

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN  
ROTAN DI KECAMATAN RUMBAI (Studi Kasus Pada  
Rattan Handmade “RATATIA”)**

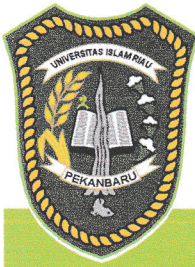
**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Administrasi Bisnis  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau*



**RAVI APRIANDO**  
**NPM : 157210721**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2020**



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28284  
Telp. +62761674674 Fax. +62761674834 Email: fisipol@uir.ac.id Website : www.soc.uir.ac.id

#### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI SKRIPSI

Nomor : 471 /A\_UIR/5-FS/2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :

Nama : Ravi Apriando  
NPM : 157210721  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade "RATATIA")  
Persentase Plagiasi : 20%  
Jumlah Halaman : 78 (**Abstrak s/d Daftar Pustaka**)  
Status : **Lulus**

Adalah benar-benar sudah lulus pengecekan plagiasi dari Naskah Publikasi Skripsi, dengan menggunakan aplikasi *Turnitin* (terlampir).

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 1/7/2020

Hormat Kami,  
Wakil Dekan Bid. Akademik



Dr. H. Parca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si  
NPK. 160702589





# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28284  
Telp. +62761674674 Fax. +62761674834 Email: fisipol@uir.ac.id Website : www.uir.ac.id

#### SURAT KETERANGAN JURNAL ONLINE MAHASISWA

Nomor : 1104 /A\_ UIR/5-FS/2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :


Nama : Ravi Apriando  
NPM : 157210721  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Jurnal : Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (studi kasus pada Rattan Handmade "RATATIA")

Sudah mengunggah dan diterima oleh Editor Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada tanggal **6/22/2020**.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 6/22/2020

Hormat Kami,  
Wakil Dekan Bid. Akademik

  
**Indra Safri, S.Sos., M.Si**  
NPK: 970702230

## **KATA PERSEMBAHAN**

*Yang utama dari segalanya....*

*Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan, walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini yang akhirnya skripsi ini bisa selesai di waktu yang tepat.*

### **Untuk Keluarga Tercinta**

*Sebagai tanda bukti hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga Ravi persembahkan karya kecil ini untuk Ayahanda Nazir dan Ibunda Dewi Sasmita yang telah memberikan semangat, doa, dorongan nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan sehingga ravi bisa selalu kuat dalam menjalani setiap rintangan yang ada, ayahanda dan ibunda tercinta, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusan untuk semua pengorbananmu, dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayahanda dan Ibunda bahagia, dan juga untuk adik” tersayang Doni Gusnanda dan Revina Ramadhani terimakasih untuk semangat dan dorongannya sehingga abang bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita sekeluarga selalu sehat wal’afiat dan selalu dalam lindungannya.*

*Aamiin Ya Robbal Alamin....*

### **Untuk Para Sahabat dan Teman” Seperjuangan**

*Terimakasih kuucapkan kepada para sahabat dan teman seperjuangan terkhusus untuk sahabat Kos Keluarga Attaki yaitu Anjarnalis S.E. Dicky Wala Saputra S.T. Rezi Refli S.T. Rio Afandy S.I. Kom. Subakri Sudrajat S.P. Yogi Nofrialdi S.P. dan Juga keluarga besar Administrasi Bisnis B 2015 dan sahabat” lainnya semoga dipermudahkkan dalam memperoleh gelar S1 nya Aamiin....*

*Tanpamu teman aku tak pernah berarti, tanpamu aku bukan siapa-siapa yang takkan jadi apa-apa, buat sahabatku dan teman internal maupun eksternal di perantauan pekanbaru ini, yang sama-sama seperjuangan canda dan tawa yang begitu mengesankan. Terima kasih atas kerjasamanya dan kebersamaan kita selama ini yang indah kita lalui*

bersama. Kalian adalah saudara dan saksi atas perjuanganku selama ini, suatu kebahagiaan bisa berjuang bersama kalian semoga kita diberi kesehatan serta dipermudah dalam menggapai cita-cita. Semoga perjuangan kita dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan sesuatu yang indah. Aamiin...

#### *Untuk Yang Terkasih*

Skripsi ini merupakan persembahan untuk orang yang istimewa bagi saya yaitu Riche Desvita Putri S. Pd. Terima kasih atas dukungannya, kebaikan, perhatian dan kebijaksanaannya dalam membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, terimakasih telah menemani setiap proses yang saya jalani. Semoga keyakinan dan takdir ini terwujud, insya Allah jodohnya kita bertemu atas ridho dan izin Allah SWT. Aamiin.....





## SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferhensif Skripsi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ravi Apriando  
NPM : 157210721  
Jurusan : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
Judul Usulan Penelitian : Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”)

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferhensif Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan.

1. Bahwa, naskah Skripsi ini adalah benar asli saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari di temukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas persyaratan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferhensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian Persyaratan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Februari 2020  
Pelaku pernyataan,

**Ravi Apriando**

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN ROTAN DI  
KECAMATAN RUMBAI (Studi kasus pada Rattan Handmade  
“RATATIA”)**

**ABSTRAK**

Ravi Apriando

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai. Indikator yang digunakan adalah permodalan, Produksi, Pemasaran, dan Kewirausahaan. Tempat penelitian ini dilakukan pada galeri Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai dengan menggunakan tipe penelitian survey deskriptif, yaitu dengan melakukan wawancara sebagai alat pengumpulan data dan data yang terkumpul tersebut dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi objektif pada lokasi yang diteliti. Ada dua sumber informan pada penelitian ini, untuk direktur/pemilik usaha sebagai key informan dan kepala tim sebagai informan. Jenis dan teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu data primer yang dikumpulkan melalui teknik wawancara serta data sekunder yang dikumpulkan melalui teknik pengamatan (observasi). Berdasarkan teknik analisis ini peneliti menilai dan menyimpulkan bahwa pengembangan usaha pada umkm galeri rattan handmade berada pada penilaian cukup berkembang. Ada beberapa rekomendasi yang perlu dipertimbangkan dan ditinjau kembali terutama yang berkaitan dengan hal-hal yang menjadi hambatan atau kendala agar tercapainya pengembangan usaha pada galeri Rattan Handmade “RATATIA”.

**Kata Kunci : Pengembangan, dan Usaha**

**ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT OF ROTAN CRAFTS IN  
RUMBAI SUB-DISTRICT (Case study in "RATATIA" Rattan Handmade)**

**ABSTRACT**

Ravi Apriando

*This study aims to determine the Analysis of Rattan Handmade "RATATIA" Rattan Handmade Craft Business Development in Rumbai District. The indicators used are capital, production, marketing and entrepreneurship. The place of this research was conducted in the RATATIA Handmade gallery "RATATIA" in Rumbai District using a descriptive survey research type, namely by conducting interviews as a means of collecting data and the data collected was used as the main raw material for analyzing objective conditions at the locations studied. There are two sources of informants in this study, for directors / business owners as key informants and team leaders as informants. Types and data collection techniques used are primary data collected through interview techniques and secondary data collected through observation techniques. Based on this analysis technique the researchers assessed and concluded that the business development in the Umbrella Handmade Rattan gallery was in a fairly developed assessment. There are a number of recommendations that need to be considered and reviewed, especially those relating to things that become obstacles or obstacles in order to achieve business development in the Rattan Handmade gallery "RATATIA".*

**Keywords: Development, and Business**



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Tiada kata dan ucapan yang bisa penulis ucapkan selain puji syukur sedalam dalamnya kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya lah akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan lancar. Mudah-mudahan ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan bermanfaat bagi diri penulis ,keluarga serta masyarakat dan semoga di Ridhoi oleh Allah SWT. Sholawat dan salam tak lupa penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad S.A.W dengan ucapan Allahumma sholli'ala Sayyidina Muhammad dan Skripsi ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Program Studi Aadministrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau,yaitu dengan judul **“Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (Studi Kasus Pada Rattan Handmade “RATATIA ”)**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan,baik dari segi tata bahasa,dan lain sebagainya.Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya

Dalam Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan Skripsi ini dapat terselesaikan.Untuk itu,rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi,SH., MCI.  
Karena selama saya kuliah di Universitas Islam Riau ini selalu menjadi motivator untuk menyelesaikan studi dengan tepat waktu
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Bapak Dr.H. Moris Adidi Yogia,M.Si karena selalu mendukung dan menjadi motivator saya menyelesaikan studi dengan tepat waktu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak La Ode Syarfan, SE.,M.Si selaku ketua program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak Dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan dengan mendidik dan memberikan segala dorongan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh staf Karyawan / Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau dan serta Perpustakaan Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan administrasi mengenai surat menyurat dan keperluan penulis berhubungan dengan menyelesaikan

Skripsi ini

7. Ibu Tia Juwita selaku Pemilik usaha kerajinan rotan yang telah bersedia menerima dan memberikan bantuan serta informasi yang penulis butuhkan dalam penyusunan Skripsi ini.
  8. Ayahanda terkasih dan ibunda tersayang atas curahan kasih sayang untaian doa,serta motivasi tiada henti dan sangat besar yang tak ternilai harganya bagi penulis.Terimakasih atas semua yang telah engkau berikan,tak akan aku kurangi bakti dan cintaku padamu,dan hanya Allah SWT yang mampu membalasnya.
  9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015. Terimakasih atas semuanya.Hari-hari perkuliahan bersama kalian susah senang dan kupastikan kalian menjadi suatu kenangan yang terindah dalam hidup ini
- Akhir kata, kepada Allah SWT penulis memohon serta bimbingan bantuan pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang layak dari Allah SWT, Aamiin Yarabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, Oktober 2019

Penulis

Ravi Apriando



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
<b>BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Studi Kepustakaan.....	15
1. Administrasi .....	15
2. Organisasi.....	16
3. Manajemen.....	18
4. Manajemen Pemasaran.....	19
5. Pemasaran.....	21
6. Bauran Pemasaran .....	25
7. Industri .....	28
8. Usaha Kecil Menengah (UKM) .....	30
9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	31

10. Pengembangan Usaha .....	33
B. Kerangka Pikir.....	39
C. Konsep Operasional .....	39
D. Operasional Variabel.....	42
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Sampel Sumber Data Penelitian.....	44
D. Teknik Penarikan Sampel/Informan.....	45
E. Jenis dan Sumber Data .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data .....	46
G. Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Usaha.....	49
B. Struktur Organisasi Usaha.....	50
C. Fungsi dan Tugas Organisasi .....	52
D. Aktivitas Usaha .....	53
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Identitas Key Informan dan Informan.....	57
B. Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”) .....	57

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 72

B. Saran..... 74

**DAFTAR KEPUSTAKAAN ..... 76**

**LAMPIRAN..... 79**





## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 : Tabel Alat dan Bahan Dalam Pembuatan Kerajinan Rotan .....	7
I.2 : Tabel Jenis-jenis Produk Yang Di Produksi Rattan Handmade “RATATIA” .....	8
I.3 : Tabel Penjualan Galery Rattan Handmade “RATATIA” .....	12
II.1 : Tabel Penelitian Terdahulu .....	37
II.2 : Tabel Operasional Variabel Penelitian.....	42
III.1 : Tabel Jumlah Informan Penelitian .....	45
III.2 : Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Analisis Pengembangan Usaha Di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA” .....	49
V.1 : Distribusi Jumlah Key Informan Pada Usaha Kerajinan Rotan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 : Produk Yang Di Hasilkan Rattan Handmade “RATATIA” .....	5
II.1 : Kerangka Pikir Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan Di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA” .....	39
IV.1 : Struktur Organisasi Usaha Rattan Handmade “RATATIA” Di Kecamatan Rumbai .....	52

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Setiap manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, baik kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Tingkat kebutuhan untuk setiap individu berbeda dan relatif tergantung kepada sumber daya dan kepentingannya. Setiap kebutuhan ini merupakan peluang bagi para pemasar, yaitu seseorang yang dapat menjawab tantangan minat seseorang yang terlibat dalam suatu pertukaran nilai meraih keuntungan.

Sebagaimana diketahui manusia cenderung bersifat dinamis. Selalu ada perubahan yang terjadi pada diri manusia. Semakin meningkatnya kebutuhan hidup sedangkan Sumber daya alam yang tersedia semakin menipis dan lahan kerja yang tidak memadai seperti adanya keterbatasan lahan perkotaan untuk peluang berwirausaha. Pemerataan pembangunan dan penghematan biaya produksi menyebabkan munculnya keinginan untuk menciptakan satu hal baru yang dapat meningkatkan taraf hidup menjadi lebih baik dengan mengubah pola hidupnya. Perubahan paling sederhana yang tampak secara spasial adalah alih fungsi lahan pertanian menjadi kawasan industri yang tentu berdampak pada beralihnya profesi masyarakat petani ke profesi lain. (sumber: Hadisasrawan. 2012 ; 09)

Hal ini mempunyai pengaruh pada pola hidup, mata pencaharian, perilaku maupun cara berpikir. Pengaruh yang nantinya akan membuat perubahan



umumnya terjadi karena adanya tuntutan situasi sekitar yang berkembang sehingga, masyarakat yang awalnya masyarakat pertanian lambat laun berubah menjadi masyarakat industri.

