

Membangun Start Up Dan Pengelolaan Usaha Kerajinan Rajut Di Sentra Rajut Binong Bandung

Aris Mardiyono¹, Gita Sugiyarti²

^{1,2} Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

*Email: gitaayuaris@gmail.com

Article History:

Received: 31 January 2023

Revised: 11 February 2023

Accepted: 28 March 2023

Keywords: kewirausahaan, *start up*, UKM

Abstrak : Sentra Industri Rajut Binong Bandung merupakan industri khusus rajut yang telah beroperasi di kota Bandung sejak tahun 1960. Sekitar 350 bisnis rajut atau UKM yang aktif di industri rajut menjadi mayoritas di Kelurahan Binong hingga tahun 2023. Pengusaha UKM, biasa disebut perajin, secara signifikan memperburuk kehidupan sehari-hari dalam usaha rajutan tersebut. Pembahasan dalam artikel ini adalah tentang pendirian dan pengembangan usaha rajut di Sentra Rajut Binong Bandung, mulai dari tahap awal perencanaan, pendirian dan pengembangan usaha, hingga inisiasi palu oleh petani rajut untuk mengembangkan usahanya. Solusi yang akan dilakukan dengan metode pendekatan yakni melalui workshop. Workshop mendesain motif dan internet marketing, pelatihan manajemen pemasaran berbasis IT, kualitas produk, akses permodalan, manajemen pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi informasi, dan pemanfaatan jaringan sosial dalam pemasaran.

PENDAHULUAN

Binong adalah lingkungan kecil di kota Bandung Kecamatan Batununggal; itu dikenal dengan penduduk pekerja kerasnya. Menurut data demografi kelurahan tahun 2022, jumlah penduduk Kelurahan Binong sekitar 115.400 jiwa¹. Berdasarkan data transportasi dan keterampilan sekitar 57.376 jiwa atau 49,70%, jumlah penduduk di Kelurahan Binong sudah direkapitulasi. Menurut Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) untuk pendidikan di Kelurahan Binong, proporsi siswa tertinggi adalah sekitar 22.100 jiwa. Sekitar 130 siswa dengan karakteristik yang diperlukan terdaftar di Sekolah Dasar (SD) per Januari 2023, menurut data dari Kelurahan Binong. Secara geografi, Kelurahan Binong Kecamatan Batununggal yang memiliki luas 72 ha ini memiliki wilayah tersendiri. Empat batas wilayah Kelurahan Binong adalah batas Kelurahan Barat Kebon Kangkung, Kelurahan Maleer Utara, dan Kelurahan Gumuruh Timor. Per Juni 2022, Kelurahan Binong memiliki total 115.400 Jiwa, terdiri dari Jiwa Laki-Laki dan Jiwa Perempuan, masing-masing sebanyak 49.700 Jiwa dan 61.200 Jiwa.

Binong Jati dapat dicapai melalui Jalan Kiaracandong dan Jalan Gatot Subroto, dimana terdapat sebuah gapura besar yang menutupi Sentra Rajutan Binong Jati. Ada pasar bernama Pasar Binong di dekat gapura, tapi itu bukan pasar yang besar; melainkan pasar lokal yang menjual

¹ Widodo Budi Prayitno et al., "Badan Pusat Statistik - Kota Bandung Dalam Angka 2022" (2022): 1–410, <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/60310fb12862b40d688a3578/kota-bandung-dalam-angka-2022.html>.

berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti sayuran, buah, dan berbagai keperluan memasak. Saat memasuki gapura, terlihat jalan kecil yang oleh penduduk setempat disebut Jalan Binong, dengan lebar yang panjangnya sedikit lebih dari satu meter dan panjang sekitar empat kilometer yang terutama dilalui oleh dua beroda empats. Di tengah dan di kanan kiri Jalan Binong terdapat rumah-rumah penduduk yang melakukan aktivitas sehari-hari seperti jual beli, penjual makanan, warung, ruko, dan lain-lain. Banyak jalan setapak atau jalan kecil dapat ditemukan berdekatan dengan Binong Avenue, dan semua rumah bergaya tangga di Binong dicirikan oleh proyek konstruksi yang sedang berlangsung. Selain itu, kegiatan usaha penunjang lainnya juga terlihat seperti pendistribusian produk atau kiriman rajut, pasar khusus rajut, dan pasar khusus benang.

