

Corpies: Creative Business of Cans and Paper Waste Using Painting Techniques to Increase the Value of Used Objects

Corpies: Bisnis Kreatif Pemanfaatan Sampah Kaleng dan Kertas Menggunakan Teknik Lukis Sebagai Usaha Meningkatkan Nilai Benda Bekas Pakai

Joni Agung Sudarmanto

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: joniagung.fs@um.ac.id

Paper received: 01-04-2021; revised: 15-04-2021; accepted: 30-04-2021

Abstract

In this modern era, handmade products are increasingly popular because people have begun to appreciate art. SMEs have many ways to grow with many government facilities and exhibitions that support handmade products. This is a positive sign for domestic products to be more prominent. Products that raise social issues also get more attention from the public, one of which is environmental issues. Behind the consumptive culture of humans, there are problems that they create, one of the most visible is the amount of waste. To overcome this problem, innovations were created to process consumption waste into usable products that have more economic value than just being recycled. "Corpies" business target is to process waste into reusable objects. This business focuses on producing products with painting techniques that are also become its trademark. The products produced include painting cans, stools, painting cutting boards, painting totebag, painting shoes. The method used in creating this business is in accordance with the business development timeline which consists of 9 flows starting from the collection of raw materials, the cleaning process of raw materials, to the documentation and marketing process of the product. This business also engage the participation of the surrounding community in its production so that it is expected to create a positive impact for the community, one of which is creating a new culture, such as collecting used cans, so that they can be reused and produced into high-value products.

Keywords: creative business, trash cans and paper, painting techniques, corpies

Abstrak

Di era modern, produk buatan tangan semakin digemari karena masyarakat sudah mulai menghargai karya seni. UKM memiliki banyak cara berkembang dengan banyaknya fasilitas dari pemerintah dan pameran yang mendukung produk buatan tangan. Ini menjadi pertanda positif bagi produk dalam negeri untuk semakin menonjol. Produk yang mengangkat isu sosial juga mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat, salah satunya isu lingkungan. Dibalik budaya konsumtif manusia, terdapat masalah yang mereka ciptakan, salah satunya adalah menumpuknya sampah. Untuk mengatasi masalah tersebut, diciptakan inovasi untuk mengolah sampah hasil konsumsi menjadi produk layak pakai yang lebih bernilai ekonomi daripada sekedar didaur ulang. Target bisnis "Corpies" adalah mengolah sampah menjadi benda yang dapat dipakai kembali. Bisnis ini fokus memproduksi produk dengan teknik lukis yang menjadi ciri khasnya. Produk yang diproduksi diantaranya adalah kaleng lukis, stool, talenan lukis, tote bag lukis, sepatu lukis. Metode yang digunakan dalam menciptakan bisnis ini sesuai dengan alur pengembangan bisnis yang terdiri dari 9 alur yang dimulai dari pengumpulan bahan baku, pembersihan bahan baku, hingga proses dokumentasi dan pemasaran. Bisnis ini turut mengajak partisipasi masyarakat sekitar dalam produksinya sehingga diharapkan dapat menciptakan dampak positif bagi komunitas, salah satunya adalah menciptakan budaya baru mengumpulkan kaleng bekas untuk digunakan kembali dan diproduksi menjadi produk bernilai jual tinggi.

Kata kunci: bisnis kreatif, sampah kaleng dan kertas, teknik lukis, corpies

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman membawa banyak perubahan karakter masyarakat. Jika dahulu masyarakat tidak terlalu menyukai produk buatan tangan, saat ini produk buatan tangan (*handmade*) sangat digemari. Produk kerajinan menggunakan proses tradisional tidak semakin ditinggalkan dan bahkan para konsumen gencar berburu produk *handmade* (Sulistiowati, 2015). Konsumen sudah mulai menghargai produk-produk dengan konsep *handmade* yang mengangkat isu-isu lingkungan. Produk-produk buatan tangan saat ini sangat digemari walau harga yang ditawarkan juga cenderung lebih mahal. Produk buatan tangan biasanya memiliki kekhas-an tersendiri yang akan menjadi keunggulan produk. Ketika konsumen membeli produk *handmade*, secara tidak langsung konsumen tersebut telah membeli hasil karya produsen tersebut dan mendukungnya untuk melanjutkan karya-karyanya selanjutnya. Melihat perubahan daya pandang masyarakat tersebut, saat ini juga cukup banyak pameran produk *handmade* di Indonesia yang sangat diminati masyarakat, sebut saja INACRAFT yang merupakan event pameran produk handicraft terbesar yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat. Lengkong (2011) menyebutkan bahwa terjadi perkembangan yang sangat signifikan dari perkembangan pameran INACRAFT. Jumlah peserta pameran yang mencapai 1.650 stand di tahun 2009 sangat berbanding jauh dengan ketika pertama kali diadakan di tahun 1999 (102 peserta). Kontrak bisnis retail rata-rata yang mencapai Rp. 85,017,272 per peserta juga merupakan angka yang sangat fantastis melihat penyelenggaraan pameran yang hanya 5 hari.

Semakin berkembangnya zaman juga menjadikan manusia semakin individual. Masyarakat saat ini lebih menyukai produk yang tidak pasaran dan eksklusif. Perbedaan menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat saat ini. Hal inilah yang juga ikut melatarbelakangi kesukaan masyarakat terhadap produk *handmade* karena bersifat eksklusif. Masyarakat juga menyukai produk dengan konsep *customize* dan *co-creation*. Konsep *customize* merupakan upaya untuk menyesuaikan produk menggunakan impian yang diinginkan konsumen (Istijanto, 2007). Prahalad dan Ramaswamy (2004) menjelaskan bahwa *co-creation* didefinisikan menjadi proses penciptaan nilai bersama pelanggan & perusahaan. Sedangkan Payne (2008) menekankan proses *value co-creation* menjadi interaksi antara perusahaan dengan pelanggan sebagai rangkaian pengalaman & aktivitas dinamis & interaktif yang dilakukan bersama antara perusahaan & pelanggan, baik dalam konteks direncanakan sebelumnya, dilakukan secara rutin ataupun tidak. Dengan konsep *customize* dan *co-creation*, konsumen dapat turut menuangkan idenya terhadap produk yang akan dibuat sehingga produk dapat sesuai dengan keinginan konsumen.

