

PENINGKATAN NILAI JUAL KURSI KAYU DAN VARIASI DRUM DI KARANG TARUNA

Hadita^{1*}, Rycha Kuwara Sari², Ari Sulistyowati³

Universitas Bhayangkara Jakarta

*E-mail korespondensi : hadita.universitas@gmail.com

Informasi Artikel

Draft awal: 2 November 2018
Revisi: 15 Januari 2019
Diterima : 15 Februari 2019
Online: 25 Februari 2019

Keywords: *selling point, business capital, production process, product marketing*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

ABSTRACT

This study aims to test and determine the increasing value of wooden chair seats and drum variations based on business capital, production process, and product marketing. The subject of this study is the RW community, 18 Harapan Jaya Sub-district - North Bekasi. The results of this study are the lack of capital so that small businesses Karang Taruna is less able to compete in the market so that access in marketing is hampered and Marketing System is only limited from word to mouth and relying on social media from some members of youth caustic so minimal prospects. From some of these things have an effect on the selling value of the products of youth cadets that are far from the desired expectations.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menentukan peningkatan nilai kursi kayu dan variasi drum berdasarkan modal bisnis, proses produksi dan pemasaran produk. Subjek penelitian ini adalah masyarakat RW, 18 Kecamatan Harapan Jaya - Bekasi Utara. Hasil dari penelitian ini adalah kurangnya modal sehingga usaha kecil Karang Taruna kurang mampu bersaing di pasar sehingga akses dalam pemasaran terhambat dan Sistem Pemasaran hanya terbatas dari mulut ke mulut dan mengandalkan media sosial dari beberapa anggota prospek muda sangat minim. Dari beberapa hal tersebut berdampak pada nilai jual produk taruna muda yang jauh dari harapan yang diinginkan.

Pedoman Sitasi : Hadita, Rycha Kuwara Sari, & Ari Sulistyowati (2019). PENINGKATAN NILAI JUAL KURSI KAYU DAN VARIASI DRUM DI KARANG TARUNA. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4 (1), 91 - 100

Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>

1. Pendahuluan

Pengembangan dan pertumbuhan UKM menjadi salah satu industri menjanjikan tetapi sulit berkembang untuk pembangunan ekonomi di banyak negara di dunia. Karena mencari lapangan pekerjaan dijamin sekarang ini tidak mudah. Usaha Kecil dan Menengah atau yang dikenal dengan singkatan UKM belakangan ini sangat diminati oleh masyarakat. Alhasil sekarang ini sudah banyak kita lihat banyak UKM-UKM merajalela. Disamping itu dengan berdirinya UKM-UKM tersebut, dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran yang terus meningkat.

Dalam hal ini pemerintah perlu menjalin kerjasama dengan organisasi kepemudaan di Indonesia untuk mengatasi permasalahan tersebut. Salah satunya ialah karang taruna. Dimana didalamnya terdapat pemuda-pemuda yang memiliki visi dan misi yang sama. Mereka berkumpul atas kesadaran dan keinginan mereka masing-masing. Organisasi tersebut dapat terbentuk karena ada keinginan-keinginan para pemuda untuk memajukan kreativitas mereka melalui organisasi yang disebut karang taruna.

Disebut sebagai kelompok sosial, karang taruna selain menjadi wadah untuk menyalurkan kreativitas-kreativitas pemuda, organisasi tersebut juga sebagai wadah untuk mengembangkan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang berada di daerah itu sendiri. Bahkan sekarang kegiatan mereka semakin beragam, salah satunya mereka dapat menghasilkan produk dan dijual kepada konsumennya. Di provinsi Jawa Barat tepatnya di kelurahan Harapan Jaya RW.18, yang terdiri dari empat (4) RT yang beranggotakan 50 orang sampai dengan 80 orang terdapat sebuah karang taruna yang cukup produktif. Dengan kemandirian memproduksi kursi dari kayu dan rak kecil dari drum yang sudah dimiliki oleh karang taruna ini mengalami permasalahan dalam hal strategi pemasaran.

