

Strategi Pengembangan Produk Hantaran

Ustadus Sholihin

Program Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Korespondensi penulis: ustadus.sholihin.2304139@students.um.ac.id

Sudarmiatin

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

E-mail: sudarmiatin.fe@um.ac.id

Ludi Wishnu Wardana

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

E-mail: ludi.wishnu.fe@um.ac.id

Alamat: Jl. Semarang 5 Malang 65145 Jawa Timur (Kampus Induk)

Abstract. *Product development strategy is an important issue for the Hantaran MSME group in the city of Kediri. Because the products sold always face big challenges in market competition, to meet the ever-changing desires and needs of consumers. The aim of this research is to determine the right product development strategy for the Hantaran MSME group in Kediri City. The research method used is a qualitative research method and literature study. By taking the research object of the Hantaran UMKM group in Kediri city, totaling 27 members. Data collection techniques in the field were carried out using observation, in-depth interviews, group discussions, triangulation and documents. The results of the research are that MSMEs in the city of Kediri must always actively innovate or develop products to be able to compete by producing quality products, competitive prices and marketing development on various digital platforms that are adapted to changing times. Make good use of the opportunities provided by the Kediri city government.*

Keywords: *development strategy, innovation and hantaran group*

Abstrak. Strategi Pengembangan produk menjadi masalah penting bagi kelompok UMKM Hantaran kota Kediri. Karena produk yang dijual selalu mendapatkan tantangan yang besar dalam persaingan pasar, untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah. Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pengembangan produk yang tepat bagi kelompok UMKM Hantaran Kota Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan studi Pustaka. Dengan mengambil obyek penelitian kelompok UMKM Hantaran kota Kediri yang berjumlah 27 anggota. Teknik pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, diskusi kelompok, triangulasi dan dokumen. Adapun hasil penelitiannya adalah UMKM Hantaran kota Kediri harus selalu aktif mengadakan inovasi atau pengembangan produk agar mampu bersaing dengan memproduksi produk yang berkualitas, harga bersaing dan pengembangan pemasaran di berbagai platform digital yang disesuaikan dengan perubahan zaman. Menggunakan kesempatan dengan baik dukungan yang diberikan oleh Pemerintah kota Kediri.

Kata kunci: strategi pengembangan, inovasi dan kelompok hantaran

LATAR BELAKANG MASALAH

UMKM adalah salah satu sektor penopang perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil serta Menengah di tahun 2022, UMKM menyumbangkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Mengingat sifatnya yang padat karya, maka UMKM dapat secara efektif membentuk lapangan kerja sesuai dengan taraf kemampuan dan keterampilan yg dimiliki oleh masyarakat. UMKM juga sudah

terbukti bisa bertahan terhadap goncangan krisis ekonomi tahun 1997 dan tetap menunjukkan eksistensinya pada perekonomian. UMKM mempunyai peran yang sangat penting serta strategis pada perekonomian, khususnya di negara-negara berkembang. Untuk itu pengembangan sektor UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk peningkatan ekonomi. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi konflik-konflik sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Bahkan UMKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sudah terbukti bisa bertahan dari goncangan krisis sebagai akibatnya ekonomi terus berjalan. Upaya pemberdayaan rakyat melalui peningkatan UMKM perlu dilakukan baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha sendiri. Pada hal permodalan, upaya yg telah dilakukan oleh pemerintah sudah relatif baik, mulai dari program KUR hingga menggunakan paket kebijakan yang berpihak pada UMKM, banyak sekali konflik-konflik yang dihadapi UMKM wajib segera ditangani. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008) Adapun Problem-Problem Yang seringkali muncul dan dihadapi oleh UMKM yaitu: a. Meningkatnya harga bahan baku produksi. b. sumber daya manusia yg terbatas. c. memiliki konflik pada permodalan dalam membuka usaha. d. Kurangnya sarana dan prasarana e. Kurangnya akses pemasaran produk dan strategi pengembangan produk.

Strategi Pengembangan produk menjadi masalah penting dari kelompok UMKM Hantaran kota Kediri. Karena produk yang dijual selalu mendapatkan tantangan yang besar dalam persaingan pasar. Oleh karena itu kelompok UMKM Hantaran Kota Kediri harus selalu melakukan pengembangan produk yang sudah ada atau untuk produk-produk baru. Karena untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah. Menurut Kotler pengembangan produk adalah tiap perusahaan harus mengembangkan produk baru. Pengembangan produk baru membentuk masa depan perusahaan. Produk pengganti harus diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Perusahaan dapat menambah produk baru melalui akuisisi dan/atau pengembangan produk baru. (Kotler, 2000). Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Pengembangan produk terdiri atas penjualan-penjualan yang bertambah yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan dengan mengembangkan yang diperbaharui untuk pasar-pasar yang sekarang. (Moekijat, 1990)

