



STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PENGUSAHA KERAJINAN PERAK DI DESA UNGGA KECAMATAN PRAYA BARAT DAYA KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Baiq Nurhasanah
Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 20 Agustus 2023
Perbaikan 1 Sept 2023
Disetujui 3 Sept 2023

Kata kunci:

Produk, volume penjualan,
perak

ABSTRAK

Penelitian ini terkait dengan kegiatan strategi pengembangan produk pengusaha kerajinan perak dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini dilakukan dipengusaha kerajinan perak di desa ungga Kecamatan Praya Barat Kabupate Lombok Tengah. Adapun focus penelitian ini adalah bagaimana strategi pembangan usaha perak dan kendala yang di hadapi dalam meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Beberapa karya tulis, buku-buku, observasi dan penelitian yang dilakukan oleh penelitian. Sedangkan pada teknik wawancara peneliti menggunakan wawancara simetresrstruktur atau wawancara bebas yang dimana penelitian bebas menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yaitu dengan cara tatap muka dan Tanya jawab secara langsung dengan pihak informan atau subyek untuk memperoleh data.

Dari hasil penelitian ini bahwa dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan lebih cenderung mengutamakan dari sisi produk yakni dengan menerapkan diversifikasi konsentrasi yaitu produk-produk baru yang di perkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Dan untuk mengatasi penurunan volume penjualan yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen atau pelanggan, serta aktif dalam media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual.

© 2023 BEGIBUNG

**Surat elektronik penulis: angzuhdi123@gmail.com*

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini menyebabkan batas-batas antar Negara sudah tidak ada lagi, efeknya persaingan semakin kompetitif, baik secara nasional maupun internasional. Pihak pesaing akan selalu berusaha dengan sekuat tenaga untuk memenuhi keinginan konsumen. Mereka berusaha agar produknya lebih unggul

dari produk pesaing. Salah satu cara untuk menghadapi hal-hal tersebut diatas adalah dengan pengembangan produk yaitu melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang telah ada.

Pengembangan produk perlu dilakukan

oleh setiap pengusaha karena untuk mempertahankan kelangsungan hidup pengusaha itu sendiri dan dengan pengembangan dari produk dapat meningkatkan hasil penjualan apabila produk yang dikembangkan dapat diterima dan sesuai dengan selera konsumen.

Pengusaha kerajinan perak di Desa Ungga merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang produksi yang sangat berkembang di Desa Ungga. Manajemennya selalu mengembangkan produk melalui menambah jenis produk yang akan dibuat dan memperbaiki kualitas dari produk yang dihasilkan untuk menarik perhatian para konsumen serta menyaingi produk lain.

Dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan di Desa Ungga, peneliti dapat melihat bahwa pengembangan produk Perak yang dilakukan oleh para pengusaha di Desa Ungga dilakukan dengan merubah model produksi perak menjadi model yang lagi trend saat ini sehingga akan menarik hati konsumen untuk membeli Perak tersebut.

Di Desa Ungga usaha perak sudah mengalami perkembangan. Beragam jenis perak banyak di produksi. Diantaranya, Cincin, bros, gelang, kalung dan sebagainya.

Meskipun demikian permasalahan yang kerap terjadi di Desa Ungga menurunnya minat konsumen dalam membeli perhiasan Perak sehingga penjualan usaha Perak ikut menurun. Karena itu penelitian ini berkaitan tentang “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pengusaha kerajinan perak di Desa Ungga”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. yaitu penelitian yang memiliki sifat atau karakteristik bahwa data

yang diperoleh dinyatakan dalam keadaan yang sewajarnya sebagai mana adanya.

Dalam hal ini peneliti mengkaji secara mendalam tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Pengusaha kerajinan perak di Desa Ungga sehingga dapat membuat hubungan antara peneliti dalam mengumpulkan dan memperoleh data dari pengusaha kerajinan perak tersebut.

Untuk memperoleh dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data, di sini peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur. Sedangkan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data tertulis, dokumen catatan penting, dan gambaran tentang kegiatan transaksi jual beli antara penjual perak dan pembeli.

Adapun analisis data yang digunakan peneliti adalah model Milles dan Huberman yang mencakup kegiatan Redukdi Data dan Display Data.

Terakhir dilakukan pengecekan keabsahan data yang meliputi Triangulasi, Kecukupan refrensi dan Penilaian teman sejawat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan para responden bahwa strategi utamanya adalah melengkapi varian-varian model produk perak, bersikap ramah dan mudah mengakrabkan diri dengan semua pembeli atau konsumen, memberikan informasi kepada pembeli terkait produk-produk yang dijual serta selalu berinovasi dan mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan sehingga dapat menambah tingkat penjualan usaha perak yang ada di desa Ungga Kecamatan Praya Barat Daya Kabupaten Lombok Tengah.

