

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA PT. SORGA INDAH DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR USAHA *HANDICRAFT* DI KABUPATEN GIANYAR

Ni Made Sunarsih^{1,*}, Ni Nyoman Eni Wahyuni²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email : nimadesunarsih@unmas.ac.id

ABSTRAK

PT. Sorga Indah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha *handicraft* yang melalui berbagai proses sehingga menghasilkan suatu produk siap pakai, yang berlokasi di Jalan Bima No. 12 Br. Kalah, Peliatan, Ubud, Gianyar, Bali dan sudah beroperasi sejak tahun 2002. Ditengah persaingan yang sangat ketat PT. Sorga Indah belum menerapkan strategi bersaing yang baik untuk mencari celah pasar agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya serta belum menerapkan pencatatan jumlah barang masuk ke digitalisasi. Untuk itu PT. Sorga Indah perlu melakukan strategi bersaing yang baik serta melakukan pencatatan jumlah barang masuk ke digitalisasi dengan menerapkan metode pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi. Keberhasilan penerapan strategi ini diikuti dengan berbagai kreatifitas staff dan karyawan agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya seperti pelatihan dan pendampingan dalam mempromosikan produk yang dihasilkan di sosial media serta pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan jumlah barang masuk ke digitalisasi menggunakan Microsoft Excel.

Kata Kunci: *Handicraft*, Strategi Bersaing, Sosial Media.

ANALISIS SITUASI

Persaingan bisnis menuntut pelaku usaha untuk merancang strategi bersaing agar mampu bertahan di dunia bisnis. Dalam menjalani persaingan yang ada, pelaku usaha diharapkan dapat menetapkan strategi bersaing yang baik agar mampu mempertahankan citra produk dan eksistensi usahanya dalam dunia bisnis. Dengan menetapkan strategi yang akan dilakukan dalam dunia bisnis, maka perusahaan akan mampu bersaing secara efektif. Strategi bersaing adalah langkah-langkah strategis yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan (Hariadi, 2005).

PT. Sorga Indah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha *handicraft* yang melalui berbagai proses sehingga menghasilkan suatu produk siap pakai. Menurut Gunawan (2019), kerajinan merupakan cabang seni yang menekankan keterampilan tangan yang lebih tinggi dalam proses pengerjaannya. Beberapa produk olahan berbahan dasar kayu yang dihasilkan oleh PT. Sorga Indah yaitu berbagai jenis celengan yang khusus ditempatkan di kebun. PT. Sorga Indah berlokasi di Jalan Bima No. 12 Br. Kalah Peliatan, Ubud, Gianyar, Bali dan sudah beroperasi sejak tahun 2002.

Dari tahun 2002 sampai saat ini perusahaan PT. Sorga Indah hanya memiliki satu *channel* di Amerika hal ini dikarenakan PT. Sorga Indah tidak pernah lolos untuk ikut serta dalam mempromosikan produk-produk yang dihasilkan di *inacraft* Jakarta Convention Center. Proses pembuatan produk sampai dengan pengiriman memakan waktu yang cukup lama mulai dari proses pengolahan kayu sampai dengan tahap *finishing* memerlukan waktu kurang lebih lima belas hari, kemudian untuk pengiriman menghabiskan waktu kurang lebih empat puluh lima hari. Dengan semakin berkembang dan menjamurnya bisnis *handicraft* di Kabupaten Gianyar, PT. Sorga Indah masih belum menerapkan strategi bersaing dengan baik untuk mencari celah pangsa pasar agar dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman tentang penggunaan sosial media, inovasi, dan kreativitas yang perlu diterapkan agar mampu bersaing dengan usaha *handicraft* lainnya.