Selain banyaknya ragam daya tarik budaya yang diusungnya, seperti bahasa daerah, alat musik tradisional, dan tarian tradisional, Bandung juga merupakan kota dengan industri kreatif yang berpotensi berkembang menjadi tujuan khusus seperti tempat belanja. Salah satu contoh industri kreatif berbasis fashion yang memiliki keterkaitan dengan Bandung adalah Sentra Rajutan Binong Jati. Binong Jati terkenal di Bandung sebagai lokasi produksi rajutan kerajinan. Gedung yang bertuliskan "Sentra Industri Rajutan Binong Jati" ini terletak di Jl. Gatot Subroto di Bandung dan tepat di sebelah pasar bernama Pasar Binong. Begitu memasuki gapura, kita akan melihat jalan setapak yang berbagi rumah penduduk dengan jarak sekitar lima kilometer. Ini adalah negara seperti orang-orang di masa lalu. Belas perajin saat ini berantakan jika seseorang mengikuti jalan setapak itu, yang terlihat dari beberapa rumah.

Selain banyaknya ragam daya tarik budaya yang diusungnya, seperti bahasa daerah, alat musik tradisional, dan tarian tradisional, Bandung juga merupakan kota dengan industri kreatif yang berpotensi berkembang menjadi tujuan khusus seperti tempat belanja. Salah satu contoh industri kreatif berbasis fashion yang memiliki keterkaitan dengan Bandung adalah Sentra Rajutan Binong Jati. Binong Jati terkenal di Bandung sebagai lokasi produksi rajutan kerajinan. Gedung yang bertuliskan "Sentra Industri Rajutan Binong Jati" ini terletak di Jl. Gatot Subroto di Bandung dan tepat di sebelah pasar bernama Pasar Binong. Begitu memasuki gapura, kita akan melihat jalan setapak yang berbagi rumah penduduk dengan jarak sekitar lima kilometer. Ini adalah negara seperti orang-orang di masa lalu. Belas perajin saat ini berantakan jika seseorang mengikuti jalan setapak itu, yang terlihat dari beberapa rumah.

Sentra rajutan Binong jati saat ini memproduksi berbagai macam produk olahan tekstil yang telah banyak diadopsi di Indonesia. Contohnya alas makan, dompet, tas, sepatu, topi, dan hiasan dinding, serta sweater, syal, jaket, kardigan, dan pakaian dengan berbagai pola dan desain.

Selain beragamnya jenis produk rave yang ada saat ini, perubahan perilaku konsumen terkait penggunaan rave merupakan satu-satunya alasan terbesar mengapa ragam rave ini masih populer di masyarakat Indonesia. Khususnya saat K-pop (korea style) merambah ke Indonesia dan banyak mendoktrin kalangan remaja usia muda mengikuti style tersebut, dan dimana korea style itu memiliki keunikan dari berbusana yaitu banyak menggunakan bahan pakaian yang berasal dari rajutan dengan berbagai kombinasi motif yang diselaraskan dengan topi dan syal. Untuk seluruh penduduk Indonesia, olahraga lari ini sangat mengkhawatirkan. Hal ini harus dimanfaatkan oleh para anggota sentra olahraga lari Binong jati sebagai sarana untuk menjual produk olahraga lari tersebut.

