

## **Analisis Produk Rotan Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Toko Putri Yaqin Di Silungkang**

**Rasidah Nasrah<sup>1</sup>, Lilis Suganda<sup>2</sup>**

*<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia*

*[<sup>1</sup>rasidahnasrah@gmail.com](mailto:rasidahnasrah@gmail.com)*

### ***Abstrak***

*Bisnis usaha putri yaqin yang bergerak di bidang furnitur anyaman rotan yang sudah bisa di katakan cukup baik menciptakan produk. Hal ini didasari dengan skil dalam menciptakan produk dari rotan selain itu dibantu dengan kecanggihan teknologi untuk inovasi-inovasi produk baru. Namun untuk menghadapi tingkat persaingan pada pasar sejenis atau produk substitusi ada beberapa hal yang perlu dibenahi dan dikoreksi oleh pihak perusahaan dari hasil studi ini dapat diambil kunci sukses atau kekuatan bagi bisnis usaha PUTRI YAQIN disilungkang yaitu, kualitas produk yang terjamin, inovasi desain produk terbaru, produk yang diciptakan bermacam-macam model dan warna untuk setiap produk itu elegan dan bervariasi. Kelemahan usaha putri yaqin produk yang diciptakan mudah ditiru pesaing tanpa ada pengawasan khusus dalam satu produk dan juga dalam mendapatkan bahan baku ketergantungan dengan perusahaan besar. Sedangkan peluang dalam bisnis putri yaqin ini produk anyaman rotan sangat berperan penting ditempat-tempat mewah, restoran dan tempat lainnya, karena furnitur berbahan rotan ini berbentuk unik dan elegan. Perusahaan takut dengan ancaman produk yang berbentuk sejenis dengan produk yang diciptakan sehingga dengan mudah menghancurkan produk sendiri.*

***Keywords:*** *Produk, Peningkatan Daya Saing*

### **Pendahuluan**

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan oleh kotler (2003), dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada. dimana dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan, seorang manajer harus mengenali apa saja kelemahan, kekuatan, ancaman, peluang yang

dimiliki perusahaan serta mengenali keunggulan pesaing yang mungkin dimiliki. Demikian halnya dengan perjalanan usaha Toko Putri Yaqin ini adalah bergerak di bidang anyaman souvenir dan perabot anyaman yang terbuat dari rotan dengan berbagai aneka macam model anyaman yang di jual di pasar atau model-model anyaman terbaru maka dari itu harus ada desain-desain khusus untuk bisa bersaing dengan perusahaan yang lain. dari mulanya berasal dari satu toko dan sekarang sudah membuka dua cabang dengan kualitas- kualitas terbaik dan desain yang menarik perhatian konsumen ini sudah membuktikan kalau bisnis nya sudah berhasil walaupun pesaing di sekelilingnya menjamur.

Dimana pemilik usaha kerajinan rotan di putri yaqin ini adalah bapak ekwan yang mana usaha bisnis ini adalah turunan dari dari kakek dan nenek mereka usaha ini sudah berjalan semenjak tahun 80an dimana lokasi untuk usaha kerajinan anyaman rotan di silungkang ini menjamur di tepi jalan di silungkang sehingga banyak pesaing di sekeliling tetapi usaha bisnis putri yaqin tidak tertalu takut dengan banyaknya pesaing karena hampir usaha anyaman rotan ini sebagian besar di miliki oleh keluarga bapak yaqin menjadi kakek dari pemilik usaha bisnis ini. Walaupun pesaing dari usaha bisnis putri yaqin adalah hanya dari pihak keluarga sendiri tapi di usaha bisnis putri yaqin ini mempunyai cara tersendiri untuk bersaing sehingga hal inilah menarik perhatian konsumen untuk berkunjung di usaha kerajinan rotan ini.

Berdasarkan Permasalahan Yang Diuraikan Tersebut Maka, Peneliti Mengambil Judul “Analisis Produk Rotan Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Toko Putri Yaqin Di Silungkang”.