Hantaran pernikahan adalah hadiah atau persembahan yang diberikan keluarga calon pengantin laki-laki kepada calon pengantin wanita sebagai bentuk penghormatan. Atau dapat dikatakan juga bahwa hantaran pengantin atau Peningset (Jawa) merupakan tanda ikatan. Hantaran merupakan hadiah yang diberikan oleh pihak pengantin kepada calon pasangannya

sebagai simbol kasih sayang, keberlimpahan, dan harapan akan kehidupan yang bahagia bersama. Namun, hantaran tidak hanya sekadar sebuah kotak atau wadah yang berisi barang-barang secara sembarangan. Kini, semakin banyak pasangan yang ingin memberikan hantaran yang berkesan dan memiliki nilai artistik tinggi.

Bidang hantaran terdiri dari asesoris, souvenir, hantaran bertema suka dan duka dan mahar pengantin. (Modul Pelatihan Hantaran Pelatihan Berbasis Kompetensi Bidang Hantaran Jenjang 2, 2020) Asesoris merupakan pernak pernik yang digunakan untuk menghias hantaran, ataupun mahar. Souvenir merupakan oleh-oleh yang diberikan kepada seseorang sebagai ungkapan rasa terima kasih atau penghormatan karena sudah menghadiri undangannya. Hantaran terbagi menjadi 2 yaitu hantaran suka cita dan duka cita. Hantaran pernikahan merupakan hantaran suka cita yang berisi seperangkat barang atau oleh-oleh yang berupa pakaian, sepatu, perhiasan dan lain sebagainya di tata dan dibungkus rapi dari calon pengantin laki-laki untuk diserahkan kepada calon pengantin Perempuan. Mahar pengantin adalah seperangkat barang atau uang dari calon pengantin laki-laki untuk diserahkan kepada calon pengantin Perempuan.

Pengrajin Hantaran kota Kediri semakin hari semakin bertambah terbukti setiap ada pelatihan dan kegiatan expo hantaran peminat peserta yang daftar selalu diluar kuota. Kegiatan yang diadakan untuk menambah kreatifitas, wawasan dan model-model dari hantaran. Dalam kegiatan tersebut di berikan praktek secara langsung model model tradisional hingga yang modern. Semua peserta sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut. Disamping itu setiap diadakan pelatihan hantaran oleh dinas koperasi umtk kota Kediri peminat yang daftar online selalu melebihi kuota. Sehingga pelaksanaan pelatihan hantaran di buat secara bertahap. Bidang hantaran pengantin selalu diminati dan dibutuhkan oleh Masyarakat. Karena selama masih ada pernikahan, bidang hantaran pengantin masih selalu dibutuhkan oleh Masyarakat. Baik Masyarakat tingkat menengah ke bawah atau tingkat menengah ke atas yang disesuaikan dengan kemampuan finansialnya.

Berdasarkan peluang pasar tersebutlah tak heran bisnis hantaran sangat menjanjikan. Maka dari itu, tak sedikit orang-orang yang tertarik mengikuti kursus hantaran di lembaga kursus dan pelatihan. Hantaran juga memberikan pemahaman mendalam tentang makna dari setiap elemen hantaran. Sebuah hantaran tidak hanya terdiri dari sekadar barang-barang yang diatur dengan indah, tetapi juga memiliki pesan dan arti yang mendalam. “Contohnya saja hantaran sepatu itu melambangkan agar pasangan atau kedua mempelai dapat berjalan seiringan ketika membina rumah tangga.”

Disisi lain penulis membahas tentang UMKM hantaran kota Kediri, yang membidangi kebutuhan pernikahan. Pernikahan merupakan momen yang penuh kebahagiaan, di mana dua insan saling bersatu dalam ikatan suci. Dalam tradisi pernikahan di Indonesia, salah satu elemen penting yang tidak boleh terlewatkan adalah hantaran. Bidang hantaran terdiri dari asesoris, souvenir, hantaran bertema suka dan duka dan mahar pengantin.

Asori dalam penelitiannya tentang aksesoris menjelaskan bahwa perak dan partikel nano tembaga telah digunakan untuk aksesoris melengkapi kemasan tata rambut untuk meningkatkan kesehatan konsumen. paket tekstil yang ditawarkan mengandung bahan nano yang menciptakan sifat antibakteri bila bersentuhan dengannya. Kami telah mencoba memainkan peran penting dalam desain ini menerapkan prinsip dan kaidah desain serta menggunakan konsep alat tata rambut dan aksesoris.(Asori et al., 2020)

