

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan uraian dan analisis pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian. Sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi sebagaimana yang telah dideskripsikan pada analisis data kualitatif. Berikut pembahasan hasil temuan yang dicocokkan dengan teori-teori yang dikemukakan peneliti:

A. Pembahasan diversifikasi produk pada kerajinan bambu indah di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek

Diversifikasi produk yang diterapkan UD Bambu Indah yaitu dengan selalu berinovasi pada produk dengan memperbanyak variasi produk kerajinan bambu. Penganekaragaman yang dilakukan UD Bambu Indah dengan menginovasikan produknya yang lebih menarik dibanding produk pesaing. Hal ini diharapkan pelanggan tetap setia dan tidak kecewa dengan produk yang ditawarkan. Yang awalnya hanya capil saja sekarang sudah berkembang menjadi berbagai jenis kerajinan bambu dengan manfaat dan kegunaan yang berbeda-beda.

Hal ini selaras dengan teori yang diungkapkan oleh Fandy Tjiptono, strategi yang dilakukan di UD Bambu Indah termasuk dalam diversifikasi konsentris yaitu strategi penambahan produk baru yang masih ada kaitannya

dalam hal kesamaan teknologi, fasilitas bersama atau jaringan pemasaran yang sama dengan produk yang ada saat ini.⁹³

Selain penganekaragaman produk UD Bambu Indah juga menjaga kualitas dengan cara pemilihan bambu yang bagus, saat pembuatan anyaman bambu, selain itu iratan juga harus kering untuk menghindari iratan berjamur.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyo Astik bahwasanya dalam penelitiannya dijelaskan bahwa menjaga kualitas sangat penting karena untuk memastikan produk yang dibuat baik dan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang membelinya.

B. Pembahasan Hambatan dalam Diversifikasi Produk Kerajinan Bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek

Dalam menjalankan diversifikasi produk kerajinan tidaklah mudah untuk mencapai keberhasilan suatu bisnis, pasti terdapat hambatan yang terjadi yang dapat memberikan pengaruh negatif kegiatan pengembangan produknya.

1. Kurangnya kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia

Suatau pandangan umum bahwa upaya dalam pengembangan sumber daya manusia dimaksimalkan guna meningkatkan keterampilan serta kemampuan manusia pada saat melakukan berbagai kegiatan atau pekerjaan tertentu dengan organisasi atau perusahaan. Pendekatan pengembangan pada sumber daya manusia yang menitikberatkan pada

⁹³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 1997), hlm. 132

substansi meningkatkan keterampilan dan kemampuan pelaksanaan pekerjaan tertentu sudah tidak relevan lagi.⁹⁴

UD Bambu Indah memiliki hambatan dalam pengembangan produk kerajinan tangan berbahan bambu yaitu pada kualitas dan kuantitas sumber daya manusia sebagai pelaku dalam pengembangan produk. Jika seseorang memiliki SDM yang memadai pasti seseorang tersebut mampu diajak berfikir bagaimana mencari ide dan bagaimana selalu melakukan inovasi-inovasi dengan memanfaatkan keterampilan dan kemampuan yang mereka miliki agar produk yang dihasilkan selalu mengalami peningkatan kearah yang lebih baik dan produk yang modern dan para konsumen selalu tertarik untuk melakukan pemesanan. Sebab jika SDM kurang memadai kita bisa hanya menjagakan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek, jadi jika memiliki keterampilan walaupun sedikit selalu tetap dikembangkan agar dapat berguna bagi diri sendiri dan orang lain.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Ari Budiono bahwa dari berbagai isu strategis terdapat salah satu yang menarik yaitu mengenai ketersediaan SDM yang profesional. SDM adalah faktor produksi utama dalam pengembangan produk tanpa adanya SDM yang berdaya saing sangat sulit untuk pengrajin guna untuk mengembangkan

⁹⁴ Purwanto, "Arti dan Peranan Sumber daya manusia", *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Vol. 2, No. 2, 2005, hlm. 138

produknya. Selain itu disisi lain bahwa sumber daya insani juga belum memadai dalam kualitas dan kuantitas.⁹⁵