Sentra rajutan ini memiliki daya tarik yang berpotensi secara strategis, tersentra di suatu wilayah, harga yang beragam, produk yang beraneka ragam dan tema yang menarik. Jika semuanya dilakukan dengan benar dan tekun, kawasan non-mustahil akan tumbuh subur sebagai

tempat perdagangan internasional. Namun kawasan sekitaran olahraga lari Binong Jati belum banyak diketahui atau dikenali oleh masyarakat Bandung maupun di luar batas kota Bandung. Situasi ini sangat mengisyaratkan perlunya kajian yang khusus dan terfokus yang didasarkan pada kajian kajian keagamaan². Di tahun-tahun terakhir kehidupan seorang anak, mereka belajar untuk bekerja dalam berbagai pekerjaan, seperti kerja keras, kerja sama dengan orang lain, karakter moral yang baik, yakin, membuat keputusan, memajukan pengetahuan, memiliki ambisi untuk maju, dan berkomunikasi dengan panda lainnya. Ciri-ciri wirausaha yang berhasil antara lain memiliki visi dan tujuan yang jelas, proaktif dan gigih, fokus pada kinerja, mengelola risiko secara efektif, terlibat dalam pekerjaan berkualitas tinggi, tidak tergoyahkan dalam komitmennya kepada semua pihak, dan memiliki hubungan yang positif dengan semua otoritas Kasmiri.

Saat memulai bisnis, motivasi adalah kualitas penting yang harus dimiliki setiap karyawan. motivasi berdasarkan motivasi internal manusia, motivasi dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar, seperti dorongan atau kekuatan³. Ada beberapa alasan seseorang memulai bisnis kecil-kecilan, yang pertama adalah untuk memenuhi tujuan pribadi. Dalam mengejar tujuan pribadinya, setiap orang memiliki aspirasi yang ingin diwujudkan, seperti kemandirian, memperoleh pendapatan yang lebih besar, mendukung jaringan sosialnya, dan menemukan produk baru. Alasan kedua adalah mencapai tujuan bisnis yaitu, memenuhi target yang sudah ditetapkan sebagai orientasi bisnis tersebut di antaranya, melayani kebutuhan masyarakat, mendapat keuntungan, peduli terhadap kehidupan sosial baik masyarakat maupun lingkungan, mendapatkan pertumbuhan, tujuan bisnis dihubungkan dengan tujuan pribadi.

Pengetahuan, atau pengetahuan, adalah informasi dan data yang terhubung dengan keterampilan, intuisi, pengetahuan, perasaan, dan motivasi dari individu yang sangat terampil. Pengetahuan adalah satu-satunya kunci terpenting untuk kesuksesan bisnis apa pun⁴. Saat memulai bisnis baru, transfer pengetahuan juga memerlukan pertimbangan penting. Transfer pengetahuan dilakukan dengan memindahkan pengetahuan dari satu lokasi, satu orang, atau delapan orang yang berbeda. Pertukaran pengetahuan merupakan rangkaian interaksi yang kompleks antara individu dan kelompok; dalam kelompok, dapat terjadi antar kelompok maupun dari satu kelompok ke kelompok lainnya.

Pengelolaan atau pengembangan sebuah usaha diiringi dengan adanya penambahan kapasitas tenaga kerja, penambahan jenis dan jumlah produk, atau peningkatan atau perluasan tempat usaha. Berbeda dengan ini, penggunaan teknologi juga merupakan satu-satunya indikator terpenting untuk keberhasilan setiap bisnis. Perkembangan teknologi merupakan satu-satunya faktor terpenting yang mempengaruhi pertumbuhan industri. Manajemen baru dan kemajuan teknologi sangat penting bagi usaha kecil yang ingin meningkatkan kapasitas operasi mereka. Selain itu, teknologi adalah satu-satunya faktor terbesar yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Keterbelakangan teknologi juga mempengaruhi kesanggupan UKM untuk bersaing di pasar global, rendahnya jumlah produksi, dan menyebabkan rendahnya efisiensi dalam proses produksi. Setiap kemunduran dalam teknologi dapat menyebabkan kemampuan UKM untuk memberikan dukungan yang jelas untuk operasi yang sedang berlangsung.

² Winarto, "MENUJU SUKSES BERWIRAUSAHA Oleh : Hari Winarto Abstract," *Majalah Ilmiah Ekonomika* 14, no. 1 (2011).

³ Ibid.

