

Marakas Motif Carving

Nailissa'adah*, Dina Lusianti

Manajemen / Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*email: nailissa31@gmail.com

ABSTRACT

Kata Kunci:

Marakas Motif Carving; Wood Waste; Jepara; Innovation.

The development of the business world and changes in the business environment in this era of globalization require every industry to do something that is considered to be able to make it survive, one of the keys for businesses to survive is to innovate product or process innovation. On the other hand, the development of sawmill furniture in Jepara produces wood waste. The existence of these wood waste creates new problems for business actors and the surrounding community. With creativity and innovation, by-products of wooden furniture that are no longer useful are processed into marakas musical instruments with a touch of carving motifs typical of the City of Jepara. The combination of carvings in each product in addition to providing aesthetics, also has the value of preserving Indonesian culture, especially the Jepara region. Marakas Motif Carving is a rhythmic musical instrument, so it is very suitable when played as an accompaniment to the rhythm and tempo of the song. The purpose of making this product is to utilize wood by-products into carved marakas musical instruments that have a high selling value.

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis dan perubahan lingkungan bisnis di era globalisasi ini menuntut setiap industri untuk melakukan sesuatu yang dianggap dapat membuatnya bertahan, salah satu kunci agar usaha dapat bertahan yaitu dengan melakukan inovasi produk atau inovasi proses. Disisi lain, berkembangnya penggergajian mebel di Jepara menghasilkan hasil samping kayu. Adanya hasil samping kayu tersebut menimbulkan masalah baru bagi para pelaku usaha dan masyarakat sekitar. Dengan kreativitas dan inovasi, hasil samping mebel kayu yang sudah tidak berguna diolah menjadi alat musik marakas dengan sentuhan motif ukir khas Kota Jepara. Perpaduan ukiran di setiap produk Marakas Motif Carving selain memberikan estetika, juga memiliki nilai pelestarian budaya Indonesia khususnya wilayah Jepara. Marakas Motif Carving ini merupakan alat musik ritmis, sehingga sangat cocok ketika dimainkan sebagai pengiring irama dan pengatur tempo lagu. Tujuan dari pembuatan produk ini adalah memanfaatkan hasil samping kayu menjadi alat musik marakas ukir yang memiliki nilai jual tinggi.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis dan perubahan lingkungan bisnis di era globalisasi ini menuntut setiap industri untuk melakukan sesuatu yang dianggap dapat membuatnya bertahan. Kunci untuk dapat bertahan tumbuh, dan tetap menguntungkan adalah dengan

terus menerus mengembangkan produk dan proses baru (Hartman, Tower dan Seboria dalam Indriani dan Prasetyowati, 2018; Tohidi dan Jabbari, 2020). Menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2018:36) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Dalam membuat inovasi produk, usahawan perlu mengetahui kebutuhan konsumen agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen.

Kabupaten Jepara merupakan kabupaten kecil yang mempunyai banyak industri yang berkembang di masyarakat baik skala besar, menengah maupun industri kecil. Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara pada tahun 2017 menyatakan sebanyak 5.870 buah unit usaha furniture kayu di kabupaten Jepara. Jepara yang terkenal dengan sebutan Kota Ukir, kini berubah menjadi Kota Ukir Dunia. Setelah meningkatkan citra Jepara "*The World Carving Center*", karena produk-produk ukir Jepara sudah sangat terkenal dan sangat banyak penyuka seni ukiran Jepara dari berbagai negara.

Dengan berkembangnya penggergajian mebel di Jepara menghasilkan hasil samping kayu. Adanya hasil samping kayu tersebut menimbulkan masalah baru bagi para pelaku usaha itu dan masyarakat di sekitarnya. Hasil samping kayu mahogany bisa digunakan atau dimanfaatkan sebagai barang aksesoris furniture atau pernak pernik pada produk mebel Jepara. Hasil samping kayu tersebut banyak di jual kembali oleh para pembuat mebel Jepara sebagai kayu bakar untuk oven kayu atau diolah kembali oleh para pembuat komponen untuk pelengkap produk furniture Jepara.

Pengolahan hasil samping kayu sebaiknya bukan menghilangkan nilai yang terkandung, tetapi hendaknya mengubah hasil samping kayu menjadi produk yang dapat dimanfaatkan. Berdasarkan kondisi tersebut, maka diperlukan suatu proses untuk mengolah dan memanfaatkan hasil samping mebel kursi kayu agar dapat memberikan nilai tambah. Dengan kreativitas dan inovasi, hasil samping mebel kursi kayu yang sudah tidak berguna akan diolah menjadi aneka kerajinan yang unik, bernilai serta berdayaguna.

