

Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Eksistensi, Produk, Bahan Baku, Dan Tenaga Kerja Pengrajin Industri Tas Tanggulangin (Studi Kasus CV. Parikesit)

Oleh :

Muhammad Nuzulaturrayhan
(202010200288)

Dosen Pembimbing :

Dra. Lilik Indayani, MM.

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2024



Pendahuluan

Sebagian besar bisnis di seluruh dunia berasal dari usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) dan telah melakukan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi banyak negara. UMKM juga merupakan sumber utama lapangan kerja, keterampilan kewirausahaan, dan inovasi. Namun, UMKM menghadapi banyak masalah, seperti kurangnya akses ke pendanaan, tingkat pendidikan dan keterampilan yang rendah, kesulitan memperoleh izin, kurangnya modal, dan kurangnya dukungan infrastruktur[1]. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi sebesar 60% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah telah menetapkan berbagai aturan untuk membantu UMKM tetap kuat dan bertahan[2].

Sentra industri kota Sidoarjo telah lama terintegrasi dengan wilayah pemukiman masyarakat di kabupaten tersebut. Sentra industri ini tidak tumbuh dan berkembang di kawasan industri, tetapi dengan output produk industri, mereka tumbuh dan berkembang dalam lingkup kawasan pemukiman masyarakat. Sentra industri di daerah pemukiman dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pendapatan penduduk di daerah tersebut[7].

Pendahuluan

Sentra Intako merupakan pusat industri rumahan yang membuat berbagai jenis kerajinan dengan kulit asli dan imitasi. Kawasan Intako adalah salah satu daerah penghasil kerajinan tangan terbesar di Jawa Timur dalam hal produk seperti dompet, tas, sepatu, ikat pinggang, dan jaket. Intako ini sangat populer di tingkat lokal dan internasional, konsumennya luar kota sidoarjo, bahkan luar Jawa Timur dan telah mengekspor produk mereka hingga ke luar negeri, misalnya ke Surabaya, Gresik, Pasuruan, Mojokerto, Malang, Bali, Jakarta, NTB, Kalimantan, Korea, Taiwan, dan Malaysia. [9]

Salah satu industri kerajinan tas di Tanggulangin yaitu CV. Parikesit. Kreasi pertama yang ditawarkan oleh CV.Parikesit adalah tas kulit dan dompet kulit, dengan keterampilan tangan para pengrajin menjadikan produk CV.Parikesit berkembang yang mana awalnya hanya memproduksi tas kulit dan dompet kulit sampai akhirnya bisa terus berinovasi untuk mengeluarkan produk-produk terbaru seperti ikat pinggang, aksesoris kendaraan, hingga menjual bahan mentah kepada para distributor yang memiliki kualitas yang baik. Selain itu, dimata konsumen produk tas CV ini sangat peka terhadap trend pasar yang sedang berkembang, sehingga relevan digunakan dalam berbagai momentum. Tetapi dalam bidang pemasaran melalui digital marketing dirasa kurang terfokus, pada kenyataannya produk-produk yang terjual lebih laris offline atau pendistribusian ke outlet – outlet konsumen.

Objek Penelitian



Industri Tanggulangin adalah salah satu industri yang ada di kota Sidoarjo yang berdiri pada tahun 1939, ketika beberapa perajin memulai membuat tas dan koper. Koperasi Industri Tas dan Koper (Intako) memiliki hanya 27 anggota pada tahun 1976 dan didirikan dengan dana dari simpanan pokok anggota. Koperasi itu terus berkembang, hingga mencapai 354 pengrajin industri dengan aset sekitar 10 miliar rupiah selama bertahun-tahun.

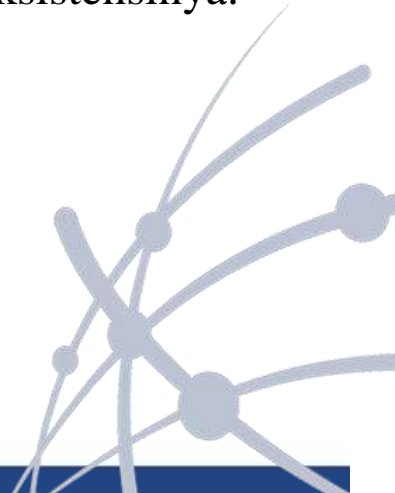
Salah satu contoh sentra industri tas di Tanggulangin yaitu CV.Parikesit, CV yang berdiri sejak tahun 1999 yang berlokasi di desa Kludan dikenal masyarakat karena memiliki kualitas yang baik dan harga yang ditawarkan relative murah.