Dalam setiap usaha yang dijalankan akan mengandung unsur resiko. Oleh karena itu sebagian besar pengusaha kerajinan perak di desa Ungga mengupayakan sebaik mungkin tata pengelolaan dalam melakukan pengembangan produk melalui diversifikasi produk. Dimana para pengrajin perak hanya akan mendiversifikasi produk yang hanya bila peluang produk sudah rendah dan penerapan prinsip kehati-hatian sama halnya dengan mempunyai pemahaman yang baik dalam bidang yang akan di diversifikasi.

Dalam suatu usaha transaksi penjualan belum tentu selalu ramai dan tidak tentu selalu sepi terdapat faktor yang mempengaruhi penjualan. Usaha kerajinan perak di desa Ungga memiliki potensi untuk digali dan dikembangkan. Tidak hanya akan menggerakkan roda ekonomi Lombok, tetapi juga berpotensi menyerap tenaga kerja yang ada di desa Ungga. Akan tetapi usaha yang masuk dalam industri kreatif yang harus dikembangkan, para responden seperti kata Bapak Zulkarnaen mengemukakan masih ada beberapa kendala yang dihadapi usaha kerajinan perak di desa Ungga untuk berkembang, yakni masih belum adanya sertifikasi, teknologi produksi belum memadai, dan kurangnya SDM yang handal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan sudah dilakukan dengan sebaik mungkin oleh Pemilik usaha kerajinan perak di desa Ungga. Strategi yang diterapkan adalah strategi produk dimana perusahaan lebih cenderung mengutamakan dari sisi produk.

Yakni dengan menerapkan Diversifikasi Konsentris.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rasyid, *Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey Pada Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo Yogyakarta)*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.
- Anang Firmansyah, pemasaran produk dan merek (Planning & Strategy), Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Atikah, "Manajemen Pemasaran Industri Haman Wadi Silver Terhadap Peningkatan Penjualan Perak Di Lombok Tengah", (Skripsi, UIN Mataram, 2019)
- BuchariAlma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. CV. 2013.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan ke dua belas, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Charles W. Lamb, Josep F Hair Dan Carl Mc Daniel, *Pemasaran*, Diterjemahkan Oleh David Octarevia, Dari Judul Asli *Maeketing* Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- H. Akhmad Samhudi. "Strategi Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan Telur Ras pada CV. Do'a Ibu Banjarbaru", *Jurnal Harati*, Vol.07, No. 13, Januari-Juni 2016, hlm. 46
- Hayatun Isqo. *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek Pada Matahari Departemen Store Lembuswana Di Samarinda*. samarinda: Universitas Mulawarman. 2016.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta:

Erlangga. 2011.

Jakarta:Erlangga,1999.

Jaelani, Pengusaha Kerajinan Perak, Wawancara, Ungga 29 Agustus 2021

Joseph P. Guiltinan Dan Gordon W. Paul, Manajemen Pemasaran Strategi Dan Program.

Kisdawati. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Indihome Pada Pt. Tlekomunikasi Indonesia Site Operasional Panakukang Makassar. 2017.

Kotler, Philip diterjemahkan oleh A.B Susanto.Manajemen Pemasaran Indonesia Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Lexy. J. Melong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996

Mohammad Ato'illah, "Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk", Jurnal WIGA Vol. 5 No. 1, 2015

Nadia,wawancara, Pengusaha Kerajinan Perak, Ungga 31 Agustus 2021.

Nurhadi, Wawancara, Queen Silver Desa Ungga 30 Agustus 2021

Pakpahan, Efendi. Volume Penjualan, Jakarta:PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009.

Raihatin Fitriana" Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sistem Pemasaran Produk Songket dalam Meningkatkan Penjualan Oleh Pengusaha Stidu Kasus di Artshop "Dennis" di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat Lombok Tengah",Skripsi IAIN, Mataram.

Philip Kotler, Marketing , Diterjemahkan Oleh Herujati Purwoto, Dari Judul Asli Marketing Esentials, jilid 1

Rangkuti Freddy.. Strategi Promosi Yang Kreatif,edisi pertama, cet. 1th, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2009

Refaldi, Bagus. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Kedai Ayam Geprek Abang Ireng Di Dramaga Bogor. 2018.

Samsul Hadi, Wawancara, pemilik Dhimas Silver, desa Ungga, 29 Agustus 2021

Sudaryono. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.ANDI:Yogyakarta. 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Sunyoto Danang.. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). CAP 2014

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.

Zulkarnaen, pemilik Ademi Silver, desa Ungga, 30 Agustus 2021