Marakas termasuk alat musik yang berfungsi ritmis sebagai pengiring pengaturan tempo dan membantu memberi ketukan pada lagu (Ensiklopedia Jakarta, 2019). Berdasarkan suara yang dihasilkannya, marakas tergolong "idiofon" dimana sumber suara berasal dari fisik alat musiknya itu sendiri, yaitu dengan cara digoyang-goyangkan atau diguncangkan. Perpaduan marakas dengan sentuhan motif ukir khas Kota Jepara menghasilkan marakas ini lebih unik dan berfungsi mengenalkan kebudayaan ukir Jepara.

Saat ini, pemerintah menghimbau kepada seluruh jajaran perangkat daerah untuk mengembangkan bisnis terutama UMKM di daerahnya masing-masing guna meningkatkan potensi daerah dalam berekspansi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kompasiana.com, 2021). Jepara sendiri merupakan destinasi wisata pantai yang tiap tahunnya kurang lebih ada 1 juta pengunjung (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, 2019). Kondisi inilah yang menjadikan keistimewaan

dari kota Jepara. Oleh karena itu, perlu digagas sebuah produk yang bernilai jual tinggi dan banyak peminatnya yakni “Maracas Motif Carving”.

METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan berupa manajemen usaha, tahap survey pasar, persiapan alat dan tempat, produksi, dan persiapan promosi.

Manajemen Usaha

a. *Planning*

Rencana ketenagakerjaan disusun dengan mengidentifikasi kebutuhan karyawan, yang mengacu pada Human Capital Plan. Rencana ketenagakerjaan fokus pada peningkatan produktivitas dan efisiensi dengan merujuk pada acuan yang kompetitif.

b. *Organizing*

Melakukan pengorganisasian kepada pegawai sesuai dengan kebijakan perusahaan, manajemen berupaya untuk memastikan bahwa perencanaan perusahaan dilakukan lebih sistematis, tidak terlalu rumit, teratur, terintegrasi, selaras dengan visi dan misi perusahaan, serta dapat dilaksanakan dengan baik sesuai dengan yang telah direncanakan, dan juga memudahkan untuk melakukan evaluasi dan pengendalian pada saat pelaksanaan nantinya.

c. *Actuating*

Mengarahkan pegawai sesuai dengan tugas, fungsi dan perannya sehingga dapat mengoptimalkan potensi untuk mencapai visi, misi dan program kerja yang telah disusun.

d. *Controlling*

Pengamatan atas pelaksanaan seluruh kegiatan unit perusahaan yang diperiksa untuk menjamin agar seluruh pekerjaan yang sedang dilaksanakan sesuai dengan rencana dan peraturan yang telah dibuat perusahaan.

Tahap Survey Pasar

Pada tahap ini tim pelaksana melakukan survey bahan baku utama yaitu, hasil samping kayu ke daerah Batealit, Jepara. Selanjutnya melakukan survey pasar melalui *google form* kepada pengunjung destinasi wisata yang ada di daerah Jepara dan studio musik yang berada di karisidenan Pati. Serta melihat apa yang diminati banyak konsumen dan memprediksi tingkat kejenuhan produk oleh para konsumen. Jangka waktu untuk melakukan tahapan ini yakni selama satu minggu.

Tahap Persiapan Alat dan Tempat

Sebelum memulai untuk kegiatan produksi maka yang dilakukan pertama kali ialah mempersiapkan peralatan hasil samping kayu mahogany, biji-bijian, stiker merk, amplas, lem kayu, cat kayu, ultran politur P-03 UV, box kemasan kardus, gergaji, alat ukur, pensil, kuas, tang jepit kecil, tang besar, palu dan pisau. Jangka waktu yang diperlukan dalam tahap ini adalah tiga minggu agar lebih efektif dan efisien.

Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan tahap inti, pada tahap ini ada beberapa hal yang harus dilakukan. Untuk memberikan produk “Maracas Motif Carving” yang berkualitas maka dipilihlah bahan baku dari hasil samping kayu yang masih layak dan kuat untuk dapat diproduksi guna menghasilkan sebuah produk yang berkualitas tinggi meskipun bahan baku berasal dari hasil samping. Waktu yang dibutuhkan dalam produksi ini yakni selama enam minggu.