Lalji dalam penelitiannya menjelaskan bahwa komposisi, ritme, keseimbangan, kontras dan cahaya dalam ruang yang dibangun memainkan peran-peran penting dalam fungsi dan perasaan suatu ruang. Selain dasar elemen desain selalu ada fitur tambahan yang terkait dengan desain dan itu disebut sebagai aksesoris. Jadi aksesoris adalah fitur tambahan desain yang memperindah suatu ruang.(Lalji et al., 2021)

Baby menjelaskan bahwa Suku Toda yang terkenal dengan sulaman uniknya yang disebut 'Sulaman Toda' yang merupakan kerajinan yang kurang dikenal hingga dunia luar. Suku Toda sifatnya sangat terpencil dan jumlahnya sangat sedikit orang tahu tentang suku ini dan keunikan sulamannya. Hanya sedikit upaya yang dilakukan oleh Pemerintah dan LSM untuk mengatasi hal ini melestarikan sulaman Toda. Sulaman Toda kini hanya terdapat pada syal berbahan katun dan beberapa aksesoris terbatas. Mereka menggunakan struktur anyaman keranjang 2x2 untuk mengidentifikasinya pengukur benang. Sejak itu upaya telah dilakukan untuk mengembangkan kain linen dan bambu dalam tenunan tiruan-leno untuk penerapan bordir Toda pada pakaian dan aksesoris pria, wanita dan anak-anak. (Baby & Kavitha, 2018)

Shindu juga meneliti tentang aksesoris yaitu kostum dan tekstil yang digunakan oleh suku Lambadi dan Koya. Bordir diambil untuk menyesuaikan motif pada pakaian dan aksesoris kontemporer. Oleh karena itu motif dibuat dengan berbeda-beda teknik seperti bordir, kombinasi bordir dan applique, cermin karya dan karya manik dikumpulkan dari kostum dan motif yang dikumpulkan diadaptasi untuk diterapkan pada pakaian kontemporer mahasiswa yang akan kuliah dan aksesoris.(Sindhu & Jahan, 2018)

Penelitian selanjutnya yaitu membahas tentang souvenir. Suliyanto menjelaskan bahwa Pengembangan industri kreatif sangat penting untuk meningkatkan ekowisata. Berdasarkan hasil Dari hasil analisa disimpulkan bahwa pengembangan souvenir mikro florikultura industri

kreatif dinyatakan layak untuk dikembangkan baik secara hukum, teknis, manusia aspek sumber daya, pemasaran, dan keuangan. (Suliyanto et al., 2022)

Penelitian yang dilakukan Farida mempunyai tujuan untuk merancang dan mengembangkan serta mengimplementasikan yang tetap sistem inventaris aset di toko pusat oleh "Grup 58" berbasis QR-Code dan lihat dampaknya terhadap proses secara manual pencatatan inventaris aset tetap. Dengan hasil bahwa penggunaan manajemen asset sistem memiliki dampak positif pada Souvenir Pusat "Grup 58".(Farida et al., 2021)

Penelitian selanjutnya mengenai souvenir yang diteliti oleh Jacob adalah keistimewaan kerajinan tangan adalah mencerminkan keahlian masing-masing dari setiap bagian negara. Oleh-oleh selalu mengingatkan traveler akan suatu tempat tertentu dari mana barang itu dibeli. Perdagangan souvenir meningkatkan ekonomi lokal dan bahkan berfungsi sebagai citra merek atau ikon destinasi yang dikunjungi wisatawan dengan tetap memberikan kemudahan visibilitas. Souvenir juga membantu dari mulut ke mulut pemasaran suatu destinasi. Perdagangan souvenir di seluruh dunia adalah bagian dari tradisi kerajinan tangan kaya yang berkembang selama ini bertahun-tahun.(Jacob et al., 2016)

Penelitian berikutnya membahas tentang mahar pengantin yang di teliti oleh Ridwan bahwa Penentuan mahar berdasarkan tingkat pendidikan di Purba Baru merupakan tindakan yang menimbulkan dua akibat hukum apabila tujuan penentuan tersebut untuk mengangkat harkat martabat perempuan, terlebih mengenai sah atau tidaknya suatu tindakan tersebut maka menimbulkan hal-hal yang bertentangan dengan syariat dengan demikian menjadi tidak halal menerimanya, bahkan dapat menjadi haram.(Ridwan, 2022)

Penelitian selanjutnya oleh Maulidiah membahas tentang mahar pernikahan adalah JANGAN MUPENG (Jasa undangan dan mahar untuk pengantin) merupakan peluang bisnis yang bisa diciptakan oleh siapa saja. Sebagian besar dari calon pengantin menginginkan acara yang sesuai dengan keinginan mereka yang terkesan mewah dan elegan namun dengan harga yang terjangkau. Namun sebagian besar dari mereka mengalami kesulitan ketika mencari informasi mengenai undangan yang trendi dan sesuai dengan konsep pernikahan yang mereka inginkan. JANGAN MUPENG menyesuaikan dengan keinginan calon pengantin. JANGAN MUPENG ini menyediakan jasa pembuatan undangan dan mahar bagi calon pengantin sesuai dengan keinginan mereka. (Maulidiah et al., 2020)