Iklm atau cuaca menjadi suatu ancaman bagi UD Bambu Indah apalagi saat ini sudah masuk musim penghujan, karena bambu yang digunakan keringnya lama dan akhirnya membuat proses produksi juga harus ditunda karena proses pengeringan bambu dibutuhkan waktu 2 hari.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muizullail dan Zakaria A. Jalil bahwa iklim atau cuaca sangat menghambat suatu proses pembuatan rotan digampong lamgaboh Kecamatan Lhoknga, karena apabila cuaca hujan ini mengakibatkan produksi totan akan terganggu dan hasil yang dipasarkan kualitas rotan kurang bagus serta kurang sesuai dengan yang diharapkan.⁹⁶

Percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi merupakan sistem yang diciptakan oleh manusia untuk sesuatu tujuan yang tertentu, yang intinya dapat mempermudah manusia dalam memberikan keringanan setiap usahanya, meningkatkan hasilnya dan menghemat tenaga serta sumber daya yang ada. Teknologi ini pada hakikatnya adalah bebas nilai, namun pada penggunaannya akan sarat dengan aturan nilai dan etika.⁹⁷

⁹⁵ Agi Syarif Hidayat dan Editya Nurnadin, "Strategi Pengembangan SDM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Pada Tahun 2016", 2005, hlm.195

⁹⁶ Maizullaili dan Zakaria A. Jalili, "Peran Perempuan Pengrajin Rotan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Digampong Lamgaboh Lhoknga", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* Vol.3 No.2, hlm. 134

⁹⁷ Muchammad Suradji, "Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunitas di Bidang Kesiswaan, Kepegawaian dan Keuangan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik", *Jurnal Studi Pendidikan Islam* Vol.1 No.2, 2018, hlm. 132

percepatan teknologi informasi dan komunikasi belum membuat UD Bambu Indah melakukannya. Hal tersebut dikarenakan pemilik UD Bambu Indah juga ikut serta sebagai karyawan dalam melakukan proses pembuatan kerajinan yang dipesan oleh para konsumen. Jadi tidak setiap saat pemilik memegang *handphone*, tetapi jika orang lain ada yang ingin membagikan kerajinan tersebut di media sosial sangat diperbolehkan

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Eko Suprayitno bahwa pengusaha berperan mengatur dan mengkombinasikan faktor-faktor produksi dalam rangka meningkatkan kegunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien. Tugas pengelola adalah memimpin usaha-usaha yang bersangkutan, mengatur organisasinya dan menaikkan mutu tenaga manusia untuk mempergunakan unsur-unsur alam dengan sebaik-baiknya.⁹⁸

Lembaga pembiayaan yang mendukung pengusaha yaitu dibentuk sebagai wujud dukungan pemerintah kepada para pengusaha. Dana dana merupakan salah satu dari program prioritas Bekraf terkait permodalan bagi para pengusaha. pada pelaksanaannya dukungan pembiayaan untuk pengusaha menggandeng pada akses permodalan baik dari sisi perbankan maupun non perbankan.⁹⁹

Masalah permodalan pemilik melakukan modal sendiri. Modal yang dimiliki tidak begitu besar untuk melakukan pengembangan yang

⁹⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Perspektif*, (Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Press, 2008), hlm. 163

⁹⁹ Adi Cahyadi Setyawan, "Analisis Pembiayaan pada Ekonomi Kreatif", *Jurnal HUMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, Vol.2 No.2, 2019, hlm. 18

signifikan terhadap usahanya. Perusahaan dengan modal sendiri membuat hasil produksi UD Bambu Indah menjadi terbatas. Sebenarnya dari pihak bank atau koperasi telah menawarkan sejumlah dana, namun pihan UD Bambu Indah kesulitan untuk mendapatkannya karena berbelitnya prosedur pendapatan kredit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi, serta keterbatasan untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkannya.

Amri Kumara dalam penelitiannya menjelaskan, faktor modal sangat penting bagi perkembangan bisnis dengan skala makro. Pada umumnya pedagang skala mikro merupakan usaha perseorangan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas. Di luar modal sendiri, mereka biasanya juga mengandalkan pinjam keluarga dekat atau tetangga untuk memenuhi kebutuhan modalnya, dengan ini pengembangan produk tidak dapat tercipta dengan maksimal.¹⁰⁰

Covid-19 berdampak pada kebijakan pemerintah yang mewajibkan setiap orang untuk melakukan jaga jarak, memakai masker dan selalu mencuci tangan. Selain itu pemerintah juga mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar sehingga pemeberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Pembatasan tersebut secara tidak langsung berimbas pada kelangsungan dunia usaha. Penerapan PSBB menghambat alur distribusi sehingga menurunkan kemampuan produksi.

