



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10944-10953

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Industri Kreatif
dalam Meningkatkan Volume Penjualan
(Studi Kasus: Sweetya Crochet Di Nagari Canduang Koto Laweh Kecamatan
Candung Kabupaten Agam)

Olivia Yolanda^{1✉}, Novera Martilova²

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email: xoeyolandaolivia61@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh bagaimana penerapan strategi pengembangan usaha industri kreatif pada usaha Sweetya Crochet. Tujuan penelitian ini mengetahui strategi pengembangan usaha industri kreatif, kendala yang dihadapi serta solusi dalam meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana dalam pengumpulan data peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode untuk melakukan penelitian dengan analisis deskriptif yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian didapat bahwa penerapan strategi pengembangan usaha terdiri dari strategi produk, strategi penjualan, serta strategi distribusi. Strategi penjualan merupakan strategi dominan meningkatkan jumlah permintaan memberikan efek bagi pengembangan usaha. Dalam penerapan strategi pengembangan usaha yang sudah dijalankan, didapat berbagai kendala dan harus diberikan solusi yang tepat agar meningkatkan volume penjualannya.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan Usaha, Penjualan*

Abstract

This research is motivated by how to apply creative industry business development strategies to the Sweetya Crochet business. The aim of this research is to determine creative industry business development strategies, the obstacles faced and solutions to increase sales volume. This research uses qualitative research, where in collecting data researchers carry out observations, interviews and documentation. The method for conducting research using descriptive analysis is data collection, data reduction and drawing conclusions. The research results show that the implementation of business development strategies consists of product strategies, sales strategies and distribution strategies. The sales strategy is a dominant strategy to increase the number of requests which has an effect on business development. In implementing the business development strategy that has been implemented, various obstacles have been encountered and appropriate solutions must be provided in order to increase sales volume.

Keywords: *Business Development Strategy, Sales*

PENDAHULUAN

Masyarakat sebagai manusia yang memiliki naluri untuk bertahan hidup, berhak mengupayakan dan memilih mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari sesuai kemampuan. Dengan banyaknya pilihan untuk bertahan, usaha atau bisnis termasuk salah satu yang diminati. Kehadiran UMKM sendiri dapat memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat. UMKM memegang peranan penting, bahkan dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia. (Erina Alimin dkk, 2022). Dari situlah mulai bermunculan banyak industri kreatif berbasis UMKM di berbagai daerah. Banyaknya Industri kreatif berbasis UMKM ini membuktikan bahwa masyarakat mempertimbangkan cara meningkatkan perekonomian mereka dengan membuat usaha sendiri bukan hanya bekerja di Perusahaan.

Usaha Kerajinan tangan rajut merupakan satu dari sekian banyak pilihan industri kreatif berbasis UMKM. Pengembangan usaha dari kerajinan tangan rajut yang menjadi bahan pertimbangan tentunya data penjualan dari kerajinan tangan itu sendiri. Volume penjualan didasarkan pada nilai produk yang dijual (pendapatan penjualan), yaitu total nilai penjualan dari perusahaan dalam waktu tertentu. Perusahaan pada umumnya selalu menginginkan perkembangan menjadi lebih besar dan lebih menguntungkan seperti motif ekonomi setiap manusia. Untuk mengembangkan usaha perusahaan akan mempertimbangkan menciptakan pilihan dan sinergi dari usaha yang ada. (Suwinto Johani, 2011). Strategi pengembangan usaha dapat dilihat dari empat macam strategi yang mencakup perkembangannya. Strategi produk yang berkaitan dengan produk, kemudian strategi penjualan yang berkaitan dengan sistem penjualan yang diterapkan. Ada juga strategi pasar

atau pemasaran yang berkaitan dengan proses pemasarannya ke tangan pelanggan. Terakhir ada strategi distribusi dalam penentuan saluran distribusi terbaik mencapai pelanggan.

