

Strategi Berwirasaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali Untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Proses Penjualan

Luh Gede Susanti¹, I Ketut Suardika²

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi berwirausaha pada pengerajin aluminium di Desa Menyali untuk meningkatkan daya saing dalam proses penjualan. Responden dalam penelitian ini adalah pengerajin aluminium di Desa Menyali. Teknik analisis data dilakukan dengan model analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan terkait pengembangan usaha agar mampu bersaing dipasar, dibutuhkan produk yang berkualitas melalui inovasi dan bahan baku yang berkualitas. Hal ini tentunya membutuhkan modal usaha yang tidak sedikit, pengusaha dapat meminjam kredit di LPD untuk modal usaha. Terkait pemasaran produk, media sosial merupakan sarana yang paling efektif untuk memperkenalkan produk. Agar produk dapat bersaing, dibutuhkan harga jual yang kompetitif disamping itu promosi yang menarik juga dibutuhkan. Terkait inovasi, perusahaan harus melakukan riset produk agar terlahir produk-produk baru sehingga membuat konsumen tidak jenuh selain itu kualitas produk harus tetap dijaga. Terkait bertahan, pengerajin perlu memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen agar tercapainya hubungan yang harmonis. Hal ini penting dilakukan karena akan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

Kata kunci: Strategi Kewirausahaan, Pengerajin Aluminium, Daya Saing, Proses Penjualan.

ABSTRACT

This research aims to determine the entrepreneurial strategies of aluminum craftsmen in Menyali Village to increase competitiveness in the sales process. The respondents in this research were aluminum craftsmen in Menyali Village. The data analysis technique was carried out using a qualitative analysis model. The research results show that regarding business development to be able to compete in the market, quality products are needed through innovation and quality raw materials. This of course requires a lot of business capital, entrepreneurs can borrow credit from the LPD for business capital. Regarding product marketing, social media is the most effective means for introducing products. In order for a product to be competitive, a competitive selling price is needed and attractive promotions are also needed. Regarding innovation, companies must carry out product research so that new products are born so that consumers do not get bored. Apart from that, product quality must be maintained. Regarding survival, craftsmen need to pay attention to the quality of service to consumers in order to achieve harmonious relationships. This is important to do because it will provide comfort to consumers.

Keywords: Entrepreneurship Strategy, Aluminum Craftsmen, Competitiveness, Sales Process.

PENDAHULUAN

Lingkungan persaingan di pasar saat ini semakin ketat. Semua jenis perusahaan bersaing, dan persaingan ini tidak hanya mempengaruhi pasar dalam negeri tetapi juga pasar global. Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena usaha kecil dan menengah memiliki daya serap tenaga kerja yang sangat tinggi sebab dekat dengan usaha kecil. Landasan pembangunan ekonomi Indonesia untuk mengurangi pengangguran terletak pada usaha kecil dan menengah, yang memberikan peluang bagi individu untuk menemukan potensi di komunitasnya dengan mengasah bakatnya. Kerajinan tangan merupakan salah satu industri kecil dan menengah yang saat ini berkembang pesat. Industri ini berfokus pada produk yang dibuat dalam bentuk bahan baku

yang mudah didapat atau bahan bekas yang dapat dibuat di rumah oleh pekerja lokal. Setiap kerajinan memiliki tujuan dan menarik secara visual. Aluminium merupakan bahan utama yang digunakan dalam usaha kerajinan bokor yang merupakan salah satu hasil kerajinan tangan.

Aluminium merupakan bahan utama yang digunakan dalam kerajinan bokor aluminium yang merupakan aksesoris, wadah, dan bentuk lainnya yang dapat digunakan untuk upacara keagamaan Hindu. Kelompok pengerajin bokor aluminium di Desa Menyali Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng merupakan salah satu kelompok yang cukup terkenal di Bali dan daerah lain. Sebagai peninggalan nenek moyang, Desa Menyali terkenal dengan warganya yang berprofesi sebagai pengerajin bokor aluminium. Dari sembilan banjar adat di Desa Menyali, hanya tiga yang dipekerjakan sebagai pengerajin bokor aluminium yaitu banjar Kubuanyar, Ekasila, dan Pancayasa. Desa Menyali mempunyai dua banjar dinas yaitu Banjar Dinas Kanganin dan Kawanan.