Pemasaran yang dilakukan karang taruna tersebut bisa dibilang masih sangat biasa. Karena mereka memasarkan hanya dari teman ke teman. Dari segi permodalan pun mereka mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal usaha. Kemudian dari segi produktifitas kerja pun masih mengalami hambatan. Permasalahan yang terakhir adalah mengenai peningkatan nilai jual yang belum meningkat. Dari permasalahan-permasalahan yang ada tidak membuat karang taruna RW.18 menjadi patah semangat dalam memperkenalkan dan menjual hasil karya mereka. Mereka justru berpikir positif dalam melihat peluang pasar yang begitu besar ke depannya.

Melihat permasalahan tersebut memicu kami untuk mengadakan penelitian mengenai "Peningkatan Nilai Jual Kursi Kayu Dan Variasi Drum Di Karang Taruna Rw. 18 Kelurahan Harapan Jaya – Bekasi Utara". Untuk menjawab permasalahan tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana meningkatkan nilai jual kursi kayu dan variasi drum di karang taruna RW. 18 kelurahan harapan jaya-bekasi utara?. Adapun manfaat dari penelitian ini untuk meningkatkan nilai jual kursi kayu dan variasi drum di karang taruna Rw. 18 kelurahan harapan jaya-bekasi utara.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Pengertian Modal

Awalnya, kebanyakan orang berpikir jika modal adalah sesuatu yang dibisa digunakan, bisa disentuh dan bisa menghasilkan. Tetapi sekarang ini sudah banyak orang tahu bahwa modal bukan hanya aktiva. Sekarang ini, informasi, kreativitas, bahkan sumber daya manusia yang terampil menjadi modal yang sangat penting dalam organisasi. Oleh sebab itu sekarang ini banyak perusahaan menitikberatkan pada asset yang tidak berwujud, salah satunya adalah ilmu pengetahuan (Is, Kamaliah dan Gusnardi, 2014:3).

Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Chandra (2002:93) dalam jurnal Wibowo, Arifin dan Sunarti (2015:29), Strategi pemasaran adalah langkah-langkah yang mesti dilakukan oleh suatu perusahaan dalam

memasarkan produk atau jasanya, sehingga harapannya dapat mengena di pasar.

Pengenalan produk dapat mempengaruhi tingkat permintaan barang, perubahan harga, cara memasang iklan, cara mendistribusikan barang dan lain-lain. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk memenangkan persaingan didalam penjualan yang menghasilkan barang atau jasa.

Pengertian Bahan Baku

Menurut Alyahri (1986) dalam jurnal Sungkono dan Sulistiyowati (2016:12), bahan baku merupakan hal terpenting dalam kelangsungan produksi. Jika dalam suatu produksi mengalami kekurangan bahan baku maka akan menyebabkan kerugian pada perusahaan tersebut. Salah satu konsep yang dapat digunakan dalam perencanaan dan pengendalian bahan baku dengan baik adalah dengan menggunakan metode Material Requirement Planning (MRP).

Oleh sebab itu ada yang namanya perencanaan dan pengendalian bahan baku. Hal tersebut digunakan karena dapat membantu proses produksi. Ketika kita tahu barang apa yang akan kita produksi, maka kita jadi tahu dan siap bahan baku apa saja yang dibutuhkan agar sesuai dengan barang yang akan diproduksi. Baku hanya sesuai, bahan baku dibutuhkan agar memenuhi syarat-syarat yang pas dalam memproduksi barang tersebut.

Menurut Ferdiani et al. dkk. (2009) dalam jurnal Sungkono dan Sulistiyowati (2016:12) Sistem MRP berfungsi untuk mengontrol pesanan produksi, sehingga aliran bahan baku dapat memproduksi pesanan, sesuai dengan jadwal yang ditentukan dan dapat menghasilkan produk yang terbaik. Istilah lain dari harga produk yaituiuran, tarif, sewa, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan lain- lain. Definisi harga secara umum adalah nilai suatu barang yang dapat dinilai dengan uang.

Kotler dan Armstrong (2001 : 339) mendefinisikan harga merupakan nominal uang terdapat dalam suatu produk atau jasa, yang digunakan dalam transaksi. Kemudian Swasta (2010:47) berpendapat bahwa harga merupakan sejumlah kombinasi dari barang yang sangat penting. Philip Kotler mengatakan bahwa harga merupakan salah satu dari marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dan biaya. Harga juga mudah untuk disesuaikan dilihat dari ciri suatu produk, saluran, bahkan promosi. Selain itu harga dapat menggambarkan tingkat nilai yang perusahaan maksud yang ada kaitannya dengan produk dan merek.