Tabel 1. Data Penjualan 2022

No	Produk Atau Jasa	Harga Rata-Rata	Rata-Rata Penjualan Produk		
			Januari-April	Mai-Agustus	September-Desember
1	Aneka Bahan kerajinan	4000-50.000	100-150 Unit	100-150 Unit	150-200 Unit
2	Kerajinan Tangan rajut	100.000-300.000	2-3 Unit	3-4 Unit	2-3 Unit
3	Jasa Pemasangan pouring	50.000	1-3 Unit	2-3 Unit	3-5 Unit

Dalam tabel data penjualan selama tahun 2022, volume penjualan hasil kerajinan tangan rajut siap pakai juga dapat ditingkatkan lagi menggunakan analisis pada strategi pengembangan usaha. Penjualan dari aneka bahan kerajinan tampak lebih lancar dibandingkan penjualan kerajinan tangan rajut yang hanya sekitar 2 sampai 3 produk perbulan. Disamping itu, ada berbagai hambatan lain penyebab tidak maksimalnya penjualan produk seperti waktu pengerjaan, inovasi dan promosi serta harga, untuk itu diperlukan adanya solusi dari kendala yang terlihat pada strategi-strategi yang telah diterapkan untuk mengembangkan usaha ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah Penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus. Studi yang mengkaji suatu masalah dengan kendala yang terperinci melibatkan pengumpulan data yang ekstensif dan melibatkan banyak sumber data. Studi ini merupakan studi kualitatif yang mendetail terhadap individu atau unit sosial tertentu selama periode waktu tertentu. Studi kasus komprehensif adalah model yang menyeluruh, intensif, terperinci, dan komprehensif yang lebih berorientasi pada pekerjaan untuk menyelidiki masalah atau fenomena kontemporer. (Eko Murdiyanto, 2020). Dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif dan pendekatan studi Kasus, artinya peneliti harus menggali sebuah kasus untuk mendapatkan informasi mendalam dengan metode analisis yang dipilih. Studi

kasus sebagai sebuah konteks yang terikat dengan suatu unit sosial tertentu dalam kurun waktu tertentu membuat peneliti memutuskan untuk mendapatkan deskripsi yang jelas dengan data yang peneliti ambil di usaha kerajinan tangan rajut Candung Kabupeten Agam.

Dalam metode ini, metode analisis deskriptif sering digunakan untuk menggambarkan bahan penelitian yaitu pengumpulan data. Pengumpulan data yaitu pengumpulan informasi tentang lokasi penelitian diawali dengan observasi, wawancara dan dokumentasi yang menentukan strategi pengumpulan data yang tepat serta menentukan fokus dan kedalaman data dalam proses pengumpulan data selanjutnya. 1) Reduksi data. Reduksi data melibatkan proses di mana data mentah dipilih, dipusatkan, disarikan, ditransformasikan langsung di lapangan dan dilanjutkan selama pengumpulan data, di mana reduksi data dimulai dengan peneliti memfokuskan pada wilayah penelitian. 2) Penarikan Kesimpulan. Dalam membuat kesimpulan, peneliti memahami sesuatu yang dipelajari langsung di lapangan dengan mengembangkan instruksi, model secara efektif. (Rulam Ahmadi, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Usaha Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sweetya Crochet

1. Strategi Produk

Produk adalah salah satu objek utama yang ditawarkan oleh sebuah usaha. Produk juga dapat menjadi penentu bagaimana penjualan dan pendapatan usaha. Bagaimana mempertahankan nilai produk agar pelanggan dapat terus menjadi loyal dan bertahan. Strategi produk dalam usaha Sweetya Crochet memperhatikan :

a. Fitur

Kerajinan tangan rajut yang dihasilkan merupakan tas atau dompet untuk kebutuhan membawa barang pelanggan. Ukuran juga disesuaikan dengan permintaan baik besar atau kecil. Model dari tas dan dompet juga disesuaikan dengan selera pelanggan.

Bentuk kerajinan tangan lain yang pernah dicoba buat oleh usaha kerajinan tangan ini adalah aksesoris seperti gantungan kunci dan bros. Hal ini demi memperlihatkan bagusnya bahan yang digunakan sehingga memancing pemesanan kerajinan tangan rajut berbentuk tas atau dompet.

b. Layanan Suplemerter

Berkaitan dengan produk memiliki manfaat nilai untuk memuaskan kebutuhan pelanggan kini dan masa mendatang. Hal ini sesuai dengan hasil kerajinan tangan rajut yang tidak cepat rusak dan bahan serta benang berkualitas yang dipilih untuk memastikan daya tahannya.

c. Mutu dan Rancangan Produk

Mutu didefinisikan sebagai seberapa baik produk memuaskan pelanggan berkaitan erat dengan rancangan dan diferensiasi. Rancangan dan diferensiasi juga berhubungan dengan inovasi yang dilakukan oleh kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet.

