi dan keuangan, dan satu orang bagian desain dan produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit usaha yang bernama Unit Bisnis Souvenir “Le Olle UTM” menempati ruangan di gedung softskill lantai satu yang dilengkapi dengan pendingin ruangan, fasilitas listrik dan air, serta koneksi internet, tenaga kebersihan dan keamanan. Saat ini unit bisnis yang dikelola belum mempunyai badan hukum namun hasil rapat dengan Pembantu Rektor I UTM, Unit Bisnis Souvenir ini kedepannya akan menjadi salah satu unit usaha yang bisa menjadi *pool of entrepreneurs* yang ada di UTM dalam mendukung pengembangan inkubator bisnis yang merupakan program kedua utama universitas.

Pelaksanaan program pengabdian Ipteks bagi kreatifitas kampus (IbIKK) tahun 2015 dimulai pada bulan Mei 2015. Ada beberapa kegiatan yang sudah dilaksanakan yang meliputi orientasi awal program, persiapan produksi souvenir dan pengelolaan, pelaksanaan lomba desain souvenir berciri khas UTM yang diikuti oleh civitas akademika Universitas Trunojoyo Madura, mengikuti workshop dan training pembuatan souvenir, produksi souvenir, promosi dan penjualan.

a. Persiapan Pelaksanaan Program

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian IbIKK, dilaksanakan rapat koordinasi untuk menentukan gerak langkah dan pelaksanaan program. Persiapan untuk produksi dan penjualan. Segala hal terkait pelaksanaan program diidentifikasi untuk keberlangsungan program. Brain storming untuk persiapan produksi, produksi souvenir, sampai dengan promosi dan penjualan

produknya. Pada rapat tahap persiapan ini dihadiri oleh semua pengelola/pengusul program dan juga tenaga bantu yang mendukung jalannya usaha unit bisnis souvenir “Le Olle UTM”.

b. Persiapan Produksi

Untuk memastikan bahwa produksi akan berjalan dengan baik, dilaksanakan tahapan dalam persiapan produksi. Dalam produksi souvenir, salah satu hal yang paling penting adalah desain untuk tiap produk souvenir tersebut. Untuk mendukung berjalannya kegiatan, maka pengelola program mengikuti workshop desain dengan harapan mendapat tambahan pengetahuan dan wawasan tentang desain souvenir. Selain itu juga mengadakan lomba desain souvenir berciri khas UTM. Untuk tahun ini lomba diikuti oleh mahasiswa dan karyawan Universitas Trunojoyo Madura dengan jumlah peserta lebih dari 80 peserta dengan berbagai macam desainnya untuk berbagai produk. Dari 80 desain yang masuk ke panitia lomba yang diadakan oleh pengelola program, terdapat 6 orang peserta yang dinyatakan sebagai pemenang dengan kriteria hasil karya yang orisinal dan berciri khas UTM.

Selain itu, juga diadakan studi ke unit kajian budaya Jawa Timur untuk bisa melihat dan mengembangkan aneka desain dan produk yang cocok diproduksi dan dipasarkan di kampus UTM sebagai cinderamata atau lainnya. Pengelola juga mengirim tenaga bantu untuk produksi dan pengelolaan program IbIKK untuk mengikuti magang pembuatan souvenir berbahan dasar karet ke Bandung, tepatnya ke CV. Gelar Nesia Pradana yang merupakan pusat pelatihan dan pembuatan souvenir karet. Selain magang pembuatan souvenir berbahan karet untuk gantungan kunci, magnet kulkas, dan gelang, juga pembelian alat produksi

dan bahan baku produksi. Untuk produksi souvenir berbahan karet, dibutuhkan oven, cairan karet, cetakan dan bahan untuk gantungan kunci. Semua alat dan bahan tersebut juga sudah ada dan digunakan untuk memproduksi gantungan kunci karet dan magnet kulkas karet.

Untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan pengelola khususnya tenaga bantu, juga dilakukan magang tentang pembuatan souvenir dan printing. Alat dan bahan produksi sederhana juga sudah dimiliki untuk memproduksi souvenir-souvenir seperti pin, blocknote, pulpen, gantungan kunci akrilik, kaos dan lainnya.