CV. Parikesit ini sangat populer di outlet – outlet di tingkat lokal dan internasional, konsumennya dari luar kota sidoarjo, bahkan luar Jawa Timur dan telah mengekspor produk mereka hingga ke luar negeri, misalnya ke Surabaya, Gresik, Mojokerto, Malang, Bali, Jakarta, NTB, Kalimantan hingga Korea, Taiwan, dan Malaysia. Selain dari harga yang relative murah, kualitas produk CV. Parikesit dinilai baik.

Pendahuluan

Eksistensi, Ada atau tidak adanya "suatu hal tertentu" yang ditentukan oleh persepsi orang lain tentang lingkungan tertentu dikenal sebagai eksistensi. Nilai eksistensi ini sangat penting karena membantu menunjukkan bagaimana berfungsi dalam suatu lingkungan tertentu [15]. Eksistensi industri kecil maupun besar dilihat dari adanya pengaruh industri tersebut terhadap lingkungan sekitar dan dengan eksistensi mampu membuktikan bahwa individu atau kelompok masyarakat berhasil dalam suatu lingkungan tertentu yang membuatnya sangat penting[4].

Strategi pemasaran, Strategi pemasaran adalah upaya untuk mempengaruhi pasar dengan melakukan riset pasar, evaluasi, perencanaan produk, pengiklanan, perencanaan penjualan, dan distribusi [14]. Strategi pemasaran memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan sebuah bidang usaha, untuk meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan agar transaksi dapat terjadi secara konsisten dan tetap mempertahankan eksistensinya.



Pendahuluan (GAP)

Lubis et al., (2020)

Menunjukkan berdampak positif, jelas menunjukkan bahwa perusahaan ini telah mengambil langkah yang sesuai dengan menerapkan taktik agresif untuk meningkatkan jumlah penjualan.

Tiara dan Iskandar
(2022)

menyatakan bahwa terdapat dampak negatif atau hambatan bagi industri ini adalah bahwa mesin yang digunakan selama proses pembuatan sudah tua, sehingga prosesnya membutuhkan waktu yang lama.

Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan Penelitian :

Bagaimana strategi untuk mempertahankan eksistensi industri CV Parikesit?

Kategori SDGs :

Mengenai “industri, inovasi, dan infrastruktur” sejalan dengan SDGs 9



Metode Penelitian

1

Jenis Penelitian

Menggunakan jenis metode Kualitatif Deskriptif, dimana penelitian ini untuk mendalami sebuah peristiwa atau fenomena dilapangan secara spesifik dan dituangkan dalam bentuk lisan dan kata-kata.

2

Lokasi Penelitian

Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.

3

Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu pemilik CV. Parikesit.

Teknik Analisis Data

7

Teknik analisis data ini dilakukan dengan menggunakan tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Sampel Penelitian

4

Sampel yang diambil oleh peneliti yaitu pemilik CV. Parikesit yang akan dijadikan narasumber. Teknik dalam pengambilan sampel ini dilaksanakan secara *purposive sampling*

Sumber data

5

Data primer yang diperoleh dari data hasil wawancara dengan pemilik dan data hasil pengamatan langsung dilapangan.

Teknik Pengumpulan Data

6

Teknik pengumpulan data menggunakan 3 metode yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi

Jadwal Penelitian

No	Tahap dan Kegiatan Penelitian	Waktu (Bulan)					
		6	7	8	9	10	11
1	Persiapan menyusun proposal	■	■				
2	Pengumpulan data		■	■			
3	Pengolahan dan analisa data			■	■		
4	Penyusunan laporan				■	■	
5	Lain-lain						■

Hasil Penelitian

Industri INTAKO Tanggulangin yang beralamat di Jl. Utama Kendensari No.27. Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Yang sudah berdiri sejak tahun 1970 yang eksistensinya tetap ada hingga saat ini, membuat INTAKO Tanggulangin menjadi pusat produksi dan distributor tas dan koper yang menghasilkan berbagai produk yang berkualitas tinggi dan harga yang ditawarkan relative terjangkau. Ini mencakup beragam desain dan pola, dan juga Industri Intako terus berinovasi dalam desain dan model produknya. Selain itu, didukung juga dengan letak Industri Intako yang berada di dekat jalan raya Surabaya Malang yang memungkinkan untuk mengembangkan sektor industri dan intako bisa menjadi peluang bisnis yang menarik bagi para pengusaha, baik untuk menjadi distributor, agen, maupun membuka toko sendiri. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi dilapangan bagaimana Strategi Mempertahankan Eksistensi Industri Intako khususnya di CV. Parikesit.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk melihat eksistensi Industri Intako CV. Parikesit dan dampak ekonomi yang dirasakan oleh pengrajin tas dan masyarakat yang ada di sekitar Industri Intako karena telah membuka lapangan kerja bagi ribuan masyarakat setempat. Industri ini sendiri saat ini sedang dihadapkan dengan beberapa tantangan, seperti persaingan global dan perkembangan teknologi. Namun, dengan terus meningkatkan kualitas produk dan terus berinovasi, CV. Parikesit diyakini mampu tetap eksis dan berkembang di masa depan.