Salah satu ciri perkembangan ekonomi suatu negara dapat dari perkembangan sektor industrinya, pengalaman dari perkembangan ekonomi yang telah berlangsung di Negara maju menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi harus dengan perkembangan sektor industri. Industri kecil memiliki peranan yang besar dalam mendorong pembangunan di suatu daerah. Seperti di kota Pekanbaru penulis melihat begitu pesatnya pembangunan kawasan sehingga kepedulian, ketersediaan dan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah masih belum maksimal (sumber : Pipsapatlas. 2015 ; 09)

Pertumbuhan industri terutama industri kecil saat ini sangat tumbuh pesat, hal ini disebabkan karena industri kecil telah diakui sebagai penunjang utama dalam pembangunan regional, industri juga sangat terkait erat dengan tradisi sebagian besar anggota masyarakat dalam sektor ekonomi kerakyatan. Dilihat dari posisi sosial, ekonomi yang ada di kota Pekanbaru yang memiliki sumber daya manusia kompeten seperti dibidang kerajinan rakyat menganyam rotan menjadi berbagai barang bernilai tinggi.

Kegiatan ekonomi pedesaan dapat dikembangkan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh desa itu sendiri, baik potensi fisik maupun potensi non fisiknya. Jadi, sangat tergantung pada potensi alam dan manusianya yang terdapat di desa. Disamping itu, pada dasarnya setiap manusia mempunyai daya adaptasi

untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan menggunakan kemampuan dan pengetahuan yang dimilikinya.

Industri rumah tangga merupakan salah satu unit usaha yang terdapat di desa. Industri rumah tangga atau industri rumahan merupakan industri dalam skala kecil. Dalam kondisi terbatas seperti itu, maka output yang dihasilkan oleh industri rumah tangga juga relatif kecil. Padahal industri rumah tangga juga dapat berkembang menjadi industri menengah atau industri besar jika dikelola dengan maksimal.

Meskipun industri rumah tangga dikategorikan sebagai industri kecil, tetapi bagaimana pun juga dalam proses atau aktivitas sehari-hari industri ini melibatkan tenaga kerja yang mayoritas berasal dari desa setempat (desa dimana lokasi industri itu berada). Penyerapan tenaga kerja ini jelas menciptakan situasi yang positif, dimana secara tidak langsung keberadaan industri ini telah membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar seperti halnya pada industri kerajinan sentral anyaman rotan di kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.

Bahan baku merupakan unsur yang sangat penting dalam suatu perusahaan baik berskala besar, sedang maupun kecil termasuk industri kecil kerajinan sentral anyaman rotan Rattan Handmade di kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Bahan baku rotan yang digunakan ada 2 jenis yaitu rotan yang asli dan rotan sintetis. Dalam pengadaan bahan baku, untuk rotan asli masih di datangkan dari berbagai daerah di Provinsi Riau sedangkan untuk bahan baku rotan sintetis didatangkan dari daerah di pulau jawa sehingga mengakibatkan naiknya ongkos produksi dan

mempengaruhi pada tingkat harga penjualan ( Sumber : wawancara dengan ibu Nisa selaku kepala bagian kreativ dan inovasi Rattan Handmade, Kamis 25-04-2019).

Seperti halnya Rattan Handmade “RATATIA” yang berdirinya kurang lebih sejak tahun 2013 yang awalnya di jalankan hanya dengan sistem online dan kemudian pada tahun 2017 telah menggunakan sistem offline dengan membuka galeri atau toko sendiri yang di ketuai oleh Ibu Tia Juwita yang sudah menjalankan industri ini selama kurang lebih 6 tahun. Ini merupakan Home industri yang bergerak dibidang pengolahan kerajinan rotan seperti pembuatan anyaman kursi, meja, lemari, cermin, keranjang, tas, tempat tidur bayi dan masih banyak lagi produk-produk yang terbuat dari rotan. Didalam proses produksinya rattan handmade hanya memiliki satu pekerja tetap namun bila permintaan dari konsumen dalam jumlah yang banyak, pihak rattan handmade miminta bantuan kepada pengarajin rotan yang lain yang ada di sekitar galeri rattan handmade yang terdiri dari 3-4 orang dan tentunya dikerjakan oleh orang-orang yang sudah berpengalaman dalam membuat produk kerajinan rotan.

Dalam memasarkan produk-produknya, rattan handmade sudah memasarkan produknya mulai dari tempat-tempat ada di pekanbaru seperti di transmart dan juga toko oleh-oleh khas pekanbaru dan juga rattan handmade sudah memasarkan produknya ke luar daerah mulai dari pulau sumatera, pulau jawa, dan di bali. Proses distribusinya dilakukan dengan menggunakan jasa pengiriman barang yang sudah tersedia dan dipastikan produk yang dikirim masih dalam keadaan aman dan rapi.



Hasil produk tersebut lah yang membuat kerajinan rotan Rattan Handmade langsung banyak diminati oleh konsumen karena produk yang ditawarkannya cukup unik berbeda dengan pengusaha rotan lainnya, di tambah dengan adanya rotan berbahan sintetis sehingga konsumen bisa custom warna dan bentuk yang di inginkan, untuk saat ini banyak konsumen yang lebih tertarik kepada rotan sintetis karena dengan rotan sintetis bisa di buat dengan warna yang menarik, dan juga warnanya bisa di mix dengan warna lain, Lain halnya dengan rotan asli yang hanya bisa di beri cat minyak dan hasilnya kurang maksimal dan warna tidak bisa di mix ( Sumber : wawancara dengan ibu Nisa selaku kepala bagian kreativ dan inovasi, Kamis 25-04-2019)

Gambar I.1 : Contoh produk yang dihasilkan oleh Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai :

- a. Produk dengan bahan sintetis







b. Produk dengan bahan rotan asli



Salah satu industri yang mempunyai prospek bagus yaitu kerajinan rotan Rattan Handmade di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru, dalam menjalankan usahanya, faktor-faktor produksi akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan usaha. Faktor-faktor produksi tersebut antara lain, modal, tenaga kerja, pemasaran dan bahan baku. Sebagai tempat sentra penghasil kerajinan. Kecamatan Rumbai memiliki salah satu daerah yang menjadi pusat kerajinan rotan, yaitu di sepanjang jalan Yos Sudarso. Berikut adalah tabel yang menjelaskan nama produk beserta jenis-jenisnya dan harga per unitnya. Proses produksi dilakukan oleh para pengrajin tergantung dari besar kecilnya produk yang ingin dibuat, jika produk yang akan dibuat berukuran kecil maka hanya akan membutuhkan satu pengrajin saja, sebaliknya jika produk yang akan dibuat berukuran besar maka akan membutuhkan 3-4 pengrajin.

**Tabel I.1 : Alat dan Bahan Dalam Pembuatan Kerajinan Rotan**

No	Alat dan Bahan	Harga
1	-Rotan alami mentah -Rotan alami setengah jadi	Rp.1.500/kg Rp.25.000/kg
2	Rotan Sintetis	Rp.50.000/kg
3	Cat kayu	Rp.47.000/kg
4	Mesin kompresor	Rp.930.000
5	Stapless	Rp.249.000
6	Gunting rotan	Rp.100.000
7	Paku rotan	Rp.11.000(100pcs)

**Tabel I.2 : Jenis-Jenis Produk Yang Di Produksi Rattan Handmade  
“RATATIA”**

<b>NO</b>	<b>Nama Barang produksi</b>	<b>Jenis Barang Produksi</b>	<b>Harga Per Unit</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Lemari Laci Rotan Sintetis	a. Lemari 2 Laci b. Lemari 3 Laci c. Lemari 2 Laci Tidur d. Lemari 3 Laci Tidur e. Lemari 4 Laci f. Lemari 5 Laci g. Lemari 6 Laci	Rp.540.000 Rp.900.000 Rp.590.000 Rp.950.000 Rp.1.035.000 Rp.1.080.000 Rp.1.310.000
2	a. Kursi Teras Rotan Sintetis	a. Kursi Teras Brekele Punggung b. Kursi Teras Kembang Tanjung c. Kursi Teras Appolo d. Kursi Teras Gentong e. Kursi Teras Hawaii	Rp.1.980.000 Rp.2.385.000 Rp.1.575.000 Rp.1.710.000 Rp.1.485.000
	b. Kursi Teras Rotan Asli	a. Kursi Teras Standar Meja Kotak b. Kursi Teras Standar Meja Bundar c. Kursi Teras Gentong d. Kursi Teras Vintage	Rp.720.000 Rp.1.300.000 Rp.1.440.000 Rp.2.500.000
3	a. Set Kursi Tamu Rotan Asli	a. Kursi Tamu Gajah Jumbo b. Kursi Tamu Bahama c. Kursi Tamu Matahari d. Kursi Tamu Minimalis Kotak Jumbo e. Kursi Tamu L Minimalis (premium) f. Kursi Tamu L Minimalis	Rp.5.580.000 Rp.4.250.000 Rp.4.250.000 Rp.5.580.000 Rp.7.500.000 Rp.4.200.000



No	Nama Barang Produksi	Jenis Barang Produksi	Harga Per Unit
	b. Set Kursi Tamu Rotan Sintetis	a. Set Kursi Tamu Model Kotak b. Set Kursi Tamu Model Hawaii c. Set Kursi Tamu Model Brekele d. Set Kursi Tamu Model Apollo	Rp.3.780.000 Rp.2.745.000 Rp.3.600.000 Rp.3.150.000
4	a. Set Meja Makan Rotan Asli	a. Meja Makan Rotan Asli Polos 4 Kursi b. Meja Makan Rotan Asli Polos 6 Kursi c. Meja Makan Rotan Asli Anyaman 4 Kursi d. Meja Makan Rotan Asli Anyaman 6 Kursi	Rp.2.800.000 Rp.3.735.000 Rp.3.600.000 Rp.5.100.000
	b. Set Meja Makan Rotan Sintetis	a. Meja Makan Sintetis Silang 4 Kursi b. Meja Makan Sintetis Biasa 4 Kursi c. Set Meja Makan Sintetis Kotak 4 Kursi	Rp.2.610.000 Rp.2.440.000 Rp.2.665.000
5	a. Partisi Rotan Asli	a. Partisi Rotan Asli Full Rotan b. Partisi Rotan Asli Model Mix Kayu	Rp.270.000 Rp.315.000
	b. Partisi Rotan Sintetis	a. Partisi Sintetis Model Anyaman Rilis b. Partisi Sintetis Model Anyaman Silang	Rp.360.000 Rp.315.000



No	Nama Barang Produksi	Nama Barang Produksi	Harga Per Unit
6	Hanging Chair	a. Hanging Chair Inul b. Hanging Chair Bulat c. Hanging Chair Selonjor d. Hanging Chair Syahrini e. Hanging Chair Love	Rp.2.300.000 Rp.2.300.000 Rp.2.520.000 Rp.2.340.000 Rp.2.520.000
7	Pernak – Pernik	a. Keranjang Buah b. Keranjang Air c. Tudung Saji d. Keranjang Parcel e. Rak Bumbu 2 Tingkat f. Rak Bumbu 3 Tingkat g. Tempat Telur Ayam h. Keranjang Payung i. Laundry Box j. Tissue Box k. Tempat Majalah l. piring	Rp.95.000 Rp.125.000 Rp.130.000 Rp.120.000 Rp.145.000 Rp.175.000 Rp.155.000 Rp. 195.000 Rp.250.000 Rp.120.000 Rp.220.000 Rp.96.000

*Sumber* : Usaha Rattan Handmade “RATATIA”, 2019

Harga yang terdapat pada tabel di atas bukan merupakan harga tetap, karena harga tersebut dapat berubah kapan saja tergantung bahan bakunya nya, jika bahan baku rotan tersebut sedang naik harganya maka harga produknya akan di naikkan juga tetapi tidak terlalu signifikan kenaikan harganya begitu juga

sebaliknya dengan bahan baku rotan yang sintetis, namun karena rattan handmade sudah memiliki brand tersendiri maka dengan naiknya harga produk itu tidak akan membuat rattan handmade kehilangan konsumennya, karena rattan handmade memiliki cara tersendiri dalam menarik pelanggannya yaitu dengan cara sistem arisan, dengan adanya sistem arisan tersebut para konsumen tidak akan merasa terbebani dalam membeli produk dari rattan handmade yang cukup mahal. (sumber : wawancara dengan ibu Nisa selaku kepala bagian kreativ dan inovasi, Kamis/25-04-2019)

Faktor tenaga kerja dalam produksi sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha, terutama dalam industri kerajinan tangan khususnya kerajinan rotan rattan handmade. Dalam penyediaan tenaga kerja rattan handmade mengupayakan melalui tenaga kerja dan pengrajin asli dari riau itu sendiri, berhubung karena rattan handmade hanya memiliki satu pekerja tetap, jika ada pesanan dari konsumen dalam jumlah yang banyak, rattan handmade melakukan kerja sama dengan pengrajin yang ada di sekitar galeri rattan handmade untuk membantu menyelesaikan permintaan yang banyak konsumen tersebut.