Keunggulan dari kerajinan bokor aluminium ini adalah motif yang tercipta eksklusif untuk bokor Desa Menyali. Cara pembuatan kerajinan ini masih seluruhnya dilakukan dengan tangan, bahkan tidak memerlukan bantuan mesin sedikitpun. Fasilitas yang digunakan dalam produksi aluminium bokor sesuai dan dilengkapi dengan semua perlengkapan yang diperlukan. Pembuatan bokor aluminium dilakukan melalui beberapa langkah: pertama, aluminium harus dibentuk dengan ukuran yang sesuai; selanjutnya harus dipotong sesuai bentuk dan ukuran; terakhir harus dibentuk motifnya (bokor aluminium biasanya mempunyai dua sampai lima motif), yang dibentuk dengan paku atau besi. Setelah itu, disatukan dengan mempertimbangkan bentuknya setelah melalui teknik udulan.

Penduduk setempat pemilik perusahaan kerajinan bokor aluminium ini adalah pekerja terampil bokor yang berkelompok dalam kelompok yang masing-masing terdiri dari dua hingga enam orang. Gaji harian pengerajin sebesar Rp 75.000. Biasanya kerajinan bokor ini dijual ke toko, pasar, dan lokasi yang menjual oleh-oleh khas Bali; itu tidak bergantung pada promosi media sosial yang ekstensif dan hanya bergantung pada penjualan individu. Kisaran harga 20 biji bokor per kodi yang dijual terpisah berkisar Rp 20.000 hingga Rp 700.000, tergantung ketebalan bokor, desain ukiran, ukuran dan bentuk.

Mempelajari metode pengembangan perusahaan sangat penting bagi perusahaan kerajinan aluminium agar lebih kompetitif dalam proses penjualan dan mampu bertahan dalam berbagai keadaan. Jannah & Moefad (2019) mendefinisikan strategi pada dasarnya sebagai perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan; namun, untuk mencapai tujuan ini, strategi berfungsi lebih dari sekedar peta jalan, yang menunjukkan arah serta menunjukkan taktik operasional yang digunakan. Sebaliknya, seni dan ilmu mengembangkan, melaksanakan, dan menilai keputusan lintas fungsi yang membantu perusahaan mencapai tujuannya dikenal dengan istilah manajemen strategis (David, 2016).

Strategi perusahaan dapat dibedakan menjadi 4 (empat) strategi, yaitu strategi pengembangan, strategi pemasaran, strategi inovasi, serta strategi *defensif*. Strategi pengembangan adalah setiap tindakan yang diambil untuk meningkatkan cara pelaksanaan pekerjaan baik saat ini maupun di masa depan. Untuk meningkatkan perilaku kerja, pengembangan lebih menekankan pada perolehan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas di masa depan (Hariandja, 2016). Ini menawarkan arahan, pengetahuan, peraturan, dan saran untuk pengembangan bisnis. Strategi pemasaran di sisi lain adalah upaya untuk menggunakan rencana dan teknik tertentu untuk menjual suatu produk, baik berupa barang atau jasa, guna meningkatkan penjualan. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk mengidentifikasi target pasar yakni sekelompok konsumen yang ingin dijangkau oleh perusahaan atau korporasi dan kemudian mengembangkan bauran pemasaran yang akan menarik dan menyenangkan audiens tersebut (Alma, 2018). Menjual barang dengan harga yang pantas pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan, itulah yang dimaksud dengan pemasaran. Penelitian, tindakan strategis, periklanan, publisitas, dan promosi penjualan adalah beberapa komponen lainnya, yang tujuan sebenarnya adalah untuk menilai keefektifan inisiatif pemasaran. Penciptaan barang atau jasa yang membedakan perusahaan dari para pesaingnya adalah fokus strategi inovasi. Myers & Marquis menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain (Kotler & Keller, 2016). Terakhir, strategi pertahanan mengacu pada tindakan yang diambil untuk menjaga seseorang atau bisnis aman dari bahaya, menjaga keamanan, membentengi diri, dan sebagainya. Strategi bertahan (*defensive strategy*) ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujungnya adalah kebangkrutan (Umar, 2016).

Kemampuan suatu perusahaan untuk sukses didasarkan pada pelaku usaha, ide, dan peluangnya. Untuk memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggan, pelaku bisnis harus mampu menghadirkan konsep-konsep segar. Selain itu, pelaku usaha harus mampu mengenali pasar negara berkembang atau

prospek komersial. Menurut Suryana & Bayu (2018), agar sukses sebagai wirausaha seseorang perlu memiliki ide atau visi perusahaan yang jelas, serta keberanian dan tekad untuk mengambil risiko yang diperhitungkan dengan uang dan waktu.