Aneka bahan kerajinan tidak ada yang dibawah pasaran dan dipastikan sesuai dengan mutu dan kualitasnya yang baik. Mutu untuk produk kerajinan tangan rajut berasal dari bahan yang berkualitas dapat dipastikan bahwa produknya juga tahan lama dan berkualitas juga

Inovasi jenis benang dengan menambah variasinya. Rancangan produk jadi atau inovasi tas dan dompet sudah ada pada desain dan model juga warnanya disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

d. Pengemasan dan Pelabelan

Pengemasan dan pelabelan menyerahkan nilai kepada pelanggan (menyimpan produk, menjaganya tetap aman, serta menarik minat konsumen). Untuk pengemasan sendiri kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet menggunakan plastik bening. Dari plastik bening yang tipis untuk produk yang kecil hingga plastik yang lebih tebal untuk produk yang besar agar mengurangi lecet saat disimpan. Pemberian label masih menggunakan kertas print biasa bertuliskan Sweetya Crochet dan diberikan pada aneka bahan kerajinan saja terutama untuk aneka jenis benang. Semua benang memiliki label nama yang menerangkan bahwa semua berasal dari Usaha kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet.

e. Manajemen Pengembangan Produk

Upaya untuk memiliki produk yang berbeda dengan melakukan pengembangan produk. Stok benang terus meningkat penambahan jenis di aneka bahan kerajinan lebih lancar. Sedangkan untuk inovasi produk selain tas dan dompet, usaha ini pernah mencoba produk seperti gantungan kunci serta bros, ditawarkan menggunakan sistem pesanan untuk aksesoris tamu pernikahan. Namun tidak terlalu lancar karena tidak bekerja sama dengan banyak tempat yang dapat memperkenalkan produk, sehingga banyak yang tidak tahu produk selain tas dan dompet.

Selain itu, untuk pengerjaan tas dan dompet dari kerajinan tangan rajut juga membutuhkan waktu yang lama sehingga untuk menawarkan model yang baru akan kesulitan dengan menyesuaikan gaya rajut yang tentunya harus berbeda. Sehingga meskipun banyak produk yang disesuaikan dengan kemauan pelanggan, tetap ada tawaran yang sudah terbiasa dibuat oleh karyawan yang bertugas untuk menjahit.

f. Penetapan Merek

Penetapan merek memberikan kepada produk satu identitas dan mendiferensiasikan dari produk pesaing. Dalam usaha kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet menetapkan merek Sweetya Crochet memberikan jaminan harga yang sesuai kualitas produk. Hal ini memberikan ekuitas merek yakni nilai tambah bagi produk dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan.

2. Strategi Penjualan

Harga murah yang dilakukan terhadap penjualan memang tidak diberlakukan untuk setiap produk namun memuaskan pelanggan karena ada potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak. Akibat potongan harga inilah justru banyak pelanggan yang merasa membeli dalam jumlah banyak lebih baik.

Komunitas guru berperan dalam menyebarkan informasi tentang potongan harga sehingga dapat meningkatkan pemesanan di kalangan komunitas guru untuk produk kerajinan tangan rajut baik tas maupun dompet. Pelanggan merasa diuntungkan karena mendapat potongan harga, sedangkan usaha diuntungkan dengan jumlah pembelian atau pemesanan yang banyak.

3. Strategi Distribusi

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan, menyebarluaskan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada konsumen. Penyaluran produk adalah hal yang penting dipertimbangkan. Pemilik usaha kerajinan tangan menggunakan media toko kerajinan rajut yang biasa dikenal sebagai rumah rajut Sweetya Crochet sebagai tempat penyaluran produk ke tangan pelanggan. pameran atau bazar dan market place yaitu shoopee.

Bagaimana produk dapat sampai ke tangan pelanggan tanpa keluhan perlu diperhatikan oleh pemilik. Media apa saja yang dipilih serta cara yang dipakai untuk promosi dan memperkenalkan produk juga menjadi pertimbangan. Jadi pemilik usaha sudah berusaha mendistribusikan produknya ke pelanggan lewat media sosial bahkan market place seperti shopee.