Karena banyaknya pengrajin rotan dan masing-masing pengrajin membuat kerajinannya dengan cara tradisional, masing-masing pengrajin pada umumnya bersifat statis, ada pengusaha kerajinan yang memiliki pikiran untuk meningkatkan mutu produksinya dan ada juga yang hanya terpaku dengan produk yang itu-itu saja, namun rattan handmade memiliki cara yang berbeda dalam membuat produknya, yaitu dengan menggunakan bahan baku sintetis dan para konsumen pun bisa custom warna sesuai keinginannya berbeda dengan pengrajin

lainnya, dan ternyata produk anyaman rotan berbahan sintetis lebih banyak di minati konsumen karena bisa dibuat dengan berbagai warna yang menarik berbeda dengan rotan asli yang hanya warna natural saja.

**Tabel I.3 : Tabel Penjualan Galery Rattan Handmade “RATATIA” Tahun 2016, 2017, dan 2018**

No	Nama Produk	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Lemari lacin rotan sintetis	36 unit	35 unit	32 unit
2	Kursi teras rotan sintetis dan alami	29 unit	34 unit	33 unit
3	Set kursi tamu rotan sintetis dan alami	47 unit	55 unit	66 unit
4	Set meja makan rotan sintetis dan alami	33 unit	40 unit	37 unit
5	Partisi rotan sintetis dan alami	27 unit	29 unit	29 unit
6	Hanging chair	30 unit	28 unit	31 unit
7	Pernak – pernik atau souvenir	257 unit	311 unit	403 unit

Sumber : Galery Rattan Handmade “RATATIA”, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat penjualan Rattan Handmade “RATATIA” dari tahun 2016 hingga tahun 2018 mengalami grafik penjualan yang cukup stabil, penjualan mulai meningkat ketika tahun baru, bulan ramadhan, ketika lebaran dan juga ketika akhir tahun, selebihnya penjualannya tetap stabil, namun untuk produk kursi tamu dan pernak – pernik/souvenir grafiknya cenderung meningkat dari tahun 2016 hingga tahun 2018, karena untuk produk ini memiliki varian bentuk yang banyak dan unik” sehingga peminatnya cukup banyak dari tahun ke tahun,

dan untuk produk lainnya masih cukup stabil, tidak mengalami penurunan yang signifikan dan juga tidak mengalami kenaikan yang signifikan pula.

Dengan penjelasan di atas, maka penulis menemukan beberapa fenomena antara lain :

1. Usaha kerajinan tangan Rattan Handmade terbilang unik dalam memasarkan produknya, karena konsumen bisa custom model dan warna sesuai keinginan konsumen
2. Karena produk Rattan Handmade yang menggunakan bahan sintetis, untuk bahan bakunya saat ini hanya di distribusikan dari pulau Jawa saja, belum ada yang menyediakan bahan bakunya dari daerah di Riau.
3. Rattan Handmade hanya memiliki satu pekerja tetap, apabila ada permintaan yang banyak dari konsumen, pihak rattan harus meminta bantuan kepada pengrajin yg ada disekitar gallery Rattan Handmade

Dengan adanya penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan serangkaian penelitian dengan judul : **“Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru (studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”)**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka di harapkan akan memperoleh suatu dasar bagi penulis untuk memfokuskan masalah penelitian yaitu **“Bagaimanakah Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru?**



## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan **Seperti Apa Pengembangan Usaha Yang Di lakukan Oleh Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru.**

### 2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan berguna sebagai :

- a. Guna Teoritis, yakni penelitian diharapkan dapat memacu perkembangan ilmu administrasi, minimal dapat memperkaya inventaris hasil-hasil penelitian dibidang administrasi, khususnya dibidang administrasi bisnis.
- b. Guna Akademis, yakni penelitian ini duharapkan menjadi bahan informasi dan data sekunder bagi kalangan akademis yang ingin meneliti hal yang sama.
- c. Guna Praktis, ialah penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pasar dan juga pengrajin rotan Rattan Handmade di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Administrasi

Secara etimologis administrasi dapat diartikan sebagai kegiatan memberi bantuan dalam mengelola informasi, mengelola manusia, mengelola harta benda ke arah suatu tujuan yang terhimpun organisasi ( U. Silalahi, 2005;4 )

Secara etimologi apa yang disebut Administrasi adalah mengurus, mengatur dan mengelola ( Faried Ali, 2015;19 . Jika dibubuhi oleh awalan pe dan akhiran an pada setiap arti, maka semuanya mengandung maksud adanya keteraturan dan pengaturan sebab yang menjadi sasaran dari penguasaan, pengelolaan dan apalagi pengaturan dinamikanya.

Lalu ada beberapa uraian pengertian Administrasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang lain salah satunya Irham Fahmi (2015;1) yang mengatakan Administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Betapa sempit dahulunya pengertian dan pandangan pada administrasi. Namun seiring berjalannya waktu, ilmu administrasi semakin berkembang. Baik lokus maupun fokusnya.

Seperti yang dikatakan oleh Siagian (2003;2) dalam bukunya bahwa administrasi tersebut didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara

dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Leonard D. White dalam Hamim (2005;8) Administrasi merupakan suatu proses kerjasama yang terdapat pada semua usaha kelompok, pemerintah maupun swasta, militer, skala besar maupun kecil untuk mencapai tujuan bersama.

Untuk itu dari beberapa pengertian para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah suatu bentuk kerjasama antara perorangan maupun antara perusahaan yang dilakukan dalam suatu usaha guna menetapkan sasaran dan untuk tujuan tertentu.

## **2. Organisasi**

Ada begitu banyak para ahli yang memberikan pendapat mereka tentang organisasi.

Salah satunya adalah Siagian (2003;6) yang menyatakan bahwa organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut bawahan.

Lalu ada juga organisasi menurut Ulbert Silalahi (2005;125) adalah kolektivitas sekelompok orang yang melakukan interaksi berdasarkan hubungan kerja berdasarkan pembagian kerja dan otoritas yang tersusun secara hirarkhis dalam suatu struktur untuk mencapai tujuan.

Selain pengertian diatas menurut Siagian (2008;3), hakikatnya organisasi itu dilihat dari dua sudut pandang. Pertama, organisasi dipandang sebagai “wadah” dan organisasi dipandang sebagai “proses”. Dimana ketika organisasi

dipandang sebagai wadah maka organisasi merupakan tempat di mana kegiatan-kegiatan administrasi dan manajemen dijalankan.

Kemudian ketika organisasi dipandang sebagai proses maka organisasi akan menyoroti interaksi antara orang-orang didalam organisasi itu.

Menurut Allen dalam Hamim (2005;35) organisasi adalah suatu proses identifikasi dan pembentukan dan pengelompokan kerja, mendefinisikan dan mendelegasikan wewenang maupun tanggung jawab dan menetapkan hubungan-hubungan dengan maksud memungkinkan orang-orang bekerja sama secara efektif dalam menuju tujuan yang telah ditetapkan..

Jadi organisasi adalah alat untuk mencapai tujuan, tujuan itu bermacam-macam. Karena beranekaragam macamnya tujuan itu, maka beraneka macam pula bentuk dan susunan organisasi tersebut (Hamim, 2005;38). Setiap organisasi dengan sendirinya memiliki ketiga jenis tujuan tersebut. Akan tetapi setiap organisasi cenderung untuk menggunakan salah satu dari tujuan pada saat – saat tertentu. Sebab adalah sulit menentukan salah satu tujuan yang paling penting dan mengabaikan tujuan yang lain. Keuntungan maksimal sering diasumsikan menjadi tujuan utama dari organisasi usaha.

Sementara itu organisasi juga memiliki beberapa bentuk. Itu disebabkan karena organisasi harus menyesuaikan diri dengan sifat dinamisnya masyarakat dan khususnya lingkungan sekitar organisasi yang tak mampu dihambat perkembangannya, atau bahkan ditahan sesuai keinginan.



Dan itu juga membuktikan bahwa organisasi adalah yang harus mampu bersikap dewasa dalam menempatkan diri menghadapi tantangan lingkungan dalam dan luar organisasi.

### 3. Manajemen

Istilah manajemen yang kita kenal berasal dari kata “management”, yang bentuk infinitifnya adalah “to manage”. Di Indonesia, kata “management” ini diterjemahkan dalam berbagai istilah, seperti: kepemimpinan, tata pimpinan, ketatalaksanaan, pengaturan, pengelolaan, pengendalian, pengurusan, pembinaan, penguasaan dan lain sebagainya (Pariata Westra dalam Ulbert Silalahi, 2005;135)

Manajemen adalah sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan – kegiatan (Siagian, 2003;5).

Secara garis besar manajemen ada untuk menjalankan organisasi dengan keadaan yang terstruktur dan menghilangkan kecendrungan untuk melakukan semua serba sendiri.

Oleh karena itu, manajemen juga melingkupi rangkaian aktivitas menggerakkan kelompok orang dalam organisasi untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Organisasi baru akan bermakna jika telah berlangsung proses manajemen. Dan jika dianalogikan, manajemen dan organisasi itu bagaikan jiwa dan raga yang tak bisa dipisahkan satu sama lain. Raga tanpa jiwa itu tak mampu apa-apa. Begitu juga organisasi tanpa manajemen bagaikan raga tanpa jiwa.

Sedangkan manajemen menurut Ismail Solihin (2009;4) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut Sule dan Saefullah (2008;12-13) pada pelaksanaannya, fungsi-fungsi manajemen yang dijalankan menurut tahapan tertentu akan sangat berbeda-beda jika didasarkan pada fungsi operasionalnya. Fungsi manajemen terdapat 4 diantaranya fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pengarahan dan fungsi pengawasan. Secara operasional fungsi perencanaan pada sumber daya manusia akan sangat berbeda pada sumber daya fisik atau keuangan.

Berdasarkan operasionalnya, maka manajemen organisasi bisnis dapat dibedakan secara garis besar menjadi fungsi-fungsi sebagai berikut (dalam Sule dan Saefullah,2008;13).

- a. Manajemen Sumber Daya Manusia
- b. Manajemen Pemasaran
- c. Manajemen Produksi
- d. Manajemen Keuangan

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen yaitu kemampuan dan keterampilan untuk mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien.

#### **4. Manajemen Pemasaran**

Menurut Ir. Sutarno (2012;214) manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk

mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba.

Swasta (2000;4) mengemukakan “manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Untuk keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka perlu masukan misalnya berasal dari informasi kegiatan yang berjalan di lapangan. Umumnya orang yang beranggapan bahwa manajemen pemasaran berkaitan dengan upaya pencarian pelanggan dalam jumlah besar untuk menjual produk yang telah dihasilkan perusahaan. Tetapi pandangan ini terlalu sempit karena biasanya suatu organisasi (perusahaan) akan menghadapi kondisi permintaan terhadap produknya, mungkin permintaannya cukup, permintaannya tidak teratur atau terlalu banyak permintaan, sehingga manajemen pemasaran harus mencari jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah ini.

Menurut William J Stanton (Buchari Alma, 2002;131), “proses manajemen pemasaran akan lebih meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan cara (1) Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya. (2) Manajer pemasaran harus memainkan peran penting dalam merencanakan perusahaan.

Menurut Sentot Imam Wahjono (2009;2) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang – barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan

pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu dalam merencanakan, mengarahkan, mengawasi seluruh kegiatan pemasaran baik dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

### **5. Pemasaran**

Menurut Meldrum dalam Tjiptono, Chandra, Adriana (2008;3) pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara SDM, financial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggannya dalam konteks strategi kompetitif organisasi.

Kotler menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manjerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, pertukaran produk dan nilai satu sama lain (dalam Tjiptono dkk, 2008;3).

Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan. Sesungguhnya orang-orang pemasaran melakukan pemasaran dari 10 jenis wujud yang berbeda (Kotler, 2008;6-7), yaitu :

- a. Barang
- b. Jasa
- c. Pengayaan pengalaman
- d. Orang
- e. Tempat
- f. Property



- g. Organisasi
- h. Informasi
- i. Ide

Definisi pemasaran oleh *The American Marketing Association* (AMA) pemasaran sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler, 2008;5)

Tujuan dari pemasaran itu sendiri adalah untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan, waktu, komposisi permintaan, sehingga membantu organisasi mencapai sasarannya. Dan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu dan perusahaan,

Kegiatan dengan pemasaran, maka tidak akan terlepas dengan istilah konsep pemasaran.

Swastha (2000;17) mendefinisikan “konsep pemasaran sebagai faktor yang paling penting dalam mencapai keberhasilan tersebut kita harus mengetahui adanya cara dan filsafah yang terlibat didalamnya, karena konsep pemasaran adalah suatu filsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”.

Masih menurut Swastha (2000;18) konsep pemasaran terbagi menjadi tiga unsur pokok, yaitu :

1. Orientasi Konsumen. Suatu perusahaan atau organisasi yang ingin memperhatikan konsumen harus melakukan usaha-usaha sebagai berikut :
  - a. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
  - b. Memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sarana penjualannya.
  - c. Menentukan produk dan program pemasarannya.
  - d. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap serta tingkah laku konsumen.