Strategi wirausaha pengerajin aluminium di Desa Menyali yaitu mengikuti *trend*, lakukan, semangat, dan menjaga harga tetap stabil. Strategi mengikuti *trend*, dimana wirausaha berusaha memperindah motif ukiran agar orang-orang atau konsumen tertarik dengan produk yang dijual. Misalnya dengan memodifikasi ukiran sehingga lebih menarik minat konsumen. Strategi lakukan, wirausaha harus berani mencoba hal-hal yang baru meskipun akan ada resiko yang mungkin membuat rugi. Contohnya yaitu menciptakan ide baru dari bentuk produk yang dibuat agar berbeda dari produk-produk yang sudah ada. Jika salah dalam pembuatannya maka akan bisa rugi di bahan, tetapi demi membuat sesuatu yang baru harus bisa dilakukan. Strategi semangat yaitu prinsip wirausaha selalu semangat dan tidak pernah mengeluh. Karena jika seorang wirausaha mengeluh akan mempengaruhi atau merubah cara berfikir dan ide atau inovasi tidak akan tercapai dengan maksimal. Strategi harga yaitu menjaga harga-harga agar tetap stabil dengan cara ini pembeli tidak akan berpaling ke penjual atau pesaing lainnya. Saat ini orang atau konsumen mencari produk yang berkualitas, tetapi dengan harga yang murah. Tabel 1 merupakan hasil penjualan aluminium bokor di Desa Menyali.

Tabel 1. Data Hasil Penjualan Aluminium Bokor di Desa Menyali

Bulan	Tahun 2021	Tahun 2022	Selisih
Januari	Rp. 4.480.000	Rp. 5.090.000	Rp. 610.000
Pebruari	Rp. 5.320.000	Rp. 4.670.000	(Rp. 650.000)
Maret	Rp. 5.655.000	Rp. 5.745.000	Rp. 90.000
April	Rp. 4.730.000	Rp. 5.960.000	Rp. 1.230.000
Mei	Rp. 4.965.000	Rp. 6.335.000	Rp. 1.370.000
Juni	Rp. 4.545.000	Rp. 4.285.000	(Rp. 260.000)
Juli	Rp. 5.410.000	Rp. 5.315.000	(Rp. 95.000)
Agustus	Rp.6.970.000	Rp. 5.290.000	(Rp. 1.680.000)
September	Rp. 5.625.000	Rp. 4.675.000	(Rp. 950.000)
Oktober	Rp. 6.995.000	Rp. 4.585.000	(Rp. 2.410.000)
November	Rp. 4.095.000	Rp. 6.160.000	Rp. 2.065.000
Desember	Rp. 6.855.000	Rp. 5.965.000	(Rp. 890.000)
Jumlah	Rp. 65.645.000	Rp. 64.075.000	(Rp. 1.570.000)

Sumber: Pengerajin Desa Menyali, 2023.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penjualan pada pengerajin aluminium bokor pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 setiap bulannya berfluktuasi. Hasil penjualan pada pengerajin aluminium bokor pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021 terjadi penurunan sebesar Rp. 1.570.000,00 atau minus 5,3%. menurut pengerajin, penurunan hasil penjualan disebabkan banyaknya pesaing yang bergelut dibidang yang sama. Pemasaran atau pendistribusian produk kurang maksimal. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka sangat menarik untuk mengambil judul "**Strategi Berwirausaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Proses Penjualan**". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi berwirausaha pengerajin aluminium di Desa Menyali untuk meningkatkan daya saing dalam proses penjualan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Menyali, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng yang bertempat di kelompok pengerajin aluminium bokor. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil wawancara langsung dengan informan di lokasi penelitian. Informan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Data Narasumber Pada Usaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali

No.	Nama	Alamat
1.	Ketut Sukra Wenten	Banjar Adat Kubuanyar, Desa Menyali
2.	Gede Latra	Banjar Adat Ekasila, Desa Menyali
3.	Komang Arta Nadi	Banjar Adat Pancayasa, Desa Menyali

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan, meringkas, berbagai kondisi, situasi, dan variabel yang timbul pada usaha penelitian berdasarkan apa yang terjadi dengan menggunakan model interaktif yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data penelitian, sehingga hasil dari wawancara ini akan dilakukan triangulasi sumber data untuk mereduksi hasil wawancara tersebut yang kemudian akan disajikan pada penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi berwirausaha. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui Strategi Berwirausaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Proses Penjualan.

