

Pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan kecil rotan

Sari Atul Hilaliyah^{1✉}, Muhammad Rizki Alfiansyah², Hendi Yanor³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darwan Ali, Sampit.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk yang dilakukan pengrajin rotan bapak Deni dalam menunjang kinerja pemasaran dalam usahanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan wawancara tidak berstruktur pada informan, sedangkan teknik analisa dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif. Untuk pembuktian validitas hasil wawancara dilakukan berdasarkan sumber berupa dokumentasi. Dari hasil penelitian peranan diferensiasi produk yang dilakukan oleh pengrajin pak dani masih kurang efektif dalam meningkat kinerja pemasaran. Penyebabnya adalah Produk Bapak Dani hampir sama dengan produsen rotan lainnya dan hasil produksi Bapak Dani tidak memiliki ciri khas tertentu, namun produknya memiliki ketahanan yang cukup lama, memiliki tingkat kerapian yang baik dan dikerjakan oleh tenaga ahli yang sudah berpengalaman dalam bidangnya. Sedangkan dari hasil penelitian peranan Inovasi produk rotan pak Dani juga masih kurang efektif dalam menunjang pemasaran produk, penyebabnya adalah Bapak Dani belum memiliki inovasi produk baru karena hanya mampu menerima pesanan dari konsumen dan belum memiliki ide baru dalam pembuatan produknya.

Kata kunci: Diferensiasi produk; inovasi produk; kinerja pemasaran

The effect of product difference and product innovation on marketing performance in small rattan crafts industry

Abstract

This study aims to determine the effect of product differentiation and product innovation carried out by Mr. Deni's rattan craftsmen in supporting marketing performance in his business. The method used in this research is structured interviews and unstructured interviews with informants, while the analysis technique in this research is qualitative descriptive analysis. To prove the validity of the interview results, it is based on sources in the form of documentation. From the results of the research the role of product differentiation carried out by Pak Dani craftsmen is still less effective in improving marketing performance. The reason is that Mr. Dani's products are almost the same as other rattan producers and Mr. Dani's production results do not have certain characteristics, but his products have a long enough durability, have a good level of neatness and are done by experts who are experienced in their fields. Meanwhile, from the results of the research on the role of Mr. Dani's rattan product innovation is also still ineffective in supporting product marketing, the reason is that Mr. Dani does not yet have new product innovations because he is only able to take orders from consumers and does not yet have new ideas in making his products.

Key words: Product differentiation; product innovation; marketing performance

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara tropis banyak memiliki kekayaan hutan salah satunya adalah rotan yang memberi sumbangan besar terhadap perkebangan ekonomi di negara Indonesia. Ketersediaan rotan saat ini masih sangat banyak di hutan Indonesia terutama di kawasan hutan Kalimantan, Sumatra dan Sulawesi. Keberadaan rotan di Indonesia banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk pembuatan furniture dan aneka ragam kerajinan tangan seperti anyaman. Keberadaan hutan tropis di Indonesia merupakan penghasil 85% rotan mentah dunia dengan nilai sekitar 699.000ton/tahun (Tika, 2013)

Faktanya industri rotan di Indonesia akhir-akhir ini mengalami penurunan usaha khususnya yang berada di kota Sampit Kalimantan Tengah. Sejak dulu kota Sampit dikenal sebagai salah satu kota penghasil rotan atau masyarakat lokal sering mengenalnya dengan istilah pekat. Kebun rotan yang berada di kota Sampit kebanyakan merupakan perkebunan rakyat yang penelolanya masih dilakukan oleh masyarakat kota Sampit. Pengepul biasanya membeli rotan dari hasil perkebunan rakyat yang nantinya akan dijual kembali kepada para pemilik pabrik yang mengelola hasil olahan rotan. Kota Sampit merupakan penghasil rotan dengan kualitas terbaik dunia dan menjadi buruan para importir (Norjani, 2020).

Pada era nya kota Sampit menghasilkan beraneka ragam kerajinan rotan yang sangat diminati dan menjadi primadona dari berbagai hotel elit di kota Jakarta hingga negara luar seperti eropa (Siswoyo, 2016). Dulunya kawasan yang berada didaerah simpang tiga Baaman merupakan sentral dari semua pengrajin rotan di kota Sampit. Beraneka ragam bentuk kerajinan rotan bisa dijumpai di area ini. Sayangnya kejayaan ini kini hanya menjadi kenangan dan sebuah cerita. Kawasan simpang tiga Baaman yang menjadi rumah para pengrajin rotan kini menjadi sepi bahkan membuat satu persatu para pengrajin undur diri dari bisnis ini. Dari sekian banyak pengrajin kini hanya menyisakan beberapa pengrajin saja meskipun rotan di kota sampit masih berlimpah (Siswoyo, 2016).