Penelitian selanjutnya membahas tentang hantaran pengantin dalam berbagai perspektif, misalnya dalam bentuk pelatihan-pelatihan, pendampingan ketrampilan, pelatihan hantaran ibu-ibu PKK, remaja putri, dharma Wanita dengan tujuan untuk meningkatkan kecakapan

hidup.(Susilowati & Farida, 2017),(Affandi, 2018), (Rusdiyanti & Ningsih, 2020), (Karnadi, 2014), (Novita et al., 2021), (Winona & Faidah, 2020), (Herlinda et al., 2017).

Strategi pengembangan produk diteliti oleh Katsikeas et.all menjelaskan bahwa penelitian ini mengembangkan model mengintegrasikan hasil peningkatan efektivitas dan masukan organisasi dari strategi pengembangan produk ramah lingkungan.(Katsikeas et al., 2016). Penelitian selanjutnya bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pada koperasi produksi Agrobisnis.(Handayati et al., 2016). Dalam upaya meningkatkan kreativitas dalam proses pengembangan produk baru, banyak perusahaan menawarkan program insentif, program pelatihan kreativitas, atau keduanya. Namun, kreativitas tetap menjadi sebuah konstruksi yang belum dipahami dengan baik. (Burroughs et al., 2011). Dalam pembentukan pemasaran strategi pengembangan industri. model pemasaran dan perilaku inovatif yang inovatif, mendukung proses penciptaan dan penyebaran inovasi di semua sektor perekonomian dan bidang kehidupan. ... Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha UMKM Wadimah Cakalang Abon Ikan di Kabupaten Bandung. (Paramartha et al., 2022)

Berdasarkan uraian di atas terdapat gap penelitian yaitu bahwa hantaran terdiri dari aksesoris, souvenir, hantaran suka cita dan duka cita serta mahar pengantin yang belum pernah dibahas dalam penelitian sebelumnya. Adapun permasalahan yg akan dibahas adalah bagaimana strategi yg dikembangkan agar kelompok hantaran kota kediri bisa memberikan kesejahteraan dan sekaligus menjadi sumber pendapatan yang bisa diandalkan. Kebijakan-kebijakan pemerintah seperti apa yg selama ini mendukung serta mendorong hal tersebut. persoalan lain ialah hambatan atau tantangan yg dialami dalam berbagi strategi pengembangan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didasarkan pada penelitian kelompok UMKM hantaran di Kota kediri. Subjek yang menjadi penelitian adalah pengarjin hantaran kota Kediri. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dan studi pustaka. Studi pustaka dilakukan untuk menghimpun information dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti dari artikel jurnal penelitian, buku literatur, web website online dan lain sebagainya. Studi Pustaka ini penting dilaksanakan sebelum penelitian dilakukan, sebab membantu arah penelitian agar lebih efektif dan mendalam. Teknik pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, diskusi kelompok, triangulasi dan dokumen.

Metode penelitian lapangan (Field research methods) dengan mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian berguna menggali data yg diperlukan (Hendraswati, 2015). Terkait dengan hal tersebut, penelitian lapangan dipergunakan berguna mengetahui kegiatan yg dilakukan oleh pengrajin hantaran di kota Kediri serta pula melihat hambatan serta tantangan yg dihadapi oleh para pengrajin hantaran. Untuk itu dilakukan wawancara mendalam menggunakan beberapa narasumber baik berasal pengrajin hantaran, masyarakat sekitar, para konsumen dan Dinas Koperasi UMTK Kota Kediri. Wawancara juga dilakukan untuk mengetahui proses pembuatan hantaran, manfaat secara material dan imaterial bagi peningkatan tingkat hidup mereka. Selesaiannya pengumpulan data lapangan diperoleh, dilakukan diskusi dengan nara sumber dan pihak-pihak terkait untuk melengkapi data yang telah terkumpul. menggunakan teknik triangulasi, diskusi ini bermanfaat untuk memverifikasi data yang ada, sehingga diperoleh data yang valid. Teknik triangulasi dalam penelitian kualitatif diartikan secara beserta-sama, secara proporsional sesuai kebutuhannya baik teori, metode, teknik dan alat-alat lain. termin terakhir ialah menyusun data kualitatif dengan menggunakan metode diskripsi analitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan mengembangkan produk yang sudah ada atau penciptaan produk baru. Dengan produk baru maka akan meningkatkan keberhasilan bisnis dalam jangka Panjang. Karena setiap usaha akan menghadapi persaingan yang ketat, oleh karena itu kualitas produk harus tetap terjaga. Suatu usaha dalam mengembangkan produknya harus menyesuaikan dengan dinamika dan keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Strategi pengembangannya meliputi pengembangan produk, diversifikasi produk dan strategi produk baru (Nailuvary et al., 2020) Dengan adanya perubahan tersebut anggota hantaran kota Kediri harus mampu menciptakan produk -produk baru. Hambatan yang sering muncul adalah dama satu tahun ada waktu satu bulan tidak ada penjualan atau ada penjualan tapi minim yaitu bulan suro. Pada bulan tersebut jarang atau bahkan tidak ada orang yang melakukan pernikahan.