Langkah-langkah pembuatan Marakas Motif Carving :

1. Memilih dan memilah hasil samping kayu yang masih layak digunakan untuk produksi alat musik marakas.
2. Hasil samping kayu yang telah dipilih di bentuk sesuai model marakas yang diinginkan.
3. Setelah bentuk marakas sudah sesuai dengan model yang diharapkan, lalu masuk ke bagian pengamplasan. Dibagian ini diperlukan agar permukaan bisa halus dan media kayunya bisa bersih dari kotoran dan cacat kayu.
4. Selanjutnya, marakas diberikan sentuhan motif ukir khas Jepara. Warna disesuaikan dengan perpaduan motifnya.
5. Tidak kalah pentingnya yaitu proses *sanding sealer*, proses ini dilakukan berkali-kali agar mendapatkan hasil yang maksimal.
6. Langkah terakhir adalah pemackingan. Untuk meningkatkan *branding* Marakas Motif Carving, tim menggunakan *box packaging* yang menarik.
7. Marakas Motif Carving siap untuk dipasarkan melalui *offline* dan *online*, seperti ke toko maupun *bundling* ke studio musik dan destinasi wisata yang ada di daerah Jepara.



Gambar 1. Hasil Samping Kayu

Tahap Persiapan Promosi

Pada tahap ini adalah mendesain poster dan mempersiapkan media sosial yang akan digunakan untuk promosi. Agar persiapan dapat maksimal maka dibutuhkan waktu selama tiga minggu termasuk pembuatan desain. Setelah selesai melaksanakan produksi maka tahap selanjutnya adalah memasarkan produk di seluruh wilayah Indonesia melalui pemasaran offline maupun online. Pemasaran dilakukan dengan jangka waktu selama

delapan minggu. Tatap yang terakhir adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini merupakan evaluasi terhadap serangkaian kegiatan. Atas segala kekurangan dan ketidaksesuaian serta perhitungan laba dari usaha ini, yang biasa dilakukan pada akhir bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Produk

Marakas Motif Carving ini merupakan alat musik yang unik sebagai inovasi dari hasil samping kayu yang dapat membuka lapangan pekerjaan serta meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat sehingga mampu mengentaskan kemiskinan. Marakas Motif Carving mempunyai daya tarik sendiri, dengan ditambahnya sentuhan motif ukir berfungsi sebagai peningkatan pengetahuan tentang Kota Jepara.

a) Bentuk Marakas Motif Carving



Gambar 2. Marakas Motif Carving

b) Gambar Logo Marakas Motif Carving



Gambar 3. Desain Logo Marakas Motif Carving

Analisa Tren Pasar

Produk Marakas Motif Carving ini memiliki pangsa pasar yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat mulai dari kalangan anak-anak, remaja maupun dewasa. Saat ini produk marakas motif carving sangat digemari banyak kalangan, bukan hanya dari kalangan pencinta alat musik saja. Tidak hanya untuk dewasa, alat musik marakas sangat bagus untuk melatih motorik dan meningkatkan kreativitas anak.

Peluang dan Segmentasi Pasar

Peluang dan segmentasi dari Marakas Motif Carving jika ditinjau dari segmentasi geografinya yaitu dengan menargetkan penjualan pada semua pasar yang ada di wilayah Indonesia. Tidak hanya di perkotaan tetapi di wilayah pinggiran kota dapat menemukan Marakas Motif Carving ini. Dengan memanfaatkan pemasaran melalui media sosial, membuat proses pengenalan pelanggan menjadi lebih mudah. Segmentasi secara

demografi, menargetkan penjualan kepada semua kalangan (pria-wanita, anak-anak hingga dewasa). Segmentasi psikografi dari Marakas Motif Carving yaitu, ditargetkan kepada kelas sosial menengah, yang menyukai musik, dan ingin mencoba hal-hal baru.

Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk Marakas Motif Carving :

1. *Product*

Produk Marakas Motif Carving memiliki keunggulan pada kualitas bahan produk yang terdiri dari hasil samping mebel Jepara dengan harga yang cukup bersaing. Sehingga produk Marakas Motif Carving dapat diterima dipasar

2. *Price*

Menawarkan produk Marakas Motif Carving dengan harga yang terjangkau (*penetration price*). Perproduk marakas dihargai Rp 40.000,00, bila pembelian diatas 3 produk akan diberikan potongan harga tersendiri.

3. *Promotion*

Dilakukan dengan dua cara dalam mendekati pelanggan. Pertama, pemasaran *offline*, terbagi menjadi dua. Marakas Motif Carving menghampiri pembeli. Melakukan pendekatan untuk calon pembeli yang mungkin belum mengenal toko “Artistik Musik”. Dengan membuka stand pada kegiatan Car Free Day. Selain itu, “Artistik Musik” juga menampilkan *live music* dengan memainkan produk kami. Para pengunjung bebas untuk memilih marakas bahkan ikut bermain musik. Kedua, pemasaran online. Pemasaran melalui media sosial. Pemasaran Marakas Motif Carving harus inovatif dengan menciptakan konten yang kreatif serta dapat berkomunikasi dengan konsumen. Memanfaatkan seoptimal mungkin media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.