Dari definisi diatas maka harga merupakan sesuatu yang tertera dalam barang atas jasa. Harga dapat membuat barang atau jasa tersebut terlihat memiliki nilai. Harga tersebut kan sah apabila disepakati oleh kedua belah pihak dengan iklas dan tanpa ada satu pihak yang merasa terpaksa.

Menurut Stanton (dalam Rosvita, 2010:24) ada empat point yang menjelaskan tentang harga, antara lain: keterjangkauan harga, kecocokan harga dengan kualitas produk yang bersaing dan bermanfaat. Kualitas produk sangat penting dalam menentukan harga. Menurut American Society for Quality Control, Quality is "the totality of features and characteristics of a product or service that bears on its ability to satisfy given needs", artinya keseluruhan ciri dan karakter-karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.

Kualitas

Definisi kualitas yang sebenarnya jika sudah produk tersebut sudah dapat memenuhi keinginan konsumen. Kotler dan Armstrong (2004:283) mendefinisikan kualitas produk adalah "*the ability of a product to perform its functions, its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*". Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat menunjukkan fungsinya secara keseluruhan termasuk manfaat didalamnya. Dahulu kala, kualitas suatu barang bukan merupakan hal penting, karena barang yang ada masih terbatas dan sederhana.

Pengertian Desain Produk dan Minat Beli

Desain produk merupakan hal yang terpenting dalam suatu produksi barang, karena akan ada kaitannya dengan keberhasilan suatu produk dapat diterima dipasar. Untuk mendapatkan hasil yang tepat guna maka desain produk merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memuaskan pelanggan.

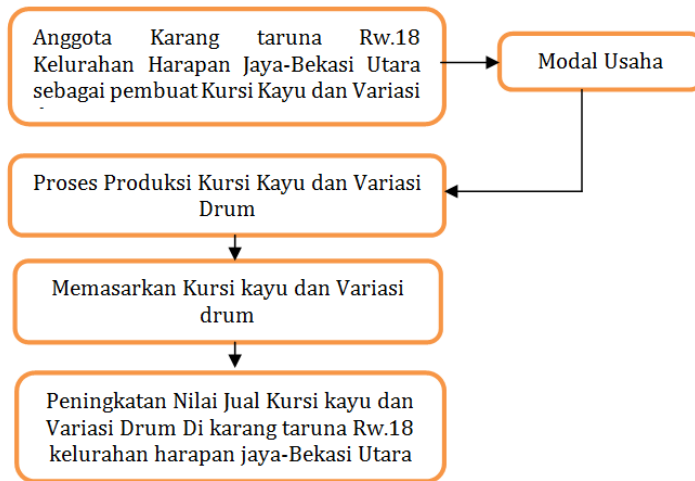
Melalui desain produk, pada umumnya mengutamakan keunikan (*uniqueness*), estetika (keindahan), seni (art), khas, dan kehalusan rasa sebagai dasar dalam mendesain produk, misalnya: benda pakai, perhiasan, furnitur, dan lainnya.