2. Modal usaha

Modal awal yang dibutuhkan untuk pengrajin hantaran biasanya digunakan untuk membeli bahan dan alat atau box hantaran untuk di sewakan. Bahan dan alat atau box bisa dibeli sekaligus atau secara bertahab sesuai dengan kemampuan pengrajin hantaran. Modal awal yang dibutuhkan sekitar Rp. 5.000.000,- hingga Rp. 10.000.000,- semua tergantung

kemampuan dan ragam atau jenis hantaran apakah di kelas premium atau kelas menengah ke bawah serta kelengkapan varian jenis hantaran. Untuk permodalan UMKM hantaran Kota Kediri telah bekerjasama dengan Bank Jatim Kediri. Bank Jatim Kediri memberi fasilitas peminjaman modal usaha atau kredit dan penerbitan QRIS. Karena Pemerintah Kota Kediri mewajibkan semua anggota UMKM Kota Kediri harus mempunyai QRIS dalam berjualan di pameran-pameran, CFD dan lain sebagainya.

3. Peralatan dan bahan hantaran pengantin

Peralatan dan bahan yang diperlukan dalam pembuatan hantaran pernikahan sangat beragam model dan bentuknya. Bahan aksesoris, bunga mawar dari kain organdi dan flannel dengan alat jarum pentul, peniti, karet gelang, isolasi dan double tipe. Seni melipat bahan bisa mukena, kerudung, kain, jarik dan handuk dengan model, bunga, merak kura kura, perahu, tas, panda kupu kupu, kelinci dengan alat, koran, karet dan aksesoris lainnya. Adapun untuk mahar bahan dan alatnya adalah pigura, bunga artifisial, logam mulia artifisial, uang kertas mainan, mesin jam dinding, lem tembak dan lilinnya, tatah, palu, bor, solder, cutter dan lain sebagainya. Kegiatan persiapan alat dan bahan meliputi alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan pembuatan hantaran pengantin yang harus dipahami oleh para ibu-ibu rumah tangga dan remaja putri, sehingga mereka dapat mengetahui dengan jelas pakaian/jenis produk yang akan dihasilkannya nanti. (Sawitri et al., 2017) Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Boneka Panda (Handuk) adalah koran bekas, kantong plastik, mata, pita, kain perca, jarum pentul, gunting. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Angsa (Sarung Bantal) adalah koran bekas atau gabus, kawat, mata, pita, jarum, gunting. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Bunga (Kerudung atau Jilbab) adalah kardus bekas, koran bekas, tali, gunting dan lain sebagainya. (Susilowati & Farida, 2017)

4. Kelompok/komunitas hantaran

Kelompok hantaran kota Kediri merupakan bagian kelompok dari UMKM binaan Dinas Koperasi UMTK kota Kediri. Kelompok hantaran kota Kediri terdiri dari pengrajin hantaran yang ada di kota Kediri yang berjumlah 27 anggota. Sebagian besar anggota hantaran telah memiliki NIB, Merek dan Uji Kompetensi dalam bidang Hantaran dan menjadi pengurus IPHI Pancawati (Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia) DPC Kota Kediri yang merupakan binaan IPHI Pancawati DPD Propinsi Jawa Timur. Kelompok hantaran kota Kediri sering mengadakan pelatihan untuk masyarakat sekitar kota Kediri atau luar kota Kediri serta pemula yang tertarik pada bidang hantaran. Pelatihan diadakan rutin pada bulan-bulan tertentu setiap minggu sekali setelah acara car free day di jalan Dhoho. Lokasi basecamp

hantaran Kota Kediri beralamatkan di Jalan Ade Irma Suryani no 7 Kediri atau belakang hotel grand surya kediri.

5. Sumber daya manusia

Sumber Daya Manusia untuk pengrajin hantaran sangat banyak dan tidak kesulitan. SDM pengrajin hantaran sebagian besar adalah ibu-ibu rumah tangga atau pemuda pemudi yang menyukai kreatifitas seni atau bidang hantaran.