⁴ Sarwono Nursito and Arif Julianto Sri Nugroho, "Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Wirausaha," *Kiat Bisnis* 5, no. 3 (2013): 148–158, <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/KIATBISNIS/article/view/1042>.

METODE KEGIATAN

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam kampanye pengabdian ini adalah: a. Workshop: membangun website, memilih tema, dan internet marketing. b. Kursus: Pelatihan Manajemen Pemasaran Berbasis IT, Kualitas Produk, Akses Permodalan, Manajemen Pengelolaan Usaha, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pemasaran.

2. Strategi

Landasan strategi bisnis kami adalah: 1) Potensi daya komoditas unggulan yang tersedia. 2) Mendorong pengembangan kapasitas Desa Lembaga, Perguruan Tinggi, instansi terkait, dan masyarakat untuk mewujudkan perekonomian yang berkelanjutan. 3) Memobilisasi setiap individu pendanaan sumber sebagai pinjaman, modus penyertaan, atau hibah (APBD, Perbankan Daerah, dll).

3. Sasaran

1) Pengusaha pengrajin mikro di sentry rajut Binong Bandung Dinas Koperasi dan UMKM Binong Bandung.

HASIL

Awal Mula Pembentukan Sentra Rajut Binong

Menurut beberapa statistik terkini, Sentra Rajut Binong didirikan sekitar tahun 1960 ketika seorang pengusaha lokal Tionghoa bekerja sama dengan warga sekitar untuk membangun industri tas pinggang. Sekitar tahun 1970, sentra rajut semakin aktif¹. Selain itu, SWO, ketua asosiasi Rajut Binong Jati, membuat pernyataan kepada media lokal bernama Indonesia Kreatif². Usaha Rajut Orang Tuanya merupakan generasi pertama dari Sentra Rajut Binong. Menurut SWO, pada tahun 1965, seorang bernama Tuanya bekerja di sebuah toko olahraga lari di kawasan Kiara Condong. Sekitar tahun 1965, pabrik tersebut mengalami penurunan bisnis, dan mesin yang digunakannya tidak dapat digunakan lagi oleh pabrik tersebut. Hasilnya, pemilik pabrik memberikan dua buah mesin rajut kepada SWO tetangga untuk digunakan dalam produksi rumahan (Binong Jati). Namun pada tahun 1990, pabrik tempat pekerja SWO dipekerjakan mengalami kebangkrutan. Dengan bantuan dua buah mesin tenun yang disediakan oleh perusahaan, kedua SWO senior tersebut kemudian mulai memproduksi barang secara pribadi; ini berlanjut ke generasi SWO saat ini. Sesuai dengan data sekunder yang diperoleh, ada juga seorang Rajut Binong yang menceritakan kepada NNI bahwa alasan keluarga NNI memutuskan membuka usaha rajut karena pertama-tama ibu mertua NNI telah diajar oleh seorang sipir dari bangsa Jepang. bagaimana cara melakukan yang kalah.

PEMBAHASAN

Pelaku Usaha sentra Rajut Binong

Pengusaha rajut sering disebut sebagai pengrajin. Mereka berperan penting di Sentra Rajut Binong sebagai produsen pakaian rajut. Meski warga Binong memang mendominasi pengrajin,

namun masih banyak pengrajin yang berasal dari luar Binong. Peneliti menyadari pengrajin rajut asli Binong hanya digunakan sebagai mahasiswa, karyawan, atau orang yang masuk sanak saudaranya. Karena kebutuhan untuk menjadi perajin rajut, seperti yang ditunjukkan oleh satu-satunya perajin rajut, HRW yang asli Binong, mereka memutuskan untuk mendirikan usaha rajut dan menetap di Binong.