Minat beli pelanggan merupakan kegiatan yang dilakukan konsumen dalam hal pembelian produk dan jasa secara terus menerus. Sepuluh macam agar minat beli konsumen dapat diukur, yaitu: (1) Perusahaan melakukan survey 70-80 sehari dalam menguji minat beli konsumen. (2) Format siapa yang melakukan Survey minat beli konsumen? Merupakan Survey yang dilakukan dalam hal keinginan pembelian yang dilakukan konsumen, yang hasil berdampak pada semua pihak dalam organisasi. (3) Isi pertanyaan dapat di pahami oleh responden. (4) Desain penelitian instrument harus di buat agar sesuai dengan kebutuhan. Desain isi Tidak ada satupun instrumen Survey yang sesuai dalam segala hal. Maka perusahaan harus mampu mendesain instrumen survey secara sistematis. (5) Melibatkan setiap individu yang mendampingi pelanggan untuk melakukan survey kepada setiap orang, dari mulai manajer sampai karyawan. (6) Mengukur keinginan konsumen harus memperhatikan semua rantai pasokan yang terlibat. (7) Kombinasi pengukuran minat beli dapat dilakukan dengan bobot nilai atau skor yang berupa angka-angka. (8) Hubungan dengan kompensasi dan Reward lainnya. Bentuk penghargaan bagi pelanggan yang setia untuk meningkatkan minat beli produk yang dihasilkan dapat berupa diskon atau potongan harga. (9) Penggunaan kalimat atau kata didalam penjualan produk hendaknya sesuatu yang simple, mudah diingat dan cukup strategik untuk merangsang minat beli. (10) Pengukuran didalam hubungan antara penjual dan pembeli harus dapat di informasikan secara tertulis atau dinarasikan untuk memudahkan didalam pengukuran minat beli. Fungsi dari mengikutsertakan pembeli didalam memberikan penilaian produk yaitu sebagai data didalam pengembangan untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Implikasi dari pengukuran minat beli konsumen tersebut adalah konsumen dilibatkan dalam pengembangan produk dan jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen. 2.8. Pengertian UMKM UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Secara umum ciri-ciri UMKM adalah :sebuah organisasi yang memiliki skala kecil baik dari segi modal usaha, tim pekerja, rantai pasokan yang serba terbatas. Pedoman didalam pelaksanaan UMKM adalah kerjasama tim, adil, keterbukaan dan saling berkesinambungan didalam menjalankan kegiatan untuk menggerakkan roda perekonomian Negara. Kerangka Berpikir Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Gambar 1.

Dari bagan kerangka berpikir tersebut terlihat alur kegiatan yang bermula dari para anggota karang taruna berkreasi membutuhkan modal usaha untuk mengembangkan kegiatan usahanya didalam proses produksi mengenai kursi kayu dan variasi drum daan mencoba memasarkannya untuk meningkatkan nilai jual hasil kursi kayu dan variasi drum ini. Secara singkat bisa diambil kesimpulan bahwa karang taruna rw18 kelurahan harapan jaya-bekasi utara memiliki keahlian dalam membuat kursi kayu dan variasi drum tetapi memiliki berbagai kendala antara lain modal usaha yang minim, proses produksi yang belum maksimal serta dalam hal memasarkan masih dilakukan dengan cara dari teman ke teman melalui relasi atau kenalan. Dampak dari kendala tersebut peningkatan nilai jual kursi kayu dan variasi drum perlu ditingkatkan agar UKM yang sudah tercipta dapat terus berjalan dan berkembang.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

3. Metode Penelitian

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Analisis yaitu data yang dituangkan dalam bentuk pemaparan dan uraian naratif. Proses analisis data peneliti dilakukan secara terus-menerus, bersama dengan pengumpulan data dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dilakukan.

Desain penelitian adalah sebagai berikut: Pengumpulan data Peneliti mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan observasi dan wawancara di lapangan. Seluruh data yang sudah diperoleh dikumpulkan menurut klarifikasi masing-masing. Data yang sudah terkumpul dapat langsung dianalisis.

Reduksi data ialah memilah-milah data yang hanya terfokus pada penelitian. Adapun yang direduksi adalah seluruh data mengenai permasalahan penelitian yang kemudian dilakukan penggolongan. Sementara data-data yang sekiranya tidak ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian tidak dimasukkan dalam hasil penelitian agar mudah dalam penarikan kesimpulan. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang dapat memberikan kesimpulan.

Penyajian hasil data penelitian dimulai dengan melakukan reduksi data yang akan dipergunakan sebagai laporan. Penyajian ini memberikan data dari beberapa informasi yang terkumpul dari sumber data yang berbeda, kemudian dilakukan perbandingan untuk menghasilkan data yang bisa dipertanggung jawabkan dari permasalahan yang dibahas. Penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan yang berupa pengambilan intisari dan penyajian data yang merupakan hasil dari analisis yang dilakukan dalam penelitian atau kesimpulan awal yang sifatnya belum benar-benar matang, serta merupakan tahap akhir dari keseluruhan hasil penelitian dalam teknik analisis data.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat RW.18 Kelurahan Harapan Jaya-Bekasi Utara.