Usaha kerajinan rotan di kota Sampit memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kerajinan rotan agar memiliki daya saing adalah dengan memberikan perhatian terhadap kinerja pemasaran. Salah satu faktor penting yang menjadi tantangan usaha kerajinan rotan ini ialah masih lemahnya akses pemasaran yang dilakukan karena masih menggunakan cara sederhana yaitu melakukan pemasaran dari mulut ke mulut dan menunggu konsumen datang untuk membeli produk (Elwisam & Lestari, 2019).

Kunci utama yang dapat dilakukan dalam meningkatkan penjualan suatu produk ialah dengan memperhatikan kinerja pemasarannya. Para pengrajin rotan diharapkan memiliki kemampuan untuk memperdalam pemanfaatan sumberdaya yang dapat dihasilkan sehingga menarik perhatian konsumen. Agar terbukanya peluang bisnis para pengrajin rotan harus memiliki kemampuan untuk membuat dan menciptakan beranekaragam produk hasil olahan rotan dan dapat menerapkan strategi yang baik dalam pembuatan produk yang menarik agar diminati oleh konsumen. Menurut (Fauziah, 2018) menyatakan bahwa kinerja pemasaran yang baik meliputi tiga hak utama yaitu, nilai penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi dalam pasar yang nantinya akan menambah profit perusahaan. Menurut (Rangotwat, 2017) mengemukakan bahwa kinerja pemasaran adalah hal yang bisa di ukur dan diminati atau bersifat menyeluruh dan masih dibutuhkan adanya pengenalan lebih terhadap kinerja pemasaran.

Elwisam & Lestari, (2019) mendefinisikan bahwa kinerja pemasaran adalah skala performa yang dihasilkan dari rangkaian proses pemasaran secara keseluruhan suatu perusahaan atau organisasi. Dengan ketatnya persaingan saat ini, acuan terhadap industri rotan skala kecil adalah terbukanya pasar dalam dan luar negeri. Industri rotan skala kecil menghadapi banyak kendala sehingga tidak dapat berkembang seperti industri besar yang menguasai perekonomian nasional. Kendala tersebut antara lain terkait dengan kegiatan pemasaran produk rotan (Desiyanti, 2018).

Dalam menunjang keberhasilan suatu usaha rotan, diferensiasi produk juga dapat dijadikan strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing. Manfaat dilakukannya diferensiasi produk pada perusahaan ialah membuat konsumen menjadi pelanggan yang loyal dibandingkan dengan pesaing lainnya. Diferensiasi biasanya sedikit merubah karakteristik pada produk. Diferensiasi produk yang sukses adalah pembeda yang dapat mengubah lingkungan kompetisi ke aspek lain diantaranya strategi distribusi, karakter produk, dan unsur-unsur promosi lainnya. Oleh karena itu, diperlukan perubahan produk yang besar dan ini merupakan keuntungan dilakukannya diferensiasi produk. Diferensiasi

produk merupakan tindakan untuk mendesain serangkaian pembeda yang signifikan untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaingnya. Diferensiasi produk dapat didasarkan pada, fitur, kualitas kinerja, bentuk, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, dan keandalan (Tehuayo, 2021).

Diferensiasi produk menawarkan citra yang berbeda dari produk pesaing. Dengan dilakukannya diferensiasi akan lebih mudah bagi perusahaan untuk membuat produk lebih unggul jika dibandingkan dengan produk pesaing. Diferensiasi tercapai ketika perusahaan dapat membedakan pesaing berdasarkan faktor-faktor seperti produk unik serta konsumen dapat memesan produk berdasarkan keinginan mereka. Menurut (Setyawati, 2018), penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk secara signifikan dapat meningkatkan kinerja pemasaran, sementara hasil lain menunjukkan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh secara signifikan pada kinerja pemasaran.

Di era persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, faktor lain yang dapat menunjang keberhasilan kinerja pemasaran suatu perusahaan atau bisnis ialah ditentukan dari kemampuan perusahaan untuk berinovasi atau menciptakan produk baru atau merubah produk. Inovasi produk merupakan ide baru produk atau pengembangan produk yang berasal dari pikiran produsen (perusahaan). Menurut Novita, (2022) inovasi produk merupakan hasil dari berbagai proses yang dipadukan atau saling mengubah antara satu produk dengan produk lainnya.

Inovasi produk dibutuhkan untuk menciptakan produk baru atau modifikasi produk lama menjadi lebih baru dan tentunya lebih modern untuk memenuhi keinginan konsumen dan menarik perhatian konsumen. Menurut (Harini et al., 2022) inovasi produk adalah proses serta penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai yang menguntungkan.

Menurut (Tomi et al., 2008) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menciptakan serta memuaskan konsumen dengan penawaran produk baru. Dengan menciptakan inovasi, produk dapat menempati posisi strategis di pasar, memiliki daya hidup yang lebih panjang serta bertahan dari serangan pesaing untuk memenuhi kebutuhan pasar (konsumen) (Tomi et al., 2008).

Perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan inovasi dan meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi perubahan ekonomi yang begitu cepat (Wulandari & Murniawaty, 2019). Hal ini dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan produk lama yang diproduksi. Perusahaan harus terus berinovasi karena ini syarat utama untuk terus meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Upaya inovasi produk menjadi tugas penting manajemen perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan kinerja pemasaran yang memiliki kualitas yang baik.

Menurut (Nasir, 2017), inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Penelitian lanjut (Suendro, 2010) menyatakan bahwa semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi pula kinerja pemasaran. Namun penelitian lain mengklaim bahwa inovasi tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada level 5% (Rangotwat, 2017). Hasil penelitian (Harini et al., 2022) menunjukkan bahwa inovasi produk berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran baik secara simultan maupun parsial.

METODE

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di kota SAMPIT kawasan simpang tiga baamang. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat dari seluruh pengrajin rotan di SAMPIT. Subjek penelitian ini adalah pemilik UMKM pengrajin ayaman rotan. Penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Desember 2022.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif data dengan cara mengumpulkan gambar, kata-kata, dan bukan berupa hasil perhitungan atau numeric. Menurut Hayati, (2014) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak melakukan perhitungan dengan menggunakan angka-angka. Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif.

Menurut Yustinus Usfinit, (2014) metode deskriptif adalah metode pemecahan masalah yang dipelajari dengan mendiskripsikan keadaan subyek/obyek penelitian saat ini berdasarkan bukti-bukti yang terlihat. Peneliti menggunakan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif untuk mencari dan memperoleh informasi yang detail tentang subjek yang diteliti (Foris & Mustamu, 2015).

Menurut Yustinus Usfinit, (2014) metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan keadaan subyek/obyek penelitian saat ini berdasarkan fakta yang

terlihat. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui serta memperoleh kedalaman informasi terkait topik yang akan diteliti (Foris & Mustamu, 2015).

Study Pustaka

Studi pustaka akan dilakukan dengan merujuk pada penelitian terdahulu, mencari literatur melalui jurnal, pencarian di internet serta buku-buku yang dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan berupa catatan, wawancara dan dokumentasi dari narasumber dalam hal ini informan yang diwawancarai, dan berdasarkan observasi terhadap objek yang diteliti. Peneliti dapat lebih mengerti dan menjabarkan teknik serta bentuk kerajinan rotan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, sehingga data yang di olah sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Teknik yang digunakan untuk memperoleh subjek adalah metode wawancara secara mendalam, terstruktur maupun tidak terstruktur. Menurut Yohanes & Indriyani, (2013) wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data, ketika peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan didapatkan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur ialah wawancara di mana peneliti tidak memiliki pedoman wawancara yang sistematis dan lengkap dalam pengumpulan datanya atau wawancara dilakukan secara bebas (Yohanes & Indriyani, 2013).

Selain teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis variabel diferensiasi produk, inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, dilakukan pula analisis kualitatif deskriptif yaitu penjelasan secara mendalam dan terperinci mengenai variabel yang diteliti. Analisis dilakukan berdasarkan indikator-indikator dari tiap variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini penulis akan menyajikan pembahasan yang berhubungan dengan permasalahan bagaimana diferensiasi produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Proses wawancara dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Narasumbernya yaitu bapak Dani usia 45 tahun selaku pemilik UMKM pengrajin rotan di Kota Sampit waktu pelaksanaan wawancara yaitu 29 Desember 2022 lokasi wawancara di tempat usaha pengraji rotan bapak Dani.

“Perbedaanya... segi anu ja tadi bahan baku, dari bahan baku habis itu kerapian anyaman itu ja membedakan to, kadang-kadangkannya orang tu dari wadah kawan yang di seberang tu temurah harganya wadah aku ni tebeda harga tadi to.. tapi urang setelah inya melihat tadi kerapian anu tadi dengan bahan bahukya biar inya beda sampai 500 tu orang kada jadi masalah.“Bahan bakunya tu ada yang dari 5 mili, 4 mili, 3,5 mili, 3 mili, 2,8 mili, 2,5 mili, 2 mili, sampai 1,5 mili banyak jenisnya”

Bentuk diferensiasi produk yang dijalankan usaha pengrajin rotan Bapak Dani hampir memiliki kesamaan dengan kerajinan anyaman rotan yang ada di kota Sampit, namun yang membedakannya adalah dari segi kualitas yang di hasilkan berupa tingkat kerapian dan kualitas bahan baku yang digunakan. Konsumen juga tidak segan untuk membayar dengan harga yang lebih mahal setelah melihat kerapian dan bahan baku yang digunakan. Bahan baku yang baik akan berdampak pada daya tahan produk itu sendiri. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dibandingkan produk yang dihasilkan oleh produsen lain. Bahan baku rotan yang digunakan oleh bapak Dani memiliki berbagai macam variasi ukuran dari 1 hingga 5 mili.