- e. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitik beratkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik.
2. Koordinasi dan integrasi dalam perusahaan. Untuk memberikan kepuasan konsumen secara optimal, semua elemen-elemen pemasaran yang ada harus di koordinasikan dan di integrasikan. Disamping itu juga harus dihindari adanya pertentangan di dalam perusahaan maupun antara perusahaan dengan pasarnya. Semua bagian yang ada dalam perusahaan kemampuan perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan.
3. Mendapatkan laba melalui pemuasan konsumen. Adanya kepuasan diri harus menyadari bahwa tindakan mereka sangat mempengaruhi pelanggan atas suatu produk akan memberikan keuntungan bagi perusahaan karena dapat meningkatkan laba. Dengan demikian, maka konsep pemasaran mengisyaratkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan dimulai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan demi konsumennya yang didukung dengan bauran pemasaran agar dapat memuaskan konsumen.

Gronroos menyatakan pemasaran bertujuan untuk menjalin, mengembangkan dan mengomersilisasikan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak dapat terpenuhi. Hal ini dilakukan melalui proses pertukaran dan saling memenuhi janji (dalam Tjiptono dkk, 2008;2).

- a. Keinginan dan kebutuhan konsumen (*customer want and needs*)

Di dalam pemasaran produk, perusahaan bukan hanya perlu meraih total penjualan melainkan juga harus mampu menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Bila konsumen dikenal baik oleh pihak produsen atau di penyedia barang, maka akan diketahui apa yang akan dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen tersebut sehingga produsen atau penyedia dan mengantisipasi hal-hal yang melemahkan produk yang mereka tawarkan.

b. Harga yang memuaskan (*cost satisfy*)

Dalam hal tertentu harga yang terjangkau oleh konsumen merupakan variabel yang sangat penting. Namun ada juga konsumen yang mau membeli barang yang ditawarkan dengan harga yang relatif mahal. Bila barang atau produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang mereka sukai, maka harga tersebut tidak akan menjadi masalah bagi konsumen.

c. Tempat membeli

Yaitu tempat membeli barang atau jasa yang diminati oleh konsumen merupakan faktor yang penting juga. Dalam perusahaan oleh konsumen akan memilih dan memperhatikan penjualan produk yang terpercaya dan bermutu produknya.

d. Komunikasi (*communication*)

Tidak semua konsumen mengetahui dan memahami produk yang dipasarkan. Maka dibutuhkan komunikasi yang baik demi meyakinkan konsumen dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

Jadi, kesimpulan pemasaran adalah keberhasilan suatu perusahaan untuk bisa bertahan di dalam pangsa pasar, tujuannya untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan tersendirinya.

Dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah keberhasilan suatu perusahaan untuk bisa bertahan di dalam pangsa pasar, yang bertujuan untuk

memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa yang ditawarkan sesuai bagi konsumen sehingga hubungan dengan konsumen akan terjalin untuk jangka panjang dan tujuan dari masing-masing pihak dapat terpenuhi.

## 6. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk mengetahui lebih jelas, penulis akan menggunakan beberapa pendapat tentang bauran pemasaran oleh para ahli :

Menurut Panji Anogara (2004;202) Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mmencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*product, price, place, promotion*).

Seperti disebut sebelumnya bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan *tool* atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Marketing mix pada produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang mencakup 4P : *Product, Price, Place, dan Promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur lagi : *People, process, dan Customer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa dimana produksi/operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dan mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung, dan kata lain, terjadi interaksi langsung antara keduanya (meski tidak untuk semua jenis jasa). Sebagai suatu bauran, elemen-



elemen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan.

#### **A. Price (Harga)**

Harga merupakan variable yang dapat dikendalikan dan yang dapat menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “murah” dan “mahal” nya harga suatu produk sangat relative sifatnya (Panji Anogara, 2004;221).

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terdapat saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut kepuasan jangka panjang (Fandy, 2008;151).

#### **B. Place ( Distribusi )**

*Place* ( Tempat ) merupakan alat bauran pemasaran lainnya termasuk kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Menurut Panji dalam bukunya manajemen bisnis (2004;221)

distribusi merupakan masalah yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai diproses.

Menurut Pandji (2011;193) Distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai diproses. Malah ini menyangkut cara penyampaian produk ke konsumen. Manajemen pemasaran mempunyai peranan dalam mengevaluasi penampilan para penyalur. Bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditunjuk sebagai penyalur disana, atau berapa banyak bersedia untuk menjadi penyalur didaerah itu.

Penentuan jumlah penyalur juga merupakan masalah yang penting untuk dipertimbangkan matang-matang dan disesuaikan dengan sifat produk yang ditawarkan. Barang kebutuhan sehari-hari membutuhkan penyalur yang banyak, sedangkan barang-barang besar, peralatan industry, mesin-mesin tidak demikian.

### **C. *Promotion* ( Promosi )**

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan ( Penjual ) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan ( Pandji Anoraga, 2004;222 ).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah memebelinya ( Fandy, 2008;219 ).

#### **D. Product ( Produk )**

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasa oleh Benyamin Molan (2007;4) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berebentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa dan diperuntukkan bagi pemusan kebutuhan konsumen.

#### **7. Industri**

Industri merupakan usaha untuk memproduksi barang jadi dari bahan baku atau bahan mentah dengan melalui proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga satuan yang serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi mungkin.

Dari pengertian diatas maka industri mencakup segala kegiatan produksi yang memproses pembuatan bahan-bahan mentah menjadi bahan-bahan setengah jadi maupun barang jadi atau kegiatan yang bisa mengubah keadaan barang dari satu tingkat tertentu ke tingkat yang lain, kearah peningkatan nilai atau gaya guna yang berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Manurut Siahaan (2000;362), penggolongan industri berdasarkan besarnya investasi di bagi sebagai berikut :

## 1. Industri Berat

Industri berat yaitu industri hulu yang menghasilkan barang jadi atau bahan baku untuk industri hilir. Jenis usaha yang termasuk dalam Industri berat adalah :

- a. Industri pertambangan
- b. Industri logam dan pengolahan logam
- c. Industri peralatan dan mesin
- d. Industri pengangkutan
- e. Industri semen
- f. Industri tenaga listrik
- g. Industri kimia dasar

## 2. Industri Ringan

Industri ringan ialah suatu unit produksi yang menghasilkan barang konsumsi seperti seperti tekstil, bahan makanan, obat-obatan, barang keperluan rumah tangga dan sejenisnya.

## 3. Industri Kerajinan Rakyat

Industri kerajinan rakyat adalah unit produksi yang tidak menggunakan mesin melainkan tenaga manusia dengan bantuan peralatan sederhana.

Industri Kerajinan Rakyat dibagi dalam tiga tingkatan :

### a. Kerajinan Sambilan (*Huisvliet*)

Ciri-ciri Kerajinan Sambilan:

- 1) Tidak merupakan usaha sebagai mata pencaharian pokok
- 2) Tidak terikat pada waktu dan orang lain



- 3) Mengandung unsur seni
- b. Kerajinan Rumah
  - 1) Merupakan usaha sebagai mata pencaharian pokok
  - 2) Dikerjakan dengan bantuan keluarga
- c. perusahaan Kerajinan
  - 1) perusahaan dikerjakan sebagai mata pencaharian pokok
  - 2) mempekerjakan karyawan di luar anggota keluarga.

#### **8. Usaha Kecil Menengah ( UKM )**

Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Menurut Rudjito (2003) Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja.

Di Indonesia banyak terdapat industri kecil dengan beragam jenis usaha. Dengan keberadaan industri kecil menengah di Indonesia telah memiliki peran yang sangat penting di dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek-aspek, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan,

pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non-migas, oleh (Anoraga, 2002;249).

Selain itu industri kecil telah terbukti tahan terhadap gejolak pasang surut perekonomian global. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kecil di Indonesia banyak menghadapi berbagai masalah antara seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti Tenaga Kerja, Modal, Pemasaran dan Bahan. Seperti yang telah menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah; tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah; kurangnya Teknologi dan Informasi; faktor produksi sarana dan prasarana belum memadai; aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan; iklim usaha belum mendukung, dan koordinasi pembinaan belum baik.

#### **9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Badan Pusat Statistik (BPS) misalnya, menggolongkan menjadi empat berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Yang pertama adalah industri rumah tangga apabila memiliki tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang. Kedua adalah industri kecil dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 9 orang. Ketiga adalah industri sedang/menengah apabila memiliki tenaga kerja antara 10 hingga 99 orang. Terakhir adalah industry besar apabila memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang memiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut.
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut.
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima ratus miliar rupiah).

Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang perbedaan UKM dan UMKM, disana disebutkan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau milik badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang Undang ini. Kriteria UMKM adalah usaha yang maksimal assetnya Rp.50 juta dan omsetnya maksimal Rp.300 juta. Sedangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikusasi atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha kecil sebagaimana yang dimaksud Undang Undang adalah usaha yang kriteria assetnya Rp.50 – 500 juta dengan kriteria omset antara Rp.300 juta – Rp.2,5 milyar

## **10. Pengembangan Usaha**

### **1. Pengertian Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007;66). Jika hal dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.



Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Menurut Masyah Kholmi (2003;212) ada beberapa aspek yang mempengaruhi prospek pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diantaranya adalah:

#### 1. Aspek Permodalan

Sebagian besar permodalan bersumber dari milik sendiri sehingga umumnya perusahaan kecil tidak berpengaruh adanya kenaikan nilai dollar adanya kenaikan suku bunga bank. Umumnya, untuk saat ini perusahaan sudah memiliki akses pinjaman yang baik karena sistem pengelolaannya sudah bagus, dengan demikian pihak perusahaan tidak akan kesulitan untuk melakukan pinjaman di bank.

#### 2. Aspek Produksi

##### a. Bahan baku

Sumber bahan baku yang digunakan sebagian besar bahan baku lokal atau berasal dari wilayah sekitarnya, pembelian bahan baku rata-rata secara tunai karena tidak pernah membuat perjanjian secara tertulis dengan supplier untuk mendapatkan bahan baku secara kontinyu, sehingga bahan baku

menjadi masalah yang serius diproses produksi ketika ada permintaan mendadak atau kelangkaan bahan baku dipasaran, tetapi sebagian perusahaan telah melakukan persediaan bahan baku untuk menghadapi permintaan yang mendadak.

b. Desain Produk

Desain produk pada industri ini cenderung selalu berubah – ubah tiap waktunya, perusahaan sudah berani melakukan berbagai inovasi yang membuat produknya memiliki bentuk – bentuk yang sangat unik , sebagian desain produk ada juga yang dibuat mengikuti permintaan konsumen sehingga konsumen harus menunggu beberapa waktu agar produk tersebut selesai

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang ada pada industri kecil rata- rata berpendidikan rendah. Untuk itu perusahaan selalu mendorong karyawan bekerja lebih terampil dan menciptakan cara- cara kerja yang efisien. Pada umumnya pimpinan pengelola perusahaan lebih mudah mengendalikan atau melakukan pengawasan tenaga kerja (karyawan), karena pimpinan langsung dapat memantau terhadap masing – masing karyawan ketika bekerja.

d. Alat Produksi

Sebagian besar menggunakan alat produksi yang digunakan masih sederhana, meski demikian berkat tangan terampil para pekerja produk yang dihasilkan tetap memiliki mutu yang tinggi sehingga perusahaan tetap bisa bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

### 3. Aspek Pemasaran

Secara umum perusahaan sudah menggunakan sarana promosi penjualan secara tepat, cara promosi yang dilakukan sebagian besar melalui merk yang ada pada produk lalu di share melalui berbagai media sosial dan juga toko oleh”. Adapun untuk pameran, perusahaan sudah banyak mengikuti berbagai pameran karena produk dari perusahaan telah memiliki banyak peminatnya.

### 4. Aspek Kewirausahaan

Kecenderungan perusahaan memiliki percaya diri tanpa bantuan orang lain usahanya dapat berjalan terus, terdapat upaya untuk membuat kondisi perusahaan semakin baik lagi, sehingga reputasi perusahaan sangat tergantung pada kemampuan yang dimiliki.

### 5. Aspek Keunggulan Kompetitif

Nilai keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa kondisi yang menyebabkan perusahaan beroperasi secara kontinyu di daerah tersebut sehingga mempunyai dasar operasi yang semakin kuat.