Selain hal positif di atas, perkembangan zaman juga masih menyisakan masalah-masalah sosial di masyarakat, diantaranya kemiskinan dan pengangguran. Masalah lain yang dihasilkan dari perkembangan zaman adalah budaya konsumtif dimana manusia tidak selalu membeli barang berdasarkan kebutuhan, namun hanya dari keinginan sesaat. Motif pembelian terhadap barang yang sifatnya emosional adalah sesuatu yang mendorong orang membeli tanpa alasan (Sipunga & Muhammad, 2014). Budaya konsumtif menghasilkan fenomena negatif yaitu banyaknya sampah. Sampah mencemari lingkungan dan pengolahan sampah menjadi produk baru telah menjadi isu yang hangat diperbincangkan sebagai salah satu usaha menjaga lingkungan. Pada tahun 2014, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia setelah Cina (Jalal, 2019). Konsumsi produk yang semakin banyak dari masyarakat semakin menghasilkan sampah yang juga banyak. Menurut (Sukerti, 2007) meningkatnya volume sampah diiringi oleh laju pertumbuhan penduduk, peningkatan

teknologi, kegiatan sosial budaya & pertumbuhan ekonomi warga di suatu daerah. Saat ini lebih dari 90% kabupaten/kota di Indonesia masih menggunakan sistem open dumping atau bahkan dibakar (Mintarsih, 2015). Salah satu cara untuk mengubah sampah-sampah tersebut lebih berguna adalah dengan mengolahnya menjadi produk baru dengan nilai yang lebih tinggi. Sampah yang akan diolah dalam bisnis ini adalah sampah kaleng dan kertas, namun sebagian besar kami masih terfokus pada pemanfaatan kaleng bekas. Kaleng sangat erat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari selain plastik dan kertas. Setelah produk dipakai, kaleng yang biasanya berfungsi sebagai wadah biasanya dibuang. Kaleng tersebut sebenarnya dapat diolah untuk menjadi kaleng dengan fungsi baru yang lebih bernilai.

Dalam bisnis ini, penulis mengubah produk sisa seperti kaleng dan kertas bekas menjadi produk baru berbasis handmade agar sesuai dengan minat konsumen saat ini terhadap produk handmade dengan konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*). Selain mengolah sampah, dalam usaha ini penulis juga berfokus pada pengolahan produk-produk jadi bernilai rendah menjadi produk baru dengan nilai lebih tinggi. Dalam pengolahannya, penulis akan menggunakan teknik lukis. Target dalam bisnis ini adalah mengolah kaleng bekas, kertas bekas dan benda-benda pendamping lain seperti pembedangan, talenan, kaos, kain, buku, sepatu menjadi produk baru yang bernuansa lukis modern yang banyak diminati masyarakat saat ini. Bisnis ini bekerjasama dengan pihak luar berupa produsen produk yang akan diolah dan juga mengumpulkan produk-produk kaleng dan kertas bekas dari keluarga-keluarga yang memiliki produk kaleng dan kertas yang sudah tidak terpakai.

Hal yang tidak boleh tertinggal adalah pemasaran. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan seseorang atau kelompok lainnya (Kotler, 2005). Pemasaran dalam bisnis ini berfokus pada pemasaran online melalui media sosial atau website *e-commerce* dan *offline* melalui bazar atau pameran.

Dalam hal sumber daya manusia, penulis menangani proses pendesainan produk dan produksi. Selanjutnya, penulis mengambil pekerja dari masyarakat di kota Malang khususnya di desa Lowokwaru untuk kemudian dilatih membuat karya. Pekerja yang diambil nantinya akan difokuskan pada ibu rumah tangga dan remaja yang membutuhkan pekerjaan.

2. Metode

Mengacu pada analisis situasi dan *trend* yang sedang berkembang, berikut adalah metode yang digunakan/ *business development timeline* dari bisnis yang dirintis.

2.1. Mengumpulkan bahan baku dan menetapkan harga produk

Bahan baku yang dikumpulkan berupa kaleng bekas, kertas bekas, dan beberapa bahan lain seperti talenan, kain, pembedangan, sepatu, kain kanvas. Kaleng bekas dikumpulkan dari rumah tangga yang memiliki kaleng-kaleng bekas pakai yang sudah tidak digunakan. Pengumpulan kaleng bekas ini difokuskan di sekitar tempat produksi, yaitu di desa Tunggulwulung. Namun untuk kedepannya, tidak menutup kemungkinan jangkauan akan semakin luas karena memang tujuannya untuk mengumpulkan sampah di berbagai daerah. Sedangkan untuk pengumpulan kertas, karena yang digunakan ada beberapa macam, misalnya kertas karton dan HVS, maka untuk kertas karton, kami mengumpulkan dari rumah tangga. Sedangkan untuk kertas HVS, kami mengumpulkan dari kertas sisa-sisa mahasiswa Universitas.

Bahan baku yang dikumpulkan juga tidak hanya sekedar barang bekas pakai, dalam usaha ini, perusahaan juga akan mengumpulkan bahan berupa sepatu polos, kain kanvas yang dapat didapatkan di supplier sepatu di Jatinegara (untuk sepatu polos kanvas dengan kualitas bagus), Jakarta dan kawasan Tamim, Bandung untuk berbagai jenis kain kanvas berkualitas tinggi dengan berbagai pilihan. Bahan baku lain yang dibutuhkan adalah produk kerajinan kayu polos seperti talenan dan pemedangan, yang bisa didapatkan secara mudah di beberapa pengrajin kayu di daerah Junrejo kota Batu.