“Yaam tadi jar ku amun inya jenis kursi tamu tadi ada kursi sendok sambatanya to, kursi kerang, kursi CR, habis itu kursi surabaya, banyak ah bentuknya to! Cuma kalo kam handak gambarnya to nah kaya ini am, sama kaya kursi kerang macam ini am, kena ku dirikan kursi sendok tadi, yang anu neh di hape bini ne gegara hilang semalam hape tu banyak disitu nang diolah-olah nang sudah jadi to gambarnya! Hilang hape anak ku to hari itu ada nang meambilnya. Nang kaya ini keranjang koral ne gasan orang nang meluluhan anu tadi seman tadi, ada nang keranjang sampah to teganal pada ini, gasan lanjung sawit to ada nang keranjang tapi di ulah tali balakangnya! Nah bentuk lanjung, gasan urang memanen sawit. Nah itu anu sekat ruangan ngaran nya anu partisi jar anu tadi bahasa anu nya to, jadi ada nang dua sekat, dua tu kan berarti amun nya kan tiga to semeter setengah nah berarti seset ngaranya, ada jua lebar semeter berarti dua pintu ja, ada jua empat nang olah handak minta

dua meter ada jua! Empat berarti, lima puluh senti seandainya to sepintunya. Nah ada tudung saji, ada nang oval, ada nang bulat, ada nang tegga ada kan bentuknya to ada nang ukuran enam puluh, ada lima puluh, ada enam lima, ada jua ukuran tujuh lima ganal lagi to muat sebelas piring bila urang pesan ja. Lampu ne gasan anu tadi ne ini kan banyak hari to ku meolah kan gasan di layar to, ada jua urang di katapang to hari itu, ada nang bebutingan gasan di rumah tangga, ada nang sebuting dua buting gasan kap lampu ne, tergantung selera urang tadi ne”

Beberapa jenis kursi yang dibuat oleh bapak dani seperti kursi tamu, kursi sendok, kursi kerang, kursi CR, serta kursi Surabaya. Adapun bapak dani juga membuat berbagai jenis keranjang yaitu keranjang koral yang digunakan untuk menghancurkan semen, ada juga keranjang sampah, keranjang sawit yang digunakan untuk memanen sawit, serta juga kerajinan yang dibuat oleh pak dani seperti tudung saji yang memiliki berbagai macam bentuk yaitu oval dan bulat dengan ukuran 50 cm,60 cm,65 cm,75 cm.

“Rotan hutan to kan kada dipelihara, jadi jenis rotan nang anu hutan tadi to nah ada dahanen, ada tentubu, ada maraw, ada manaw, habis itu....apa nang dua to. Nah anang pekat nang pekat nang halusnya tadi pekat lilin, pekat buluh, nah pekat taman tadi kan pekat taman to ada tiga....ada empat, ada kubu, jahab, eskot, tiger nah ada empat, nah kalo yang nomor satu tadi kan kaya kubu, jahab gasan khusus nang di ekspor nah.....kalo nang eskot anu tiger tadi pakaian local ja. Kalo nang anu tadi jenis nang anu....kubu, jahab,eksot tadi, tiger tadi ne di pelihara nang kaya urang memelihara sawit ne jadi tiap anu dibersihni urang kebun tadi jadi inya bagus tumbuhnya tadi ada nang kaya nang bahan gasan merangkanya tadi kaya tentubu, dahanen tadi to, manaw, maraw to tumbuh liar ja! Rotan hutan tadi to, nah jadi jenis nang halus tadi to padahal rotan hutan nang kada tapi dipelihara tapi diperlihara jua mat ai, apa tu kaya lilin, pekat bulu, pekat undang, padahal gasan ekspor harga nya ikam seanu tadi kam sampai enam juta sepikul nya to! Iih enam jutaan nah mudah to, tapi inya tumbuh liar gagara sawit tadi ne tadi am habis! Inya daerah bangkal anu didaerah tujuh lima to pokoknya nang di tiga lima keatas to lah daerah situ nang banyak to, padahal mahal! Aku gin hanyar mendagar ja hari itu to sampai enam juta sepikulnya kada mudah-mudah, kalo nang ini ne esok gin handak mencari sepuluh ton, lima puluh ton kah ke terantang situ! Ada, soalnya dipelihara urang, tapi gawian urang rutin, nah jadi urang memagatnya ne nang kaya kubu, jahab, eskot tadi, tiger tadi ne per enam bulan urang memagatnya ne, memutiknya ne nang kaya urang sawit tadi ne! nah ehm panjangnya sampai tatak lima enam tadi to dilipat dua ini tadi to empat meter empat meter berarti delapan meter, lipat dua eee jadi itu memang dipelihara urang bujur bujur eee nang ini ne masih nang didaerah kita pinggir banyu nang kaya kita dari pelangsan neh! Nah pelangsan sampai cempaka keatas to deret dari situ ja nang terawat to, amun daerah hulu sana kada tapi dianu urang kada tapi di urus urang ne nah jadi disana to pekat to bermain to sampai sepuluh! Tujuh tahun sampai sepuluh tahun keatas jadi tiger, nah ada disini kan dipelihara makanya putih pekat nang bagus bujur ne dari enam bulan sampai setahun nang di panen panen urang to, jadi bagus emang dipelihara urang di sini nang ngaran daerah hulu ne kan urang kada tapi meurus pekat padahal tadi to menjanjikan pang amun ku anu to dilihat disini ne gawian urang to, urang to kada tapi kepikir ke situ”