6. Kreatifitas menciptakan motif

Pengrajin hantaran dalam menjual produk atau menerima jasa sangat berhubungan dengan kreatifitas. Menciptakan dan mengembangkan ide ide baru dalam berbagai motif hantaran dan mahar sangat di butuhkan dan diperlukan karena mengikuti selera konsumen. Pengrajin hantaran harus memiliki banyak series bentuk mahar dan hantaran dengan berbagai kreasi. Karena dengan kreatifitas yang tinggi dan banyak ragamnya memudahkan konsumen dalam memilih jenis mahar dan hantaran sesuai dengan kemampuan finansial dan selera konsumen. Kreatifitas dalam menciptakan motif harus patuh pada undang undang yang mengatur, contohnya Undang Undang (UU) Nomor 7 tahun 2011, masyarakat dilarang merusak uang kertas. Ancaman pidananya adalah penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp 1 miliar.(Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang, 2011) Untuk itu, BI mengingatkan kepada para perajin hiasan uang mahar pernikahan untuk menggunakan uang mainan saja. Penggunaan uang asli dalam pembuatan hiasan mahar akan berdampak pada rusaknya uang rupiah. Pasalnya uang akan digunting, distapler, diisolasi dan dilem.

Kreasi hantaran bisa dijadikan bisnis yang menjanjikan. Untuk menunjang kreativitas anggota hantaran UMKM Kota Kediri memberikan materi hard skill tentang hantaran. Contoh-contohnya adalah membuat bermacam-macam aksesoris, souvenir, seni lipat tekstil, teknik membuat kemasan. diajarkan juga perbedaan hantaran suka cinta dan duka cita. Dengan materi yang lengkap itulah anggota hantaran dapat menggali kreativitasnya sekaligus mengembangkan usahanya dan menjadi wirausaha.

7. Pemasaran

Seperti yang dibahas didalam latarbelakang masalah diatas bahwa dari segi pemasaran UMKM Hantaran kota Kediri mempunyai permasalahan yaitu kurangnya akses pemasaran produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pelaku UMKM :

- a. Pelaku UMKM dapat menambah pasarnya melalui situs belanja online (e-commerce) yang juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan internet. ekspansi pasar bagi UMKM sangat terbuka mengingat daya jangkau e-commerce sangat luas sebab bisa dijangkau oleh

- siapa saja, kapan saja, dan dimana saja selama konsumen terkoneksi ke internet. Pelaku UMKM bisa memilih memasarkan produknya melalui salah satu atau memilih semua kegiatan dalam e-commerce, yaitu pertama, contoh iklan baris seperti OLX.com, berniaga.com, market place dan lain lain.
- b. Pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan jejaring media sosial pada pemasaran produknya. Jejaring media umum ketika ini tidak lagi hanya menjadi alat bertukar berita antar sahabat atau keluarga saja, tetapi sudah banyak digunakan untuk acara pemasaran banyak sekali macam produk, baik berasal industri besar maupun UMKM. Jejaring media sosial yg paling banyak dipergunakan untuk media pemasaran ialah facebook, instagram, tik tok, youtube, dan lain-lain. Selain itu, media komunikasi yang bisa dipergunakan oleh pelaku UMKM dengan pelanggan bisa melalui Whatsapp Business, Line, Short Message Service (SMS), serta lain sebagainya. Pelaku UMKM juga bisa menciptakan nama merek mereka (brand awareness) melalui media sosial menggunakan teknik brand endorsement.
- c. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di masyarakat. (Suharto, 2009) Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan ini dapat melalui kurikulum pendidikan yang terintegrasi mulai dari SD hingga perguruan tinggi. untuk itu perlu ada kebijakan yang mengakibatkan mata pelajaran kewirausahaan sebagai salah satu mata pelajaran wajib di sekolah. Ketika, pemasaran menggunakan teknologi informasi menjadi hal yg relatif simpel dan murah untuk dilakukan oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu pemerintah perlu meningkatkan kecepatan proyek infrastruktur komunikasi (Palapa Ring) agar kualitas internet yang tinggi, safety, serta murah bisa dinikmati oleh pelaku UMKM pada seluruh Indonesia.

8. Legalitas Usaha

dalam dunia bisnis, legalitas usaha serta izin edar adalah dua hal yg sangat penting. Legalitas usaha mengacu pada status hukum suatu perusahaan atau bisnis, sementara izin edar merupakan persetujuan resmi yg diberikan oleh pemerintah untuk memasarkan produk atau layanan. mempunyai legalitas usaha serta izin edar yang sah bukan hanya memenuhi persyaratan hukum, tetapi juga membawa banyak sekali manfaat serta laba bagi pemilik usaha.