¹⁰⁰ Amri Kumara, "*Tiga Faktor Penghambat Pengembangan Bisnis pada Pedagangan Muslim di Pasar Ikan Hias Gunungsari Surabaya*", Jestt (Vol.2 No.4, Surabaya, 2015), hlm. 318

Seperti halnya industri kerajinan bambu yang berada di Wonoanti juga mendapat imbas dari adanya pandemic Covid-19 dan juga dengan diberlakukannya kebijakan pembatasan sosial berskala besar membuat pembatasan kegiatan masyarakat. Itu semua berdampak pada produksi dan pendistribusian produk ketangan konsumen. Produksi terhambat karna minimnya ketersediaan dan harga bahan baku yang mengalami kenaikan selain itu pendistribusian ke tangan konsumen juga terhambat dikarenakan adanya pembatasan sosial berskala besar.

A. Khoirul Anam dalam penelitiannya bahwasanya adanya covid-19 ini produksi mengalami penurunan yang sangat signifikan, terutama pada bulan April dan Mei, hal ini dikarenakan adanya pandemic Covid-19 yang berimbas pada penjualan yang dilakukan oleh UMKM mitra. Pandemic sangat berdampak pada UMKM dan menjadikan penurunan produksi sekitar 30%.

C. Pembahasan Dampak Diversifikasi Produk pada Kerajinan Tangan Berbahan Bambu dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek

Diversifikasi produk merupakan strategi yang telah dipilih dan diterapkan oleh UD Bambu Indah. Karena diversifikasi produk menjadi sebuah aspek penting untuk melakukan sebuah perubahan pada perusahaan agar lebih berkembang lagi dengan produk-produk yang khususnya pada produk kerajinan. Hal ini sesuai dengan pandangan yang telah diungkapkan oleh Fandy Tjiptono, bahwasanya dengan persaingan yang begitu ketat, dimana

semakin banyak seorang produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan sebuah keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan sebuah orientasi atau pengenalan pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Strategi Diversifikasi yang diterapkan pada UD Bambu Indah yaitu dengan memperbanyak keanekaragaman produk kerajinan tangan dari bambu, hal ini berdampak positif terhadap volume penjualan dengan banyaknya penganekaragam membuat UD bambu Indah mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dan juga banyak konsumen yang menjatukannya pilihnya di tempat tersebut karena banyaknya pilihan sehingga apapun yang dibutuhkan konsumen terpenuhi. Hal tersebut juga merupakan salah satu strategi yang dilakukan UD Bambu Indah dalam menghadapi persaingan pasar.

Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian Shofwan Khamidi¹⁰¹ disitu dijelaskan bahwa dengan diversifikasi produk perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dan omzet penjualan, disamping itu juga dapat menghadapi persaingan pasar karena meningkatnya daya saing. Agar produksinya tidak tersisih dipasar serta kondisi penjualan yang diharapkan dapat tercapai maka perusahaan harus memperbaiki produksinya untuk menyesuaikan dengan selera konsumen.

Seperti halnya menurut Carvens bahwasanya keberhasilan diversifikasi produk dapat dijadikan salah satu alternatif bagi perusahaan untuk dapat

¹⁰¹ Shofwan Khmidi, Achma Fauzi, Imam Suyadi, *Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada perusahaan konveksi "faiza Bordir" Bangil)*, (Malang: Universitas Brawijaya Malang,)

meningkatkan penjualannya, dan memperluas jangkauan pasar serta penting bagi perusahaan melakukan diversifikasi.¹⁰²

Hal tersebut selaras dengan yang ditulis oleh Swastha dan Irawan yaitu penjualan dilakukan dari suatu usaha untuk memikat perhatian para konsumen kemudian diusahakan untuk mengetahui daya beli mereka semakin membaik. Banyak hal positif perusahaan yang ingin dicapai perusahaan dengan melakukan penjualan yaitu untuk mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu dan menjunjung pertumbuhan perusahaan.¹⁰³

¹⁰² Cravens, David W, *Pemasaran Strategis*, Ahli Bahasa. Lina Salim. Edisi Keempat, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 40.

¹⁰³ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan ke dua belas, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), hlm. 404.