Berdasarkan penjelasan di atas, ada 3 strategi pengembangan yang sudah dijalankan oleh usaha kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet. Ada strategi produk, strategi penjualan, serta strategi distribusi, dari semua strategi pengembangan usaha yang telah diterapkan, strategi penjualan merupakan strategi yang paling dominan. Strategi penjualan menggunakan potongan harga dalam pembelian dan pemesanan jumlah tertentu dapat meningkatkan jumlah permintaan di kalangan komunitas guru.

Kendala Dan Solusi Strategi Pengembangan Usaha Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sweetya Crochet

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa usaha industri kreatif kerajinan tangan rajut sudah menerapkan strategi pengembangan usaha. Dalam penerapannya itu, didapat kendala-kendala sehingga harus dianalisis solusi yang tepat diantaranya :

1. Kurangnya Inovasi Produk

Kendala inovasi untuk produk kerajinan tangan rajut tidak dilakukan sebaik inovasi aneka bahan kerajinan sehingga. Pemilik usaha tidak berani memfokuskan ke produk kerajinan tangan lain yang murah dan menarik seperti gantungan kunci maupun bros karena tidak ada pesanan untuk produknya atau memang kurang dikenal dibandingkan tas dan dompet serta aneka bahan kerajinan.

Hal ini dapat diatasi dengan melakukan hal yang sama antara produk kerajinan tangan dengan aneka bahan kerajinan. Apabila aneka bahan kerajinan tangan terus meningkat karena keberagaman jenis benang dan bahan lain. Maka produk berupa bros dan gantungan kunci pun bisa dilakukan penyetokan serupa memberikan inovasi pada produk kerajinan tangan.

2. Jangka Waktu Pengerjaan Kerajinan Tangan Rajut yang Lama

Produk jadi kerajinan tangan rajut yang waktu pengerjaannya lama sekitar satu bulan menunggu pesanan. Akibat karyawan khusus menjahit yang hanya berjumlah dua orang, tentunya mereka tidak akan bisa memenuhi pesanan cepat. Kebanyakan pelanggan tidak suka menunggu karena sudah lebih dulu kehilangan minat.

Meskipun kerajinan tangan tas atau dompet mengharapkan pesanan dahulu, tapi produk yang lebih mudah dibuat tentu dapat diperlihatkan hasil jadinya. Sehingga, pelanggan hanya tinggal memilih produk sesuai dengan selera mereka sama seperti sistem penawaran di toko biasa dan sistem dalam penjualan aneka bahan kerajinan.

3. Kurangnya Jaringan / Mitra Kerja

Kendala yang dilihat adalah toko yang lokasinya berada di Candung sehingga orang-orang tentu merasa bahwa lokasi tersebut begitu jauh. Kerajinan tangan Sweetya Crochet belum mempunyai jaringan yang cukup banyak, terutama di luar Candung karena hanya komunitas guru saja yang lebih tahu produknya. Sedangkan *market place* Hal ini menyebabkan kerajinan tangan Sweetya Crochet belum bisa memasok produk ke semua penjuru tanah air dikarenakan hanya ada satu tempat di Candung tentu ongkos kirimnya akan sangat besar, sehingga volume penjualannya belum maksimal.

Solusi yang dapat dipertimbangkan oleh kerajinan tangan rajut adalah *Market place* yang digunakan seharusnya dapat ditambah dengan *market place* yang lain. Jadi sejalan dengan promosi yang dilakukan untuk memperluas pasar, maka saluran distribusi untuk produk juga sebaiknya ditambah. Usaha rumah rajut dapat bekerja sama dengan pihak ketiga untuk menyalurkan produknya yang berupa bros dan gantungan kunci seperti pihak penyedia *acdecoris* pernikahan. Dengan begitu, maka diharapkan akan ada tambahan pelanggan dalam jumlah besar yang menanti mereka.

4. Promosi yang Terbatas

Kendala ini dapat dilihat dari promosi dengan cara mengikuti suatu pameran atau bazar. Kegiatan bazar atau pameran tentunya tidak dapat dilakukan setiap bulan, hanya pada waktu tertentu dan juga tidak selalu mendapatkan tempat. Promosi lainnya menggunakan media sosial *facebook* saja sehingga hanya komunitas guru yang mengenal produk berkat proses dari mulut ke mulut dan postingan *facebook*.

Kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet sulit memprediksi besar atau kecilnya permintaan produk yang ada. Produk industri kreatif tidak dapat disamaratakan dengan produk lainnya, karena pembuatannya didasarkan pada minat masing-masing orang. Adanya perbedaan selera tentu menjadi bumerang sehingga sulit membuat produk dalam jumlah banyak untuk stok.