Melalui layanan konsultasi UMKM , para pelaku usaha khususnya UMKM dapat melakukan konsultasi dan di bantu dalam konflik-konflik usahanya termasuk pembuatan legalitas usaha dan izin edar misalnya NIB, Merek, PIRT, sertifikat Halal, Haki dan lain sebagainya. Harapannya dengan mempunyai legalitas usaha para pelaku UMKM bisa menyampaikan keyakinan pada pelanggan, mitra bisnis, dan investor bahwa bisnis yang dijalankan menggunakan integritas serta sesuai dengan standar yg ditetapkan; Legalitas

usaha dan izin edar dapat melindungi hak-hak bisnis, pemilik, serta konsumen, izin edar memastikan bahwa produk atau layanan yg ditawarkan sudah melalui pengujian dan penilaian yg memadai untuk memastikan keamanan dan kualitasnya serta Legalitas usaha dan izin edar membuka akses ke pasar yg lebih luas dan peluang usaha baru.

9. Dukungan Pemerintah

Bagi pelaku UMKM, Pemkot Kediri memberikan banyak dukungan. Mulai dari event pameran dan promosi, fasilitas legalitas usaha NIB, Merek, PIRT, Haki, Sertifikat Halal, pelatihan untuk penguatan daya saing, kerjasama dengan platform digital dan ritel modern, kredit bunga rendah KURNIA, serta bantuan modal usaha. Pameran-pameran, CFD Jalan Dhoho , stand selama sebulan di Transmart selama 1 tahun secara bergantian kelompok UMKM kota Kediri, Pelatihan pelatihan dan uji kompetensi. Lomba lomba misalnya Street Food Festival Explorasa, fotografi dan lain sebagainya. Semua dilakukan untuk mendukung tumbuh dan berkembangnya UMKM kota kediri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi yang dilaksanakan oleh anggota UMKM kelompok hantaran kota kediri dengan Pemerintah membawa hasil yang sangat bagus. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan produk produk hantaran yang dijual oleh kelompok hantaran sangat beragam di pasaran dan berbagai pameran dan expo yang digelar oleh pemerintah kota Kediri. Pola Kerjasama antara anggota UMKM hantaran kota Kediri dengan pemerintah kota Kediri telah berhasil mendorong perkembangan produk produk hantaran dengan mengikuti perubahan perubahan yang terjadi baik konsumen dan pasar. Untuk membantu masalah masalah yang dihadapi oleh kelompok UMKM hantaran Kota kediri Pemerintah memberikan dukungan berupa legalitas, pameran dan uji kompetensi serta pelatihan pelatihan yang menunjang kompetensi kelompok UMKM Hantaran kota Kediri.

Untuk kelompok UMKM hantaran kota kediri harus selalu aktif dan produktif melakukan inovasi, diversifikasi terhadap produk produknya sehingga mampu bersaing dipasaran dan mengembangkan pola pemasarannya ke berbagai platform digital bail ke social media, market place dan lain sebagainya karen pemerintah Kota Kediri telah memberikan dukungan yang besar bagi kelompok UMKM hantaran.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada ketua UMKM hantaran kota Kediri ibu Sri Astuti yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di kelompok hantaran Kota Kediri dan kepada Dinas Koperasi UMTK serta Pemerintah Kota Kediri.

DAFTAR REFERENSI

- Affandi, M. (2018). PENDAMPINGAN KETERAMPILAN PEREMPUAN PADA PELATIHAN PEMBUATAN HANTARAN PENGANTIN DI PKBM LUTHFILLAH KOTA PALANGKA RAYA. *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)*, 3–2, 114–122.
- Asori, M., Nayebzadeh, S., & Derakhshan, S. J. (2020). Design of Fabric Accessories for Beauty Parlor. / *International Journal of Applied Arts Studies*, 5–1, 91–101.
- BABY, C., & KAVITHA, S. (2018). AN APPLICATION OF TODA EMBROIDERY ON THE APPARELS AND ACCESSORIES. *International Journal of Textile and Fashion Technology (IJTFT)*, 8–5, 7–18.
- Burroughs, J. E., Dahl, D. W., Moreau, C. P., Chattopadhyay, A., & Gorn, G. J. (2011). Facilitating and Rewarding Creativity During New Product Development. *Journal of Marketing*, 75, 53–67.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2011 TENTANG MATA UANG, 11 (2011).
- Farida, E., Koeswoyo, G. F., & Nugroho, E. W. (2021). The Use Of Fixed Assets Management System In Souvenir Centre. *SISFORMA: Journal of Information Systems*, 8–2. <https://doi.org/10.24167/sisforma.v8i2.4038>
- Handayati, R., Rosyad, S., & Fauziyah, E. N. (2016). Analysis of Business Development Strategy and Product Variations On Medium-sized Enterprises Small Micro Corn Banyubang. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 333–340.
- Herlinda, S., Hidayat, S., & Djumena, I. (2017). Manajemen Pelatihan Hantaran dalam Meningkatkan Kecakapan Hidup Warga Belajar di Lembaga Kursus dan Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1–1, 1–9.
- Jacob, R., P, M., & A, A. T. (2016). The Green Souvenir Industry of Kerala – A Comprehensive Analysis. *Atna-Journal of Tourism Studies*, 11–1, 45–57.
- Karnadi. (2014). PENDAMPINGAN TERHADAP IBU-IBU DAN REMAJA PUTERI PADA PELATIHAN PEMBUATAN HANTARAN PENGANTIN DI PKBM 01 KEMAYORAN JAKARTA PUSAT. *Jurnal Sarwahita*, 11–1, 48–52.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, C. N., & Zeriti, A. (2016). Eco-friendly product development strategy: antecedents, outcomes, and contingent effects. *J. of the Acad. Mark. Sci ORIGINAL EMPIRICAL RESEARCH*, 44, 660–684.
- Lalji, M. K., Sharma, S., Malhotra, B., Mehra, J., Prajapati, R., Kasibhatla, S., Budhiya, P., & Sharma, S. (2021). Accessories of Design. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 5–4.
- Maulidiah, C., Harisma, R., Barkah, D., Syam, R., Dewandaru, C., Ichsanul, R., Iqbal, & Septiarini, A. (2020). JANGAN MUPENG (JASA UNDANGAN DAN MAHAR UNTUK PENGANTIN) SEBAGAI PELUANG BISNIS. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4–1, 58–62.
- Nailuvary, S., Ani, H. M., & Sukidin. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 14–1, 185–193.

