
PELATIHAN PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK TAS DI UMKM JMS LEATHER

**Sylvia¹, Christiana Gracia Monica², Justin Febrianus³, William Ofel Boas⁴, Steve Mercyo⁵,
Steven Suhardi⁶.**

¹ Universitas Pelita Harapan

² Universitas Pelita Harapan

³ Universitas Pelita Harapan

⁴ Universitas Pelita Harapan

⁵ Universitas Pelita Harapan

⁶ Universitas Pelita Harapan

e-Mail: sylvia.apandi@gmail.com

Abstract

JMS Leather is a small medium enterprise that produces leather products such as bags, wallets, book covers and accessories. It has challenges such as the lack of unique and innovative products that are functional and aesthetic at the same time. In this community service, the lecturer and students collaborate with JMS Leather to design new products, from the identification of customer needs to the final prototype process. This process involved market analysis, in-depth interviews, customer surveys, and need-based design development. The designs are designed to be more minimalist, yet still functional to address the preferences of a wider market. With this approach, the program is expected to produce products that are innovative, attractive, and able to meet customer needs. In addition, this collaboration also aims to increase student creativity in applying product design knowledge practically. This method includes collecting data through Google Forms surveys to understand consumer needs and developing product prototypes. After obtaining the survey results, continue by processing the data and design ideas discussion with JMS Leather. The output is the product prototype and training JMS Leather about the process of product development and final prototype.

Keywords: *product design and development, community service, product innovation, customer needs*

PELATIHAN PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK TAS DI UMKM JMS LEATHER

Sylvia ¹, Christiana Gracia Monica ², Justin Febrianus ³, William Ofel Boas ⁴, Steve Mercyo ⁵,
Steven Suhardi ⁶.

¹ Universitas Pelita Harapan

² Universitas Pelita Harapan

³ Universitas Pelita Harapan

⁴ Universitas Pelita Harapan

⁵ Universitas Pelita Harapan

⁶ Universitas Pelita Harapan

e-Mail: sylvia.apandi@gmail.com

Abstrak

JMS Leather adalah sebuah usaha kecil menengah yang memproduksi produk kulit seperti tas, dompet, sampul buku dan aksesoris. JMS Leather memiliki tantangan seperti kurangnya produk yang unik dan inovatif yang fungsional dan estetis pada saat yang bersamaan. Dalam pengabdian masyarakat ini, dosen dan mahasiswa berkolaborasi dengan JMS Leather untuk mendesain produk baru, mulai dari identifikasi kebutuhan pelanggan hingga prototipe akhir. Proses ini melibatkan analisis pasar, wawancara mendalam, survei pelanggan, dan pengembangan desain berbasis kebutuhan. Desain dirancang agar lebih minimalis, namun tetap fungsional untuk memenuhi preferensi pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan ini, program ini diharapkan dapat menghasilkan produk yang inovatif, menarik, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, kolaborasi ini juga bertujuan untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu desain produk secara praktis. Metode yang dilakukan meliputi pengumpulan data melalui survei *Google Forms* untuk memahami kebutuhan konsumen dan mengembangkan prototipe produk. Setelah mendapatkan hasil survei, dilanjutkan dengan pengolahan data dan diskusi ide desain dengan pihak JMS Leather. Output yang dihasilkan adalah prototipe produk dan pelatihan kepada pihak JMS Leather mengenai proses pengembangan produk dan prototipe akhir.

Kata kunci: perancangan dan pengembangan produk, pengabdian kepada masyarakat, inovasi produk, kebutuhan pelanggan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah tulang punggung perekonomian di Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% dari Produk Domestik Bruto (Lestari Putri Lubis & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, 2024). Di tengah persaingan yang ketat dan era globalisasi, UMKM perlu meningkatkan daya saing dengan melakukan

pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah dan juga meningkatkan minat konsumen secara berkelanjutan (Rahmadani et al., 2024).