Dalam memperoleh bahan-bahan baku ini, perusahaan juga sudah mengadakan kesepakatan dengan beberapa UKM diantaranya sebagai berikut:

- 1) CV. Agung Kreativindo Utama sebagai pihak yang akan membantu dan membimbing proses pemasaran/ marketing produk. CV ini terletak di Tunggulwulung Malang dan sudah beberapa tahun memproduksi produk *home decoration*.
- 2) UD. Tohu Srijaya di daerah Junrejo kota Batu sebagai UKM yang dapat membantu untuk mensupply produk-produk berbahan kayu seperti talenan polos. UD Tohu Srijaya juga merupakan perusahaan pembuatan berbagai peralatan rumah tangga sehingga dapat membantu kami untuk membuat *prototype* produk yang kami ingin produksi.
- 3) Toko Pasific yang berlokasi di daerah alon-alon kota Malang bersedia menjadi mitra untuk penyediaan bahan-bahan dan peralatan produksi produk berupa: cat akrilik, binder, vernis, kuas dan sebagainya.

Bahan baku yang dibutuhkan dalam usaha ini berupa kaleng-kaleng bekas yang tidak terpakai. Pengertian bahan baku (Arif Suadi, 2000) adalah “bahan yg sebagai bagian produk jadi & bisa diidentifikasi ke produk jadi. Kaleng-kaleng ini akan dikumpulkan dari masyarakat. masyarakat akan di edukasi untuk tidak membuang kaleng bekas milik mereka karena kaleng tersebut dapat dijual kembali. Kaleng bekas ini akan kami beli dengan kisaran harga Rp 500 hingga Rp 20.000 tergantung ukuran dari kaleng tersebut.

Selanjutnya adalah penetapan harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2013), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau memakai produk atau jasa. Untuk harga produk, kami menetapkan harga dengan membagi-bagi dalam persentase berikut bahan baku dan peralatan (15%), upah kerja karyawan (15%), biaya lain-lain (5%), dan laba (65%). Misalnya untuk kaleng kerupuk dengan bahan baku 20.000, maka harga produk adalah sebagai berikut:

• Bahan Baku dan Peralatan (15%)	= Kaleng kerupuk bekas + Estimasi Cat = Rp20.000 + Rp5.000 = Rp25.000
• Upah Kerja karyawan 15%	= Rp25.000
• Biaya lain-lain 5%	= Rp8.000
• Profit 65%	= Rp108.000
Jadi harga sebuah kaleng kerupuk lukis adalah = Rp166.000 dibulatkan Rp170.000	

Sedangkan untuk harga produk-produk kami yang lain, kami tampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Harga produk Corpies

Nama Produk	Harga Retail Produk	Keterangan
Kaleng Lukis	200.000-250.000 / buah	Harga tergantung jenis, ukuran kaleng dan motif
Kursi kaleng lukis (<i>stool</i>)	250.000-300.000 per buah	Harga tergantung jenis, ukuran kaleng dan motif
Talenan Lukis (<i>wallddecor</i>)	60.000-70.000/ buah	-
Pemidangan Lukis	60.000-70.000 / buah	-
Buku Lukis	80.000 / buah	-
Sepatu Lukis	150.000- 450.000 / buah tergantung model	Harga sepatu lukis bergantung pada tipe sepatu dan ukuran sepatu
Gantungan Kunci Lukis	15.000 / buah	-
Totebag Lukis	120.000/ buah	-
Boneka Lukis	120.000 / buah	Harga dapat berubah sesuai dengan seberapa besar boneka yang diinginkan oleh konsumen.
Patung <i>Paper Mache</i>	750.000-1.000.000/ buah	Patung jenis ini harganya cukup jauh dari harga materialnya. Namun harga ini sesuai dengan ide dan proses pembuatan produk yang membutuhkan proses yang lama

2.2. Mengerjakan produksi dengan team

Produksi produk meliputi proses sketsa dan desain produk yang selanjutnya diaplikasikan langsung pada media yang ingin dilukis berupa sketsa awal.

1) Pemasaran produk

Pemasaran dilakukan dengan menggunakan berbagai cara untuk memperkenalkan, menawarkan produk ke calon konsumen agar mereka tertarik, bahkan membeli produk. Proses dan jenis pemasaran produk ini beragam sesuai dengan target market yang dituju.

2) Mencari dan melatih karyawan



Gambar 1. Pelatihan karyawan

Karyawan diambil dari ibu-ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang dalam kesehariannya dan membutuhkan tambahan biaya untuk kebutuhan sehari-hari. Pencarian karyawan ini difokuskan pada daerah-daerah perkampungan padat di kota Malang, terutama desa Tunggulwulung yang juga memiliki banyak pengangguran. Remaja-remaja yang pengangguran juga difokuskan untuk menjadi karyawan. Saat ini, jumlah karyawan

perusahaan ini berjumlah 8 orang karyawan *freelance* dan digaji sesuai dengan jumlah produk yang mereka produksi/ kerjakan.

3) Produksi produk secara berkelanjutan dan mencari ide produk baru

Setelah produk-produk berhasil terjual dan arus perputaran produksi lancar, maka langkah selanjutnya adalah mencari ide-ide mengenai produk baru yang akan diproduksi selanjutnya. Hal ini bertujuan untuk mencegah rasa bosan masyarakat terhadap produk dan menjaga *image* produk sebagai produk yang inovatif dan kreatif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Jenis dan Spesifikasi Produk

Produk yang diproduksi dalam bisnis ini terbagi menjadi produk utama yaitu produk yang memanfaatkan bahan baku berupa barang bekas pakai dan juga produk pendamping berupa produk lukis dari material baru. Produk pendamping diperlukan untuk menunjang kehidupan dan penjualan produk dari bisnis ini karena konsumen lebih tertarik dengan bisnis yang menyediakan banyak pilihan/ variasi produk.