Adapun jenis rotan yang dimiliki pak dani ada 2 jenis yaitu rotan hutan dan rotan taman. Rotan hutan sendiri yaitu rotan yang tidak dirawat oleh masyarakat yang dimana rotan-rotan tersebut terdiri dari berbagai jenis seperti dahanen, tentubung, maraw, dan manaw. Ada juga jenis rotan taman yaitu rotan yang dirawat oleh masyarakat yang memiliki berbagai jenis seperti kubu, jahab, eskop, dan tiger, yang dimana untuk rotan kubu dan jahab khusus untuk diekspor sedangkan untuk rotan eskop dan tiger khusus untuk lokal. Jenis rotan kubu, jahab, eskop, dan Tiger di pelihara seperti orang yang memelihara kebun sawit. Setiap saat dibersihkan agar kekuatan bagus tumbuhnya, seperti bahan untuk kerangka seperti tentubu, dahanen, Manaw, dan Maraw itu tumbuhan liar saja. Adapun harga untuk jenis rotan yang tidak dirawat tersebut bisa menghasilkan sekitar Rp.6.000.000/100kg nya, serta rotan yang tidak dirawat tersebut banyak tumbuh didaerah Bangkal atau daerah km 75 jenderal sudirman, untuk jenis rotan seperti kubu, jahab, eskop, dan tiger biasanya di sekitar 6 bulan.

“Ciri khas kadeda pank soalnya aku lawan yang disebrang tu handak sama ja cuman kadang-kadang to kerapianya ja yang beda kaya itu ah dan anak buah ku dari cerebon sana inyakan patoh begawian untuk ekspor jadi nang kawal di seberang tu lokal ja”

(Hasil dari produksi anyaman rotan Bapak Dani tidak memiliki ciri khas tertentu di karenakan usaha rotan bapak Dani dan produsen rotan yang ada diseberang geray Bapak Dani hampir memiliki kesamaan hanya terkadang kerapian saja yang membedakan. Anak buah Bapak Dani berasal dari Kota Cirebon sudah terbiasa mengerjakan anyaman rotan yang di kirim untuk ekspor sedangkan usaha rotan yang berada di depan geray Bapak Dani hanya lokal saja).

“ayamanya ne ku apa eee..ku beri motif kayak itu ah naaaa.... Kubari motif jadi nangkaya bingkai tukang ada - ada gambar wajik tengah to bisa kubari warna tengahnya terus to.. bingkai kayak kursini kan bisa kita warnai itu ja yang membedakan toh yang membedakan dengan yang diseberang tu, jadi aku banyak jua yang diolah..olah ni kayak kursi malas macam kadang-kadang inya tukang kada bisa meolah kursi nang kaya itu tu beda produk lah.”

Hal lain yang menjadi pembeda usha rotan yang dimiliki oleh Bapak Dani adalah memberikan motif kepada anyamanya seperti menggambar motif (wajik) dan memebrikan warna pada ayaman yang di produksi oleh bapak Dany. Lebih lanjut, bapak Dany juga memproduksi kursi malas yang tidak bisa ditiru oleh pesaingnya yang menjadi pembeda produk yang dihasilkan oleh bapak Dany.

“Amun yang banyak sampai ratusan set tu kd mampun soalnya anak buahnya bedua aja nah kalau mencakup sampai 20 set tu mampu aja”

Saat ini usaha kerajinan rotan yang dijalankan oleh bapak Dany belum mampu untuk menghasilkan pesanan dalam jumlah yang banyak sampai ratusan set dikarenakan usaha yang ditekuni bapak dany ini hanya memiliki 2 orang pegawai untuk membantu bapak Dany dalam mengolah pesanan sekitar 20 set.

“Ooohhh Alhamdulillah selawas ini kdd kompline pank iih sesuai ja... ada satu lagi aku ni.. aku kd bejual kemana-mana di tempat ja orang ja yang kesini.. kd pernah memasakrkan kemana-mana to jadi bejual di tempat ja ada kayak korsi ini ne nah itu meja yang ku olah ne ni yang di anyam ni gambar dari orang banyak ja orang ano tergantung konsumen.. itu meja to hanyar di barinya gambar ja Alhamdulillah sama ja kawa ja meumpati.”