Pengukuran / Operasionalisasi variabel

Model pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sendiri oleh peneliti, dimana masing-masing variabel telah terlebih dahulu telah divalidasi secara konten oleh tim ahli.

Anggota Karang Taruna diukur berdasarkan enam indikator meliputi: (1) struktur kepengurusan Karang Taruna telah terbentuk, namun belum lengkap dan ideal; (2) Administrasi Kesekretariatan yang masih belum tersusun rapi; (3) Program/kegiatannya masih sederhana, sporadis, momentum, seremonial, terbatas dan belum tersusun secara tertulis; namun sudah memiliki hasil karya berupa kursi kayu dan variasi drum; (4) Pemahaman pengurus tentang Karang Taruna-an masih lemah dan minim; (5) Peran dan tupoksi pengurus belum proporsional; dan (6) Anggota yang terlibat dalam kegiatan, baru terdiri dari sebagian kecil generasi muda yang ada di kelurahan setempat.

Modal Usaha diukur berdasarkan dua indikator yaitu modal dalam bentuk materi yaitu kas Karang Taruna, dan non materi dalam bentuk Ketekunan, Keuletan, Kerja Keras, Kreatifitas. Proses Produksi diukur berdasarkan empat indikator meliputi: (1) Mempersiapkan bahan baku (barang bekas berupa: kayu palet dan drum bekas, pernis/cat warna, amplas, dan lainnya); (2) Proses Pembentukan bahan baku (bergantung pada jenis material, bentuk dasar material dan bentuk produk yang akan dibuat); (3) Tahap Perakitan (Proses Penggabungan dari beberapa bagian komponen untuk membentuk suatu konstruksi kerajinan hiasan yang diinginkan); dan (4) Tahap *Finishing* (Memberikan tampilan terhadap nilai jual produk).

Pemasaran diukur berdasarkan tiga bentuk pemasaran meliputi: (1) Pemasaran yang dilakukan masih sederhana, baru melalui mulut ke mulut atau karena kenalan kerabat/relasi; (2) *Show room Workshop* Karang Taruna; (3) Sifat dari bauran pemasaran yang dilakukan masih sederhana. Peningkatan Nilai Jual diukur dengan tiga indikator meliputi: (1) Mengembangkan design produk yang variatif, inovatif dan berkualitas untuk meningkatkan nilai jual; (2) Menetapkan harga jual produk yang variatif disesuaikan dengan segmen pasar; (3) Menjaga Kualitas Produk.

Teknik Analisis

Teknik analisa data yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data (subjek informasi). Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Triangulasi bukan sekedar mengecek kebenaran data dan bukan untuk mengumpulkan berbagai ragam data, melainkan suatu usaha untuk melihat dengan lebih tajam hubungan antara berbagai data agar mencegah kesalahan dalam analisis data. Selain itu dalam triangulasi dapat ditemukan perbedaan informasi yang dapat merangsang pemikiran lebih mendalam lagi.

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
Peneliti membandingkan hasil pengamatan di lapangan dengan hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber. Hasil wawancara dengan ketua karang taruna dan beberapa anggota karang taruna mengatakan bahwa kursi kayu dan variasi drum yang merupakan hasil karya mereka mereka di desain masih sangat sederhana dengan menggunakan bahan baku berupa kayu palet dan drum minyak yang sudah tidak terpakai. Modal yang mereka dapatkan juga masih kecil, yang sumbernya dari uang kas anggota karang taruna. Dari segi memasarkan hanya dari mulut ke mulut atau hanya dari kenalan/relasi para anggota karang taruna.
- b. Membandingkan apa yang dilakukan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

Peneliti membandingkan data yang diperoleh wawancara dengan informasi di depan umum dengan wawancara pribadi sehingga diketahui kebenaran data tersebut. Peneliti menemukan kebenaran atau kecocokan data bahwa masyarakat sekitar mengetahui bahwa karang taruna setempat memiliki kegiatan UKM berupa kursi kayu dan variasi drum.