- Novita, E., Tarigan, C. U., & Arisa, M. F. (2021). PELATIHAN KREASI SENI HANTARAN PENGANTIN PADA DHARMAWANITA KAPANEWON PENGASIH WATES. *Prociding Pendidikan Teknik Boga Busana FT UNY*.
- Paramartha, G. A., Suryana, A. A. H., Riyantini, I., & Nurhayati, A. (2022). Business Development Strategy for Skipjack Fish Floss. *Asian Journal of Fisheries and Aquatic Research*, 18-1, 1-15.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, 11 (2008).
- Ridwan, M. (2022). PENENTUAN MAHAR BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN PENGANTIN PEREMPUAN PERSPEKTIF HUKUM ADAT DAN HUKUM ISLAM. *Al-Mazaahib:Jurnal Perbandingan Hukum*, 10-2, 181-200.
- Rusdiyanti, I. T., & Ningsih, M. G. S. (2020). Pelatihan Pembuatan Hantaran Pengantin dari Bahan yang Sederhana bagi Para Ibu PKK RW 8 Kelurahan Gadang. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 5-1, 12-17.
- Sawitri, S., Na'am, F., Rachmawati, R., & Krisnawatai, M. (2017). PENGEMBANGAN WIRAUSAHA BAGI IBU-IBU DI KELURAHAN PATEMON GUNUNGPATI SEMARANG MELALUI PELATIHAN KETERAMPILAN MEMBUAT HANTARAN PENGANTIN. *TEKNOBUGA*, 4-1, 51-58.
- Sindhu, G., & Jahan, S. (2018). Adaptation of Lambadi Embroidery to Embellish Contemporary Apparel and Accessories. *International Journal of Current Microbiology and Applied Science*, 7-11, 183-194.
- Suharto, E. (2009). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial*. Bandung, PT Refika Aditama. PT Refika Aditama.
- Suliyanto, Restianto, Y. E., Naufalin, L. R., Krisnaresanti, A., & Yunianty, A. (2022). MICROFLORICULTURE SOUVENIR CREATIVE INDUSTRY: FEASIBILITY STUDY. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 10-11, 290-299.
- Susilowati, S., & Farida, I. (2017). Pelatihan Pembuatan Hantaran Pengantin Pengisi Waktu Luang bagi Ibu PKK. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*, 1-2, 166-179.
- Winona, I. R., & Faidah, M. (2020). TATA UPACARA PERKAWINAN DAN HANTARAN PENGANTIN BEKASRI LAMONGAN. *Jurnal Tata Rias e Journal Unesa*, 2-2, 57-70.
- <https://finance.detik.com/moneter/d-4352786/bi-larang-perajin-gunakan-uang-asli-untuk-mahar-pernikahan>
- <https://vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/menggali-kreativitas-tanpa-batas-melalui-kursus-hantaran>
- <https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10111405/wali-kota-sampaikan-profil-dan-potensi-pengembangan-umkm-kota-kediri-dalam-webinar-nasional-tri-dharma-untuk-negeri#:~:text=Bagi%20pelaku%20UMKM%2C%20Pemkot%20Kediri,KURNIA%2C%20serta%20bantuan%20modal%20usaha.>
- <http://repositori.unsil.ac.id/728/5/BAB%20I.pdf>