Produk yang bapak deny buat selama ini sudah sesuai dengan pesanan konsumen hal ini dibuktikan dari tidak adanya kompline dari konsumen terkait dengan produk yang di hasilkan oleh Bapak Deny. Selama ini bapak deny memasarkan produknya tidak kemana-mana hanya menunggu konsumen yang datang ke geray tokok rotanya dan berjualan di tempat saja. Konsumen yang ingin membeli produk bapak Deny bisa langsung datang ke tempat jualan bapak Deny. Konsumen bisa pesan motif sesuai dengan keinginan konsumen dengan menunjukan contoh berupa gambar yang nantinya akan dibuat anyaman sesuai dengan gambar tersebut. Pesanan bisa berupa meja, kursi tergantung ke inginan dari konsumen tersebut.

“Rotan nilah kuncinya jangann di hujan di panaskan kalau di andak di dalam rumah ja insyallah tu amun 15 th -20 th tahan”

“Tihh berpengalaman anak buah ku ne orang cerebon nah 2 yang tukang rangka ni orang blitar sudah umpat aku ihh sekitar parak 30 th”

Ketahan produk rotan yang di hasilkan oleh bapak Dany sekitar 15-20 tahun dengan cara penggunaan produk tidak kena hujan dan panas di simpan di dalam rumah. Produk di buat oleh pegawai yang sudah memiliki pengalaman dari kota Cirebon yang dulunya bekerja di bidang ekpor rotan dan 2 orang yang khusus mengerjakan rangka dari kota Blitar yang sudah bekerja denan bapak dany hampir 30 tahun.

“Tihh melayani aku.. orang yg minta service apa sagala macam bahkan kursi..kursi pekat ni kan ku anu nang dari cirebon tukang bahan anunya bahan sintetis. Nah bahan sintetis ni mudah anu mudah pagat mudah jabuk kitu nah inya kan dari plastic jadi diolah dari anyaman itu minta di anyam dari bahan anyaman ni tadi nih banyak nah mun selawan ini ada ratusan ada rasa ku”

Usaha anyaman rotan bapak Dany melayani kembali perbaikan untuk produk-produk yang telah dibeli konsumen apabila mengalami kerusakan. Selain konsumen yang membeli produk ditempat bapak Deny, usaha ayaman rotan pak deny ini juga memberikan service yang terbuat dari rotan. Bapak Deny menjelaskan bahwa banyak produk kursi rotan yang di produksi di kota Cirebon dengan bahan

sintetis yang mudah putus dan rapuh dikarenakan terbuat dari bahan plastic melakukan service di tempat usaha pak Deny. Selama berjalannya usaha rotan bapak deny ini ada sekitar ratusan kursi rotan yang sudah diperbaiki.

“Mudah ja... mudah ditiru orang jua soalnya kan wayah ini kan ngaranya kita online di hp ni kan kadang-kadang aku tu meniru ampun orang dicerebon jua nah jadi beda ukuran aja kadang-kadang kan segala jenis-jenis kursi tu kan hampir-hampir mirip ja ukuran korsi tu paling beda-beda tu 2-3 senti jadi orang mudah ja meniru cuman pengrajin rotan kayak kami di sampit ni cuman bedua ni ja inya kan perlu keahlian khusus lain tukang-tukang biasa tadi ne nang kaya orang bejualan apa-apa tu mudah ditiru.”

Usaha rotan bapak deny mudah ditiru oleh orang lain apalagi zaman sekarang sekarang semuanya sudah bisa dilakukan secara online. Bapak deny terkadang juga meniru model produk rotan dari pengrajin yang ada di Kota Cirebon yang di lihatnya melalui media online. Untuk produk yang di hasilkan memiliki kemiripan yang sama misalnya untuk produk kursi rotan, paling yang menjadi beda adalah ukuran dari produk yang di hasilkan misalnya 2-3 senti meter. Bapak deny menjelaskan bahwa orang-orang sangat mudah untuk meniru produk yang di hasilkan tetapi khususnya di kota sampit pengrajin rotan hanya tersisa dua saja. Untuk meniru produk ayaman rotan di perlukan keahlian khusus berbeda dengan tukang-tukang yang lain.

“kalau ini ne selawas ini ne jarang kami ne ja nang buka ni nenah semalam peninggalan bosku orang betujuh kekwanan semuan to.. olehnya karena krisis td masuk korsi busa kursi jog to hancur anjlok tu jadi aku ni ja yang bertahan dengan kawal to jadi yang lain banting stir”

Bapak deny menjelaskan pula bahwa selama ini jarang ada orang yang menjalankan usaha anyaman rotan ini. Dulu ada sekitar 7 orang pengrajin rotan yang ada di kota Sampit yang merupakan peninggalan dari bos tempat bapak Deny dan teman-temannya bekerja. Saat krisis melanda dan masuknya kursi busa, kursi jog akhirnya usaha rotan banyak yang mengalami kehancuran dan ajlok yang pada akhirnya hanya menyisakan dua pengrajin rotan di kota Sampit salah satunya adalah usaha rotan yang di miliki oleh Bapak Deny.