Pembahasan

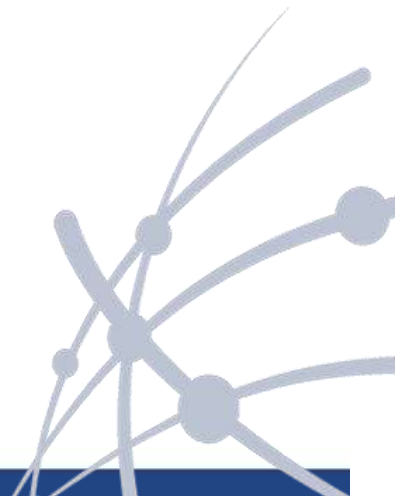
- **Strategi Mempertahankan Eksistensi Industri**

Menurut ibu Yuli Siti Khumairoh selaku pemilik dari CV. Parikesit, menjaga eksistensi usaha dalam industri pengrajin tas dan koper cukup ketat dengan persaingan, karena memang dikecamatan Tanggulangin sendiri masih banyak sekali pengrajin tas dan koper bahkan diluar Tanggulangin pun juga banyak pesaing – pesaing lama maupun baru yang menawarkan berbagai keunikan desain model tas dan koper serta harga yang ditawarkan beragam. Sehingga hal ini membuat Ibu Yuli Siti Khumairoh harus mampu bertahan dengan mengembangkan berbagai ide desain model produk yang mengikuti trend terkini agar mampu bertahan dengan berbagai pesaing serta mampu memilih bahan seperti kulit yang akan dipakai agar mendapat kualitas yang lebih baik, hingga ke harga yang ditawarkan relatif murah agar bisa menjangkau semua kalangan. Dengan mengembangkan berbagai ide inovasi diatas yang kemudian dituangkan dalam sajian produk yang ditawarkan kepada pelanggan agar tetap bersaing dengan para pesaing – pesaing baru maupun lama dan tetap eksis.

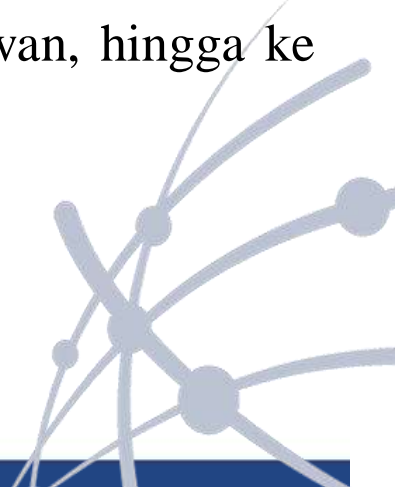
Menurut informasi yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik CV. Parikesit yaitu Ibu Yuli Siti Khumairoh dalam usaha ini beliau menerapkan 3 unsur strategi dalam mempertahankan eksistensi usahanya yaitu strategi pemasaran produk, strategi dalam mengolah bahan baku, dan manajemen tenaga kerja.

• Strategi Pemasaran Produk

Beberapa peristiwa yang telah dilalui oleh CV. Parikesit mampu memberikan pengalaman baru yang juga telah mengangkat penjualan serta nama dari CV. Parikesit itu sendiri. Pada saat terjadi bencana lumpur Lapindo yang mana banyak sektor UMKM di daerah sekitar yang gulung tikar, CV. Parikesit mampu merubah strategi pemasaran yang pada awalnya hanya memproduksi tas dan koper untuk kebutuhan outlet – outlet sekitar hingga mengganti target pasar menjadi ke seluruh Indonesia. Pada saat itu CV.Parikesit mampu memperkenalkan produknya hingga ke seluruh Indonesia. Karena target pasar dari CV.Parikesit terdampak peristiwa lumpur Lapindo, CV.Parikesit tidak hanya mendapat dampak negatif dari peristiwa tersebut, namun juga mendapat dampak positifnya yang juga dapat memperkenalkan produk tas kulit nya ke luar daerah dari yang awalnya hanya sekitaran Jawa Timur hingga ke luar Jawa Timur seperti Bali, Jakarta, NTB, dan Kalimantan.