### **Tinjauan Teori**

Desain produk merupakan terjemahan dari industrial design, Sebagian para ahli menterjemahkan industrial design dengan desain produk. Desain produk adalah pioner dan kunci kesuksesan sebuah produk menembus pasar sebagai basic bargaining marketing, mendesain sebuah produk berarti membaca sebuah pasar, kemauan pasar, kemampuan pasar, pola pikir pasar serta banyak aspek lain yang akhirnya diterjemahkan dan diaplikasikan dalam perancangan sebuah produk. Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari. Dengan krusialnya bentuk tanggung jawab seorang desaind produk industri dalam perancangan sebuah produk, desainde produk harus memiliki pengetahuan dan riset yang baik sebelum merancang sebuah produk.

Desain lahir dari penerjemahan kepentingan, keperluan, data maupun jawaban atau sebuah masalah dengan metode-metode yang dianggap komprehensif, baik itu riset, brainstorming, pemikiran maupun memodifikasi desain yang sudah ada sebelumnya. Desain produk adalah sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata yang akan di

produksi dan dijual dengan menghasilkan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Novianty (2008) pada variabel desain produk dan keputusan pembelian menunjukkan bahwa desain produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Hamidah dan Anita (2013) pada variabel desain produk dan kemandirian keputusan pembelian menunjukkan bahwa desain produk terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ketika desain produk mulai dipasarkan maka, konsumen tentunya akan memberi suatu bentuk citra produk. Dalam desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Perusahaan juga makin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain produk, terutama desain penampilannya. Dua faktor yang menyangkut desain produk adalah warna dan kualitas produk. Pemilihan warna yang tepat merupakan keuntungan tersendiri bagi pemasaran suatu produk. Ketepatan manajemen dalam memilih model apa yang sesuai serta kapan harus mengganti produk. Hal ini dapat memberikan keuntungan yang lebih bagi perusahaan apabila perusahaan dapat menggunakan warna secara maksimal. Telah lama diakui bahwa pendayagunaan warna yang tepat dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Begitu pula halnya dengan memasyarakatkan secara tepat citra kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Strategi desain produk berkaitan dengan tingkatan standarisasi produk, menurut Tjiptono (2001) perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu:

1. Produk standar

Perusahaan melakukan produksi secara massal guna meningkatkan skala ekonomis.

2. Produk dengan modifikasi

Produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tertentu. Strategi ini digunakan untuk menyaingi produsen yang memproduksi secara massal melalui fleksibilitas desain produk.

3. Produk standar dengan modifikasi

Kombinasi dari kedua strategi diatas, produk standar dengan pengalaman dalam pengembangan produk yang baru. Desain produk baru merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup sebagian besar perusahaan. Sementara beberapa perusahaan mengalami sedikit perubahan produk, sebagian besar perusahaan harus secara kontiniu memperbaiki produk mereka.

Produk merupakan elemen yang paling penting sebab suatu perusahaan berusaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan keinginan konsumen dengan produk yang dihasilkannya. Kesuksesan ekonomi sebuah perusahaan manufaktur tergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian secara tepat

menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang rendah. Hal ini bukan merupakan tanggung jawab bagian pemasaran, bagian desain melainkan tanggung jawab yang melibatkan banyak fungsi dalam suatu perusahaan (Indah, 2014).

Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk sering disebut sebagai merchandise. Dalam manufaktur, produk dibeli dalam bentuk barang mentah dan dijual sebagai barang jadi. Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Dalam penggunaannya yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang atau jasa atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa (Mursalini, 2019).

Garvindam Purba (2008) menyatakan ada delapan dimensi produk yang bisa dimainkan oleh pemasar, yaitu:

1. Dimensi performance (kinerja produk)

Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama membeli produk.

2. Dimensi reliability atau keandalan produk

Dimensi kedua adalah keandalan yaitu peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.

3. Dimensi feature atau fitur produk

Merupakan karakteristik ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen.

Berdasarkan Teori, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut : “Di duga adanya pengaruh desain produk terhadap peningkatan daya saing terhadap Toko Putri Yaqin di Silungkang”.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penelitian deskriptif (*descriptive research*) yaitu penelitian tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Penelitian ini diarahkan untuk memberikan gejala-gejala atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Selanjutnya penulis berusaha menemukan hubungan antara faktor-faktor atau variabel-variabel tersebut antara yang satu dengan yang lainnya. Data merupakan faktor

yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber dari responden yang di peroleh melalui kuesioner. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang langsung dikumpulkan oleh peneliti atau sumber pertamanya. Penelitian ini dilakukan pada bisnis usaha Toko Putri Yaqin yang merupakan bisnis kerajinan anyaman yang terbuat dari rotan di silungkang.

Langkah-langkah penelitian ini adalah 1) Observasi lapangan, 2) merumuskan permasalahan, 3) membuat dan membagikan kuisione dan melakukan wawancara, 4) merumuskan dan menganalisis data yang didapatkan ke program olah data, 5) mengolah data, 6) melakukan analisis data sesuai materi, 7) penyusunan laporan penelitian, 8) menyusun artikel dan publikasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Kekuatan Bisnis Usaha Putri Yaqin Disilungkang**

Beberapa kekuatan yang dimiliki oleh bisnis usaha putri yaqin disilungkang ini adalah:

1) Memiliki skil dan pengalaman dasar yang cukup dalam proses produksi Untuk awal mulai pembuatan sebuah produk yang berbahan rotan ini tentu memulai dengan perencanaan dalam perancangan sebuah produk sesuai dengan model yang banyak dibutuhkan konsumen, maka dari itu seseorang yang menjalankan pembuatan sebuah produk harus mempunyai kemampuan dan skill yang matang dalam menciptakan produk.

2) Hubungan yang harmonis dengan pemasok bahan baku

Dalam proses melancarkan bisnis yang berbentuk industri maka dari itu dibutuhkan hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku agar proses pembuatan tidak terganggu dengan keterbatasan bahan baku.

3) Rancangan tercipta dari inovasi-inovasi terbaru

Pembuatan sebuah produk tidak terfokus pada desain yang lama, model-model yang berubah sesuai dengan minat konsumen pada saat ini. bentuk yang dibuat tidak terpaku pada satu model dan motif yang setiap diciptkan berbeda-beda.

4) Menggunakan teknologi dalam penciptaan sebuah produk

Pada zaman modren ini semua orang telah menggunakan teknologi yang canggih dalam sebuah usaha. agar tidak ketinggalan dengan pesaing tentu perlu menggunakan teknologi untuk menciptakan sebuah produk.

5) Bahan yang digunakan berkualitas

Bisnis usaha putri yaqin di silungkang ini semakin dipercaya untuk masalah kerapian hingga kebersihan sebuah produk yang warna dan bahanya bertahan lama. saat ini cukup banyak konsumen yang memilih belanja dalam pemilihan furniture yang elegan yang

---

berbahan dari rotan ini. bahan rotan yang dipilih rotan yang berkualitas dan kuat untuk furnitur.

6) Warna

Dalam pemberian warna bermacam warna untuk produk furniture ini, warna ini adalah kesan menarik dalam pemilihan sebuah produk warna yang diciptakan biasanya hanya warna rotan aslinya, sekarang sudah berbagai macam warna yang elegan.

B. Kelemahan Desain Produk Bisnis Putri Yaqin

Adapun kelemahan yang ditemukan pada bisnis putri yaqin disilungkang ini adalah:

1) Pesaing akan mudah meniru model-model yang telah dibuat

Setiap barang yang telah siap untuk dipajang dengan model terbaru tentu saja pesaing dengan mudah menirukkan model yang sudah disediakan.

2) Ketergantungan yang kuat terhadap perusahaan besar rotan dalam pencarian bahan baku.

Bisnis putri yaqin ini masih perusahaan kecil maka masih perlu kerja sama dengan perusahaan luar kota untuk tetap menciptakan kualitas produk yang baik dengan bantuan kerja sama dengan perusahaan besar diluar.

3) Persediaan bahan baku yang terbatas

Pada saat ini dengan banyaknya pembakaran hutan yang luas jadi pemasok sulit mendapatkan bahan rotan yang berkualitas untuk dijadikan bahan baku pembuatan furnitur.

4) Minimnya inovasi produk

Karena keterbatasan bahan baku maka inovasi yang diciptakan juga terbatas jadi hanya ada berapa inovasi terbaru yang diciptakan.

C. Lingkungan Eksternal Desain Produk

1) Peluang Desain Produk Pada Usaha Putri Yaqin Silungkang

a) Banyaknya Permintaan Untuk Desain Furnitur Berbahan Ringan daya minat konsumen untuk memiliki furniture dari rotan yang berbahan ringan cukup banyak berminat untuk mengisi ruangan terutama seperti i direstoran biar kelihatan mewah dan elegan jadi dari itu peluang bagi desain rotan ini.

b) Munculnya Segmen Pasar Yang Baru

Produk anyaman rotan yang selama ini kita kenal sebagian besar didisain dengan warna yang mendekati warna alaminya yaitu warna coklat. Warna-warna coklat ini berkesan klasik dan kuno. Dewasa ini muncul produk rotan dengan anyaman yang lebih ringan serta warna-

---

Produk ini dibuat untuk memenuhi target pasar wanita muda yang dikenal sekarang ini dengan sebutan lady market serta pasangan muda maupun mom market yang menginginkan kreatifitas baru peluang ini sangat bagus untuk menciptakan produk baru.

c) Produk Yang Diciptakan Berbeda Dengan Pesaing

setiap produk yang diciptakan berbeda dari pesaing maka dari itu peluang untuk menarik konsumen lebih besar.

d) Memasarkan Produk Secara Online

karena pasar online memiliki pasar yang luas jadi produk yang sudah diciptakan dengan muda dipasarkan.

2. Ancaman Desain Produk

a. Bahan mentah yang berkualitas semakin sulit diperoleh, bahan yang berkualitas semakin sulit didapatkan dari pemasok bahan baku, ini akan mempersulit dalam menciptakan produk-produk baru.

b. Munculnya produk substitusi yang dengan mudah menghancurkan produk sendiri. produk substitusi yang mampu mengalahkan produk rotan terutama furnitur Dapat disaksikan beberapa toko memajang produk mereka seperti kursi teras, kursi makan, kursi malas/santai beserta mejanya. Produk substitusi yang dimaksud adalah produk yang berbahan campuran fiber yang

permukaannya bercorak yang sangat mirip dengan anyaman rotan dengan desain kontemporer yang menarik. Produk substitusi rotan ini telah mengambil pangsa pasar rotan asli. Hal yang menggembirakan, walau permintaan produk rotan cenderung menurun namun beberapa pelanggan

masih menganggap produk rotan asli lebih bernilai dibandingkan produk substitusinya. Wawancara yang dilakukan dengan karyawan furnitur produk substitusi menyatakan beberapa pembeli mengurungkan niatnya untuk membeli setelah diketahui bahwa bahan yang dipakai ternyata bukan rotan. Ini membuktikan masih ada pembeli yang memandang produk rotan

memiliki nilai etnis tersendiri yang tidak dapat digantikan dengan produk lain. Keadaan ini harus dapat dijadikan peluang bagi para pengusaha rotan.

c. Trend yang menurun terhadap produk

pada zaman yang modern ini trend lebih diutamakan dalam hal penciptaan sebuah produk jadi kalau barang yang diciptakan tidak lagi trend produk yang dihasilkan lebih sulit untuk dipasarkan.

d. Menurunnya kualitas produk jika tidak diawasi dengan baik

setiap produk yang sudah diciptakan tentu perlu perawatan khusus misalnya seperti warna terkena cahaya langsung akan memudar dan terkena hujan produknya rapuh dan tidak bisa dimanfaatkan lagi.

e. Banyak produk luar yang mengalahkan produk sendiri

dengan hadirnya produk luar yang bukan berbahan dari rotan ini juga merupakan ancaman bagi pengusaha rotan, begitu juga dengan pesaing-pesaing yang berada disekitar namun keberadaan pesaing disekeliling tidak berpengaruh terhadap bisnis usaha putri yaqin disilungkang karena pesaing disekeliling bekerja sama dengan putri yaqin tetapi beberapa toko hanya di miliki oleh keluarga sendiri.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan pengamatan dan hasil analisis penulis mengenai bisnis usaha Putri Yaqin disilungkang sudah dapat dikatakan cukup baik. hal ini didasari atas desain produk rotan yang diciptakan. namun untuk menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat dan mendapatkan bahan baku yang semakin sulit maka ada beberapa hal yang harus dibenahi dalam sebuah bisnis furnitur yang berbahan rotan ini.

Dari hasil studi ini dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Yang menjadi faktor-faktor sukses atau kekuatan bagi bisnis usaha furniture berbahan rotan Putri Yaqin adalah:
  - a) Kualitas produk yang terjamin
  - b) Inovasi desain yang terbaru
  - c) Bentuk produk yang diciptakan berubah, tidak terfokus pada satu bentuk.
  - d) Perpaduan warna diciptakan elegan.
2. Kelemahan yang harus diperhatikan oleh bisnis putri yaqin ini adalah masalah produk yang diciptakan mudah ditiru pesaing tanpa ada pengawan khusus dalam satu produk, dalam bisnis dibidang industri ini tentu saja selalu ketergantungan kepada perusahaan besar rotan dalam mendapatkan bahan baku yang berkualitas.
3. Peluang pada bisnis furniture berbahan rotan pada usaha putri yaqin disilungkang ini karena kondisi pada saat ini tempat-tempat yang mewah sangat membutuhkan furniture yang berbahan unik dan elegan jadi peluang besar bagi furniture yang berbahan rotan karena peminat bahan-bahan yang berbentuk unik dan mewah sangat dibutuhkan dan dicari pada zaman modern baik untuk pajangan maupun untuk dipakai.
4. Strategi yang dilakukan dalam ancaman pada bisnis furniture yang berbahan rotan ini adalah munculnya produk baru yang mengalahkan produk sendiri, bisa seperti produk yang menyerupai produk sendiri yaitu produk substitusi dimana konsumen

---

yang akan memilih produk akan bingung dan persaingan yang ketat dengan produk asli yang diciptakan.

**Daftar Pustaka**

- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV, Rineka Cipta, Jakarta. .
- Freddy Rangkuti.2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta Gramedia Pustaka Utama.
- Philip Kotler (2007:35).karakteristik dan kalfikasi produk.penerbit erlangga. jakarta
- Novianty,2008. pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. jakarta.
- Philip kotler (2007:77).analisa SWOT, manajemen strategi. erlangga.jakarta
- Putra eko,2003. keunggulan bersaing. jakarta
- Anita dan hamidah,2013. pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. jakarta
- Garvindalam purba,(2008). dimensi produk.penerbit salemba empat.
- Kuncoro, 2005.Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang, Penerbit Erlangga Jakarta.
- Amstrong,2001.penyederhaan desain poduk bertujuan suatu produk menjadi semakin mudah. jakarta gramedia pustaka utama.
- Umar husein,2003.strategi managemen incation.jakarta.gramedia Giueck dan jauch(2008:162).”analisis lingkungan internal”.jakarta Wahyudi(2006:49).”analisis lingkungan dengan managemen strategi”.pustaka umum.
- Indah, W. (2014). Pertumbuhan Penduduk, Pembangunan Ekonomi Dan Keluarga Berencana (KB) Di Kota Solok. *POLI BISNIS*, 6(1), 10–18.
- Mursalini, W. I. (2019). Analysis of Break Event Point in Optimizing Profit on The Mining Coal Company Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2012-2016. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 14(2), 90–98.