Solusinya dapat dengan memberikan gambaran produk di toko maupun tempat promosi seperti *market place* dan *media sosial*. Usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya ke target pasar untuk tujuan memperluas dan memprediksi kebutuhan pasar atau targetnya. Solusi ini juga dapat diusahakan dengan memperluas media promosi bukan hanya *facebook* tetapi media lain seperti *instagram* serta *tiktok*. Dengan aplikasi lain, diharapkan mampu memperkenalkan produk bukan hanya di dalam daerah tapi hingga ke luar. Bukan hanya komunitas guru saja yang akan memakai dan melakukan pemesanan produk tetapi diharapkan anak muda yang melestarikan kreatifitas dapat tertarik juga.

5. Sulitnya Melakukan Pengawasan atau Monitoring Saluran Distribusi oleh Pengelola

Pengawasan atau *monitoring* saluran distribusi berkaitan dengan IPTEK, sehingga pengelola tidak selalu dapat mengawasi saluran distribusi yang ada. Pengelola dalam hal ini adalah pemilik yang juga bertanggung jawab mengawasi toko. Sedangkan pelatihan untuk karyawan toko tidak dilakukan karena karyawan yang menjaga toko hanya bertanggung jawab atas transaksi di toko.

Solusi yang dapat dijalankan untuk kendala ini adalah memberikan pelatihan juga untuk teknologi yang dipakai kepada karyawan toko. Dengan demikian, produk yang sudah mendapatkan pesanan di *market place* maupun media sosial juga dapat segera diatur oleh karyawan tidak selalu mengharapkan pemilik atau pengelola.

6. Strategi Pemasaran yang Tidak Diterapkan

Usaha kerajinan tangan rajut Sweetya Crochet sama sekali tidak memperhatikan *Segmentation, targeting* maupun *positioning* dari produk mereka. Sehingga hal ini menjadi sebuah kendala yang patut dicarikan solusinya.

Untuk dapat meningkatkan volume penjualan dari strategi pemasaran dalam strategi pengembangan usaha maka solusi yang dapat dipertimbangkan yaitu memperhatikan 3 hal dari STP atau *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*. yang pertama, segmentasi pasar dengan pendekatan demografis, geografis, psikografis serta perilaku. Selanjutnya yang kedua adalah menentukan target dengan pertimbangan ukuran, profitabilitas, aksetabilitas, fokus pada manfaat serta perbedaan antar segemen yang harus terukur. Dan yang ketiga adalah memposisikan produk dengan pertimbangan penawaran solusi, identifikasi *unique selling proposition (USP)*, dan kembangkan kampanye pemasaran yang spesifik pada segmentasi target pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian usaha sweetya crochet, strategi pengembangan usaha ini adalah strategi produk, strategi penjualan, dan strategi distribusi. Strategi penjualan merupakan strategi dominan dan memberikan efek pada pengembangan usaha. Kendala dari inovasi dapat diatasi dengan melakukan pembaruan pada desain serta penambahan produk gantungan kunci dan bros. Jangka waktu pengerjaan Kerajinan tangan rajut yang lama dapat dikurangi dengan melakukan penyetakan terhadap produk kerajinan tangan dimulai dari produk kecil yang lebih mudah. Kendala kurangnya jaringan dan mitra kerja diatasi dengan menggaet pihak ketiga untuk bekerja sama. Promosi yang terbatas dapat diatasi dengan penambahan market place serta media sosial. Untuk pengawasan dari

pengelolaan yang berpusat pada pengelola dapat dikurangi dengan memberikan pelatihan pada karyawan terkait teknologi yang digunakan. Kendala tidak diterapkannya strategi pemasaran dapat diatasi dengan memperhatikan *Segmentation, Targeting* dan *Positioningnya*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Erina dan dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Moderen)*. Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi
- Busro, Muhammad. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Expert
- Basu, Swastha Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Cahyo, Heri Bagus Setiawan. 2020. *Manajemen Industri Kreatif : Teori dan Aplikasi*. Sidoarjo : PT Berkas Mukmin Mandiri
- Johani, Suwinto. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Karyoto, 2021. *Proses Pengembangan Usaha*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Murdiyanto, Eko. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori, Aplikasi, Disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.