Kaleng Lukis

Kaleng lukis berasal dari bahan baku kaleng bekas yang kemudian dilukis secara manual menggunakan cat dengan racikan khusus sehingga memiliki kualitas yang terjamin. Dalam bisnis ini, sebagai produk utama permulaan, kami akan memproduksi kaleng kerupuk lukis dengan memanfaatkan kaleng bekas lem yang banyak ditemui di perusahaan mebel/ pengrajin sepatu.



Gambar 2. Produk kaleng lukis

Kaleng Cat Bekas sebagai Stool/ Tempat Duduk

Stool dari kaleng bekas ini kami produksi dengan memanfaatkan kaleng cat/ lem bekas yang dengan mudah didapatkan di daerah pusat mebel. Sebelumnya, kaleng-kaleng ini biasanya berakhir dengan dibuang atau digunakan sebagai pot. Namun, lebih dari manfaat tersebut, ternyata kaleng bekas dapat dijadikan stool/ tempat duduk yang memiliki nilai estetika dan nilai jual tinggi.



Gambar 3. Kaleng cat bekas (kiri) dan Produk stool jadi (kanan)

Talenan Lukis sebagai Home Decor

Kami menggunakan bahan baku berupa talenan yang berasal dari kayu pinus yang sudah mulai tidak diminati karena mudah berjamur jika digunakan sebagai alas potong makanan sehingga ibu rumah tangga banyak beralih ke talenan dengan bahan plastik. Selanjutnya kami lukis talenan kayu tersebut dan mengalihkan fungsinya sebagai produk *gift* atau *home decor*.



Gambar 4. Produk talenan Lukis

Pemidangan Lukis

Kami menggunakan pemidangan karena saat ini pemidangan dari bahan rotan juga sudah mulai tidak digunakan karena sudah digantikan oleh produk plastik. Sehingga kami akhirnya memiliki ide untuk mengubah pemidangan ini menjadi sebuah produk abru berupa hiasan dinding (*wall decor*) yang diminati oleh masyarakat.



Gambar 5. Pemidangan Lukis

Buku Lukis

Buku lukis berasal dari bahan baku kertas-kertas bekas yang dibendel kemudian disisipkan dalam sampul buku yang terbuat dari kain yang dapat dipakai berulang ulang. Ketika isi buku sudah habis, pemakainya dapat membeli isi buku yang baru dengan harga relatif terjangkau. Dengan model pemakaian seperti ini, setidaknya kertas HVS dapat dimanfaatkan secara maksimal sebelum masuk proses daur ulang. Ada 2 jenis buku. Jenis pertama adalah buku yang sampulnya terbuat dari karton dan dibungkus kertas samson dan dijilid ring. Sedangkan untuk jenis kedua adalah yang memiliki sampul kain. Keduanya melalui proses lukis manual pada bagian sampul.



Gambar 6. Buku Lukis

Gantungan kunci Lukis

Gantungan kunci ini dibuat dengan bahan baku kain kanvas dan kain beludru untuk bagian belakang. Gantungan kunci ini dilukis secara manual dan dijahit secara manual oleh ibu-ibu rumah tangga.



Gambar 7. Gantungan kunci Lukis

Sepatu Lukis

Produk awal usaha ini adalah sepatu lukis. kami memproduksi sepatu lukis dengan berbagai macam model dengan mengutamakan kualitas gambar/ desain yang sangat berbeda dengan sepatu lukis kebanyakan. Sepatu lukis yang kami produksi memiliki tingkat kedetailan

yang tinggi dan menggunakan cat hasil penemuan kami sendiri yang membuatnya menjadi berkualitas tinggi, dapat dicuci, bahkan disikat.



Gambar 8. Sepatu Lukis

Totebag Lukis

Totebag ini dibuat dengan bahan kain kanvas dan dibuat dengan dua muka, depan belakang sehingga dapat dipakai dalam 2 variasi tampilan dan masih dibuat dengan lukis manual.



Gambar 9. Tote Bag Lukis

Boneka Lukis dan souvenir

Kami juga membuat boneka lukis dimana permukaannya dilukis secara manual. Selain produk-produk ini, kami juga terus berupaya memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan produk yang lain.



Gambar 10. Boneka dan Souvenir

3.2 Proses Produksi

Karena dalam bisnis ini, kami mengangkat produk pemanfaatan sampah, kami akan membahas salah satu proses produksi produk kami yaitu kaleng lukis.

Pengumpulan bahan baku

Bahan baku yang dibutuhkan berupa bahan utama yaitu kaleng kerupuk, susu, cat, biscuit, atau kaleng apapun yang masih memiliki bentuk fisik bagus. Selain itu, bahan lain yang perlu dipersiapkan adalah cat Akrilik, larutan Binder, Varnish, Bolpoin Marker, kuas berbagai ukuran, kipas angin.

Proses Perbaikan dan Pembersihan

Jika kaleng yang digunakan bentuknya sedikit penyok/ rusak, maka langkah selanjutnya adalah memperbaiki kaleng tersebut sehingga bentuknya kembali seperti semula. Kaleng juga dibersihkan karena kebersihan kaleng akan mempengaruhi kualitas gambar/ cat yang berada di atasnya.

Memberikan cat dasar

Kaleng yang sudah bersih dan kering kemudian diberi cat dasar berupa cat tembok putih untuk menutup gambar pada kaleng dan mempermudah proses selanjutnya. Walaupun digunakan cat tembok untuk melapisi kaleng, namun kualitasnya tetap terjaga karena nantinya di atasnya akan dilapisi cat akrilik yang membuatnya lebih melekat.