Dengan tingginya tingkat persaingan pada bisnis *handicraft*, tentunya para pelaku usaha dituntut untuk membuat suatu strategi yang unggul dari para pesaingnya dalam menghadapi persaingan bisnis. Usaha *handicraft* perlu mengetahui faktor-faktor strategis dan apa saja keunggulan bersaing yang dapat menunjang usaha dalam menghadapi persaingan dengan pelaku usaha lainnya untuk meningkatkan minat konsumen dan sekaligus untuk meningkatkan penjualan produk. Dalam menciptakan strategi bersaing maka usaha *handicraft* perlu untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan maupun kondisi lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada PT. Sorga Indah, ditemukan bahwa belum diterapkannya strategi bersaing yang baik agar mampu berkembang ditengah persaingan usaha *handicraft* yang ketat. Serta kurangnya kreativitas dan inovasi yang dilakukan untuk menciptakan peluang agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka permasalahan utama yang ada pada PT. Sorga Indah yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya keterampilan untuk menciptakan inovasi dan kreativitas dalam penggunaan sosial media untuk mempromosikan produk yang dihasilkan, agar mampu bersaing ditengah persaingan usaha *handicraft* yang ketat.
2. Belum adanya penerapan pencatatan barang masuk dari pengrajin ke digitalisasi.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun Solusi pemecahan permasalahan terkait dengan analisis strategi pemasaran produk pada PT. Sorga Indah yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan edukasi tentang pentingnya pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk, serta memberikan pelatihan serta pendampingan

dalam penggunaan sosial media untuk mempromosikan produk agar mampu bertahan ditengah persaingan bisnis *handicraft*.

2. Pelatihan serta pendampingan dalam penggunaan Microsoft Excel untuk mencatat jumlah barang masuk dari pengrajin.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam Analisis Strategi Persaingan Produk Pada PT. Sorga Indah Dalam Menghadapi persaingan Antar Usaha Handicraft Di Kabupaten Gianyar ini adalah:

1. Observasi

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan dengan tatap muka langsung dengan pimpinan dan karyawan PT. Sorga Indah. Dimana metode ini dilakukan untuk menambah wawasan dan pemahaman akan pentingnya analisis strategi pemasaran produk dan pencatatan barang masuk dari pengrajin ke digitalisasi yang dilaksanakan pada tanggal 18 s.d. 20 Maret 2024.

2. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah menyiapkan materi yang akan dijadikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada pada PT. Sorga Indah yang dilaksanakan pada tanggal 21 s.d. 25 Maret 2024.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap selanjutnya yaitu memberikan sosialisasi terkait dengan penggunaan sosial media sebagai media promosi dan pencatatan barang ke digitalisasi yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d. 30 Maret 2024. Selanjutnya yaitu program pelatihan dan melakukan pendampingan dalam pengelolaan sosial media sebagai media promosi yang dilaksanakan pada tanggal 1 s.d. 6 April 2024, serta pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan Microsoft Excel untuk pencatatan ke digitalisasi yang dilaksanakan pada tanggal 16 s.d. 24 April 2024.

4. Tahap Evaluasi

Dalam tahap ini, dilaksanakan evaluasi terkait dengan apa saja kekurangan dan kelebihan setelah kegiatan berlangsung yang dilaksanakan pada tanggal 25 s.d. 2 Mei 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kemampuan dalam memberikan pengetahuan suatu program pelatihan serta sosialisasi mengenai strategi pemasaran produk. Keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat diketahui melalui hasil dari evaluasi kegiatan, Pimpinan perusahaan PT. Sorga Indah memberikan respon positif dan merasa terbantu karena terjadinya kemudahan dalam pemasaran produk di sosial media serta pencatatan barang ke digitalisasi. Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu analisis strategi pemasaran berupa pemberian sosialisasi terkait pemasaran produk di sosial media serta penggunaan Microsoft Excel untuk mencatat jumlah barang masuk maka

diperoleh manfaat langsung bagi PT. Sorga Indah. Beberapa manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Dapat membantu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dalam memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan.
2. Dapat membantu mengefisienkan waktu dalam mencatat jumlah barang masuk dari pengrajin.

Dalam proses pengabdian ini terdapat beberapa faktor pendukung keberhasilan dan faktor penghambat kegiatan pengabdian ini, yaitu:

1. Faktor Pendukung
 - a. Adanya dukungan dari pimpinan dan staf perusahaan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini.
 - b. Fasilitas yang tersedia sangat mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini seperti tersedianya beberapa komputer dan juga laptop yang bisa digunakan oleh staf perusahaan.
2. Faktor Penghambat
 - a. Staf Perusahaan masih kesulitan dalam menggunakan komputer dalam pengaplikasian Microsoft Excel karena ada beberapa rumus yang harus dihafal dalam memberikan kode barang.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama pengabdian masyarakat ini, yaitu:

1. Pendampingan dalam pencatatan barang masuk dari pengrajin dilaksanakan selama 5 hari dimulai dengan membuat nama barang, dan kode barang secara mendetail. Dengan dilakukan pencatatan ke digitalisasi diharapkan staff PT. Sorga Indah dapat lebih mengefisienkan waktu dalam hal pencatatan barang masuk.