Selain menjadi perajin, distributor tersebut sukses dalam usaha rajut Binong. Mereka adalah pemasok utama benang bagi penduduk lokal Binong. Pengrajin sangat membutuhkan benang sebagai bahan baku produk rancang. Meski distributornya menggunakan benang dari beberapa perusahaan manufaktur benang, antara lain Kahatex, Indorama, LKS, dan Samtex, Kahatex adalah yang skalanya paling besar. Kahatex memiliki kebijakan birokrasi untuk setiap benang distributornya, sehingga warga di Binong harus melalui jalur distributor-distributor untuk mendapatkan benang dari Kahatex. Hal ini berbeda dengan Olek SFS, pengelola satu-satunya distributor yaitu Toko FDL.

Warga Binong yang memiliki usaha sebagai distributor. Mereka adalah penduduk asli Binong yang sekarang tidak berpraktik sebagai guru. Mirip dengan distributor, mereka bekerja sebagai penyedia benang perajin rajut di Binong. Namun, sub distributor tersebut tidak menerima pembayaran dari bisnis independen seperti Kahatex, sedangkan sub distributor tersebut menerima pembayaran melalui asosiasi distributor-distributor seperti toko FDL. Demikian disampaikan sub-distributor tunggal TNT di Binong, Toko PBI.

Setiap instruktur memiliki business plan masing-masing untuk distributornya, namun hal ini tidak menutup kemungkinan seorang instruktur juga akan mencari distributor yang berbeda jika barang yang dibutuhkannya tidak tersedia di business plan distributor tersebut. Hal ini dikarenakan setiap distributor saat ini memiliki corak benang yang berbeda-beda, yakni dari segi warna benang. Meskipun ada perbedaan harga dari distributor, masyarakat umum tidak terpengaruh oleh hal ini. Walaupun harganya berbeda dengan daftar harga distributor ketika mereka membutuhkan benang tertentu dengan warna tertentu, mereka akan tetap membeli. Mirip dengan apa yang diungkapkan oleh beberapa perajin.





Start Up

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan atau dimiliki oleh seorang penanggung jawab saat memulai usaha, seperti ide, motivasi, etos kerja, resolusi, dan faktor lainnya. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia, motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar.⁵ menyebutkan beberapa alasan mengapa seseorang akan memulai bisnis kecil-kecilan, yang pertama adalah karena mereka mengutamakan tujuan pribadinya. Ketika mengejar tujuan pribadi, seseorang seringkali memiliki ambisi yang ingin diwujudkan untuk dirinya sendiri, seperti kemandirian, memperoleh penghasilan lebih, membantu lingkungan sosialnya, atau menemukan produk baru. Alasan nomor dua adalah mencapai tujuan bisnis yang dinyatakan, yang mencakup pencapaian tujuan yang ditetapkan sebelumnya, seperti memenuhi kebutuhan masyarakat umum, menuai keuntungan finansial, bersikap toleran terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan masyarakat umum, dan memperoleh penghasilan tambahan untuk perusahaan. Meski begitu, tujuan bisnis yang mirip dengan ini sering tumpang tindih dengan tujuan pribadi. Bagaimanapun, motivasi peserta pelatihan Rajut Binong adalah untuk mendapatkan akses ke Sentra Binong sendiri sambil mencari imbalan dan manfaat yang lebih menguntungkan. Selain itu, ada dorongan dari organisasi lingkungan dan pemerintah daerah. Penggerak utama di balik paraprofessional adalah memanfaatkan peluang bisnis yang muncul dari kehadiran Sentra Binong. Pengrajin melihat peluang yang sangat besar bagi mereka untuk memulai usaha rajut sendiri karena Binong dikenal

⁵ Ibid.

sebagai sentra rajut Bandung. Banyak orang yang mencari produk tas pinggang di Sentra Rajut Binong ini, kebanyakan dari daerah Bandung bahkan mungkin dari pulau-pulau yang jauh.

Rajut Sentra Binong, para perajin mengidentifikasi masalah permodalan dan pemasaran sebagai penghambat pada saat mereka memulai usaha merajut. Hal ini menghambat penelitian yang dilakukan oleh dua isu besar yang sering dibahas oleh UKM, seperti faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi permodalan yang fluktuatif, Sumber Daya Manusia (SDM) yang goyah, lemahnya usaha jaringan, dan kemampuan menembus pasar. Sedangkan faktor eksternal meliputi tindakan yang dilakukan oleh pemerintah seperti sarana dan prasarana usaha yang lemah, perdagangan yang bebas, dan akses pasar yang lemah.