JMS Leather berdiri tahun 1980an, merupakan perusahaan UMKM yang menjual produk dompet, *lanyard* dan tas *custom* yang terbuat kulit atau kulit sintetis yang dilakukan dari proses produksi melalui desain dari klien dan dibuat oleh mesin yang dioperasikan oleh JMS Leather.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa JMS Leather sendiri tidak menjual langsung kepada konsumen, melainkan mereka melakukan penjualan melalui perusahaan perusahaan vendor lainnya yang memberikan design produk untuk diproduksi oleh JMS Leather. Mereka tidak menjual produk yang langsung bisa dibeli oleh pelanggan, sehingga bisa dikatakan bahwa mereka sangat bergantung terhadap adanya event tertentu. JMS Leather hanya mengandalkan bisnis B2B, sehingga seringkali mengalami permasalahan misalnya ketika tidak adanya sebuah event acara maka mereka kemungkinan besar tidak akan mendapatkan pemasukan dari pesanan mereka sendiri dan mau tidak mau mereka harus membantu pengerjaan pesanan dari teman mereka untuk mendapatkan tambahan pemasukan. JMS Leather memiliki demand yang fluktuatif karena hanya mengandalkan event, jangkauan pasar yang kurang luas, inovasi produk yang kurang dan desain yang kurang mengikuti trend pasar, serta masih belum memiliki *branding* yang kuat sebagai produsen dompet dan lanyard di mata masyarakat umum. Karena itu ada peluang JMS Leather memiliki potensi untuk memiliki lini penjualan B2C dengan menjual produk yang mereka design sendiri sesuai apa yang konsumen inginkan dari produk yang mereka produksi yaitu dompet dan lanyard.



Gambar 1. Produk JMS Leather

Untuk meningkatkan daya saing suatu produk, perusahaan harus mampu melakukan rekayasa nilai untuk mengoptimisasi produk dengan segala kemampuan dan kreativitas (Wardyanto, 2018).

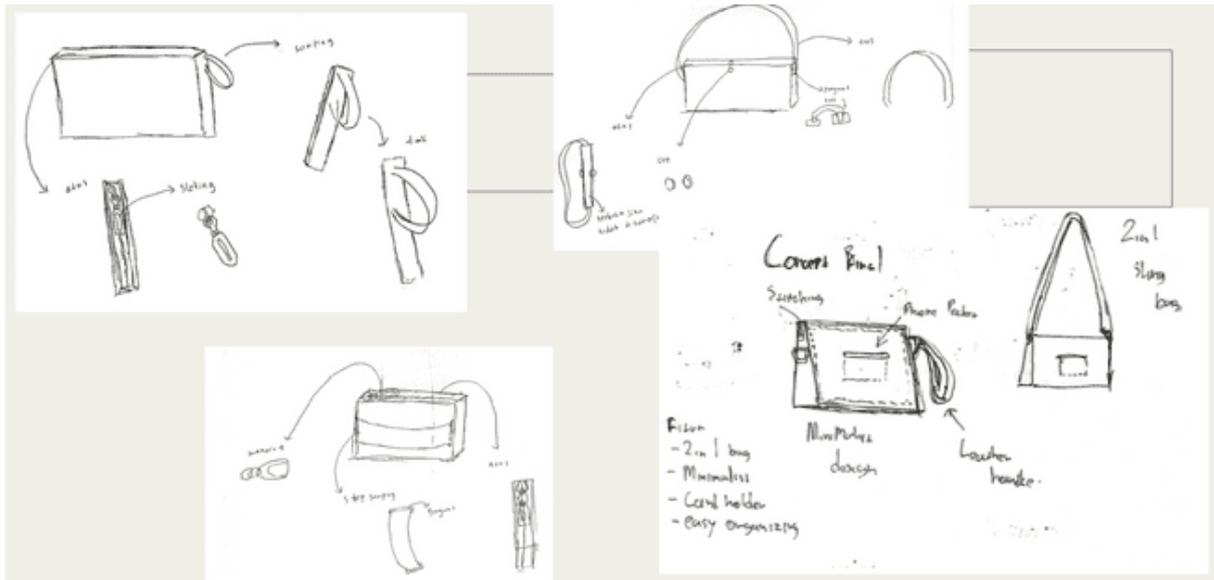
Inovasi produk, market orientation, kualitas produk juga mempengaruhi kinerja bisnis dalam menciptakan keunggulan daya saing (Haryono & Marniyati, 2017).