- c. Membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang saling berkaitan. Dalam tahap ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat validnya data yang diperoleh. Data dari hasil wawancara dikaitkan dengan isi suatu dokumen yang terkait. Dokumen yang didapatkan peneliti dari narasumber yang merupakan anggota karangtaruna berupa laporan penjualan beserta foto-foto kursi kayu dan variasi drum.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi data

Data responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 66% atau sebanyak 33 orang, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 17 orang atau 34%. Selanjutnya persentase umur responden menunjukkan secara umum usia responden didominasi oleh responden yang berusia diatas 30 tahun yaitu sebesar 72%. Sedangkan untuk usia antara 25 tahun – 30 tahun yaitu sebesar 28% Data ini juga menunjukkan karang taruna yang menjadi responden dalam penelitian ini berada pada usia produktif.

Data Karakteristik pendapatan setiap bulan dari responden pada karang taruna cukup bervariasi. Untuk kisaran pendapatan kurang dari dua juta rupiah sebesar 40%, sedangkan kisaran pendapatan antara dua juta sampai dengan lima juta rupiah sebesar 46%, untuk pendapatan yang kurang dari lima juta rupiah hanya 14%. Data karakteristik responden ditinjau dari pekerjaan responden, diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil yaitu 7 orang dengan persentase 14%, Karyawan Swasta yaitu sebanyak 25 orang dengan persentase 50%,selanjutnya wiraswasta sebanyak 3orang dengan persentase 6%, pekerjaan lain-lain sebanyak 15 orang atau 30%.

Hasil penelitian dan pembahasan

Hasil wawancara dengan ketua karang taruna dan beberapa anggota karang taruna mengatakan bahwa kursi kayu dan variasi drum yang merupakan hasil karya mereka mereka di desain masih sangat sederhana dengan menggunakan bahan baku berupa kayu palet dan drum minyak bekas. Modal yang mereka dapatkan juga masih kecil, yang sumbernya dari uang kas anggota karang taruna. Dari segi memasarkan hanya sebatas info antar teman, kerabat dan relasi para anggota karang taruna.Membandingkan data dari informasi kalayak umum dengan realita data melalui wawancara dengan berdasarkan informasi yang diterima dan kemudian melakukan survey dan konfirmasi data melalui wawancara pribadi sehingga diketahui kebenaran data tersebut.

Peneliti menemukan kebenaran atau kecocokan data bahwa masyarakat sekitar mengetahui bahwa karang taruna setempat memiliki kegiatan UKM berupa kursi kayu dan variasi drum. Membandingkan data dari hasil wawancara dengan hasil riset yang saling terkait .Dalam tahap ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat validnya data yang diperoleh.Data dari hasil wawancara dikaitkan dengan isi suatu dokumen yang terkait.

Dokumen yang didapatkan peneliti dari narasumber yang merupakan anggota karangtaruna berupa laporan penjualan beserta foto-foto kursi kayu dan variasi drum. Rangkaian data yang diperoleh bersumber dari pentolan karang taruna ini memberikan jargon bahwa generasi muda bangsa harus bisa mandiri dan berkreasi.

Kegiatan ini tidak mudah dijalani , mengingat terbatasnya kemampuan dan olah seni kreasi dari anggota karang taruna untuk menghasilkan karya yang memiliki nilai jual menjadi tantangan tersendiri bagi mereka. Tuntutan mengenai produk yang diminati oleh pasar yang bersaing di harga

dan kualitas membuat mereka untuk terus berpacu didalam menghasilkan karya.Salah satunya yaitu Karang Taruna di Rw 18 yang mencoba untuk mengembangkan diri untuk menjadikan karang taruna yang berkembang, maju dan aktif.

Anggota Karang Taruna

Struktur kepengurusan Karang Taruna telah terbentuk, namun belum lengkap dan ideal; Administrasi Kesekretariatan yang masih belum tersusun rapi; Program/kegiatannya masih sederhana, sporadis, momentum, seremonial, terbatas dan belum tersusun secara tertulis; namun sudah memiliki hasil karya berupa kursi kayu dan variasi drum; Pemahaman pengurus tentang Karang Taruna-an masih lemah dan minim; Peran dan tupoksi pengurus belum proporsional; anggota yang bergabung didalam karang taruna masih sebagian kecil pemuda-pemuda yang berada disekitaran daerah mereka saja. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sistem keanggotaan karang taruna di Rw.18 kelurahan harapan jaya-bekasi utara dapat dikategorikan sebagai karang taruna yang masih pasif dilihat dari beberapa indikator tersebut diatas.