Tak hanya peristiwa lumpur Lapindo, CV. Parikesit mampu melewati peristiwa yang lebih besar dampaknya bahkan sampai mempengaruhi perekonomian dunia yaitu Covid – 19. Pada saat Covid – 19 mulai masuk ke Indonesia masyarakat mulai dihimbau untuk melakukan segala aktifitas dirumah, yang mengakibatkan perekonomian masyarakat menurun sangat signifikan. Sehingga CV. Parikesit merubah strategi pemasarannya dari konvensional menjadi digital atau online. Walaupun sistem pemasaran online belum mampu diterapkan oleh beberapa pelaku usaha, sistem pemasaran digital dinilai sangat efektif untuk dijalankan pada saat adanya pandemi, meskipun beberapa pelaku usaha masih kesulitan untuk memulai sistem pemasaran online. CV. Parikesit masuk kedalam beberapa pelaku usaha yang menerapkan sistem pemasaran online, walaupun dinilai masih baru memulai untuk memasuki pasar online atau digital, CV. Parikesit sudah mampu mendapat konsumen konsumen baru yang bahkan sebelum mulai melebarkan sayap pemasarannya ke pasar online. Tak hanya itu CV. Parikesit mampu memasarkan produknya hingga ke luar negeri, dari Korea, Taiwan, hingga ke Malaysia.



- **Strategi Mengolah Bahan Baku**

Dalam pembuatan tas, koper, dan dompet kulit khas Intako Tanggulangin tak lepas dari bahan baku kulit, mulai dari kulit sapi, domba, dan sintetis. Rata – rata pengrajin tas dan koper di Intako memilih pemasok bahan kulit mereka dari Magetan, yang mana daerah Magetan sendiri sudah dikenal masyarakat umum sebagai salah satu penghasil kulit terkenal di Indonesia. Dikarenakan jarak antara Sidoarjo dan Magetan yang cukup dekat hingga menjadi pilihan bagi pengrajin Intako. CV. Parikesit termasuk ke beberapa pengrajin yang menjadikan pengrajin kulit kota magetan untuk menjadi penyuplai bahan baku kulit untuk pembuatan tas, dompet, dan koper.

CV. Parikesit dalam mengelola bahan baku kulit yang digunakan untuk produknya dibagi menjadi beberapa yaitu kulit motif jeruk, buaya, dan polos. Dari ketiga jenis, kulit yang dipakai bersumber dari 2 jenis kulit yaitu kulit sintetis dan kulit asli. Tentu saja proses pembuatan dari 2 jenis kulit tersebut akan berbeda, begitupula dengan hasil yang didapatkan. Dan juga sumber dari kulit itupun berbeda untuk kulit yang asli yang berasal dari kulit hewan dan kebanyakan diproduksi di daerah magetan, sedangkan untuk yang mitasi didapatkan melalui limbah pabrik sepatu yang dekat dengan tempat produksi CV. Parikesit.



• Strategi Tenaga Kerja

Dalam menghadapi persaingan global, dewasa ini CV. Parikesit membutuhkan tenaga kerja yang fleksibel, inovatif, mampu memenuhi target harian, dan mampu bekerja sama dalam tim. Untuk mendapatkan tenaga kerja seperti itu strategi yang CV. Parikesit lakukan adalah dengan mempertahankan para tenaga kerja yang ada. Dengan tidak adanya pergantian keluar masuk tenaga kerja diharapkan tenaga kerja yang kompeten. Perencanaan SDM yang efektif juga salah satu hal yang dilakukan CV. Parikesit dalam mengevaluasi kebutuhan tenaga kerja dan penentuan kompetensi yang dibutuhkan.

Strategi manajemen SDM yang efektif juga dilakukan CV. Parikesit untuk pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan. Strategi SDM yang efektif tidak hanya berfokus pada karyawan saat ini, tetapi juga harus melihat ke depan dengan mengidentifikasi kebutuhan SDM di masa depan. Seperti apa yang sudah dijalani pemilik CV. Parikesit dengan mengadakan 2 golongan karyawan pada usahanya, yaitu pekerja harian dan borongan. Pekerja harian yang bekerja 6 hari dalam seminggu yang akan mengerjakan semua pesanan sesuai target dan tenggang waktu yang ditentukan sedangkan untuk pekerja borongan yang mengerjakan produk hanya sesuai permintaan, namun dikerjakan bisa dikerjakan dirumah dengan waktu yang lebih fleksibel. Dengan adanya ke 2 pekerja tersebut CV. Parikesit mampu manage pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan.