Dengan adanya kemajuan teknologi perusahaan dapat memiliki akses untuk melakukan pengembangan sehingga mereka dapat menciptakan produk yang inovatif. Tetapi banyak perusahaan mendapatkan banyak tantangan (Afifah et al., 2023). Tantangan tersebut dikarenakan kurangnya sumber daya, organisasi yang tidak mendukung, kurangnya pemahaman akan pasar dan konsumen. Inilah permasalahan yang dihadapi oleh JMS Leather yaitu mereka kurang memiliki sumber daya baik sumber daya manusia ataupun pengetahuan akan proses perancangan dan pengembangan produk yang tepat sasaran sesuai kebutuhan pelanggan. Karena itu penting bagaimana perusahaan dapat dibantu untuk mengatasi tantangan tersebut dan mengoptimalkan proses inovasi produk mereka (Istifa, 2024).

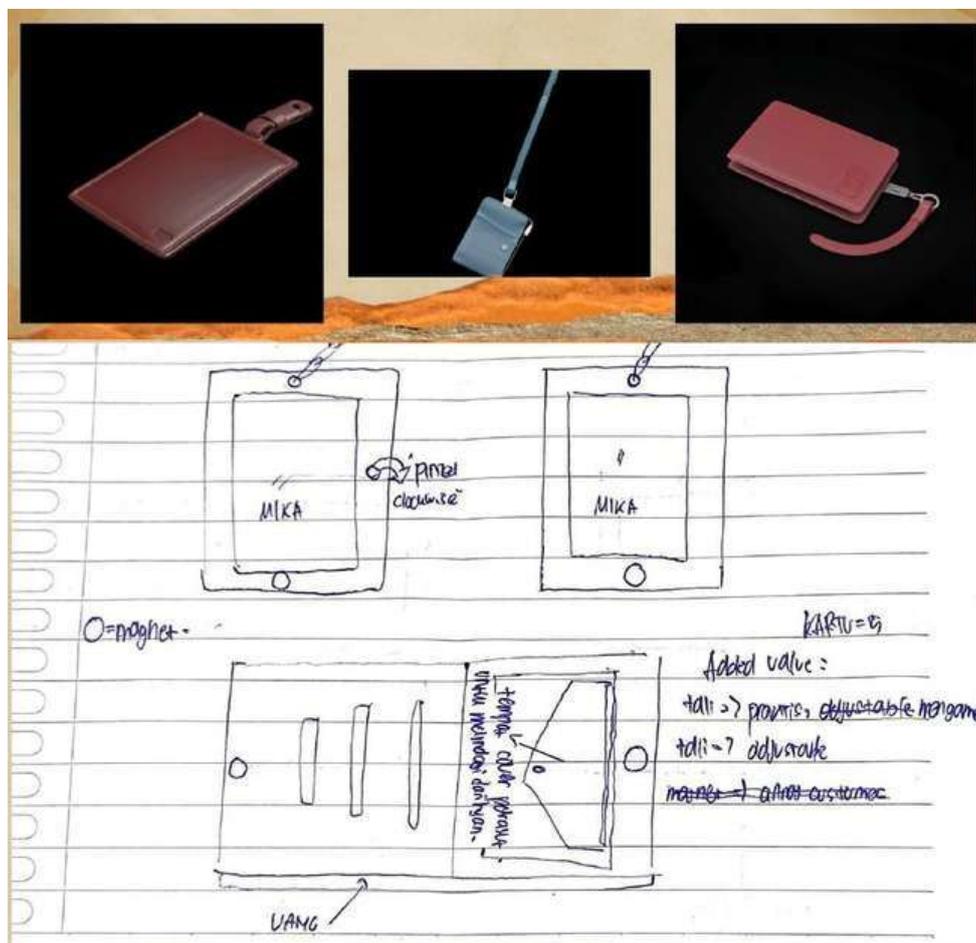
Dengan implementasi pengetahuan perancangan dan pengembangan produk dan metode customer survey, tim melakukan perancangan dan pengembangan produk inovatif untuk menghasilkan prototipe sesuai dengan kebutuhan *customer* yang didapatkan dari survey dan juga feedback dari JMS Leather mengenai feasibilitas desain produk itu sendiri. Kegiatan ini diakhiri dengan memberikan pelatihan kepada JMS Leather mengenai langkah-langkah proses peningkatan dan pengembangan produk hingga ke prototipe produk tersebut.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dimulai pada bulan Agustus 2024 dengan melakukan wawancara dengan pemilik JMS Leather untuk melakukan analisis terhadap pasar, produk, dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang menjadi mitra kami, yaitu JMS Leather. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi peluang pengembangan produk serta memahami kebutuhan dan preferensi pasar. Berbagai analisis tambahan, termasuk mengumpulkan data melalui survei pasar dengan melakukan survey melalui google form untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut mengenai preferensi konsumen. Data yang terkumpul diolah menggunakan metode *needs metric matrix* dan *Quality Function Deployment (QFD)* untuk memastikan bahwa desain produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Metode QFD bermanfaat bagi perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing melalui perbaikan kualitas dengan meningkatkan keandalan produk, kualitas produk, kepuasan konsumen, memperpendek time to market, mengurangi biaya perancangan dan pengembangan serta meningkatkan produktivitas dari perusahaan (Trenggonowati, 2017). Setiap perkembangan dari proses ini dikonfirmasi secara berkala kepada pihak JMS Leather agar mereka tetap terlibat dalam setiap tahapan pengembangan. Setelah menyelesaikan pengumpulan data dan tahap desain, tim mengembangkan beberapa sketsa konsep rancangan produk yang diharapkan dapat memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh JMS Leather serta membantu mengembangkan inovasi baru yang relevan dan bernilai tambah bagi usaha tersebut seperti dapat terlihat di gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Sketsa Konsep Desain Produk *Clutch Bag*