Proses Desain

Proses desain sesuai dengan tema yang akan diterapkan dalam produk. Tema yang akan diangkat adalah tema country dan juga kartun full colour dimana kami sebagian besar membuat tokoh-tokoh kartun yang original, tidak banyak meniru kartun yang sudah ada. Tema tersebut dianggap sangat disukai pada saat ini.

Sketsa pada media

Mensketsa hasil desain yang sudah fix ke permukaan produk dengan menggunakan pensil atau bolpoin. Pekerjaan ini dilakukan oleh karyawan bagian outline.

Mengisi warna

Setelah di-outline, langkah selanjutnya adalah mengisi outline tadi dengan warna. Pekerjaan ini dapat dilakukan oleh karyawan yang bertugas mengecat. Mengisi warna merupakan langkah yang mudah dan dapat dipelajari. Berbeda dengan mendesain yang memerlukan keterampilan khusus dan selera yang baik.



Gambar 11. Proses pengisian warna

Mengoutline Tahap 2

Setelah warna diisi, maka outline awal ditebali agar gambar menjadi tampak bentuk aslinya. Tugas ini dilakukan oleh karyawan yang bertugas memberi outline.

Finishing

Finishing adalah dengan menyemprotkan pelapis akhir berupa varnish agar gambar yang diaplikasikan dapat terjaga kualitasnya dan tidak luntur. Untuk proses pengeringan akhir, kami tidak menggunakan sinar matahari. Proses pengeringan dengan menggunakan kipas angin terbukti lebih dapat menjaga kekuatan produk karena varnish akan meresap dalam cat, tidak segera kering seperti jika dikeringkan dibawah sinar matahari langsung.

Mendokumentasikan dan Memasarkan produk

Setelah produk jadi, maka langkah selanjutnya adalah mendokumentasikan produk dan memasarkannya melalui internet. Selain itu, cara pemasaran lain juga dilakukan berdasarkan strategi pemasaran yang dipakai.



Gambar 12. Proses dokumentasi produk

3.3 Pemasaran

Online marketing

Pemasaran online melalui website sosial media seperti Facebook, Instagram, website. Selain itu, pemasaran online juga dapat dilakukan dengan bergabung di situs jual beli seperti shopee.com atau bukalapak.com. Pemasaran online sangat cocok karena sesuai dengan calon konsumen yang dituju yaitu netizen. *Trend* jual beli online saat ini dirasa sangat cocok untuk diterapkan dalam usaha ini. Penggunaan metode paid promote dan endorse juga sangat cocok untuk pengenalan produk baru.

Offline marketing

Pemasaran *offline* berupa membagikan brosur, kartu nama, atau leaflet ketika kami sedang mengikuti pameran sehingga konsumen akan ingat kepada produk dan memiliki informasi mengenai cara membeli produk ketika mereka sudah pulang.

Bergabung dengan Asosiasi

Saat ini, produk Corpies sudah masuk dalam ASEPHI (Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia) dan juga DEKRANASDA (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) setempat. Hal ini bertujuan agar produk memiliki kredibilitas yang tinggi ketika suatu saat mengajukan pameran atau bekerjasama dengan pihak lain. Selain itu, setiap kota juga memiliki asosiasi pengrajin. Di kota Malang, produk dapat bergabung dengan Asosiasi Pengrajin Kota Malang (APKM).

Bergabung dengan Dinas, Organisasi dan Perusahaan swasta

Selain bergabung dengan asosiasi, Corpies juga harus bergabung dengan dinas-dinas terkait pemasaran produk UKM. Dinas-dinas tersebut dapat berupa Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Pariwisata, dan Dinas Koperasi. Melalui dinas-dinas tersebut, produk

dapat memperoleh informasi mengenai pameran-pameran atau promosi yang diikuti oleh dinas-dinas tersebut dan jika beruntung, maka produk dapat diundang untuk mengikuti pameran tersebut secara gratis.

Konsinyasi dengan toko

Produk baru tidak memerlukan sebuah toko. Karena produk yang kami jual merupakan produk tersier/ kebutuhan pelengkap, maka sebaiknya keinginan untuk membuka toko secara mandiri dihilangkan terlebih dahulu. Saat ini, menitipkan produk ke galeri-galeri merupakan cara yang tepat untuk menjual produk ke masyarakat. Biasanya sistem yang digunakan adalah konsinyasi dengan pembagian keuntungan 30 % untuk pemilik toko dan 70% untuk pemilik produk. Menurut Aliminsyah dan Padji (2003) pada kamus kata keuangan & perbankan menyatakan bahwa *consignment* (konsinyasi) merupakan barang-barang yg dikirim dan dititipkan pada pihak lain pada rangka penjualan dimasa mendatang atau buat tujuan lain, hak atas barang tadi permanen inheren dalam pihak pengirim (*consignor*). Penerima titipan barang tersebut (*consignee*) selanjutnya bertanggung jawab terhadap penanganan barang sesuai dengan kesepakatan Toko-toko kerajinan dan tempat-tempat wisata merupakan target yang akan kami tuju untuk melakukan konsinyasi produk.

Mengajukan penawaran ke berbagai pihak

Strategi pemasaran selanjutnya adalah dengan membuat proposal penawaran produk ke berbagai pihak. Misalnya menawarkan produk pada cafe-cafe yang menawarkan konsep vintage atau artistik. Penawaran lain juga dapat dilakukan pada pihak-pihak yang membutuhkan souvenir atau cinderamata untuk acara tertentu, misalnya pernikahan.

Mengikuti pameran

Strategi pemasaran berikutnya adalah dengan mengikuti pameran produk handicraft. Terdapat banyak jenis pameran handicraft sehingga produsen harus pintar dalam memilih jenis pameran yang akan diikuti sehingga keuntungan yang diperoleh akan banyak. Pameran-pameran yang layak diikuti oleh produk handicraft misalnya INACRAFT, CRAFTINA. Pameran tersebut dapat diikuti dengan biaya sendiri atau bergabung dengan UKM lain.