PT. SORGA INDAH
BARANG MASUK DARI PENGRAJIN

NO	KODE BARANG	NAMA BARANG	KATEGORI	HARGA BARANG	BARANG MASUK
1	Bl-788	Blujaey Gordo	Burung	Rp 10.000,00	125
2	Ca-888	Cardinal Gordo	Burung	Rp 8.000,00	225
3	Ko-660	Koi	Ikan	Rp 12.000,00	193
4	Ba-181	Bass	Ikan	Rp 9.000,00	350
5	Sr-710	Sraut	Ikan	Rp 12.000,00	134
6	Le-549	Lele	Ikan	Rp 15.000,00	350
7	Ca-433	Cat Gordo	Kucing	Rp 12.000,00	250
8	Ca-540	Cat Gordo	Kucing	Rp 8.000,00	275
9	Ca-689	Cat Gordo	Kucing	Rp 9.000,00	235
10	Ca-364	Cat Gordo	Kucing	Rp 10.000,00	176
11	Bl-534	Bluber	Bluber	Rp 10.000,00	250
12	Sr-320	Sraut	Bunga	Rp 8.000,00	100
13	Ga-676	Gajah Gordo	Gajah	Rp 9.000,00	300
14	Je-703	Jerapah Gordo	Jerapah	Rp 15.000,00	245
15	Se-422	Semal Gordo	Semal	Rp 10.000,00	156

Gambar 1. Pembuatan Daftar Nama Barang dan Kode Barang

2. Pembuatan desain katalog produk yang dilakukan selama 5 hari yaitu diawali dengan mengedit foto beberapa produk yang dihasilkan oleh PT. Sorga Indah untuk meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 2. Pembuatan Foto Produk dan Desain Katalog

3. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan sosial media untuk meningkatkan penjualan pada PT. Sorga Indah. Keberhasilan penjualan produk adalah bagaimana produk dikemas secara menarik dan tetap mempertahankan kualitas produk.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan dalam Pengelolaan Sosial Media

4. Pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan barang ke digitalisasi menggunakan Microsoft Excel untuk mencatat jumlah barang masuk dari pengrajin agar dapat lebih mengefisienkan waktu.



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan dalam Penggunaan Microsoft Excel

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di PT. Sorga Indah dapat disimpulkan bahwa analisis strategi pemasaran produk sangat diperlukan oleh PT. Sorga Indah agar mampu mengembangkan usahanya serta mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Dengan dukungan dan antusias staf yang tinggi dalam mempromosikan produk di sosial media sehingga tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa tercapai dengan baik serta mahasiswa juga dapat mengembangkan dan mengaplikasikan langsung ilmu yang didapatkan kepada Masyarakat dan lingkungan kerja.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada PT. Sorga Indah, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan, diharapkan kepada staf PT. Sorga Indah untuk terus melakukan promosi di sosial media.
2. Untuk staf yang bertugas mencatat jumlah barang masuk dari pengrajin, diharapkan untuk terus melakukan pencatatan ke digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM. (2024). *Buku Panduan Pengabdian Masyarakat 2024 Universitas Mahasaraswati*. Denpasar: Unmas Denpasar.
- Dewi, N. P. A. W. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Optimalisasi Internet Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Handicraft di Desa Sebatu. Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 6(2), 324-334.
- Diana, L., Al Rasyid, H., Ramadhan, F., Satria, A. R., & Rahmadina, N. P. (2022). Meningkatkan Penjualan Umkm Sunkhuf Kerajinan Tangan Dari Batok Kelapa Dengan Implementasi Digital Marketing. KARYA: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 1-9.
- Krisna, I., Gede, I., & Wirga, I. W. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Bali Candle Handicraft (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Porter, M. E. (1980). Strategi Bersaing: *Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Terjemahan: Ir Agus Maulana MSM. Jakarta: Erlangga.
- Novita, D., Ekawati, R. K., & Amelia, L. (2021) Sosialisasi Penggunaan Microsoft Excel Untuk Pembukuan Sederhana di Usaha Ritel Tradisional Toko Cholid. *Publikasi Hasil Pengabdian kepada Masyarakat*. 1(1), 30-36.