Strategi yang efektif sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta untuk mewujudkan visi dan misinya. Strategi adalah suatu proses perencanaan tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan membuat keputusan bersama dan beroperasi secara terus menerus dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen. Strategi dalam berwirausaha meliputi, strategi pengembangan, strategi pemasaran, strategi inovasi, dan strategi bertahan.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan 3 (tiga) informan yang terdiri dari 2 (dua) Banjar Dinas yaitu Banjar Dinas Kawanan dan Banjar Dinas Kangingan yang merupakan pengerajin aluminium bokor di Desa Menyali. Dimana hasil dari wawancara ketiga informan tersebut ditampilkan pada lampiran penelitian ini, sehingga dapat ditampilkan hasil reduksi data seperti dalam Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Reduksi Data Identifikasi Strategi Berwirausaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali

No.	Variabel	Indikator	Reduksi Data
1	Strategi Pemasaran	Promosi	Mempromosikan produk dengan cara memanfaatkan media sosial, mengadakan promo spesial, serta <i>door to door</i>
		Harga jual	Memperhitungkan harga pokok dan target keuntungan serta sesekali berikan diskon untuk daya Tarik
		Distribusi	Memberikan sistem <i>free</i> ongkos kirim jika pemberian produk dalam jumlah banyak
2	Strategi Inovasi	Pengembangan produk	Melakukan riset dan memaksimalkan penerapan kreatifitas serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan
		Penerapan kreatifitas	Menerapkan kreatifitas dengan membuat karya baru yang lebih menarik dan berkualitas dengan fungsi yang berbeda
3	Strategi Bertahan	Pangsa pasar Faktor Pelanggan	Menjaga harga tetap stabil Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen
4	Strategi Pengembangan	Dana Modal	Meminjam dana sebagai modal usaha dalam bentuk kredit di LPD
		Penampilan dalam penciptaan produk	Berinovasi pada bentuk atau menambahkan warna agar produk terlihat menarik
		Kualitas produk	Berfokus pada bahan baku yang digunakan dan SDM yang struktural

Sumber: data primer diolah, 2023.

Berdasarkan hasil dari reduksi data, dapat ditampilkan penyajian data (*display data*) sebagai berikut :

Tabel 4. Display Data Identifikasi Strategi Berwirausaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali

No.	Variabel	Indikator	Reduksi Data
1	Strategi Pemasaran	Promosi	Media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk dengan memberikan promo special
		Harga jual	Memperhitungkan harga pokok dan target keuntungan serta sesekali berikan diskon untuk daya Tarik
		Distribusi	Gratis ongkir perlu diberikan kepada konsumen yang membeli produk dengan jumlah banyak
2	Strategi Inovasi	Pengembangan produk	Melakukan riset dan memaksimalkan penerapan kreatifitas serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan
		Penerapan kreatifitas	Menerapkan kreatifitas dengan membuat karya baru yang lebih menarik dan berkualitas dengan fungsi yang berbeda
3	Strategi Bertahan	Pangsa pasar	Menjaga harga sangat dibutuhkan agar produk mampu bersaing
		Faktor Pelanggan	Kualitas pelayanan terhadap konsumen penting ditingkatkan
4	Strategi Pengembangan	Dana Modal	Modal usaha berasal dari kredit LPD
		Penampilan dalam penciptaan produk	Inovasi dibutuhkan agar produk semakin menarik di pasaran
		Kualitas produk	Berfokus pada bahan baku yang digunakan dan SDM yang struktural

Berdasarkan hasil dari penyajian data (*display data*) dapat dibuat verifikasi data masing-masing variabel dalam Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Verifikasi Data Identifikasi Strategi Berwirausaha Pengerajin Aluminium di Desa Menyali

No.	Variabel	Verifikasi Data
1	Strategi Pemasaran	Dalam hal pemasaran produk, media sosial merupakan sarana yang paling efektif untuk memperkenalkan peroduk di dunia pasar. Agar produk dapat bersaing di dunia pasar dibutuhkan harga jual yang kompetitif disamping itu promosi yang menarik seperti gratis ongkos kirim juga dibutuhkan kepada konsumen yang membeli dalam partai pasar
2	Strategi Inovasi	Dalam hal inivasi, pengusaha harus melakukan riset produk agar terlahir produk-produk yang baru sehingga membuat konsumen tidak cepat bosan, selain itu kualitas produk harus ttap dijaga
3	Strategi Bertahan	Dalam hal strategi bertahan, perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen agar tercapainya hubungan yang harmonis. Hal ini penting dilakukan karna akan memberikan efek kenyamanan kepada konsumen nantinya
4	Strategi Pengembangan	Dalam hal pengembangan usaha agar mampu bersaing di pasar, dibutuhkan produk yang berkualitas, produk yang berkualitas dapat dicapai dengan beragam inovasi dan bahan baku yang berkualitas juga. Hal ini tentunya membutuhkan modal usaha yang tidak sedikit, pengerajin dapat meminjam kredit di LPD sebagai penunjang untuk pengembangan usaha kedepannya

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan beberapa informan dalam pengumpulan datanya yang kemudian hasil wawancara tersebut direduksi dengan menggunakan triangulasi sumber. Strategi berwirausaha pengerajin aluminium di Desa Menyali yang dapat meningkatkan pemasaran dan pendapatan dijelaskan sebagai berikut.