Gambar 13. Kegiatan Pameran

Menari agen-agen produk

Selain memasarkan secara pribadi, perusahaan juga mencari agen-agen pemasaran yang akan membantu memasarkan produk. agen-agen tersebut akan diberi harga agen dimana harganya tentu lebih murah dibandingkan dengan harga retail. Agen-agen tersebut cukup bermodal handphone untuk memasarkan produk melalui berbagai aplikasi seperti BBM, Whatsapp, atau LINE.

Memberi diskon di momen spesial

Jika konsumen memesan produk, maka konsumen dapat membayar uang muka pemesanan dan melunasinya ketika produk sudah jadi. Untuk menarik minat calon konsumen, pemberian diskon juga diadakan pada saat event-event tertentu, misalnya ketika hari raya, peringatan kemerdekaan, hari valentine dan sebagainya. Diskon juga diberikan ketika konsumen sudah membeli produk berulang kali. Shakti (2009) menyampaikan bahwa diskon adalah rabat harga, dimana pengurangan tadi bisa berbentuk tunai atau berupa rabat-rabat yg lain. Diskon tentunya akan lebih menarik perhatian calon konsumen untuk membeli produk.

Menjual Cerita di balik produk

Konsumen saat ini juga tertarik mengetahui cerita dibalik produk yang akan mereka beli. Oleh karena itu untuk menarik perhatian, maka kami akan menjual cerita bahwa produk yang kami buat merupakan sebuah inovasi mengenai pengolahan sampah menjadi produk baru (3R) dan dibuat oleh ibu-ibu rumah tangga serta remaja putus sekolah di pedesaan.

Keunggulan Produk

Beberapa keunggulan dari produk ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk yang bagus, bisa dicuci, disikat, perawatan seperti biasa.
- 2) Cat yang digunakan memiliki kualitas yang bagus karena diciptakan melalui beberapa eksperimen sebelumnya yang akhirnya menciptakan cat yang berkualitas tinggi dan dapat diaplikasikan ke berbagai media. Cat yang digunakan saat ini merupakan hasil inovasi karena memiliki resep-resep rahasia. Selain Cat, proses pengerjaannya juga memiliki ketentuan tersendiri untuk menciptakan hasil yang maksimal.
- 3) Produk memiliki gambar detail motif yang tinggi.
- 4) Produk merupakan Produk *co-creation*, sangat memungkinkan pengembangan bahan maupun produk dari keinginan konsumen.
- 5) Konsumen dapat memesan gambar sesuai dengan keinginan mereka (*customize*).
- 6) Produk diaplikasikan dalam berbagai media yang tidak biasa, misalnya talenan, pembedangan, kaleng, dan kertas bekas).
- 7) Desain produk sangat kekinian, bergantung pada *trend* namun tetap konsisten mengusung karakteristik / *image* produk.
- 8) Produk membawa pesan sosial di dalamnya, yaitu tentang konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*). Menurut Suyoto (2008) dalam Guruh (2013) tindakan yang dapat dilakukan berkaitan dengan program Recycle diantaranya adalah mengubah sampah plastik menjadi souvenir, melakukan pengolahan sampah organik menjadi kompos dan mengubah sampah kertas menjadi lukisan atau mainan miniatur. Produk ini juga menerapkan prinsip desain yang baik sehingga membuktikan bahwa produk hasil recycle juga berpeluang untuk dapat memiliki nilai jual tinggi di pasar.

3.4 Marketing dan Sales Strategy

Trend dan pertumbuhan pasar

Saat ini produk dengan basis handmade sedang sangat digemari. Selain itu, produk yang mengangkat isu lingkungan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Pameran-pameran yang memfasilitasi produk-produk craft dan handmade juga semakin banyak. Hal ini menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap produk handicraft sudah tinggi. Hal ini akan mendukung produk handmade untuk terus berkembang.

Lingkungan persaingan

Usaha yang memproduksi produk handmade lukis sudah ada beberapa, namun kami menggunakan tema gambar yang orisinal dan berbeda dengan mereka serta racikan komposisi cat yang lebih berkualitas sehingga kualitas produk terjamin. Sedangkan usaha yang menggunakan kaleng bekas dan peralatan rumah tangga lukis sebagai gift dan home decor belum banyak. Selain itu, pemasaran mereka masih tergolong kecil. Tema gambar yang ditampilkan juga akan sangat berbeda dengan tema gambar yang akan kami buat sehingga persaingan kecil. Selain itu, ragam produk yang mereka produksi juga tidak banyak.

Penghalang Bisnis

Penghalang bisnis yang secara langsung berhadapan dengan produk yang kami buat tidak ada. Pada akhirnya penghalang bisnis adalah pesaing yang meniru konsep bisnis yang kami tawarkan.

Peluang usaha jangka panjang

Usaha ini memiliki peluang jangka panjang karena semakin hari, kebutuhan masyarakat terhadap produk tersier akan terus bertambah. Kesadaran masyarakat untuk menghargai produk handmade juga akan terus bertambah sehingga memungkinkan produk handicraft untuk terus berkembang. Bahan baku yang dipakai juga tersedia dalam jumlah banyak sehingga proses produksi produk tidak akan mengalami hambatan. Keterampilan melukis juga merupakan keterampilan yang dapat diajarkan sehingga proses produksi tidak terkendala sumber daya manusia

Segmentasi

Segmentasi dari produk ini adalah kalangan menengah dan menengah ke atas yang menyukai produk handmade dan memiliki apresiasi besar terhadap produk berbau seni. Sasaran utama dalam usaha ini adalah kaum wanita. Hal ini dikarenakan tema produk yang kami buat sangat sesuai dengan selera wanita. Selain itu, wanita lebih konsumtif dalam hal membeli produk-produk tersier.