“Sementara ini produknya yang itu-itu ja ne..cuman bila ada orang minta model baru Alhamdulillah bisa ja meanuinya tadi.. selawas ini ne aku ne kekurangan barang stok yang jadi jua. hari-hari ne Alhamdulillah ada ja pesanan orang-orang.”

“iih sesuai pesanan orang bila orang minta produk yang hanyar sesuai gambar Alhamdulillah tu bisa ja sesuai dengan keinginan orang tadi yg anu konsumen tadi to”

Usaha anyaman rotan bapak Deny belum menciptakan dan mengembangkan ide-ide baru didalam pembuatan produknya. Sementara ini produknya itu-itu saja,hal ini di karenakan bapak deny bisa menerima permintaan model baru dari konsumen dengan membawa contoh produk berupa gambar atau foto yang konsumen inginkan. Selama ini usaha rotan bapak Deny juga mengalami kekurangan stock barang untuk dijual karena setiap hari ada saja konsumen yang melakukan pesanan. Jadi apabila konsumen ingin memesan produk baru mereka bisa melakukan request orderan.

“Kada pernah jua tiap2 bulan to mencatat berapa hasil2 ku ne kayak itu ah ngaran banyak yang ku gawi jua,.. Cuma dalam sebulan-sebulan tu lumayan ja untuk peganu tadi neh apa kaya pesanan-pesanan orang ni kan ada waktu-waktunya kayak korsi.. cumin kayak keranjang gasan orang mecor baksampah to itu to lumayan dalam sebulan bisa 300 biji aku tu nag itu td jadi lawan korsi apa segala macam ne mundalam sebulan-sebulan tu klo ku global nyatu klo dalam 20, 23 to ada kotornya dalam sebulan2 to.”

Usaha kerajinan ayaman rotan bapak Deny sampai saat ini belum pernah mencatat pendapatan yang diperoleh setiap bulanya karena banyak pekerjaan yang harus dilakukan. Namun bapak Deny menyampaikan bahwa hasil yang diperoleh tiap bulanya lumayan memiliki banyak pesanan seperti kursi, keranjang untuk ngecor bangunan, baksampah dalam sebulan hamir 300 buah kerajinan yang terjual perkiraan perolehan penghasilan kotor tiap bulan secara keseluruhan sekitar Rp 20.000.000-23.000.000/bulan. Lebih lanjut bapak Deny menyampaikan bahwa untuk tiap bulan penambahan jumlah konsumen tidak menentu dan untuk perolehan keuntungan mengalami peningkatan hanya saja bapak Deny tidak pernah mencatat berapa jumlah peningkatan yang diperoleh.

“Kada mesti soalnya kadang-kadang orang to bila lewat ni kan biasanya to kan lewat bejalanan biasa aja kada mesti handak mencari barang pang...melihat inya lewat sini bisa beputar inya yah kaya itu nah kada mesti....jadi aku mehitung orang-orangnya to palangka, pangkalambun, banjar ja ada jua kesini jauh-jauh nah inya bejalanan ja, dari mana jar ku! Dari banjar iih liburan....langsung ku lihat kupajang kaya ini ne ada kepingin barang ku ne jadi kada mesti...cumin kalo inya hari raya parsel ne kawa dipastikan kaya bintang, Mentari, kusuka itu tiap tahun kewadah aku...iih pasti tiap tahun”

Adapun untuk pelanggan pak dani sendiri akan membeli jika mereka berkeinginan untuk membeli tanpa harus mempromosikan produk yang dibuat oleh pak dany.

“Kalo untuk betiga nya tu ja 700 an ada belum yang lainnya yang di toko – toko lainnya yang mesan jadi aku tu kalo parsel tu bulan puasa tu hampir 1800 pcs jadi awal bulan satu ni seminggu awal pertama masih belum dapat bahan, ni mulai am dan banyak am sudah anakbuah langganan ku ni seikung handak 300 pcs seikung handak 500pcs, jadi jarku kalo sudah bulan pertama ni mun sudah dapat bahan langsung menggawi am, soalnya menjelang itu kena kam pusing aku membaginya ada yang handak 100 pcss ada yang handak 200 pcs jakanya kita ni meggawinya sehari tuntung paling kada menggawi yang seratus tu bisa empat hari meolah kerangkanya segala apa menjadiakan meanyamnya”.

Keuntungan yang paling banyak didapat oleh pak dani sendiri pada saat menjelang bulan puasa yang dimana pelanggan sendiri rata-rata memesan parsel.

“Ada peningkatkan peningkatanya tapi ngaranya aku kada pernah mehitung cuman bilanya seikung ja orang yang bepesan ni kan nang kaya kursi 6 set tambah itu tu bisa hampir 13 juta seikung orang ja belum ada orang itu ada 2 set hari itu pesan bisa sampai 5 juta na dala sebulan sebulan tu ada ja lebihnya ada ja pemasukan cuman aku kada pernah mehitung”.