Pertama terkait strategi pemasaran. Sejumlah tindakan dilakukan dalam strategi pemasaran, terlihat dari temuan wawancara bersama informan. 1) Promosi adalah proses menginformasikan, mengingatkan, dan membujuk pasar sasaran tentang suatu barang atau jasa agar dapat diterima dan dibeli. Perusahaan produsen atau distribusi ingin mendongkrak penjualan dan pendapatan, yang merupakan tujuan utama promosi. Para pengusaha kerajinan aluminium Bokor di Desa Nyali banyak melakukan kegiatan promosi, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut. a) Media sosial, dimana di era digital saat ini media sosial memainkan peran penting dalam melakukan aktivitas apa pun, namun sangat efektif bila digunakan sebagai alat pemasaran untuk usaha kecil dan menengah. Ketika dapat menjalankan promosi menggunakan media sosial secara terukur, pengeluaran dapat disesuaikan berdasarkan anggaran dan tahap perkembangan perusahaan. Jangkauan adalah manfaat tambahan dari promosi media sosial. Media sosial dapat terhubung dengan khalayak yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Ada juga strategi lain untuk memasarkan, seperti membuat visual yang menarik atau memasukkan detail produk dalam artikel untuk membantu pembaca lebih memahami barang yang diiklankan. Salah satu media sosial yang di gunakan di pengerajin aluminium Desa Menyali untuk mempromosikan produknya yaitu media sosial *facebook*. Dimana pengerajin mempromosikan produknya melalui media sosial *facebook* guna untuk mencari konsumen. b) Promosi spesial yang merupakan teknik yang dilakukan dengan memberikan barang dengan harga yang relatif rendah atau gratis sebagai insentif untuk memberi produk tertentu. Salah satu yang dilakukan di pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah pada saat hari kemerdekaan, atau hari-hari tertentu dimana akan diadakan promo beli 3 gratis 1. hal ini diharapkan menjadi daya tarik minat konsumen untuk membeli produk. c) *Door to Door*, dimana ara ini yang paling pertama dilakukan pengerajin aluminium di Desa Menyali untuk menawarkan produk dan mencari langganan tetap, karena tidak ada usaha yang sukses tanpa perjuangan. Contohnya seperti mendistribusikan ke pedagang yang menjual perlengkapan adat atau keagamaan. 2) Harga jual, dimana dalam etika berwirausaha, seorang pengusaha selalu identik dengan penentuan harga produk yang dia jual dan yang dia tawarkan. Untuk melakukan penjualan produknya biasanya pengusaha akan membuat cara menentukan harga jual produk yang dijual. Harga jual adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu produk ditambah dengan persentase laba yang perusahaan tersebut inginkan. Cara yang diterapkan oleh pengerajin aluminium di Desa Menyali ialah dengan mencari harga pokok perbokor ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Misalkan untuk 1 (satu) bokor harga pokok produknya yaitu Rp1.000, lalu ditambahkan keuntungan yang diinginkan Rp500, maka harga jual bokor tersebut ialah Rp1.500. harga inilah yang sudah dijamin pengerajin bahwa bokor di pengerajin tersebut sudah harga yang termurah dibandingkan di pengerajin lain yang menjual produk sejenis. 3) distribusi, dalam bidang pemasaran distribusi merupakan komponen penting. Salah satu aspek pemasaran yang paling krusial dan mendasar adalah distribusi yang efektif dengan agen pemasaran di pasar yang lebih besar untuk membangun bisnis yang sukses. Tindakan mendistribusikan produk dari produsen atau bisnis ke pelanggan melalui perantara seperti distributor dikenal sebagai distribusi produk. Pelaku pemasaran distributor ini melakukan lebih dari sekedar menjual barang untuk mendongkrak penjualan; mereka benar-benar mendistribusikan produk. Produk ini perlu didistribusikan guna meningkatkan pemasaran dan wilayah. Untuk memudahkan pelanggan menjangkau produk, produk didistribusikan lebih dekat dengan mereka. Pada jaman sekarang ini semua mengandalkan sistem online. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti sekarang, pengerajin aluminium bokor di Desa Menyali menerapkan sistem online dan gratis ongkos kirim seputaran Desa Menyali sampai di Singaraja dengan ketentuan dan syarat pembelian produk dalam jumlah besar.