Target Pasar

Produk dari Corpies akan dipasarkan kepada calon konsumen yang berbelanja di tempat-tempat berkelas menengah hingga atas dan sering mengunjungi pameran. Selain itu calon konsumen yang merupakan netizen juga akan menjadi target pasar dari produk ini.

Positioning

Menurut Philip Kotler (1997) *Positioning is the act of designing the company's offer so that it occupies a distinct and value placed in the target customer mind.* Corpies diposisikan sebagai produk yang mengedepankan unsur kreativitas dan inovasi di dalamnya. Penggunaan materi yang ramah lingkungan dan berasaskan 3 R (*Reduce, Reuse, Recycle*) akan menjadi ciri khas dari produk ini. Image inovatif juga akan ditonjolkan dimana produk selalu menggunakan bahan baku atau material yang tidak biasa untuk menciptakan produk barunya. Produk juga akan memasukkan cerita dibalik pembuatan produk sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang membelinya.

3.5 Dampak Inovasi Inkubator dan Industrialisasi Dari Segi Sosial Ekonomi Bagi Kebutuhan Masyarakat

Menambah penghasilan penduduk

Bahan baku dari pembuatan produk ini dikumpulkan dari sampah kaleng sisa produk yang dimiliki oleh penduduk. Hal ini tentunya akan menjadi keuntungan tersendiri bagi masyarakat karena dari kaleng bekas yang biasanya mereka buang, kini mereka dapat menghasilkan uang dari penjualan kaleng tersebut. Dengan adanya penghasilan yang didapat, maka penduduk akan semakin giat dan semangat mengumpulkan kaleng bekas baik dari rumahnya sendiri atau dari orang lain. Hal ini juga berlaku untuk kertas bekas.

Menciptakan budaya baru yaitu mengumpulkan kaleng bekas

Akan tercipta kebiasaan baru di masyarakat untuk menyimpan dan tidak membuang kaleng bekas pakai dan kertas bekas. Pada tahap selanjutnya, produsen akan mencari ide lain untuk menciptakan produk dari benda-benda tak terpakai lainnya, misalnya botol kaca, plastik dan jenis sampah yang lain.

Mengurangi jumlah sampah, terutama kaleng dan kertas

Kami sadar bahwa masalah sampah di Indonesia sangat menumpuk, namun setidaknya dengan usaha ini, kami dapat membantu mengurangi jumlah produksi sampah sedikit demi sedikit. Meskipun dalam hal ini masih sampah kaleng dan kertas saja yang diolah menjadi produk, namun hal tersebut setidaknya mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan oleh masyarakat. Masyarakat akan merawat kertas dan kaleng sisa pakai untuk kemudian menjualnya sehingga tidak ada lagi sampah kaleng yang dibuang. Misalkan ada, nantinya setelah produk kami habis pakai, namun setidaknya dengan usaha ini, kaleng-kaleng dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dan umur pakai produk (*product life cycle*) menjadi lebih panjang.

Membekali masyarakat dengan keterampilan, mengurangi pengangguran

Salah satu sebab terciptanya pengangguran adalah karena masyarakat kurang memiliki keterampilan. Dengan usaha ini, ibu-ibu dan masyarakat sekitar akan diberikan keterampilan untuk menjahit ataupun melukis. Menjahit dalam hal ini dapat dilakukan pada pembuatan gantungan kunci dan tas. Remaja putus sekolah namun belum memiliki pekerjaan juga akan dilatih untuk melukis sehingga dapat memiliki keterampilan dasar untuk melukis di perusahaan ini. Keterampilan ini juga akan bermanfaat bagi masyarakat untuk bekal mencari penghasilan meskipun sudah tidak bekerja di perusahaan ini. Meskipun dengan mengajari

mereka tentang keterampilan melukis akan membuka kesempatan untuk peniruan produk, namun hal tersebut merupakan faktor yang tidak dapat dihindarkan dalam bisnis jika bisnis ingin semakin besar. Dengan terciptanya lapangan usaha baru, maka jumlah pengangguran juga akan berkurang. Ibu-ibu rumah tangga yang membutuhkan penghasilan tambahan juga akan sangat terbantu. Remaja putus sekolah atau lulus sekolah yang belum mendapat pekerjaan juga tidak akan menjadi pengangguran lagi. Keterampilan ini juga ditujukan bagi mahasiswa Universitas Negeri Malang, khususnya jurusan seni dan desain.

Potensi terciptanya desa sentra lukis kaleng

Seperti halnya di desa Jelekong Kecamatan Baleendah. Di desa tersebut awalnya hanya ada satu pelukis. Namun karena pelukis tersebut mengajari tetangga-tetangganya melukis, maka saat ini ada sekitar 300 pelukis disana yang bekerja setiap harinya menjadi pelukis. Mereka tidak bersaing satu dengan lainnya dan bekerja secara sportif. Dalam usaha ini nantinya diharapkan kedepannya akan tercipta masyarakat yang seperti itu. Karena usaha ini mengambil pekerjaannya dari orang-orang desa sekitar/ perkampungan kota, maka tidak mustahil jika ilmu lukis yang diajarkan oleh perusahaan akan ditularkan kepada orang per orang.

3.6 Sumber Daya Manusia

Pengelolaan perusahaan ini terdiri dari beberapa tahapan. Di tahap awal, perusahaan akan membuat dan memasarkan produk jadi dengan memproduksi *prototype* terlebih dahulu hingga produk sudah siap dipasarkan. Selanjutnya, setelah produk siap diproduksi, maka perusahaan akan merekrut karyawan sebanyak 5 orang di tahun pertama di luar dari anggota tim. Karyawan perusahaan diutamakan dari lulusan seni dan desain. Tentunya hal ini akan sangat berguna bagi lulusan dari program studi seni rupa maupun desain komunikasi visual yang ingin mencari pekerjaan setelah lulus kuliah. Namun, bagi mahasiswa yang ingin bekerja paruh waktu, perusahaan ini membuka lebar kesempatan bekerja paruh waktu tersebut karena pekerjaan dapat dibawa pulang. Dengan kata lain, karyawan yang dipekerjakan tidak harus bekerja di kantor, sehingga dapat lebih fleksibel. Perekrutan karyawan dari kalangan seni dan desain bertujuan untuk mempermudah proses pengajaran/training keterampilan. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa seni dan desain sudah familiar dengan kegiatan berkarya seni. Karyawan dari jurusan seni dan desain ini nantinya juga dapat membantu untuk mengkonsep dan memunculkan ide-ide baru bagi perkembangan produk ke depannya.