Modal Usaha Materi : kas karang taruna non materi: ketekunan, keuletan, kerja keras, kreatifitas proses produksi mempersiapkan bahan baku (barang bekas berupa: kayu palet dan drum bekas, pernis/cat warna, amplas). Proses Pembentukan bahan baku (bergantung dari jenis material yang tersedia yang akan dibuat). Tahap Perakitan (Proses Penggabungan dari beberapa bagian komponen dari material yang dibentuk menjadi sebuah karya seni hiasan yang diinginkan) Tahap Finishing (Memberikan tampilan terhadap nilai jual produk). Pemasaran Pemasaran yang dilakukan masih sederhana, baru melalui dari teman ke teman karena kenalan kerabat/relasi; Show room Workshop Karang Taruna; Sifat dari bauran pemasaran yang dilakukan masih sederhana. Dari sisi Modal bisa dibilang modal usaha dari sisi materi dapat dikatakan masih minim karena hanya mengandalkan dari kas karang taruna saja namun demikian dari sisi non materi terdapat keunggulan yaitu Ketekunan, Keuletan, Kerja Keras, Kreatifitas yang dimiliki oleh karang taruna ini yang layak di apresiasi. Hal ini dapat terlihat dari proses produksi dari setiap produk yang dihasilkan dimana hasil kreatifitas mereka cukup unik dan mampu bersaing dengan produk seni yang ada dari barang-barang bekas.

Peningkatan Nilai Jual

Mengembangkan design produk yang variatif, inovatif dan berkualitas untuk meningkatkan nilai jual; Menetapkan harga jual produk yang variatif disesuaikan dengan segmen pasar; Menjaga Kualitas Produk. Produk unggulannya yaitu kursi kayu dan variasi drum namun demikian tidak ada yang tidak mungkin jika suatu saat mereka akan berkreasi dari bahan bekas yang lain untuk di buat menjadi barang yang mempunyai nilai jual. Kelemahan dari karang taruna ini adalah minimnya pemasaran dimana hal ini yang berpengaruh besar pada peningkatan nilai jual hasil produk seni mereka.

Kurangnya kerja sama dan perhatian dari pejabat setempat sehingga kegiatan karang taruna ini kurang mendapat tempat dari sisi permodalan dan pemasarannya. Dengan keterbatasan yang ada khususnya di permodalan tidak mengurangi semangat mereka untuk terus berkreasi. Hal ini terbukti pada saat berdiskusi dengan ketua karang taruna RW 18 ini yang bercerita mengenai awal mula mengis kegiatan untuk karang taruna ini.

Proses kegiatan yang melibatkan para generasi muda untuk mengisi waktu dengan kegiatan yang positif tidak hanya bermalasan dengan kegiatan yang tidak jelas. Salah satu dari anggota karang taruna ini memiliki ide kreatif dengan mulai iseng berkreasi memanfaatkan ban bekas yang dibuang dari pabrik ban yang berada diwilayah tersebut dimanfaatkan untuk dijadikan percobaan mereka.

Berkreasi adalah materi yang menjadi kegiatan utama karang taruna ini karena melihat ada peluang bisnis maka ide kreasi pun terus bermunculan, memanfaatkan media dari ranting pohon

yang kering dan berlanjut dengan membuat kursi kayu dan variasi drum. Melihat hasil kreasinya yang cukup menarik, beberapa anggota dari karang taruna ini mencoba mempromosikan pada beberapa kerabat dan teman untuk dijual.