Referensi

- [1] M. A. C. Perdana, N. W. Sulistyowati, A. Ninasari, Jainudin, and S. Mokodenseho, “Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM,” *Sanskara Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 03, pp. 135–148, 2023, doi: 10.58812/sek.v1i03.120.
- [2] E. Pudyastuti and A. Saputra, “Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19,” *INOBIJ J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 4, no. 3, pp. 437–449, 2021, doi: 10.31842/jurnalinobis.v4i3.195.
- [3] H. Noviono and D. Pelitawati, “Pengaruh Modal Kerja, Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangin,” *J. Din. Adm. Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 1–8, 2019, [Online]. Available: <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/3038>
- [4] Z. Lubis, K. F. Mauladi, and M. R. N. Irawan, “PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MENGADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo),” *Media Mahard.*, vol. 19, no. 1, pp. 59–70, 2020, doi: 10.29062/mahardika.v19i1.197.
- [5] K. Krian, K. Sidoarjo, A. B. Hendrawan, and M. Yasin, “Pengaruh Pendidikan , Pengalaman Kerja , dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Usaha di Sentra Industri Tahu Tropodo ,” vol. 1, no. 4, 2023.
- [6] I. K. M. Kampoeng *et al.*, “Adakah Pengaruh Modal , Tenaga Kerja , dan Lama Usaha terhadap Pendapatan di IKM Kampoeng Batik,” *J. Econ. Dev. Issues*, vol. 6, no. 1, pp. 47–59, 2023.

Referensi

- [7] A. C. Ningsih and I. Anshori, “Sentra Industri Pengrajin Tas Selama Pandemi Covid-19 di Tanggulangin Sidoarjo,” *Manaj. IKM*, vol. 16, no. 1, pp. 70–77, 2021.
- [8] A. S. Zulkarnaeni and N. C. Rizki, “Pengaruh Pendidikan Terakhir, Skala Usaha Dan Pelatihan Akuntansi Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Ukm (Studi Empiris Terhadap Ukm Di Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo),” *JIAI (Jurnal Ilm. Akunt. Indones.)*, vol. 4, no. 2, pp. 166–174, 2019, doi: 10.32528/jiai.v4i2.2662.
- [9] M. Nasution, A. Trilaksana, and M. Artono, “The Profile Of Micro Small Medium Enterprises At The Monetary Crisis Era In1997-1998 Case Study: Intako Sidoarjo,” vol. 4, no. 2, pp. 548–562, 2020, doi: 10.2991/icss-18.2018.8.
- [10] A. S. dan M. Legowo, “Rasionalitas Pengrajin Industri Tas Dan Koper (Intako) (Strategi Mempertahankan Eksistensi Pasca Bencana Luapan Lumpur Lapindo di Desa Kedensari Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo) Arlisa Savitri Martinus Legowo Abstrak,” *Paradigma*, vol. 3, no. 3, pp. 1–10, 2015.
- [11] I. P. Fauziah, “Pemanfaatan Modal Sosial Produsen Koperasi Intako Dalam Rangka Pengembangan Usaha,” *Paradigma*, vol. xx, no. xx, pp. 1–18, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/49042%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/download/49042/40832>
- [12] T. Tiara and I. Ali Alam, “Analisis Manajemen Produksi Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Produk Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Roti Permata,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 6, pp. 833–846, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i6.99.



Referensi

- [13] “Volume 7, Nomor 1, Februari 2016,” vol. 7, pp. 27–40, 2016.
- [14] N. T. Hariyanti and A. Wirapraja, “Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur),” *J. Eksek.*, vol. 15, no. 1, pp. 133–146, 2018.
- [15] W. K. Surya and N. Nerosti, “Eksistensi Tari Andun Dalam Upacara Adat Perkawinan Di Kecamatan Seluma Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu,” *J. Sendratasik*, vol. 10, no. 4, p. 51, 2021, doi: 10.24036/js.v10i4.114175.
- [16] M. N. Adlini, A. H. Dinda, S. Yulinda, O. Chotimah, and S. J. Merliyana, “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka,” *Edumaspul J. Pendidik.*, vol. 6, no. 1, pp. 974–980, 2022, doi: 10.33487/edumaspul.v6i1.3394.
- [17] M. Waruwu, “Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method),” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 1, pp. 2896–2910, 2023.
- [18] M. Rusdi, “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya,” *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 83–88, 2019, doi: 10.21107/jsmb.v6i2.6686.
- [19] Huberman and Miles, “Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif,” *J. Stud. Komun. dan Media*, vol. 02, no. 1998, pp. 1–11, 1992.