4. *Place*

Lokasi toko berada di pinggir jalan raya. Lokasi yang strategis ini memudahkan para pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan. Tidak hanya berfokus pada satu lokasi promosi, produk ini juga melakukan kerjasama dengan berbagai mitra agar Marakas Motif Carving dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

Analisis Perhitungan Kelayakan Usaha

Biaya Produksi Habis Pakai yang telah dihitung sebesar Rp 1.294.000,- dalam sebulan.

Harga Pokok Penjualan (HPP)

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= (\text{Total biaya produksi perbulan})/(\text{Kapasitas produksi perbulan}) \\ &= (\text{Rp } 1.294.000/10 \text{ buah}) \\ &= \text{Rp.12.940,-} \end{aligned}$$

Harga Jual = Rp.40.000,-

Keuntungan Marginal

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan Marginal} &= \frac{(\text{Harga Jual} - \text{Harga Pokok Produksi})}{(\text{Harga Pokok Produksi})} \\ &= \frac{(\text{Rp } 40.000 - \text{Rp } 13.000)}{(\text{Rp } 13.000)} \\ &= 2,07 \times 100\% \end{aligned}$$

Break Even Point (BEP)

$$\begin{aligned} &= \frac{(\text{Biaya Produksi perbulan})}{(\text{Harga Jual})} \\ &= \frac{(\text{Rp } 1.294.000)}{(\text{Rp } 40.000)} \\ &= 32,35 \end{aligned}$$

Jadi, setiap bulan Marakas Motif Carving yang terjual minimal 33 buah.

Marakas Motif Carving berpotensi untuk berkembang luas kedepannya. Keberlanjutan usaha ini dapat dilihat dari analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk melalui *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) yang akan dihadapi oleh perusahaan. Berikut analisis Marakas Motif Carving:

1. *Strength*

- Terbuat dari hasil samping limbah yang sudah tidak terpakai lagi
- Banyaknya peminat yang menyukai alat musik marakas
- Harga yang relatif cukup murah
- Target pasar yang cukup luas
- Bahan baku yang mudah didapatkan

2. *Weakness*

- Banyaknya produsen alat musik marakas
- Belum dikenal masyarakat karena produk baru
- Membutuhkan promosi yang intensif sebagai langkah awal untuk memperkenalkan suatu produk

3. *Opportunity*

- Membuka lapangan pekerjaan baru karena dalam proses produksi melibatkan banyak pihak
- Cocok untuk digunakan oleh semua kalangan

4. *Threat*

- Perlu untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada para tenaga kerja
- Belum dikenal masyarakat luas
- Pesaing yang cukup banyak dan juga memberikan harga yang hampir setara

KESIMPULAN

Berdasar pada hasil dan pembahasan mengenai Marakas Motif Carving dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan hasil samping kayu dalam pembuatan Marakas Motif Carving membawa nilai tambah bagi produk asalnya.
2. Perpaduan ukiran di setiap produk Marakas Motif Carving selain memberikan estetika juga memiliki nilai pelestarian budaya Indonesia khususnya wilayah Jepara.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat memperbanyak inovasi produk dari hasil samping kayu dengan tidak melupakan unsur ukiran khas Jepara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktur Jendral Pendidikan Tinggi melalui Direktur Pembelajaran dan Kemahasiswaan, **Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan** yang telah memberi “dukungan financial” terhadap karya ini. Tidak lupa kami ucapkan terimakasih pula kepada Bu Dina Lusianti yang telah membantu mendampingi dan membimbing dalam pelaksanaan karya ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, K. (2021, Juni 17). Strategi Pengembangan UMKM Guna Menopang Perekonomian Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19. Di akses pada 17 Juni 2021, dari: <https://www.kompasiana.com/kettydiana/5eea423ad541df47ea6680c2/strategi-pengembangan-umkm-guna-menopang-perekonomian-masyarakat-pada-masa-pandemi-covid-19>
- Jabbari, T. d. (2020). Product Innovation Performance in Organization . *Procedia Technology*, 521-523.
- Ensiklopedia Jakarta. (2019, September 29). Marakas, Seni Musik. Diakses pada 29 September 2019, dari <http://encyclopedia.jakarta-tourism.go.id/post/marakas--seni-musik?lang=id>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of marketing. Harlow, England: Pearson.
- Prasetyowati, I. F. (2018). Studi Mengenai Inovasi Produk pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran di Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*(7(2)), 249-272.