## 11. Penelitian Terdahulu

**Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Tipe	Metode	Kesimpulan
1	Kamaruddin	Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Sentra Pandai Besi Amanah di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar	Survey deskriptif	Pendekatan Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sentra Pandai Besi Amanah belum mengalami pengembangan atau masih dalam keadaan jalan ditempat
2	Dewi Mustika Dewi	Analisis Pengembangan Usaha Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bina Sejahtera Desa Bantayan Baru Kab.Rohil	Survey Deskriptif	Pendekatan Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha yang dicapai Koperasi Bina Sejahtera Desa Bantayan Baru Kab.Rohil dari tahun ketahun mengalami peningkatan
3	Lusiana	Analisis Pengembangan Usaha pada Industri Kecap BAN EK CAN Bagan Siapi Api Kabupaten Rokan Hilir	Survey Deskriptif	Pendekatan Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan dapat disimpulkan bahwa pengembangan industri kecap ban ek can bagan siapi api kabupaten rokan hilir dikategorikan cukup baik

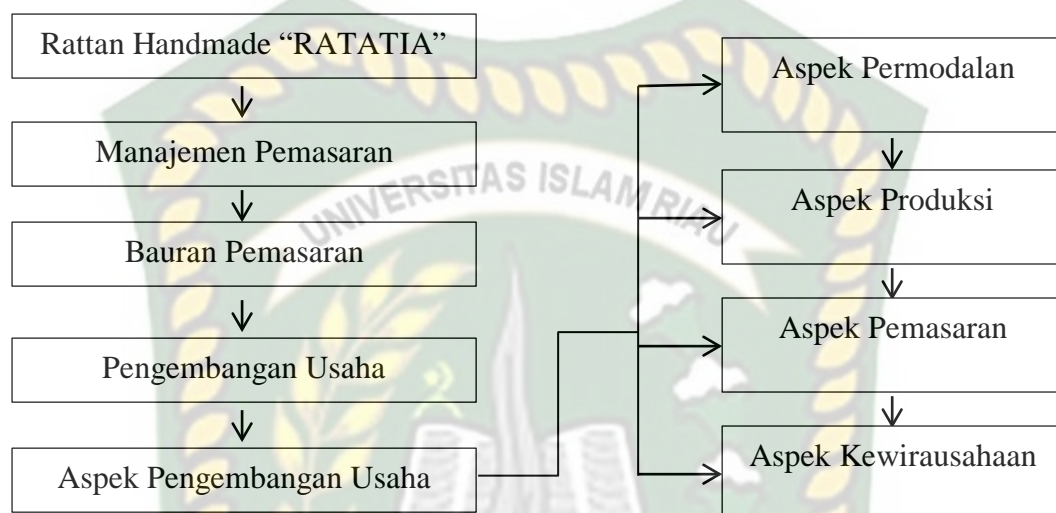


No	Peneliti	Judul	Tipe	Metode	Kesimpulan
4	Alfi Amalia	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang	Analisis Deskriptif	Pendekatan Kualitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan, kekuatannya yaitu mutu produk yang dihasilkan baik, kelemhannya yaitu saluran distribusi yang belum efisien
5	Soni Supriatna	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (studi kasus UMKM Careuh Coffe Rancabali-Ciwidey Bandung	Analisis Deskriptif	Pendekatan Kuantitatif serta Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha kopi luwak Careuh Coffe Rancabali mengalami peningkatan, dimana perusahaan ini memiliki kelebihan dari segi produk yang di jualnya

Dokumen ini adalah Arsip Miitik :

## B. Kerangka pikir

**Gambar II.I : Kerangka Pikir Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan Di Kecamatan Rumbai (studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”)**



Sumber : modifikasi penulis, 2019

## C. Konsep Operasional

Untuk memudahkan pemberian pemahaman dalam memanfaatkan istilah ataupun konsep terkait penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa konsep yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

1. Administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama yang dilakukan oleh Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.
2. Organisasi adalah sarana atau alat untuk mencapai tujuan bersama atau suatu wadah berhimpun sejumlah manusia karena memiliki tujuan dan kepentingan yang sama.

3. Manajemen adalah seni untuk memengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu tanpa merasa terpaksa atau dengan senang hati.
4. Pemasaran adalah kegiatan industri kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru untuk memperoleh hasil yang maksimal melalui kegiatan pertukaran nilai barang dengan barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga tercipta kegiatan yang saling menguntungkan.
5. Bauran pemasaran adalah meliputi produk yaitu barang atau jasa yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang memenuhi kegiatan atau kebutuhan *place* adalah tempat yang digunakan oleh para pengrajin rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru untuk memasarkan produk agar sampai ke tangan konsumen. *Price* adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. *Promotion* adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.
6. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumennya.
7. Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.

8. Aspek Permodalan adalah sumber awal yang berupa uang yang digunakan oleh industry terkhususnya usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” guna menjalankan usahanya sehari-hari sehingga kedepannya dapat bersaing dan berkembang.
9. Aspek Produksi adalah hal yang menjadi salah satu faktor pendorong berjalannya sebuah usaha, ada pun yang menjadi aspek produksi usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” terdiri dari desain produk, tenaga kerja, dan alat produksi.
10. Aspek Pemasaran adalah cara promosi penjualan yang dilakukan oleh setiap usaha khususnya usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” guna untuk menarik minat konsumen serta mampu bersaing di pasaran.
11. Aspek Kewirausahaan adalah upaya yang dilakukan oleh suatu usaha untuk memperbaiki kondisi usaha secara seksama yang dengan melakukan atau mengikuti berbagai pelatihan dan kegiatan studi banding.
12. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.
13. Kerajinan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan yang dihasilkan melalui keterampilan tangan.



14. Sentra didalam penelitian ini adalah pusat kelompok para pengrajin rotan untuk menghasilkan produk.

15. Pengrajin rotan adalah orang atau tukang yang bekerja membuat anyaman rotan yang membentuk suatu benda yang diinginkan.

16. Amanah adalah nama dari pusat kelompok pengrajin rotan di kecamatan rumbai

#### D. Operasional Variabel

**Tabel II.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (studi kasus pada Rattan Handmade "RATATIA").**

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1	2	3	4
Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007;66)	Aspek Pengembangan Usaha	a. Aspek permodalan	a. Sumber permodalan. b. Manajemen Pembukuan
		b. Aspek Produksi	a. Bahan Baku b. Desain Produk c. Tenaga Kerja d. Alat produksi
		c. Aspek Pemasaran	a. Harga b. Promosi c. pameran
		d. Aspek Kewirausahaan	a. Pelatihan b. Studi Banding

*Sumber : modifikasi penulis, 2019*

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini adalah pada dasarnya menggunakan penelitian survey deskriptif, karena bermaksud memberikan penggambaran secara jelas, mendalam dan terperinci tentang keadaan obyek penelitian dengan cara mengumpulkan data dari pengamatan, sehingga diperoleh perumusan analisa terhadap masalah yang dihadapi. Kemudian Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Karena penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif yang berupa kata-kata lisan maupun tertulis dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif sering digunakan untuk melihat lebih dalam fenomena sosial termasuk didalamnya kajian terhadap ilmu pendidikan, manajemen dan administrasi bisnis. Pada dasarnya metode penelitian kualitatif ditujukan untuk penelitian yang mengamati kasus (Indrawan dan Yaniawati, 2014;67-68).

Penelitian survey ini merupakan salah satu metode penelitian sosial yang luas penggunaannya. Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2006;7) mengemukakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis ataupun psikologis

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Industri Usaha Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” yang beralamat di jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru. Alasan penulis melakukan penelitian di lokasi ini karena Rattan Handmade “RATATIA” merupakan pengrajin rotan yang produknya memiliki ciri khasnya tersendiri berbeda dengan pengrajin rotan yang lain, karena menggunakan 2 jenis bahan baku dalam membuat produknya yaitu dengan rotan asli dan rotan sintesis dan memiliki berbagai macam produk yang kekinian dan modern dan diberi aneka warna yang unik-unik tentunya dibuat dengan kualitas yang terbaik sehingga menarik minat banyak konsumen.

## **C. Sampel Sumber Data Penelitian**

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dan hasil penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel (Bagong Suyanto, 2005;20). Dalam penelitian ini sampel penelitian merupakan orang-orang yang dianggap paling tahu tentang permasalahan yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini disebut sebagai informan, informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat, dan dapat dipercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan direktur/pemilik usaha dan kepala tim kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” sebagai informan dalam menggali informasi.

**Tabel III.1 : Tabel Jumlah Informan Penelitian**

No.	Informan	Jumlah
1	Direktur/Pemilik Usaha	1 Orang
2	Kepala Tim	1 Orang
<b>Jumlah</b>		<b>2 Orang</b>

*Sumber : Data Olahan, 2019*

#### **D. Teknik Penarikan Sampel/Informan**

Sampel atau informan dalam penelitian di Rattan Handmade “RATATIA” penulis menerapkan dengan menggunakan *purposive sampling*. Hal ini dikarenakan pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai pemimpin sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Adapun yang menjadi jenis sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama yang ada di lapangan (Kriyantono, 2010;41) Ada pun data yang berasal dari informasi yang diperoleh langsung dari direktur/pemilik usaha dan



kepala tim adalah mengenai Pengembangan Usaha kerajinan rotan rattan handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru, baik dari sisi faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan usaha.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara ( Bungin, 2004;122 ). Ada pun data yang diperoleh secara tidak langsung dari perusahaan tempat penelitian ini dilaksanakan yang bersifat mendukung analisa penelitian ini. Data ini berupa gambaran umum mengenai perusahaan ( Rattan Handmade “RATATIA” ) seperti sejarah berdirinya perusahaan, tenaga kerja, dan alat produksi serta aktivitas perusahaan.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dan informasi lengkap yang dibutuhkan peneliti sebagai rujukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data yang meliputi keterkaitan data secara langsung ataupun tidak langsung terhadap focus penelitian. Dalam hal ini pengambilan data dikumpulkan dengan cara sebagai berikut :

### 1. Teknik Interview ( Wawancara )

Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung secara lisan kepada sebagian responden yang dianggap perlu guna mendukung data, Wawancara juga dapat dilakukan dengan individu tertentu untuk mendapatkan data atau informasi tentang dirinya sendiri, seperti pendirian, pandangan, persepsi, sikap atau perilaku ( Silalahi,

2010;312). Adapun yang menjadi responden dalam melakukan wawancara ini ialah Direktur/Pemilik Usaha Rattan Handmade “RATATIA”, Dan juga melakukan wawancara kepada Kepala Tim. Hal yang diwawancarai terkait dengan bagaimana pengembangan usaha kerajinan rotan rattan handmade “RATATIA”.

## 2. Teknik Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2014;166).

Penulis melakukan pengumpulan data dengan pengamatan mengenai pengembangan usaha kerajinan rotan rattan handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap

## 3. Teknik Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti atau mengambil gambar atau foto tempat penelitian diadakan.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Reduksi data

Adalah bagian dari proses analisa yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

### 2. Sajian data

Merupakan rangkaian informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan sajian data dapat diketahui apa yang terjadi dan memungkinkan untuk menganalisa dan mengambil tindakan lain.

### 3. Penarikan kesimpulan

Dari sajian data yang tersusun selanjutnya penulis dapat menarik suatu kesimpulan akhir. Ketiga komponen diatas akan berinteraksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini penulis tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai pengumpulan data bergerak kereduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Usaha

Industri kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai adalah industri yang menghasilkan barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia serta meningkatkan nilai guna barang yang ada. Bermula dari pemilik usaha yang kegelisahan melihat produk anyaman rotan memiliki bentuk yang itu – itu saja, lalu muncul lah ide untuk membuat anyaman rotan dengan desain yang lebih kekinian dan juga menggunakan bahan sintetis, yang bisa diberi berbagai macam warna lalu dianyam seperti rotan , dan ternyata produk tersebut mendapat respon yang positif dari masyarakat karena memang produk yang dijual sangat cocok dengan desain interior rumah – rumah kekinian, lalu pemilik usaha membangun Galery Rattan Handmade “RATATIA” yang beralamat di Jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru.

Produk kerajinan rotan Rattan Handmade telah menjadi salah satu produk kerajinan yang dikenal di daerah Kecamatan Rumbai, meskipun telah banyak yang menjual produk yang sama, akan tetapi produk dari Rattan Handmade “RATATIA” dengan mudah dan cepat menarik minat konsumen karena produk yang dihasilkan lebih kekinian dan banyak variasinya.

Dalam kegiatan promosi produk kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” sudah menggunakan media – media canggih yang ada saat ini dan juga sudah mengikuti berbagai pameran yang ada di dalam kota maupun di luar



kota sebagai bentuk strategi yang dilakukan pemilik usaha dalam memperkenalkan produk kerajinannya.

Usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” telah berdiri kurang lebih sejak tahun 2013 yang pada awalnya pemilik menjual produknya ketika ada permintaan dari konsumen dan hanya memasarkan lewat online, lalu kemudian pada tahun 2017 membuka toko sendiri yang diketuai oleh Ibu Tia Juwita, kurang lebih sudah 6 tahun ia menjalankan usahanya.