Masalah permodalan menjadi perhatian utama setiap rajutan di Sentra Binong, terutama saat mereka memulai usahanya. Seperti yang dinyatakan oleh Hisrich (2008), satu-satunya aspek yang paling menantang dari proses memulai bisnis baru adalah menerima modal. Inilah yang dikatakan para peon.

Ada beberapa cara untuk mengumpulkan modal untuk memulai bisnis, termasuk menggunakan dana pribadi, yang berasal dari keluarga dan teman, bank komersial, organisasi yang mendukung usaha kecil seperti SBA, dana pemerintah, dan dana swasta. Bawahan Binong memiliki tiga opsi untuk mendanai bisnis mereka: bank pribadi, keluarga, dan komersial.

Bank menjadi alternatif utama bagi pengusaha untuk memulai usaha ketika mereka tidak memiliki dana pribadi untuk modal awal. Namun dukungan keluarga juga menjadi faktor yang penting bagi pengusaha untuk memperoleh modal awal.

Selain kendala di bidang permodalan, beberapa perajin juga mengungkapkan kesulitan pemasaran saat pertama kali mulai mewakili kepentingannya. Pada awal usaha, karyawan masih menggunakan cara konvensional untuk menandai produknya. Mereka menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut, juga dikenal sebagai "pemasaran dari bagal ke bagal", yaitu metode menjual produk mereka secara perlahan ke pelanggan di kota lain atau ke pelanggan di Pakistan.

KESIMPULAN

Ada beberapa faktor negatif dan penghambat saat memulai suatu perusahaan yang memengaruhi kemampuan pendiri untuk meluncurkan perusahaannya.

Faktor pendukung: Memanfaatkan Peluang, Tetap Karir, Pendapatan Lingkungan Sekitar Lebih Melimpah; keluarga pengrajin memberikan dukungan penuh untuk usaha rajut. Pengrajin kini berada di lokasi yang lokalitasnya dibentuk oleh ratusan pengrajin rajut; Memiliki pemasok. Kemudahan yang ditemui pemasok di pelabuhan Binong memfasilitasi penggunaan bahan baku oleh pemerintah.

Faktor penghambat:

Modal terbatas. Modal with pengrajin terbatas personnel; Pemasaran is weak. At the time of conducting business, the employees primarily used the word-of-mouth system.

DAFTAR REFERENSI

1. Arif, Muhammad. "INDIVIDUALISME GLOBAL DI INDONESIA (Studi Tentang Gaya Hidup Individualis Editor :)" (n.d.).
2. KemenkoPerekonomian. "Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi" (2022): 1–1. www.ekon.go.id.
3. Nursito, Sarwono, and Arif Julianto Sri Nugroho. "Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Wirausaha." *Kiat Bisnis* 5, no. 3 (2013):

- 148–158. <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/KIATBISNIS/article/view/1042>.
4. Prayitno, Widodo Budi, Firman Hadian, Muhammad Fikri Firmansyah, Fitri Intan Pratiwi Firmansyah, Tesha Nugraha, Priatna Ageni, and Ugi Nujuprono. “Badan Pusat Statistik - Kota Bandung Dalam Angka 2022” (2022): 1–410. <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/60310fb12862b40d688a3578/kota-bandung-dalam-angka-2022.html>.
 5. Rosie Oktavia Puspita Rini, and Rosnendya Wisnu Wardhana. “Strategi Pemasaran Industri Kreatif Sentra Rajutan Binongjati Bandung Sebagai Tujuan Wisata Belanja.” *Jurnal Manne* 1, no. 1 (2022): 1–12.
 6. Winarto. “MENUJU SUKSES BERWIRAUSAHA Oleh : Hari Winarto Abstract.” *Majalah Ilmiah Ekonomika* 14, no. 1 (2011).