Dalam hal memasarkan produk berawal hanya dari teman ke teman sampai dengan mencoba memasarkan hasil kreasinya lewat media sosial, tidak heran pelan-pelan hasil kreasi inipun membuah hasil. Ada beberapa pelanggan memesan dan meminta disiapkan hiasan berasal dari material yang tidak layak pakai syarat dengan nilai seni untuk dipamerkan dan siap untuk bersaing. Sehingga hasil dari karya seni itupun mudah dengan cepat dikenal oleh warga setempat sebagai karya yang membanggakan. Kegiatan karang taruna ini mulai dikenal di berbagai daerah dan beberapa dari luar kota mulai memesan produk mereka, dan sebagian meminta untuk ikut mendisplay di beberapa *show room* untuk dipamerkan sejajar dengan beberapa seniman kayu untuk beradu keindahan hasil karya mereka.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya pada variabel peningkatan nilai jual, harga, dan marketing yang digunakan pada hasil karya produk karang taruna. Riset mendatang disarankan dapat meningkatkan bobot mutu barang agar lebih beragam dan bervariasi mengikuti trend perkembangan jaman, sehingga dapat memberikan kepuasan atau minat beli pada konsumen yang berujung adanya peningkatan penjualan dari hasil karya karang taruna ini.

6. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil percobaan dan analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini menyimpulkan bahwa: sistem organisasi keanggotaan Karang Taruna masih lemah kurangnya koordinasi dari Pemangku jabatan setempat, Ketua karang taruna, anggota sehingga cenderung kegiatan karang taruna ini berjalan sendiri tanpa ada kontrol dari pejabat setempat yang ada, minimnya permodalan sehingga usaha kecil Karang taruna ini kurang dapat bersaing dipasar sehingga akses didalam pemasaran terhambat, sistem Pemasaran yang hanya sebatas dari word to mouth dan mengandalkan media sosial dari beberapa anggota karang taruna sehingga minim prospek, sehingga ujung pangkalnya berefek pada nilai jual hasil produk karang taruna ini yang jauh dari harapan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Iful & Budi, S. (2015), Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STIESIA Surabaya. Vol. 4 No. 12
- Is, Kamaliah, Gusnardi. (2014). Pengaruh Modal Fisik, Modal Finansial, dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar Di BEI Tahun 2009 s.d 2013). *Ekonomi*. Vol. 22 (3): 53.
- Kotler, P & Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 8. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & Armstrong. (2004). Principles of Marketing. IE. Prentice-Hall. New Jersey
- Saraswati, L., Made et al. (2014). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Samuel, & Lianto. (2014). Pengaruh e-WOM melalui media sosial internet terhadap *brand image*, *brand trust*, dan minat beli. *Jurnal Pemasaran Petra*. Vol.2 No. 1: 1-10
- Schiffman dan Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall
- Sunggono, dan Sulistiyowati. (2016). Perencanaan dan Pengendalian Bahan Baku Untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi Dengan Metode Material Requirement Planning dan Analytic Hierarchy Process Di PT.XYZ. *Spektrum Industri*. Vol. 14(1): 1-108.

- Swastha, B. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Cetakan Kesembilan. Liberty: Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Undang-Undang Nomor: 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil Menengah
- Undang-Undang Nomor: 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil Menengah
- Wibowo, Arifin dan Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Administrasi Bisnis*. Vol. 29 (1): 60-61.

Profil Penulis

Hadita adalah seorang dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta. Mengajar pada mata kuliah Pengantar Bisnis, Bisnis Internasional, Pemasaran Jasa, Bahasa Inggris, dan Komunikasi Bisnis. Penulis saat ini sedang melanjutkan studi Program Doktor Ilmu Ekonomi, konsentrasi Strategik di Universitas Trisakti. Penulis dapat dihubungi di email: hadita.universitas@gmail.com

Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M, adalah seorang yang memiliki karir sebagai dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Memegang posisi mengajar sejak tahun 2016 pada mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi, Pengantar Manajemen dan Manajemen Strategik. Penulis menyelesaikan studi Pascasarjana Ilmu Manajemen di PERBANAS Institute tahun 2015. Penulis dapat dihubungi di email: rychakuwarasari@yahoo.com

Ari Sulistyowati, S.E., M.M, adalah seorang yang memiliki karir sebagai dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Memegang posisi mengajar sejak tahun 2016 pada mata kuliah, Perilaku Organisasi, Pengantar Manajemen, Manajemen Strategik, Analisis Laporan Keuangan, Teori Keuangan dan Portofolio, Studi Kelayakan Bisnis, Pengambilan Keputusan Manajerial. Penulis menyelesaikan studi Pascasarjana Ilmu Manajemen di Universitas Trisakti tahun 2016. Penulis dapat dihubungi di email: arisulistyowati22@gmail.com