Selain dari kalangan mahasiswa, karyawan yang direkrut juga berasal dari penduduk sekitar dari berbagai kalangan, baik ibu rumah tangga maupun remaja putus sekolah. Keterampilan melukis merupakan keterampilan yang bisa dipelajari. Jika sebagian orang berpendapat melukis itu susah, kami berpendapat lain. Menurut pengalaman kami, keterampilan melukis dapat diajarkan dengan mudah. Sedangkan yang sulit adalah membuat konsep atau ide karya. Oleh karena itu, karyawan dari kalangan ini tidak akan diberikan tugas untuk mengkonsep karya, melainkan fokus pada proses mengisi cat/ melukis pada produk.

Di tahun kedua dan selanjutnya, kami berharap akan semakin banyak karyawan yang dapat kami rekrut. Tidak hanya karyawan produksi, namun juga marketing dan karyawan operasional lainnya.

3.7 Sarana

Tempat produksi dilakukan di desa Tunggulwulung Kecamatan Lowokwaru, Malang. Tepatnya di Perumahan Arumba Utama Residence, Jalan Arumba, Kelurahan Tunggulwulung, Kecamatan Lowokwaru kota Malang. Di lokasi tersebut juga terdapat perkampungan masyarakat padat penduduk dimana banyak sumber daya manusia yang pengangguran. Lokasi ini juga cukup dekat dengan lokasi supplier kaleng bekas di daerah Blimbing. Jarak lokasi dengan pusat kota juga dekat sehingga akan mempermudah dalam akses ke berbagai tempat, missal tempat pengiriman barang, tempat membeli bahan baku, tempat memasarkan produk. Kota Malang juga dinilai merupakan kota yang cocok untuk usaha. Bahan baku dapat mudah didapatkan di kota Malang. Selain itu, upah kerja karyawan juga tergolong masih rendah jika dibandingkan dengan kota besar lainnya. Luas tempat produksi kurang lebih 70-meter persegi dengan bangunan tipe 35. Tempat produksi ini dinilai cukup untuk menjadi workshop produk. Karyawan dapat bekerja di tempat ini ataupun membawa pekerjaan ke rumah dan menyetorkan kembali kerjaan setelah selesai. Dengan metode seperti ini, maka tidak akan dibutuhkan ruangan yang luas. Listrik dengan daya 1200-watt sangat cukup untuk berbagai keperluan.

4. Simpulan

Bisnis Corpies di desa Tunggulwulung memiliki prospek pengembangn bisnis yang sangat potensial karena sejalan dengan tren pertumbuhan produk handmade di Indonesia. Hasil produk yang beragam serta cerita yang disematkan pada produk bahwa produk merupakan hasil olah sampah merupakan nilai tambah yang menjadikan produk ini memiliki daya tarik lebih. Pengolahan sampah menjadi produk baru yang memiliki nilai tinggi menjadi salah satu solusi untuk melanjutkan nilai pakai sebuah produk. Bisnis ini juga melibatkan masyarakat sekitar dan membekali keterampilan yang dapat digunakan untuk masa depan. Salah satu dampak yang diharapkan adalah terciptanya sentra lukis di desa Tunggulwulung yang dapat mengangkat taraf ekonomi masyarakat.

Daftar Rujukan

- Aliminsyah & Padji. (2003). *Kamus istilah akuntansi, cetakan kesatu*. Bandung: Yrama Widya
- Guruh, D. (2013). Peran Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kebersihan, Pertamanan, dan Pemakaman (KPP) pada Dinas Pekerjaan Umum dalam pengelolaan sampah di Kota Sanggata Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4 (4), 4854-4868.
- Istijanto. (2007). *63 kasus pemasaran terkini Indonesia membedah strategi dan taktik pemasaran baru*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Jalal. (2019). Produksi sampah di Indonesia 67,1 juta ton sampah per tahun, diakses dari <https://geotimes.id/arsip/2019-produksi-sampah-di-indonesia-671-juta-ton-sampah-per-tahun>.
- Kotler, P., & Gary, A. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen pemasaran, Edisi sebelas*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran, Edisi Milenium Jilid 3*, Jakarta: Penerbit indeks.
- Lengkong, R. (2011). *From smart village to global market*. Jakarta: ASEPHI.
- Mintarsih, T. H. (2015). Rangkaian Hlh 2015 dialog penanganan sampah plastik, diakses dari <http://kanalkomunikasi.pskl.menlhk.go.id/rangkaian-hlh-2015-dialog-penanganan-sampah-plastik/>
- Payne, A., Storbacka, K., & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 83-96.
- Prahalad, C., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition, co-creating unique value with customers*. Harvard: Harvard Univ Press.

- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan orang tua pada siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 10(15), 62-68.
- Shakti, D. N. (2009). Pengaruh price discount framing terhadap purchase intention pada Ramayana Department Store, Jodoh, Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 132-147.
- Suadi, A. (2000). *Akuntansi biaya*. Yogyakarta: BP STIE YKPN
- Sukerti, N. L. G. (2017). Perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah dan faktor-faktor yang mempengaruhi di Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar, *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 11(2), 148-155.
- Sulistiowati, T. (2015). Produk handmade dengan seni tinggi kian diminati, diakses dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/produk-handmade-dengan-seni-tinggi-kian-diminati>.