Kedua terkait strategi inovasi. Berdasarkan temuan wawancara dengan informan, terlihat jelas bahwa ada sejumlah faktor yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan strategi inovasi. 1) Pengembangan produk: setiap produk yang dikeluarkan perusahaan harus memiliki siklus hidup. Siklus hidup suatu produk dimulai saat diluncurkan dan berlangsung hingga memasuki fase penurunan. Bisnis harus mampu mengembangkan produk baru meskipun sedang mengalami penurunan. Pengembangan produk dapat terjadi dalam berbagai bentuk, hal ini dapat melibatkan pembuatan item baru untuk

menggantikan item lama atau menyempurnakan item yang sudah ada. Pengembangan produk adalah strategi dan proses bisnis yang melibatkan penciptaan barang baru, menyempurnakan model yang sudah ada, atau memperluas penggunaan produk ke pasar sasaran berdasarkan premis bahwa pelanggan mencari fitur baru. Tujuan utama pengembangan produk adalah untuk meningkatkan omzet penjualan sekaligus mempertahankan tingkat nilai dan manfaat tertinggi bagi pelanggan. Selain itu, memenangkan persaingan, bersaing dengan pesaing dan menawarkan jenis kesenangan baru kepada pelanggan adalah tujuan lain dari pengembangan produk. Untuk melakukan pengembangan produk, yang dilakukan pengerajin aluminium bokor di Desa Menyali adalah melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui bentuk dan yang bagaimana yang diminati pada saat ini. Melakukan pengembangan produk, maka harus memaksimalkan dalam menerapkan kreativitas, baik itu dari bentuk ataupun ukuran, dan tidak lupa juga harus menjaga kualitas produk sehingga membuat konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan. 2) Penerapan kreatifitas, yang dimana kreatifitas berarti kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta. Kreatifitas merupakan naluri yang sudah dimiliki manusia sejak lahir. Akan tetapi, kreatifitas tidak dapat berkembang dengan sendirinya. Rangsangan dari lingkungan akan sangat berpengaruh untuk menumbuhkan kreatifitas. Kreatifitas dapat tercipta melalui berbagai sumber yang nantinya akan dikembangkan lagi dengan ide dan pemikiran sendiri agar produk yang diciptakan memiliki perbedaan dengan produk lainnya yang sejenis. Penerapan kreatifitas yang dilakukan pengerajin aluminium bokor di Desa Menyali yaitu membuat produk atau karya baru yang lebih menarik dan berkualitas dengan fungsi yang berbeda. Misalnya membuat kerajinan aluminium seperti bokor berbentuk lingkaran, bokor segi empat, dan lain-lainnya. Sehingga konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Ketiga terkait strategi bertahan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan dapat diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian dalam strategi bertahan. 1) Pangsa pasar yang merupakan sebuah presentase data yang menunjukkan seberapa besar dominasi suatu perusahaan terhadap pasar yang ditargetkannya. Dalam hal ini, pengusaha harus membandingkan data tersebut dengan milik kompetitor lain yang menjalankan usahanya pada bidang yang sama atau menjual produk serupa. Tujuan dari mengetahui pangsa pasar adalah untuk mencari tahu sejauh mana suatu produk dapat diterima di masyarakat. Selain itu, lewat pengalaman pangsa pasar ini, pengusaha juga bisa menentukan ke depannya strategi pemasaran seperti apa yang lebih tepat untuk diterapkan. Karena seperti yang dilakukan, pangsa pasar sangat berkaitan erat dengan hasil penjualan sebuah usaha. Semakin besar pangsa pasar yang dijangkau, tentu pula semakin besar omzet serta profit yang bisa didapatkan, begitu juga dengan sebaliknya. Strategi pangsa pasar yang diterapkan pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah menjaga harga tetap stabil, dengan menjaga harga tetap stabil serta kualitas yang bagus akan membuat konsumen tidak berpaling. Meskipun harga bahan mahal penjual akan tetap menjaga harga supaya tetap stabil. Misalnya saat ini harga bahan mahal, penjual akan mencari cara bagaimana untuk tidak menaikkan harga, misalkan dengan cara mengurangi beberapa ukuran dalam proses pembuatan bokor dan tetap menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan. 2) Faktor pelanggan, yang dimana menjalankan sebuah usaha dari nol perlu memiliki banyak aspek yang harus dipertimbangkan, tidak hanya sekedar tentang mengelola produk dan berhasil menjual, tetapi juga ada beberapa faktor lain yang juga harus dipertimbangkan agar usahanya tetap berjalan dengan lancar. Salah satunya adalah memahami *customer focus*. Dalam pelayanan *customer* atau pelanggan tentu saja menjadi kunci kesuksesan keberlangsungan produsen. Untuk kesuksesan dalam mengambil hati konsumen perlu adanya *customer focus*. Pada dasarnya *customer focus* merupakan sebuah orientasi yang ditujukan terhadap pelanggan dengan pelayanan yang maksimal. Dengan menerapkan *customer focus* nantinya sebuah perusahaan atau produsen akan lebih mengetahui tentang apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pelanggan atau konsumen. Nantinya kebutuhan tersebut yang akan menjadi poin dan perhatian untuk menentukan kebijakan perusahaan untuk selanjutnya dikembangkan dengan maksimal. Penerapan *customer focus* sendiri memiliki tujuan penting yang mengharuskan sebuah perusahaan atau produsen memberikan pelayanan maksimal terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hal ini juga menjadi peranan penting untuk menunjang kesuksesan. Penerapan fokus pelanggan yang dilakukan oleh pengerajin aluminium bokor di Desa Menyali adalah menjaga kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas produk, kualitas adalah penentu produk untuk tetap bertahan dan diminati konsumen. Apabila kualitas produk jelek maka selanjutnya konsumen pasti tidak akan membeli produk itu lagi. Begitupun juga sebaliknya apabila kualitas produk bagus maka konsumen akan puas dan mereka pasti akan menawarkan produk kepada orang-orang disekitarnya. Selain menjaga kualitas produk, teliti dan tepat waktu juga menjadi pertimbangan. Apabila sudah teliti

dan tepat waktu dalam mendistribusikan produk yang sudah dipesan apalagi mendapat gratis ongkos kirim sepetaran Desa Menyali sampai di Singaraja dengan ketentuan dan syarat pembelian dalam jumlah banyak, otomatis pelanggan akan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan.

Keempat terkait strategi pengembangan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan dapat diketahui bahwa dalam melakukan suatu pengembangan diperlukan beberapa hal. 1) Dana modal, dimana strategi pendanaan yang dilakukan dalam melaksanakan pengembangan produk yang melakukan pinjaman dana dalam bentuk kredit di LPD Desa Menyali untuk menambah modal usaha. Dapat diketahui bahwa LPD adalah salah satu lembaga yang bergerak di bidang keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang memerlukan bantuan dalam bentuk pinjaman atau kredit. Kredit merupakan pemberian pinjaman kepada nasabah berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak LPD dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam atau nasabah melunasi hutang sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dengan bunga yang sesuai dengan aturan atau rincian di LPD tersebut. Kredit ini akan menjadi salah satu sumber modal yang diperlukan dalam membiayai kegiatan usaha. 2) penampilan dalam pencapaian produk, yang dimana terciptanya berbagai produk tentunya untuk memanjakan, memberikan pelayanan baik untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun kebutuhan akan "*prestise*" yang siap mengincar, menghinggapi keinginan, bahkan kalau perlu dibuat merasa tergantung untuk selalu mengikuti, memiliki, mendapatkan akan produk terbaru yang lagi *trend*. Terciptanya berbagai produk adalah juga untuk memuaskan konsumen. Salah satu penopang yang mempengaruhi mengapa produk disenangi konsumen adalah faktor bentuk, penampilan, dan kesan visual produk. Perlu diingatkan bahwa disamping ketepatan daya guna suatu produk, juga tidak dapat ditinggalkan adalah masalah keindahan yang mana bentuk merupakan sarana pokok keindahan. Berbicara keindahan berarti masuk dalam lingkup wilayah seni. Seni yang bersinggungan dengan penciptaan produk mampu menambah nilai tambah produk. Terlebih dewasa ini, terciptanya sebuah produk bukan hanya untuk dikenakan, difungsikan, namun juga enak dipandang atau indah untuk dipandang. Untuk produk yang indah dipandang inilah sentuhan seni sangat menentukan. Sentuhan seni yang bukan mengutamakan kebebasan berekspresi. Namun, sentuhan lembut yang lebih mengutamakan nilai kereapian, *craftmansif* yang tetap mengindahkan keindahan desain. Maka dari itu pengusaha harus memberikan motivasi untuk usahanya agar pelanggan tidak berpaling ke tempat lain. Hal ini sangat penting bagi usaha yang dimiliki banyak kompetitor. Karena itu inovasi sangat penting untuk dilakukan apabila ingin mengembangkan usaha. Selain dapat mempertahankan pelanggan lama, adanya inovasi dapat mendatangkan pelanggan baru. Misalkan berinovasi pada bentuk atau motif ukiran agar produk terlihat menarik. 3) Kualitas produk, yang dimana menjaga kualitas produk adalah hal yang utama. Dengan kualitas produk yang bagus maka barang yang dihasilkan akan bagus pula. Hal-hal yang biasa dilakukan untuk menjaga kualitas produk antara lain: a) Bahan baku atau barang mentah yang merupakan bahan yang dibeli dan digunakan dalam membuat produk akhir barang jadi yang akan dijual kepada konsumen. Bahan baku belum mengalami proses pengolahan sama sekali. Maksudnya pengerajin aluminium di Desa Menyali disini jika produk yang dibuat ingin tetap diminati konsumen maka bahan baku yang dipakai harus yang terbaik, dan jangan merubah bahan baku yang sudah jelas lebih jelek dari bahan sebelumnya meskipun harganya murah. Karena sesekali melakukan kesalahan dan membuat konsumen tidak puas dengan produk yang dibeli akan susah membuat konsumen untuk percaya lagi. Sebaliknya jika ada bahan baku yang lebih bagus dari bahan sebelumnya yang di pakai, pengerajin akan mencoba membuat produk dari bahan tersebut meskipun harganya akan lebih mahal, tetapi akan dijelaskan kepada konsumen. Dan pasti beberapa konsumen akan menerima atau mencoba membeli produk tersebut karena kualitas bahan lebih bagus, dengan bahan baku terbaik memperpanjang maka pakai dari