Untuk pra-produksi, dilakukan survey kepada seluruh civitas akademika melalui media sosial yang ada di UTM, khususnya terkait jenis dan produk souvenir apa yang diinginkan. Sehingga ketika diproduksi, produk-produk tersebut bisa memenuhi keinginan konsumen.

c. Produksi Souvenir

Jenis souvenir yang diproduksi meliputi gantungan kunci, pin, mug, pulpen, sticker, blocknote, magnet kulkas. Untuk gantungan kunci ada yang berbahan karet ada juga yang berbahan seperti pin. Untuk magnet kulkas disediakan dari bahan karet dengan pertimbangan, souvenir berbahan karet masih jarang dibandingkan dengan souvenir berbahan dasar lainnya. Untuk souvenir berbahan dasar karet, sudah bisa diproduksi sendiri karena tenaga bantu produksi sudah mengikuti magang pembuatan souvenir berbahan dasar karet.

Selain itu, souvenir yang telah diproduksi adalah tas untuk seminar kit yang merupakan pesanan dari unit/program studi di universitas trunojoyo madura. Souvenir tas tersebut dipesan untuk memenuhi kebutuhan seminar nasional. Berhubung unit bisnis souvenir "Le Olle UTM" belum mempunyai tenaga

ahli serta peralatan untuk jahit menjahit, maka untuk produksi tas seminar kit tersebut masih menggunakan vendor luar sebagai bentuk kerjasama.

Untuk pengadaan pin dan mug sudah bisa diproduksi sendiri dengan peralatan dan bahan yang ada. Juga tenaga yang sudah bisa memproduksinya setelah mengikuti pelatihan singkat pembuatan berbagai souvenir tersebut. Sedangkan untuk pulpen berciri khas UTM yang diproduksi dengan desain gravir timbul juga masih bekerja sama dengan pihak luar mengingat belum ada alat untuk membuat gravir timbul. Untuk tahun ini belum dianggarkan untuk pembelian alat tersebut.

Blocknote yang diproduksi, untuk blocknote sederhana sebagai seminar kit juga bisa diproduksi sendiri. Namun blocknote souvenir berciri khas UTM dengan hardcover juga masih bekerjasama dengan vendor luar. Mesin cetak dan sebagainya untuk tahun ini juga belum dianggarkan. Mesin cutting untuk sticker untuk tahun ini belum dianggarkan, sehingga untuk produksi stiker cutting juga mencari rekanan dari luar universitas, sedangkan sticker biasa bisa dicetak sendiri. Semua souvenir yang diproduksi masih berciri khas UTM.

d. Promosi dan Penjualan

Untuk promosi produksi souvenir berciri khas UTM, konsumen yang disasar adalah seluruh civitas akademika Universitas Trunojoyo Madura. Promosi dilakukan dengan cara penjualan langsung dan melalui media sosial di grup-grup karyawan, dosen dan grup himpunan mahasiswa jurusan dengan menggunakan media sosial pengelola program. Selain itu, dilakukan juga pemasangan leaflet di papan-papan pengumuman yang ada dan tersebar di setiap fakultas dan kantor pusat. Untuk penjualan langsung dilakukan

di gerai IbIKK dengan display. Selain itu juga gerai non-permanent di ruang kuliah bersama (RKB), khususnya sementara masih ada di RKB E.

Untuk saat ini, dari enam item barang souvenir yang diusulkan dalam proposal bisa direalisasikan lebih dari enam item. Penjualan meliputi barang souvenir berbentuk pin 44mm laminasi, pin 58mm standar, gantungan kunci standar kecil, gantungan kunci standar besar, gantungan kunci karet, magnet kulkas, mug, sticker biasa, sticker cutting, pulpen gravir Universitas Trunojoyo Madura, blocknote, kaos katun, kaos polo.

Untuk tas seminar dan blocknote masih dalam taraf menerima pesanan saja apabila ada unit yang menyelenggarakan seminar. Untuk vandell atau cinderamata juga hanya diproduksi apabila ada pesanan dari unit-unit di UTM. Untuk produksi vandell dan cinderamata khusus masih bekerjasama dengan pihak luar, mengingat mesin dan peralatan produksi yang mahal dan belum dianggarkan untuk program IbIKK tahun pertama ini.