Pendapatan pak dani sendiri ada peningkatan tetapi pak dani tidak pernah menghitung peningkatan tersebut. dimana pelanggan pak dani ada memesan sekitar 6 set kursi yang dimana bisa menghasilkan pendapatan sekitar Rp.13.000.000 tetapi pak dani sendiri tidak pernah menghitung pendapatan yang diterimanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Deferensiasi produk pada usaha pengrajin rotan Bapak Dani memiliki keunggulan dalam kualitas bahan baku dan tingkat kerapian produk, sehingga konsumen rela membayar lebih mahal untuk produknya. Meskipun usaha Bapak Dani hampir sama dengan produsen rotan lainnya, namun keunggulan kualitas produk yang dihasilkan membuat produk Bapak Dani lebih diminati oleh konsumen. Meskipun hasil produksi Bapak Dani tidak memiliki ciri khas tertentu, namun produknya memiliki ketahanan yang cukup lama dan dikerjakan oleh tenaga ahli yang sudah berpengalaman dalam bidangnya.

Inovasi produk pada usaha rotan Bapak Dani memiliki beberapa kelemahan dan kelebihan. Salah satu kelebihannya adalah produk rotan yang dihasilkan memiliki kemiripan dengan produk rotan dari pengrajin di kota Cirebon yang memiliki reputasi yang baik di bidang pengrajin rotan. Namun, keunggulan usaha rotan Bapak Dani terletak pada kualitas produk yang dihasilkan karena kualitas bahan baku dan ketelitian dalam produksi yang lebih baik. Selain itu, Bapak Dani juga dapat menerima pesanan khusus dari konsumen dan menghasilkan produk rotan yang diinginkan konsumen.

Namun, usaha rotan Bapak Dani juga memiliki beberapa kelemahan. Salah satu kelemahannya adalah mudahnya usaha tersebut ditiru oleh orang lain karena banyaknya informasi yang tersedia secara online. Produk rotan yang dihasilkan juga seringkali memiliki kemiripan dengan produk rotan dari pengrajin lain, meskipun ada sedikit perbedaan dalam ukuran produk. Selain itu, Bapak Dani belum memiliki inovasi produk baru karena hanya mampu menerima pesanan dari konsumen dan belum memiliki ide baru dalam pembuatan produknya.

Meskipun demikian, usaha rotan Bapak Dani masih memiliki kelebihan yang dapat dipertahankan dan dikembangkan untuk mempertahankan konsumen dan memperluas pasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Desiyanti, R. (2018). Pengaruh Pemasaran Produk, Keuangan Usaha Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Pengembangan Industri Kecil Rotan Di Kota Padang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(3), 193–202. <https://doi.org/10.31846/jae.v2i3.115>
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Fauziah, Y. N. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2), 1–16.
- Foris, P., & Mustamu, R. (2015). Analisis Strategi pada Perusahaan Plastik dengan Porter Five Forces. *Agora*, 3(1), 736–741.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Hayati, I. (2014). PEMBELAJARAN ORANG DEWASA DI KABUPATEN PASAMAN BARAT (KASUS KETERAMPILAN MEMBUAT POLONGAN DI CV TULEH JAYA). *SPEKTRUM PLS*, 12–26.
- Nasir, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 20. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.559>
- Norjani, N. (2020). Kualitas terbaik dunia, rotan Sampit diincar di luar negeri. *ANTARAKALTENG*.
- Novita, M. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ROTAN (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). 8.5.2017, 2003–2005.
- Rangotwat, A. A. (2017). PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN : PERAN DIFERENSIASI PRODUK (Studi pada Industri Pangan Lokal Enbal di Kabupaten Maluku Tenggara). 1(2).
- Setyawati, H. A. (2018). Daya Tarik Produk Indigeounous Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Monex: Journal Research Accounting ...*, 7, 1–4. <http://www.ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/761>
- Siswoyo, H. (2016). Perajin Rotan Sampit di Ujung Waktu. *Viva.Co.Id*. <https://www.viva.co.id/berita/nasional/774759-perajin-rotan-sampit-di-ujung-waktu?page=all>
- Suendro, G. (2010). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK MELALUI KINERJA PEMASARAN UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 230–243.
- Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 69–88. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277>
- Tika, M. (2013). Rotan.
- Tomi, V. A., Suroso, I., & Subagio, N. A. (2008). Pengaruh Diferensiasi , Variasi , dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keunggulan Bersaing Pada Produk Edamame PT . Mitratani 27 Jember The Influence of Differentiation , Variety , and Product Innovation to Customer Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*.

- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>
- Yohanes, C. H., & Indriyani, R. (2013). Peranan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Batik Tanjung Bumi Ibu Haji Masudi. *Agora*, 1(1), 1–12.
- Yustinus Usfinit, A. suprojo, Dody setyawan. (2014). Perspektif Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Malang. *Perspektif Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Malang*, Vol. 3, No(1), 1–8. www.publikasi.unitri.ac.id