produk tersebut. b) SDM yang struktural, dimana SDM yang struktural juga sangat penting untuk menjaga kualitas produk. Maksudnya adalah SDM yang ditempatkan berdasarkan tugas masing-masing diantaranya bagian mana yang produksi, pemilihan bahan, dan mensortir produk yang sudah dihasilkan. Pada pengerajin aluminium di Desa Menyali, hal ini dilakukan agar kualitas produk tetap terjaga dikarenakan dalam pengerajin produk, SDM berkompeten di bidangnya yang mengerjakan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan mempertimbangkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat diambil suatu kesimpulan, menunjukkan bahwa pentingnya peran strategi berwirausaha yang diterapkan oleh lini usaha termasuk pengerajin aluminium di Desa Menyali untuk dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi yang dihadapi. Pengerajin aluminium di Desa Menyali telah menggunakan strategi berwirausaha yakni strategi bertahan, strategi inovasi, strategi pengembangan, dan strategi pemasaran. Strategi inilah yang menjadi kunci sukses perusahaan dalam menghasilkan produk sehingga diharapkan penjualan dan pendapatan selalu meningkat. Berikut strategi berwirausaha pada pengerajin aluminium di Desa Menyali juga dapat meningkatkan penjualan. Pertama terkait strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran yang digunakan pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah mempromosikan produk dengan berbagai cara yaitu memanfaatkan media sosial, serta mengadakan promo spesial untuk mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan, memperhitungkan harga pokok dan target keuntungan dalam penentuan harga jual produk, dan dalam pendistribusian produk menerapkan sistem gratis ongkos kirim seputaran wilayah Desa Menyali sampai Singaraja jika pembelian produk dalam jumlah yang banyak. Kedua terkait strategi inovasi, dimana strategi inovasi yang digunakan pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah menerapkan kreativitas dengan membuat karya baru yang lebih menarik dan berkualitas dengan fungsi yang berbeda, dan dalam pengembangan produk terlebih dahulu melakukan riset dan memaksimalkan penerapan kreativitas serta menjaga kualitas produk yang akan dihasilkan. Ketiga terkait strategi bertahan, dimana strategi bertahan yang digunakan pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah melakukan upaya menjaga harga tetap stabil dalam memperluas jaringan pangsa pasar, dan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan konsumen. Keempat terkait strategi pengembangan, dimana strategi pengembangan pengerajin aluminium di Desa Menyali adalah melakukan peminjaman dana dalam bentuk kredit di LPD Desa Menyali untuk menambah modal usaha, berfokus pada bahan baku yang digunakan dan SDM yang struktural untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan, dan berinovasi pada bentuk atau menambahkan warna dalam dalam penciptaan produk agar menarik

Setelah memberikan kesimpulan atas hasil kajian pada uraian di atas maka di bagian akhir penyusun mencoba memberikan beberapa saran. Pengerajin aluminium di Desa Menyali mempertahankan harga lebih murah dari pesaing dan sesekali mengadakan promo spesial atau bonus pembelian. Pengerajin aluminium di Desa Menyali, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng dapat mengatasi biaya bahan baku produksi meningkat dengan cara memperbanyak stok bahan-bahan produksi saat harganya murah. Agar tidak memikul berbagai resiko yang di tanggung sendiri, pemilik usaha dapat bekerja sama dengan investor lain atau usaha kerajinan aluminium lainnya

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, H. B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Staregik. Ahli Bahasa Alexander Sindoro*. Prehallindi.
- Hariandja, M. T. E. (2016). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jannah, U., & Moefad, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 114–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jik.2019.9.2.114-129>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2018). *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Edisi 2*. Prenadamedia.
- Umar, H. (2016). *Strategi Management In Action (Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategi)*. Gramedia Puataka Utama.