### **B. Struktur Organisasi Perusahaan**

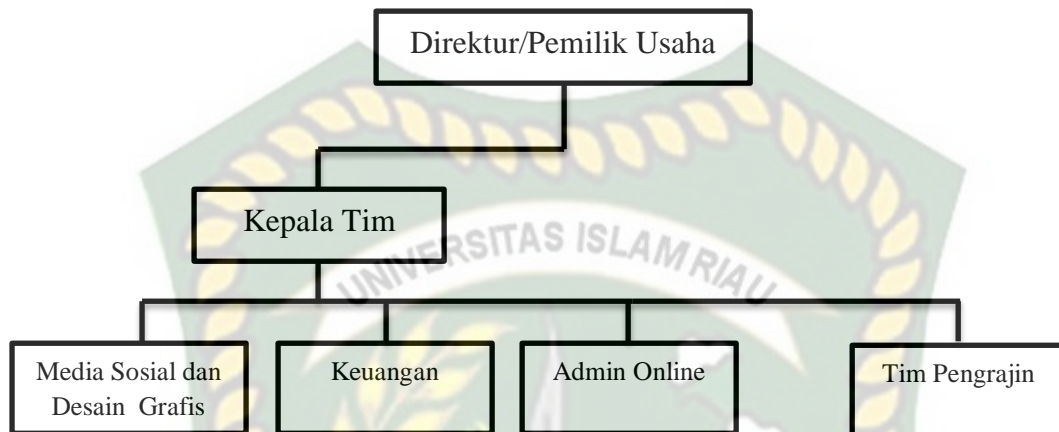
Struktur organisasi mempunyai peranan dan arti yang sangat penting baik dalam suatu perusahaan ataupun lembaga dan institusi karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatannya secara terarah dan tertib serta teratur dalam pencapaian tujuannya. Jadi salah satu unsur dan manfaat penting yang terkandung dari suatu struktur organisasi yang baik. Yakni sebagai alat untuk mencapai tujuan – tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya. Hal ini berguna untuk mencapai tujuan organisasi dan terciptanya suatu kerja sama antara sesama anggota organisasi yang dalam hal ini adalah pengrajin, baik di antara sesamanya maupun antara pemilik usaha dan kepala tim, dalam hal ini suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur atau elemen – elemen sebagai berikut :

1. Adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpin
2. Terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya suatu kerjasama.
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab.

Dalam kaitan ini, pimpinan sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya yang mana ia mempunyai tanggung jawab terhadap berlangsungnya kegiatan dalam organisasi tersebut, dan juga harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi dimana para bawahannya merasa terikat pada perusahaan dan selalu berusaha untuk memaksimalkan segala potensi yang dimilikinya untuk kemajuan perusahaan.

Untuk itu diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah bentuk perserikatan manusia dalam mencapai tujuan bersama. Agar fungsi organisasi terbentuk dan bermakna maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang tersebut, selanjutnya dituangkan dalam struktur organisasi yang diartikan sebagai hubungan antara macam – macam fungsi atau aktivitas di dalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut, diharapkan para pekerja akan lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan tugas dan fungsinya serta mengetahui siapa yang menjadi pemimpin atau bawahan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Usaha Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai



Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

### C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Untuk menggerakkan suatu organisasi dibutuhkan personil yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing – masing personil diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya, dengan demikian akan mempermudah pengarahan serta mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap – tiap unit dalam struktur organisasi Rattan Handmade “RATATIA” sebagai berikut :

#### 1. Pemilik Usaha

Fungsi dari pemiliki usaha atau disebut juga sebagai pemimpin yaitu dalam suatu organisasi tidak dapat dibantah merupakan sesuai fungsi yang sangat penting bagi keberadaan dan kemajuan organisasi yang bersangkutan.

Tugas pemimpin perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas aktivitas perusahaan.

- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan perusahaan.
  - c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing – masing secara baik.
  - d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
  - e. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis.
  - f. Menyusun fungsi manajemen secara baik
2. Kepala Tim

Fungsi dari kepala tim yaitu yang mengatur dan mengawasi segala aktivitas para karyawan dan juga pengrajin dalam proses produksi hasil kerajinan rotan Rattan Handmade setiap harinya.

Tugas dari kepala tim adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengaturan terhadap para karyawan dan pengrajin.
  - b. Melakukan pengawasan terhadap kerja karyawan dan juga pengrajin.
  - c. Terlibat langsung dalam aktivitas yang di lakukan Rattan Handmade.
3. Pengrajin

Fungsi dari pengrajin yaitu sebagai sumber daya yang dimiliki untuk memproduksi hasil kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” setiap harinya sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

#### **D. Aktivitas Perusahaan ( Rattan Handmade “RATATIA” )**

Rattan Handmade “RATATIA” merupakan industri yang bergerak dibidang kerajinan masyarakat, yang menghasilkan produk kerajinan dari bahan baku rotan asli dan juga sintetis seperti kursi, meja, partisi, lemari dan masih banyak lagi yang bisa dihasilkan di Rattan Handmade, menghasilkan kerajinan



yang diolah dari bahan rotan asli dan sintetis merupakan kegiatan sehari – hari yang dilakukan di gallery Rattan Handmade oleh para pengrajin yang berada di sentra tersebut.

Untuk mendukung kelancaran proses pembuatan kerajinan maka dibutuhkan bahan baku berupa rotan asli yang didapat dari penampung rotan yang didatangkan dari daerah lain dan juga bahan sintetis yang didatangkan dari pabrik yang ada di pulau jawa, pengolahan ini bertujuan untuk memperoleh hasil kerajinan rotan yang biasa dibuat oleh para pengrajin setiap harinya.

Proses tersebut memerlukan waktu yang cukup panjang dan memerlukan ketekunan pengrajin untuk menghasilkan produk kerajinan yang diharapkan.

Dimulai dari:

a. Proses Penggorengan

Setelah proses pemanenan, rotan memasuki tahap penggorengan agar kadar air di dalam rotan dapat berkurang dan tidak berjamur dengan cara memasukkan kedalam wadah yang berisi campuran solar dan minyak kelapa.

b. Proses Penggosokan

Rotan ditiriskan kemudian digosok menggunakan sabut kelapa yang dicampur serbuk gergaji, hal tersebut dilakukan agar sisa kotoran dan getah yang menempel bisa hilang.

c. Proses Pengeringan

Rotan dikeringkan dengan cara dijemur di panas matahari selama 2 minggu atau lebih.

d. Proses Pengasapan

Tujuannya agar rotan berwarna kuning merata dan mengkilap, pengasapan dilakukan pada rotan yang masih berwarna alami dan dilakukan dalam waktu 12 jam.

e. Proses Pengawetan

Merupakan pemberian rotan dengan cairan kimia yang bertujuan untuk meningkatkan masa pakai rotan, selain berfungsi untuk mencegah kerusakan pada rotan, pengawetan juga berfungsi untuk memperpanjang umur pakai rotan.

f. Proses Pembengkokan atau Pelengkungan

Proses ini dilakukan dengan cara melunakkan rotan dengan uap panas yang disebut steaming dengan tabung berbentuk silinder.

Selain rotan asli. Rattan Handmade juga menggunakan rotan sintetis yang di produksi dari pabrik dan terbuat dari bahan plastik, dari pengolahan bahan plastic tersebut, nantinya dapat dihasilkan helaian rotan sintetis dengan tiga tipe, ada tipe *Polystrap* yang berbentuk lebar dan pipih, ada tipe *Polycore* yang berbentuk agar bulat, dan juga tipe *Polypeel* yang berbentuk setengah lingkaran, ketiga tipe ini membuat para pengrajin menjadi lebih memiliki keleluasaan untuk menganyam rotan sintetis menjadi berbagai produk kerajinan yang indah seperti kursi tamu, keranjang, lemari dan masih banyak lagi.

Hasil dari proses produksi yang berupa kerajinan rotan asli dan sintetis tersebut kemudian di pasarkan melalui gallery toko yang beralamat di jalan Yos

sudarso no.149 dan juga melalui promosi di berbagai media sosial yang ada saat ini sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Key Informan dan Informan

Identitas key informan dan informan merupakan keterangan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh penulis yang berisikan mengenai nama, umur, jenis kelamin, dan pendidikan dari key informan dan informan, untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan dibawah ini sebagai berikut:

**Tabel V.1 Distribusi Jumlah Key Informan Pada Usaha Kerajinan Rotan Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai**

N O	Key Informan dan Informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
				L	P	
1	Direktur / Pemilik Usaha	39	Sarjana (S1)		1	1
2	Kepala Tim	25	Diploma III		1	1
	<b>Jumlah</b>				2	2

Sumber : Data Olahan Penulis, 2019

#### B. Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”)

Pengembangan Usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini mampu dilakukan oleh para pengusaha , maka



besarlah harapan untuk menjadikan usaha yang semula kecil, lalu menjadi skala menengah hingga menjadi sebuah usaha yang besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis suatu usaha yang di ingin dijalankan (Starting), membangun kerjasama dengan orang lain atau disebut *franchising* . Namun yang harus diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik . untuk melaksanakan pengembangan usaha tersebut dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek yaitu bidang permodalan, produksi, pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan lain-lain.

Dalam penelitian ini ada beberapa aspek yang dibutuhkan guna mendukung dalam pengembangan usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” , yang terdiri dari beberapa aspek permodalan, produksi, pemasaran, dan kewirausahaan

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil dari data sebagai berikut :

### **1. Aspek Permodalan**

Permodalan merupakan salah satu sumber kekuatan awal bagi setiap usaha dalam rangka meningkatkan produktivitas sekaligus efisiensi usaha baik itu usaha yang sudah berjalan lama maupun usaha yang baru berdiri, untuk itu diperlukannya ada sumber modal yang jelas dan kuat untuk melakukan serangkaian proses produksi. Dalam permodalan dip erlukannya cara pengelolaan

modal, dan diperlukannya sistem manajemen pembukuan agar sumber modal yang diperoleh dapat diketahui dengan jelas oleh pemilik usaha.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan kepala tim kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” ibu Widian Sulistiowati pada hari jum’at tanggal 29 November di gallery Rattan Handmade “RATATIA” di jalan Yos Sudarso No.149 pukul 10.08 WIB terkait dengan permodalan.

*“kalau sumber modal itu semua berasal dari ibu Tia sebagai pemilik dek, karena awalnya, rattan ini di dirikan sendiri oleh ibu tia dan dia juga yang mengatur semuanya dek, dan juga sebelum memulai usaha rotan, ibu tia juga sudah mempunyai pekerjaan di salah satu instansi negara, disini saya hanya mengelola dan melakukan pengawasan kepada karyawan rattan dan juga saya terlibat dalam pemesanan bahan bakunya dek.*

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” ibu Tia Juwita terkait dengan permodalan hari jum’at 29 november 2019 pukul 14.10 WIB.

#### 1. Sumber Modal

*“untuk memulai usaha rotan ini, modal awal yang saya gunakan berasal dari uang tabungan pribadi hasil dari pekerjaan saya dek, kenapa memilih untuk membuka usaha kerajinan rotan, karena pada waktu itu saya merasa produk anyaman rotan yang dijual dari tahun ke tahun bentuknya itu itu saja, lalu saya berinisiatif menjadikan anyaman rotan dibuat lebih kekinian dibantu tetangga saya sebagai pengrajinnya, dan ternyata respon dari masyarakat sangat baik dek,*

*kemudian hasil penjualan saya putar – putarkan untuk modal berikutnya, kemudian tiga tahun yang lalu saya mencoba membawa produk usaha saya untuk mengikuti kompetisi antar pelaku ekonomi kreatif seluruh Indonesia yang dibuat oleh pemerintah di bawah naungan BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif). Alhamdulillah meskipun tidak menjadi pemenang, produk saya terpilih untuk mendapat dana bantuan sebesar 70 juta, karena BEKRAF tidak memberi bantuan kepada pemenang saja, pelaku usaha lain bisa mendapat bantuan juga asalkan sesuai dengan syarat dan hasil verifikasi korator, tetapi bagi yang terpilih akan mendapat bantuan selama 3 tahun dan setelah itu tidak bisa mengikuti program itu lg, jadi setelah tidak menerima bantuan lagi, untuk proses produksi kami menggunakan uang dari perputaran hasil penjualan dek”*

## 2. Manajemen Pembukuan

*“manajemen pembukuan sudah pasti ada dek, setiap penjualan pasti ada catatannya, tapi pada awal memulai usaha saya masih menggunakan cara yang manual, kira-kira agak 8 bulanan barulah saya merekrut beberapa karyawan yang salah satunya bertugas di bagian keuangan, yang mencatat data penjualan dan juga sudah terkomputerisasi, jadi data-data penjualan tahun kemarin tidak akan hilang dek*

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” awalnya menggunakan modal sendiri lalu setelah itu pemilik usaha mengikuti kompetisi yang diadakan oleh pemerintah dan mendapat bantuan modal selama 3 tahun, namun setelah 3 tahun pemilik usaha tidak akan mendapat bantuan modal lagi, dan menggunakan

perputaran uang hasil penjualan, dari hasil penjualan produk tersebut sudah cukup untuk menutupi biaya operasional dan membayar gaji karyawan Rattan Handmade, adapun manajemen pembukuannya sudah dilakukan dengan baik untuk menentukan arah kedepannya usaha tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan ( Observasi ) yang dilakukan penulis pada usaha Rattan Handmade penulis menemukan bahwa dalam proses pengumpulan modal awalnya berasal milik pribadi dari pemilik usaha, lalu setelah mengikuti kompetisi antar pelaku usaha kreatif, pemilik usaha mendapat bantuan modal dari pemerintah, namun bantuan modal tersebut hanya bersifat sementara setelah 3 tahun bantuan tersebut dihentikan, dan juga modal tersebut dipercayakan kepada kepala tim ibu Widian Sulistiowati untuk membantu mengelola proses operasional usaha Rattan Handmade dan melaporkannya kepada pemilik usaha, juga mengawasi kegiatan para karyawan yang ada di gallery.