Peralatan yang dimiliki saat ini lemari, dua meja dan kursi kayu, kursi plastik, meja kecil, dua buah etalase, gantungan baju/kaos, display gantung, display putar, 2 buah oven untuk cetak souvenir berbahan karet, printer inkjet/sublim, printer laser, laptop, alat cetak pin 44mm, alat cetak pin 58mm, alat press mug dan material pendukung produksi souvenir lainnya.

Unit bisnis souvenir "Le Olle UTM" saat ini mempunyai dikelola oleh 1 orang manager, 1 orang kepala divisi produksi, 1 orang kepala divisi pemasaran dan keuangan, dibantu oleh 2 orang tenaga bantu tetap, dan tenaga bantu tidak tetap/freelancer. Tenaga bantu direkrut dari mahasiswa yang sudah semester akhir untuk dilatih dan dikirim magang pembuatan souvenir. Sedangkan satu orang lagi dari tenaga

dosen untuk menjaga keberlangsungan usaha mengingat dosen sudah tetap dan terus di UTM. Mahasiswa semester akhir juga mengajak mahasiswa yang lain untuk membantu produksi souvenir dengan harapan produksi tetap berlanjut dengan menularkan kemampuan produksi souvenir kepada adik kelasnya. Untuk tenaga freelancer direkrut apabila ada produksi yang banyak dan ketika membuka gerai non-permanent untuk event-event tertentu di UTM.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Unit Bisnis Souvenir "Le Olle UTM" telah berjalan dengan dukungan berbagai pihak. Produk-produk souvenir yang diproduksi pada tahap awal mendapat respon yang baik dari civitas akademika UTM. Tahapan yang dilakukan meliputi: konsolidasi awal kegiatan program oleh pengelola, mengadakan lomba desain souvenir, mengirim tenaga bantu pengelola program untuk mengikuti pelatihan/magang pembuatan souvenir berbahan karet, pelatihan dasar pembuatan souvenir pin, mug, gantungan kunci. Setelah itu untuk pra-produksi dan produksi, dilakukan survey pasar tentang souvenir yang paling diminati dan diinginkan serta hal-hal lainnya terkait produk. Setelah itu dilakukan proses produksi souvenir, baik produksi sendiri atau dengan menggandeng rekanan untuk produk yang tahun ini belum dianggarkan pengadaannya dan sumber daya manusianya. Seiring dengan proses produksi, dilakukan juga promosi dan penjualan produk-produk tersebut.

Saran

Untuk mengembangkan usaha souvenir di lingkungan kampus, dukungan penuh dari institusi sangat diperlukan. Universitas selayaknya mendukung penuh berbagai usaha kreatif civitas akademika yang kedepannya dapat

menjadi sumber pendapatan bagi kampus. Perlu adanya variasi desain dan produknya sehingga menambah banyak preferensi konsumen dalam menentukan pilihannya. Promosi dan penjualan juga harus intensif ke semua civitas akademika dan juga masyarakat, baik melalui sosial media maupun melalui banner-banner promosi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Program usaha berjalan atas dukungan Universitas Trunojoyo Madura dan DP2M Dikti dan juga berbagai pihak. Untuk itu, ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Trunojoyo Madura, u.p. Pembantu Rektor II yang telah menyediakan fasilitas untuk pelaksanaan program. Kepada Direktur DP2M Dikti yang telah membiayai pelaksanaan program. Kepala LPPM Universitas Trunojoyo Madura yang telah memfasilitasi jalannya program. Juga kepada civitas akademika UTM yang telah berperan aktif dalam menyukseskan program usaha ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Curran, James and Robert A. Blackburn. 2001. *Researching the Small Enterprise*. London: Sage Publications
- Hutzschenreuter, Jens. 2009. *Management Control in Small and Medium-Sized Enterprises. Indirect Control Forms, Control Combinations and their Effect on Company Performance*. Gabler Research.
- Oktaba, Hanna and Mario Piattini. 2008. *Software Process Improvement for Small and Medium Enterprises: Techniques and Case Studies*. New York: Information Science Reference.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Business Plan. Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia.