E-ISSN: 2964-6723

JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Homepage: https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM
Vol. 1 No. 1, Februari 2022



Strategi Pengembangan Tenaga Kerja Dalam Peningkatan Pendapatan Dan Pemasaran Pada Kerajinan Rotan Putri Yakin Silungkang

Rafki Ananda[1], Saida Anisa[2], Nadya[3], Muhammad Ridwan[4], Ramdani Bayu Putra[5]
Email : rafkiananda@gmail.com[1], saidaannisa2103@gmail.com[2] ,nadya2108@gmail.com[3], muhammad_ridwan@upiyptk.ac.id[4], ramdhani_bayu@upiyptk.ac.id[5]

Abstrak

Industri kerajinan rotan di Silungkakng telah menghasilkan berbagai macam produk kerajinan rotan seperti kursi, pot bunga, tempat sampah, dan tudung saji sehingga dapat nyaman dan memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan produk rotan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Silungkang, dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Silungkang. . Objek penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan industri kerajinan rotan di silungkang dan ruang lingkup penelitian dibatasi pada strategi pengembangan industri kerajinan rotan di Silungkang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang dapat mendukung perkembangan usaha kerajinan rotan di Silungkang adalah faktor kekuatan yang meliputi kualitas produk yang baik, sedangkan faktor kelemahannya adalah kurangnya promosi dalam pemasaran produk yang belum terlaksana. Sedangkan faktor eksternal yang dapat mendukung dan menghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha kerajinan rotan di Silungkang adalah faktor peluang yang meliputi lokasi potensial yang mendukung usaha dan faktor ancaman meliputi pengaruh masuknya pesaing. Dengan demikian faktor eksternal dan internal berpengaruh signifikan terhadap strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di silungkang. Yang paling tepat adalah menggunakan strategi agresif, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sebaiknya pemilik usaha kerajinan rotan melakukan manajemen pemasaran melalui promosi pemasaran digital dan langsung ke seluruh konsumen khususnya yang berada di wilayah Silungkang dan Sumatra barat, sehingga akan memperluas minat konsumen untuk membeli dan meminimalisir masuknya pesaing pada usaha kerajinan rotan putri silungkang, sehingga akan meminimalisir kelemahan-kelemahan yang muncul. ada di industri, dan dapat mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada.

Kata kunci: Kerajinan Rotan,Strategi pengembangan,UMKM

Abstract

The rattan handicraft industry in Silungkangkng has produced various kinds of rattan handicraft products such as chairs, flower pots, trash cans, and serving hoods so that they can be comfortable and have their own charm compared to other rattan products. This study aims to determine what internal and external factors influence the strategy of developing a rattan craft business in Silungkang, and to determine the strategy for developing a rattan craft business in Silungkang. The object of this research is focused on the strategy of developing the rattan craft industry in Silungkang and the scope of the research is limited to the strategy of developing the rattan craft industry in Silungkang. The method used in this research is a case study. The results showed that the internal factors that could support the development of the rattan handicraft business in Silungkang were strength factors which included good product quality, while the weakness factor was the lack of promotion in product marketing that had not been implemented. Meanwhile, external factors that can support and hinder the growth and development of the rattan handicraft business in Silungkang are opportunity factors which include potential locations that support the business and threat factors include the influence of competitors' entry. Thus, external and internal factors have a significant effect on the strategy of developing rattan handicraft business in Silungkang. The most

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

appropriate is to use an aggressive strategy, namely a strategy that uses strength to take advantage of existing opportunities. It is better if the owner of the rattan craft business conducts marketing management through digital marketing promotions and directly to all consumers, especially those in the Silungkang and West Sumatra regions, so that it will expand consumer interest in buying and minimize the entry of competitors in the Silungkang princess rattan handicraft business, so that it will minimize the weaknesses. weaknesses that arise. exist in the industry, and can sustain the strengths and opportunities that exist.

Keywords: *Rattan craft,development strategy,UMKM*

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang pengelolaannya dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha tertentu. Ketiga klasifikasi UMKM yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah ini ditetapkan berdasarkan Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Ditinjau dari klasifikasi tumbuhan penghasil kayu, sebagian dari produk rotan ini sebenarnya termasuk kayu. Namun demikian karena dominasinya berasal dari kelompok tumbuhan monokotil, maka tidak relevan untuk dimasukkan dalam kelompok kayu yang senyatanya memang berasal dari tumbuhan dikotil dan konifer.

Selanjutnya di dalam perdagangan hasil hutan, produk yang berasal dari tumbuhan berkekuatan ini disebut dengan Hasil Hutan bambu dan rotan. Dari batang tumbuhan ini dapat dihasilkan macam-macam produk panel-panel, meubel dan kerajinan. Dari kelompok Hasil Hutan Non Kayu produk berkekuatan ini akan diberikan contoh produk yang potensial dan bernilai yaitu rotan. Rotan adalah sekelompok palma dari puak (tribus) Calameae yang memiliki habitus memanjat, terutama Calamus, Daemonorops, dan Oncocalamus. Rotan tumbuh liar di dalam hutan atau ada yang sengaja ditanam. Rotan dapat dipanen setiap saat, dengan memperhatikan bagian bawah batangnya tidak tertutup oleh kelopak, daun sudah rafki ananda, saida anisa, nadya, muhammad ridwan, ramdani bayu putra , strategi pengembangan tenaga kerja dalam peningkatan pendapatan dan pemasaran pada kerajinan rotan putri yakin silungkang 28 mengering, duri dan kelopak daun sudah rontok. Panen rotan yang tidak benar menghasilkan limbah yang besar. Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan ini mahasiswa diharapkan bisa memperoleh pengalaman praktis di dunia usaha serta dapat melakukan pengkajian terhadap penerapan keilmuan dan teori yang diperoleh selama belajar di perguruan tinggi. Dengan demikian, pelaksaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini menjadi jembatan antara dunia usaha dengan dunia kerja.

Pada dasarnya Silungkang merupakan kota yang memiliki banyak pengrajin untuk membuat suatu kerajinan rotan. Maka dari itu untuk mengembangkan kemampuan tenaga kerja untuk meningkatkan hasil produksi dan juga pendapatan bagi usaha rumahan ini yaitu juga dengan cara promosi baik melalui media sosial.

Fokus dalam Praktik Kerja Lapangan ini yaitu memberikan strategi pengembangan kemampuan kerja dalam peningkatkan hasil prosuksi dan pendapatan pada Usaha Produksi Pengolahan Kerajinan Rotan. Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran dimana pada aktivitasnya berusaha membujuk, mempengaruhi, dan memberikan informasi agar bersedia membeli, menerima dan setia kepada produk dan jasa yang diberikan. Dengan demikian bagian promosi sebagai ujung tombak suatu perusahaan, diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat calon konsumen untuk menentukan pilihannya membeli produk yang ditawarkan, sehingga mampu merealisasikan tujuan perusahaan baik untuk jangka pendek dan jangka panjang. Dalam pemenuhan kepuasan konsumen.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah dipaparkan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1) Bagaimana penerapan strategi brand dalam membangun equitas merek pada kerajianan rotan tersebut ?
2) Bagaimana meningkatkan barang dalam membangun equitas merek kerajianan rotan ?
3) Bagaimana mengubah mindset pemilik usaha Pengolahan kerajianan rotan dalam mengembangkan dan memperluas usahanya dengan Menggunakan equitas?

TujuanKegiatan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam PKL ini untuk mengetahui dan meningkatkan :

1) Pemahaman dan pengetahuan pemilik mengenai penerapan strategi pengembangan kemampuan tenaga kerja dalam meningkatkan hasil produksi dan pendapatan.
2) Memberikan tambahan ilmu tentang bagaimana cara mengembangkan usaha dan meningkatkan produktifitas pada usaha kerajinan rotan.
3) Dapat mengubah mindset pemilik usaha kerajinan rotan dalam mengembangkan dan memperluas usahanya.

KAJIAN PUSTAKA

METODE

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini dilakukan dengan cara pendekatan sosialisasi kepada pemilik usaha kerajinan rotan dengan sosialisasi dengan mengembankan kemampuan tenaga kerja dalam meningkatkan hasil produksi dan pendapatan pada usaha rumahan kerajinan rotan. Adapun beberapa metode atau pendekatan dalam pelaksanaan kegiatan PKL ini, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Tim PKL Mandiri UPI YPTK Padang melakukan rapat koordinasi bersama dalam waktu yang terukur dan tersistem.
2) Memilih tema dan kebijakan-kebijakan penting terkait bentuk kegiatan PKL yang akan diselenggarakan.
3) Melakukan survey lokasi dengan cara mendatangi lansung tempat atau lokasi di UMKM kerajinan rotan yang beralamat di Jln, Lintas Sumatra Kabupaten Slingkang, Kota Sawahlunto. Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa pen jadwalan waktupelaksanaan kegiatan PKL.
4) Melakukanpendataandengan telitiseluruh peserta kegiatan dan fasilitas yang dapat digunakan selama berkegiatan.

Tujuan dari diadakannya PKL itu sendiri adalah untuk mensosialisasikan strategi pengembangan tenega kerja dalam peningkatan pendapatan dan pemasaran pada kerajinan rotan putri yakin silungkang. Peneliti berharap dengan adanya kegiatan PKL ini bisa mengembangan produk kerajian rotan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini dengan adanya sosialisasi dan survey objek . Strategi Pemasaran yang Dilakukan Kerajinan Rotan Silungkang adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga Anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak. Sederhananya: strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan. Dalam konteks ini, kata 'barang' berarti sama dengan 'produk' (Wibowo, 2021). Keadaan pasar yang dinamis memacu persaingan pasar yang sangat cepat, sehingga perusahaan berupaya untuk memantapkan posisi pasar produknya dengan strategi tertentu agar dapat memperoleh keberhasilan dalam persaingan, hal ini tidak terkecuali pada Kerajinan Rotan Silungkang yang kini tengah berusaha mengembangkan bidang usahanya diantara para pesaing para dengan Kerajinan Rotan lainnya. Menurut pengamatan yang penulis lakukan, permasalahan yang timbul pada Kerajinan Rotan Silungkang akhir-akhir ini mengalami penurunan penjualan, hal ini disebabkan karena kurang optimalnya dalam melaksanakan strategi pemasaran. Untuk mengatasi hal yang demikian, maka Kerajinan Rotan Silungkang harus menyusun suatu manajemen dengan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan pengrajin lain. Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu:

1) Target Market Potensial Untuk meningkatkan omzet penjualan, salah satu cara penting yang perlu dilakukan adalah menentukan target market atau target konsumen yang paling berpotensi untuk meningkatkan omzet dengan target penjualan adalah dari anak remaja sampai dewasa.
2) Promosi yang dilakukan kerajinan rotan silungkang yaitu melaluimedia sosial, dll.
3) Memberikon Diskon Untuk Konsumen Langkah lainnya yang cukup ampuh untuk meningkatkan omzet adalah dengan memberikan insentif ke konsumen jika konsumen tersebut melakukan pembelian berulang atau pembelian dalam jumlah tertentu.
4) Variasi Produk adalah dengan melakukan pengembangan produk (product development).

Pengembangan produk ini bisa kita lakukan dengan cara membuat varian produk/jasa yang lebih variatif. Hal yang penting adalah kita peka terhadap kebutuhan konsumen.

Strategi Pemasaran yang Dilakukan Kerajinan Rotan Silungkang Dalam UpayaMeningkatkan Omzet Penjualan adalah:

Strategi Produk Strategi produk merupakan komponen yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi serta penentuan harga dan cara penyalurannya (Wulandari et al., 2021). Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan keinginan atau kebutuhan. Kerajinan Rotan Silungkang terus meningkatkan pelayanannya serta membekali ilmu kepada

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

karyawannya dengan pengetahuan mengenai bagaimana cara yang baik dalam melayani konsumen. Dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen, maka harus sesuai dengan konsep penjualan yakni harus melakukan usaha pembinaan terhadap para konsumen tersebut melalui pelayanan yang baik, sehingga konsumen merasa puas dengan hail produk Kerajinan Rotan Silungkang Karena hasil yang baik merupakan kunci dari keberhasilan pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

Kendala yang Dihadapi Oleh Cafe Rajo Corner Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran.

Kendala yang dihadapi oleh Kerajinan Rotan Silungkang adalah belum optimalnya strategi pemasaran yang dilakukan dan salah satunya pada strategi marketing mix (bauran pemasaran), terutama pada strategi promosi yang dilakukan oleh Kerajinan Rotan Silungkang memang belum maksimal. Saat ini hanya melakukan promosi melalui media sosial (Instagram), serta promosi dari mulut ke mulut saja

KESIMPULAN

1) Kesimpulan
   Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerajinan Rotan Silungkang hanya mengandalkan pada promosi penjualan melalui media sosial (Instagram) dan individu dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran yang diterapkan Kerajinan Rotan Silungkang cukup efektif dalam meningkatkan omzet penjualan karena menggunakan strategi bauran pemasaran.
2) Saran
   Dari hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada Kerajinan Rotan Silungkang strategi promosi disarankan adalah dengan menambah media promosi lainnya, seperti melakukan pengiklanan, dan media promosi pada dunia internet seperti membuat website resmi perusahaan, membuat blog marketing, serta promosi melalui media sosial secara gratis maupun berbayar. Strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya dipasar, maka dapatlah ditentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan yang akan dapat dicapai dalam bidang pemasaran..

DAFTAR PUSTAKA

Wibowo, patrick trusto jati. (2021). Apa Itu Strategi Pemasaran? Warta Ekonomi.Co.Id. https://www.wartaekonomi.co.id/read340149/apa-itu-strategipemasaran

Putri, Emmelia Eka, et al. "STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (PADA CAFE RAJO CORNER DI PADANG)." Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan 1.2 (2021).

Putri, E. E., Yuliandri, F., Rahayu, I. Y., Duha, J., Salmia, P., & Bayu, R. (2021). STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (PADA CAFE RAJO CORNER DI PADANG). Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan, 1(2).

Fadhila, A. N., Salsabila, A., Ananda, C. R., Sarasawati, D. F., Nurhayati, S., & Putra, R. B. (2022). Penerapan Akuntansi dan Kesesuaiannya dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik pada UMKM Sthela Official. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 2(1), 350-356

.Citra, Yulia, and Rizka Zahratul Jannah. "Strategi Pengembangan Usaha Doodle Noodle Berbasis Ekonomi Kreatif." The Academy Of Management and Business 1.1 (2022).

Citra, Y., & Jannah, R. Z. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Doodle Noodle Berbasis Ekonomi Kreatif. The Academy Of Management and Business, 1(1).

Saputra, Anggi, et al. "Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Pada Kopi Gayo Lion)." Innovative: Journal Of Social Science Research 2.1 (2022): 389-393.

Saputra, A., Putra, A. S., Pradipta, A. K., Hidayat, R. F., Laurensius, M. J., & Putra, R. B. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Pada Kopi Gayo

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Lion). Innovative: Journal Of Social Science Research, 2(1), 389-393.

Wulandari, Bayu, & Chandra. (2021). The Influence of Liquidity , Leverage , Total Asset Turnover, Corporate Social Responsibility and Independent Board of Commissioners on Financial Performance in Agricultural Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2014-2019 Period. 5(36), 749– 759

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)