## **2. Aspek Produksi**

Produksi merupakan faktor penting dari kegiatan usaha oleh sebab itu produksi harus memperhatikan berbagai aspek diantaranya adalah desain produk, bahan baku, tenaga kerja, alat produksi, sehingga produk yang dibuat memiliki nilai dan daya saing ketika dipasarkan, dalam hal produksi pada usaha Rattan Handmade “RATATIA”, produk kerajinan rotan yang dibuat, dilakukan di belakang gallery dan dikerjakan oleh pengrajin yang sudah berpengalaman, namun disini pemilik usaha hanya memiliki satu pengrajin tetap, dan apabila suatu saat ada permintaan konsumen dalam jumlah yang banyak, pemilik usaha mengalami kendala dalam sumber daya manusia, dan pemilik pun harus meminta



bantuan kepada pengrajin yang ada di sekitaran gallery Rattan Handmade tersebut, itupun jikalau para pengrajin itu bisa ikut membantu.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan kepala tim ibu Widian Sulistiowati di gallery Rattan Handmade “RATATIA” pada hari jum’at tanggal 29 november di gallery Rattan Handmade “RATATIA” di jalan Yos Sudarso No.149 pukul 10.15 WIB terkait dengan produksi.

*“untuk proses produksi itu dilakukan di belakang gallery rattan handmade dek, disini kami hanya memiliki satu pekerja tetap yang sudah sangat berpengalaman, kendalanya sih memang ada pada sumber daya manusianya, apabila jika ada permintaan pasar yang banyak dan permintaannya berupa produk furniture, maka kami meminta bantuan kepada para pengrajin yang ada disekitar gallery rattan handmade, dan untuk bahan bakunya kami disini menggunakan 2 jenis bahan baku dek, satu rotan asli dan satunya dari bahan sintetis dan dianyam seperti rotan dek”.*

Selanjutnya wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Rattan Handmade “RATATIA” ibu Tia Juwita pada hari jum’at 29 november pukul 14.25 WIB terkait dengan produksi.

#### 1. Bahan Baku

*“menganai bahan bakunya ya dek, jadi gini awalnya saya memulai usaha kerajinan rotan ini menggunakan rotan asli, dan bahan baku rotan asli tersebut di datangkan ada yang dari riau sendiri dan ada juga yang dari luar riau dek, dulu cara mendapatkan nya yaitu mereka datang langsung membawa rotan itu ke jalan yos sudarso ini dengan truk, jadi siapa yang ingin membutuhkan bahan*

*baku bisa langsung dibeli karena kan di sepanjang ini jalan yos sudarso ini banyak sekali pengusaha kerajinan rotan, makanya mereka langsung membawa hasil panen rotan nya kesini dek, namun karena saat ini sudah mulai berkurang, bahan bakunya kebanyakan sekarang berasal dari Sumatra barat, jadi nanti pemasok yang dari Sumatra barat membawa rotannya ke bapak yang ada di sebelah gallery kami ini sebagai pengumpul rotannya, pengusaha yang lainnya pun sudah banyak yang bekerja sama dia, jadi saya dan pengusaha lainnya bisa langsung mengambil bahan bakunya ke bapak itu dek, dan juga saat ini kami juga sudah menggunakan bahan sintetis, karena pertama saya memperkenalkan produk anyaman dari bahan sintetis, ternyata respon dari konsumen sangat baik dek dan potensi untuk kedepannya juga menjanjikan karena bahan baku sintetis ini memiliki warna yang beragam di bandingkan rotan asli yang memiliki warna natural, bisa di beri cat gitu tapi hasilnya kurang maksimal dek, dan untuk bahan baku sintetis ini bahan bakunya kami pesan langsung dari pabrik yang ada di jawa barat dek, kalau dari riau ini, untuk bahan baku sintetisnya belum ada dek, jadi membutuhkan biaya yang lebih untuk membeli bahan sintetis karena adanya tambahan dana untuk proses pengiriman. jika mengalami kelangkaan bahan baku apalagi rotan asli, biasanya kami akan menaikkan sedikit harganya namun tidak terlalu signifikan untuk menutupi biaya membeli bahan baku tersebut dek”, kalau untuk bahan sintetisnya jarang sekali ada kelangkaan dek, kalau kelangkaan nya biasanya pada warna bahannya dek, misalnya untuk warna tosca jarang sekali ada bahannya dek.*

## 2. Desain Produk

*“untuk desain nya itu kami disini sudah memiliki banyak sekali desain produk anyaman dek dan produk yang kami produksi di buat lebih kekinian dan sangat cocok untuk kaum milenial seperti cermin yang di beri anyaman rotan, tas yang di buat dengan anyaman rotan dan sangat cocok untuk anak muda saat ini, ada juga shoes storage yaitu anyaman rotan berbentuk sepatu untuk tempat peralatan make up dan masih banyak lagi desain – desain yang unik bisa dilihat di akun media sosial kami dek seperti instagram dan facebook disitu banyak sekali produk hasil anyaman pengrajin rattan handmade dan tentu nya memiliki mutu dan kualitas yang baik dek”.*

## 3. Tenaga Kerja

*“untuk tenaga kerja atau pengrajinnya memang asli orang riau dek, namanya bapak rinal, kebetulan dia tetangga saya, sebelumnya dia membuka usaha sendiri dan sudah lama bekerja sebagai pengrajin dan beliau saya lihat memiliki keterampilan yang sangat baik dalam menganyam rotan, lalu setelah itu saya mencoba mengajak beliau untuk bekerja sama membangun rattan handmade sampai saat ini, dan sampai sekarang bapak rinal menjadi pekerja tetap disini dek, memang pekerja tetap kami disini hanya ada satu, jika ada permintaan konsumen tidak dalam jumlah yang banyak, bapak rinal masih bisa mengerjakannya, tapi jika permintaan konsumen banyak, maka kami meminta bantuan kepada para pengrajin yang ada di sekitar gallery rattan handmade, itupun jika mereka bisa dek, jika tidak proses produksi akan membutuhkan waktu yang lumayan lama dek”. Kami juga memiliki beberapa karyawan yang bekerja*



*di bagian desain grafis bernama annisa, di bagian keuangan ada mery yang mengatur segala keuangan yang ada di gallery rattan handmade, dan juga ada ajeng yang bertugas sebagai admin online yaitu yang mempromosikan produk rattan ke berbagai media sosial gitu dek”*

#### 4. Alat Produksi

*“untuk alat yang namanya kerajinan rotan, pasti dibuat manual dengan tangan kosong dek, dan setau saya belum ada juga sih alatnya, dan kami disini sudah memakai alat kompresor gunanya untuk mengecat produk anyaman karena kami disini memberi keleluasaan bagi konsumen untuk custom warna sesuai keinginannya, jadi kami menggunakan alat kompresor tersebut untuk mengecat anyaman, dan juga untuk membuat anyaman yang besar seperti lemari dan kursi, kami menggunakan alat stapless untuk menyambung rotannya dek”.*

Dari hasil pengamatan penulis bahwasanya dalam proses produksi, rattan handmade menggunakan 2 jenis bahan baku yaitu jenis bahan rotan asli dan bahan rotan sintetis, untuk bahan sintetis produknya bisa diberi berbagai macam warna yang menarik di bandingkan rotan asli yang hasilnya kurang maksimal jika diberi warna, terkait dengan desain produk, rattan handmade sudah memiliki berbagai macam desain yang unik dan menarik berbeda dengan pengusaha kerajinan rotan yang di sekitar jalan yos sudarso dan produk tersebut sangat cocok untuk kaum milenial saat ini, terkait dengan tenaga kerja, rattan handmade hanya memiliki satu pekerja tetap, jadi apabila ada permintaan konsumen dalam jumlah banyak yg banyak, pihak rattan meminta bantuan kepada pengrajin sekitar gallery, itu jika mereka bisa, jika tidak akan membutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses



produksi, mengenai alat produksi, rattan handmade sudah menggunakan alat seperti kompresor untuk proses pengecatan dan stapless untuk menyambung rotan apabila produk yang dibuat berukuran besar.

### 3. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting yang menjadi tolak ukur dalam menjalankan sebuah usaha dimana pemasaran ini faktor yang dapat menentukan laku atau tidaknya produk yang kita jual, terutama dalam hal penentuan harga jual produk, kita harus mampu menentukan harga yang bersaing dipasaran, melihat sasaran konsumen yang kita targetkan serta, bagaimana cara usaha tersebut dalam mempromosikan barang yang akan dijual. Berikut ini wawancara terkait dengan pemasaran yang dilakukan oleh Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan kepala tim ibu Widian Sulistiowati di gallery Rattan Handmade “RATATIA” pada hari jum’at tanggal 29 november di gallery Rattan Handmade “RATATIA” di jalan Yos Sudarso No.149 pukul 10.30 WIB terkait dengan pemasaran.

*“kalau dalam hal memasarkan produk kami membuka toko atau gallery, bukanya tiap hari dek, untuk saat ini kami belum membuka cabang di tempat jadi tetap disini aja dek, dan juga kami melakukan berbagai promosi di media sosial seperti instagram dan juga facebook, jadi ketika ada produk baru yang sudah selesai dibuat, kami langsung memposting nya di media sosial kita tersebut dan kami juga menerima pengiriman dari dalam dan luar daerah dek”.*

Selanjutnya wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Rattan Handmade “RATATIA” ibu Tia Juwita pada hari jum’at 29 november pukul 14.35 WIB terkait dengan pemasaran.

#### 1. Harga

*“kalau mengenai harga tentunya berdasarkan besar dan kecilnya produk dan juga dari tingkat kesulitannya dek, di gallery kami ini untuk produk yang termurah harganya 65 ribu untuk produk piring anyaman rotan dan harga yang paling tinggi 7,5 juta untuk produk set kursi tamu, dan untuk produk rotan asli harganya tidak terlalu berbeda dari rotan bahan sintetis dek, masalah kualitas kedua bahan tersebut, bahan sintetis lebih unggul dek, karena dari plastik dan dapat bertahan lama dari pada rotan asli yang lama kelamaan nanti bisa dimakan rayap dek”. Kami disini juga menggunakan sistem arisan untuk setiap produk yang ingin dibeli dek, jadi misalnya gini untuk produk set kursi tamu kami membuka kloter untuk beberapa orang gitu yang mau membeli produk itu dengan sistem arisan, disitu kami berdiskusi dalam jangka waktu berapa lama untuk undiannya dan jumlah uangnya berapa dalam sekali ikut arisan itu dek, jadi konsumen merasa tidak terbebani dengan harga yang cukup mahal dari produk kami ini dek”.*

#### 2. Promosi

*“dalam melakukan promosi kami disini menggunakan media sosial seperti instagram dan facebook gitu dek, trus selain itu kami memakai bantuan ini, kan sekarang lagi jamannya selebgram ya, jadi kami menggunakan selebgram juga*

*dalam mempromosikan produk kami ini dek, jadi kami bayar ke dia nanti dia datang kesini untuk foto dengan produk kami dan dia memposting di media sosialnya untuk mempromosikan produk kami, dan memakai selebgram itu banyak membantu juga dek”.*

### 3. Pameran

*“iya kita sering mengikuti pameran gitu dek, hampir setiap tahun kami mengikuti pameran baik yang dari dalam daerah sampai ke luar daerah seperti riau expo dan expo - expo yang ada diriau lah ya itu rata – rata hampir semuanya kami ikut, ada yang ikut pribadi dan ada juga ikut sama dinas, jadi mereka datang kesini minta barang kami dan barengan ikut mereka di acara expo gitu dek contohnya dinas perdagangan, dan dinas perindustrian, ke luar kota juga kami pernah juga ikut expo yang ada Surabaya dan yang paling jauh pernah mengikuti expo yang ada di bali dek”.*

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa rattan handmade cukup baik dalam hal memasarkan produknya, untuk harga tiap produknya memang cukup mahal, tapi pihak rattan handmade memiliki cara untuk menarik minat konsumen yaitu dengan cara sistem arisan, jadi untuk produk yang mahal bisa dibuat sistem arisan untuk memudahkan para konsumen dalam membeli produk yang mahal itu, dari segi promosi pihak rattan handmade menggunakan media sosial seperti instagram dan facebook, dan juga memakai jasa selebgram untuk mempromosikan produknya dan itu cukup ternyata cukup membantu, mengenai pameran pihak rattan handmade sering mengikuti pameran tiap

tahunnya dan juga pemerintah dalam hal ini berperan sangat baik dalam membantu mempromosikan produk rattan handmade.