Gambar 3. Sketsa Konsep Desain Produk *Lanyard*

Setelah finalisasi dan pemilihan sketsa rancangan produk, maka dipilih satu konsep desain yang memenuhi kebutuhan *customer* secara fungsional maupun estetik dan kemudian prototipe produk tersebut dibuat (gambar 4 dan gambar 5)



Gambar 4. Prototipe Produk *Clutch Bag*



Gambar 5. Prototipe Produk *Lanyard*

Kegiatan ini diakhiri dengan pelatihan pelatihan perancangan dan pengembangan produk di JMS Leather tanggal 28 November 2024. Setelah itu dilakukan penyusunan laporan dan penulisan jurnal sebagai luaran kegiatan PkM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang menjadi integrasi dari pembelajaran mata kuliah Perancangan dan Pengembangan Produk di Teknik Industri. Seluruh proses kegiatan PkM ini dimulai dari Agustus 2024 hingga diakhiri di pelatihan perancangan dan pengembangan produk di JMS Leather tanggal 28 November 2024. Pelatihan dihadiri secara onsite oleh mahasiswa dan dosen serta pemilik dari JMS Leather. Pelatihan dapat dilihat di lampiran foto-foto kegiatan.

Pelatihan ini dapat terlaksana dengan baik berkat kerja sama dari JMS Leather dan mahasiswa dari mata kuliah kelas Perancangan dan Pengembangan Produk. Pemilik JMS Leather juga memberikan tanggapan dan evaluasi yang positif mengenai hasil perancangan dan pengembangan produk baik clutch bag maupun lanyard dari mahasiswa. Produk tersebut dikatakan kreatif dan inovatif.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dalam era globalisasi yang cepat, inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan bisnis (*Pentingnya Inovasi Dalam Bisnis: Mendorong Pertumbuhan Dan Daya Saing* / Pascasarjana ARS University, n.d.). Dengan menciptakan budaya dan lingkungan yang mendukung kreativitas, kolaborasi, memberikan pelatihan maka dapat mendorong inovasi.

Pelatihan dan pengembangan produk ini adalah salah satu kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang terintegrasi dengan mata kuliah Perancangan dan Pengembangan Produk. Tujuan pelatihan ini adalah untuk mahasiswa dapat berkontribusi secara pengetahuan dan aplikasi teori yang mereka pelajari di kelas mengenai proses perancangan dan pengembangan produk agar dapat membantu UMKM JMS Leather dalam permasalahan inovasi produk menurut kebutuhan konsumen/pelanggan. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah produk *cluth bag* dan *lanyard* yang didesain berdasarkan kebutuhan pelanggan dari hasil survey dan kreativitas mahasiswa memadukan beberapa fungsionalitas. Umpan balik dari pemilik JMS Leather adalah produk yang diusulkan sangat inovatif dan menambah pengetahuan serta keterampilan dari mereka. Komunikasi dan kerja sama dari kelas ini selama proses pembuatan prototipe berjalan sangat baik. Desain dari prototipe tersebut dapat dipertimbangkan dan dikembangkan lebih lanjut oleh UMKM JMS Leather.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Prodi Teknik Industri Universitas Pelita Harapan dan pemilik JMS Leather yang telah memberikan dukungan dan kerja sama yang baik untuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Semoga hasil kegiatan ini bisa memberikan kontribusi positif kepada UMKM dan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, N., Pringgabayu, D., & Arfiansyah, F. (2023). Kinerja Perusahaan Batik Trusmi Cirebon Dalam Kaitannya Dengan Inovasi Produk dan Pemasaran. *Income Journal.*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.61911/INCOME.V2I1.32>
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). PENGARUH MARKET ORIENTATION, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA BISNIS DALAM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51–68. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Istifa, M. A. khaqqoh. (2024). PERAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN DI PASAR GLOBAL. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 13760–13765. <https://doi.org/10.31004/JRPP.V7I4.34993>
- Gibson, W. (2016). *Product design and development* (6th ed.). McGraw-Hill Education. https://doi.org/10.2166/9781789061840_0019

- Lestari Putri Lubis, A., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, Mk. (2024). *Strategi Pengembangan Produk Baru Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Pelaku UMKM Kota Depok New Product Development Strategy to Increase Market Share of MSME Players in Depok City*.
- Pentingnya Inovasi dalam Bisnis: Mendorong Pertumbuhan dan Daya Saing | Pascasarjana ARS University*. (n.d.). Retrieved February 17, 2025, from <https://pasca.ars.ac.id/blog/content/pentingnya-inovasi-dalam-bisnis-mendorong-pertumbuhan-dan-daya-saing>
- Rahmadani, F., Margareta, D., Juita, V. L., Wardana, R. J., Hidayat, R., Ikaningtyas, M., Bisnis, S. A., Sosial, I., & Politik, I. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar(Studi Kasus Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 7–15. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Trenggonowati, D. L. (2017). METODE PENGEMBANGAN PRODUK QFD UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN. *Spektrum Industri*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.12928/SI.V15I1.6176>
- Wardyanto, A. R. (2018). Perancangan Peningkatan Optimalisasi Produksi dengan Pendekatan Function Analisis System Technique (FAST) pada Desain Produk Industri Kran Wastafel. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 1(2), 122–130. <https://doi.org/10.32493/JITMI.V1I2.Y2018.P122-130>

LAMPIRAN FOTO-FOTO KEGIATAN