Dari hasil observasi ( Pengamatan ) yang peneliti lakukan ketika berada di gallery rattan handmade saat melakukan wawancara yang peneliti bagi dalam 2 kali wawancara, yang pertama wawancara dilakukan kepada kepala tim selama kurang lebih 1 jam 30 menit pada hari jum'at 29 november pukul 10.00 WIB – 11.30 WIB, karena ketika itu pemilik usaha belum datang ke gallery rattan handmade dan wawancara kedua kami lakukan pada hari yang sama selama 2 jam lebih dari pukul 14.00 WIB – 16.15 WIB, dari kondisi toko ketika berada di gallery rattan handmade tampak di penuh berbagai macam produk anyaman rotan dengan beraneka ragam warna, dan peneliti melihat langsung pada saat itu cukup sering konsumen datang untuk membeli produk rattan handmade dan para konsumen yang datang kebanyakan keluarga yang ingin membeli furniture dan ada juga beberapa anak muda yang membeli produk seperti tas dari anyaman rotan dan sebagainya, selama proses wawancara peneliti menghitung ada sekitar 8 orang atau lebih yang datang untuk melihat produk hasil rattan handmade dan kemudian membelinya, ini menunjukkan bahwa gallery rattan selalu sering di kunjungi konsumen karena memang sudah banyak menarik minat konsumen dengan produk yang dibuat unik – unik dan lebih kekinian.

#### **4. Aspek Kewirausahaan**

Kewirausahaan merupakan suatu proses dalam melakukan atau menciptakan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan inovasi yang memberikan nilai tambah dan manfaat untuk diri sendiri dan bagi orang lain, kewirausahaan



juga berpengaruh dalam suatu usaha dikarenakan jiwa kewirausahaan harus selalu di latih untuk kemajuan setiap usaha yang dijalankan, oleh karena itu sebagai pengusaha harus dapat meningkatkan kreatifitas, aktif, memiliki kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang unik dan baru.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan kepala tim ibu Widian Sulistiowati di gallery Rattan Handmade “RATATIA” pada hari jum’at tanggal 29 november di gallery Rattan Handmade “RATATIA” di jalan Yos Sudarso No.149 pukul 10.45 WIB terkait dengan kewirausahaan

*“kita kalau ada pelatihan dari pemerintah selalu ikut sih dek, biasanya pelatihan bagian kantornya nya seperti pelatihan mengenai media sosial, tentang ekspor impor gitu dek, manfaat nya pasti ada dek, kita bisa kumpul antar sesama pelaku ekonomi kreatif dan juga bisa sharing – sharing dengan mereka.*

Selanjutnya wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Rattan Handmade “RATATIA” ibu Tia Juwita pada hari jum’at 29 november pukul 14.50 WIB terkait dengan kewirausahaan.

#### 1. Pelatihan

*“untuk pelatihan biasanya pemerintah yang mengadakannya dek, dan kami selalu ikut jika ada pelatihan yang di adakan pemerintah, tetapi jenis pelatihan yang di adakan hanya di tujukan bagian tertentu saja, seperti pelatihan mengenai media sosial, pelatihan mengenai keuangan dan juga pelatihan ekspor impor gitu dek manfaat dari pelatihan itu pasti ada dek,kita kan bisa kumpul antar sesame pelaku usaha umkm, jadi disitu bisa berbagi ilmu juga , untuk pelatihan bagi para pengrajin untuk saat nggak ada sih dek, yang ada kami*

*membuat pelatihan gitu dek, misalnya ada organisasi atau sekolah datang kesini untuk belajar cara menganyam rotan, kami memberi pelatihan gitu kepada mereka dek melalui pengrajin kami yang ada disini”.*

## 2. Studi Banding

*“mengenai studi banding itu untuk secara langsung sih belum ada sih ya dek, tapi untuk secara tidak langsung iya, kayak bulan lalu itu kita pergi mengikuti expo yang ada di Jakarta, jadi kita sekaligus studi banding disana dan bisa melihat desain-desain anyaman rotan yang ada dari daerah lain itu seperti apa dan produk yang banyak diminati disana itu apa saja gitu dek”.*

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan – pelatihan yang diadakan oleh pemerintah hanya di tujukan ke bagian tertentu saja seperti pelatihan untuk karyawan di bidang keuangan, ekspor impor dan lainnya, dan untuk pelatihan kepada para pengrajin, pihak pemerintah belum ada mengadakannya, namun hal itu tidak terlalu masalah bagi pihak rattan handmade karena pengrajin yang bekerja disana sudah memiliki pengalaman yang sangat banyak terhadap kerajinan rotan itu dan untuk segi kreativitas dan inovasinya pihak rattan memiliki karyawan yang bekerja di bagian desain grafis, dari situlah muncul ide – ide produk seperti apa yang akan di buat lalu setelah itu di tunjukkan kepada pengrajin dan di konsultasikan apakah bisa membuat produk yang di tunjukkan tersebut.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis sudah lakukan mengenai Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai (Studi kasus pada Rattan Handmade “RATATIA”) bahwasanya usaha rattan handmade ini sudah cukup berkembang, dan penulis membuat beberapa penjabaran sebagai berikut:

##### 1. Permodalan

Mengenai permodalan pemilik usaha awalnya menggunakan modal pribadi, lalu 3 tahun terakhir mendapat bantuan modal dari pemerintah setelah mengikuti kompetisi antar sesama pelaku ekonomi kreatif, namun itu hanya bersifat sementara saja, setelah tiga tahun pemilik usaha tidak akan mendapat bantuan lagi, lalu untuk biaya permodalan pemilik usaha menggunakan perputaran uang hasil penjualan produk, dan itu cukup untuk membayar gaji karyawan dan pengrajin.

##### 2. Produksi

Dari segi produksi rattan handmade menggunakan 2 jenis bahan baku, yaitu bahan baku rotan asli dan bahan baku sintetis, untuk bahan sintetis, bahan bakunya belum ada di riau dan harus memesan di pabrik yang ada di jawa barat, jika mengalami kelangkaan bahan baku apalagi rotan maka untuk harga nya akan di naikkan tetap tidak terlalu signifikan, untuk desain produknya, rattan handmade

sudah memiliki berbagai macam desain anyaman yang unik – unik yang lebih modern dan kekinian, dan memiliki beragam warna yang bagus karena untuk bahan sintetis bisa di beri warna yang bermacam – macam, mengenai tenaga kerja pemilik usaha hanya memiliki satu pekerja tetap, jika ada permintaan yang banyak dari konsumen maka pemilik usaha harus meminta bantuan kepada pengrajin lain yang ada sekitar gallery rattan handmade, dan untuk alat produksinya, rattan handmade sudah menggunakan alat seperti kompresor untuk mengecat anyaman rotan dan untuk menyambung – nyambung rotan dalam pembuatan produk yang besar seperti lemari dan meja itu menggunakan alat stapless.

### **3. Pemasaran.**

Mengenai pemasaran pihak rattan handmade sudah melakukannya dengan cukup baik, karena sudah memanfaatkan media sosial yang sedang tren saat ini yaitu instagram dan facebook, dan juga sudah menggunakan jasa selebram dalam mempromosikan produknya dan sangat membantu dalam penjualan produk rattan handmade, mengenai harga memang terbilang cukup mahal, namun pihak rattan handmade memberikan penawaran kepada para konsumennya yaitu menggunakan sistem arisan bagi mereka yang ingin produk yang cukup mahal tersebut, dan juga rattan handmade sudah sering mengikuti beberapa pameran, baik yang ikut secara pribadi maupun yang dibawa oleh pemerintah, dari kegiatan pameran yang diikuti tersebut, produk rattan handmade dikenal banyak orang dan menjadi faktor meningkatnya penjualan pada gallery Rattan Handmade “RATATIA”.



#### 4. Kewirausahaan.

Pelatihan – pelatihan yang diadakan oleh pihak terkait ternyata cukup berdampak terhadap SDM yang ada di rattan handmade, namun pelatihan yang diadakan hanya mencakup untuk karyawan saja, dan pelatihan yang diadakan untuk para pengrajin sampai saat ini belum ada di lakukan, padahal itu diperlukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan pengrajin dalam mengelola bahan baku rotan tersebut.

##### B. Saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di gallery Rattan Handmade “RATATIA” di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut :

1. Sebaiknya pemilik usaha menambah jumlah tenaga kerja pengrajin, jadi jika sewaktu – waktu ada permintaan yang banyak dari konsumen, pemilik usaha tidak perlu lagi untuk meminta bantuan kepada pengrajin yang lain, dan jika pengrajin yang satu sakit atau berhalangan tidak bisa kerja, tentunya tidak akan mengganggu proses produksi karena ada tenaga kerja pengrajin yang lain.
2. Sebaiknya pemilik usaha mulai memikirkan membuka cabang usaha rattan handmade ini di tempat lain, gunanya yaitu agar bisa mendapatkan laba yang lebih baik karena produk rattan handmade sangat mudah diterima konsumen karena desainnya unik – unik, lebih modern dan lebih kekinian.

3. Sebaiknya pihak pemerintah dalam hal ini dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau mengadakan pelatihan kepada pengrajin guna menambah wawasan kepada pengrajin tersebut terkait pembuatan anyaman rotan itu sendiri.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

3.	<p>Untuk proses pemasaran, bagaimana cara usaha kerajinan rotan Rattan Handmade “RATATIA” dalam memasarkan produknya?</p>	<p><i>kalau dalam hal memasarkan produk kami membuka toko atau gallery, bukanya tiap hari dek, untuk saat ini kami belum membuka cabang di tempat jadi tetap disini aja dek, dan juga kami melakukan berbagai promosi di media sosial seperti instagram dan juga facebook, jadi ketika ada produk baru yang sudah selesai dibuat, kami langsung memposting nya di media sosial kita tersebut dan kami juga menerima pengiriman dari dalam dan luar daerah dek. (Ibu Tia Juwita pada hari jum’at 29 November 2019 jam 10.30 WIB)</i></p>
4.	<p>Apakah usaha rotan Rattan Handmade “RATATIA” pernah mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait?</p>	<p><i>kita kalau ada pelatihan dari pemerintah selalu ikut sih dek, biasanya pelatihan bagian kantornya nya seperti pelatihan mengenai media sosial, tentang ekspor impor gitu dek, manfaat nya pasti ada dek, kita bisa kumpul antar sesama pelaku ekonomi kreatif dan juga bisa sharing – sharing dengan mereka. (Ibu Tia Juwita pada hari jum’at 29 November 2019 jam 10.45 WIB)</i></p>

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ali, Faried. 2015. *Teori dan Konsep Administrasi, Dari Pemikiran Paradigmatik Menuju Redefinisi*. Rajawali Press, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Alma, Buchari. 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Anoraga, Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*, PT. Rineka Cipta.
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta, Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Varian Kontemporer*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Alfabeta, Bandung
- Hamim, Sufian. 2005. *Administrasi, Organisasi dan Manajemen*. UIR Press, Pekanbaru.
- Indrawan, Rully & Poppy Yuniawati. 2014. *Metodologi Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. Bandung : PT Refika Aditama
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran (Alih bahasa : Hendra Teguh, Se, Ak)* Jilid 1 dan 2. Jakarta, Edisi Sembilan.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Erlangga, Jakarta.



- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktek riset media, public relation, advestising, komunikasi organization, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Siagian, Sondang P. 2003. *Filsafat Administrasi*. Jakarta, Erlangga.
- Siahaan, Bisuk. 2000. *Indutrialisasi Di Indonesia “Sejak Hutang Kehormatan Sampai Banting Stir”*. Bandung : ITB
- Silalahi, Ulbert. 2005. *Studi Tentang Ilmu Administrasi, Konsep, Teori dan Dimensi*. Sinar Baru Algensindo, Bandung.
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metode penelitian Bisnis, Cetak Kesembilan*. CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung, ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi (MIXED METHODS)*. Bandung, ALFABETA.
- Sule E, Saefullah K. 2005. *Pengantar Manajemen*. Penerbit Prenada Media, Jakarta
- Sutarno Ir. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media
- Swasta, Basu, 2000. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta, Liberty
- Tjiptono F, Chandra G, Adriana D. 2008. *Pemasaran Strategik*, Penerbit Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta, CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, CV Andi Offset

Wahjono, Sentot Imam. 2009. *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu, Yogyakarta

Zulkifli, dkk.2013. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Fisipol Uir

**Sumber Website :**

Digilib.unila.ac.id.

Hedisasrawan, 2012, kebutuhan dan kelangkaan sumber daya, <http://hedisasrawan.blogspot.co.id/2012/09/kebutuhan-dan-kelangkaan-sumber-daya.html?m=1>.

Iib,unnes.ac.id/5841/1/7571.pdf.

Masiyah Kholmi, 2003. Analisis potensi industry kecil : studi kasus di Kabupaten Malang,. (On line) <http://dra.masiyahkholmi.blogspot.com/2003/potensi-industri-kecil%3A-studi-kasus-di-kabupaten-malang-dra.masiyah.kholmi.html>.

Pipsapatlas, 2015, perkembangan sektor industri <http://pipsapatlas.blogspot.co.id/2015/09/perkembangan-sektor-industri-dan.html?m=1>.