

## **ANALISIS POTENSI USAHA KERAJINAN KULIT MAHATAKSU *LEATHER CRAFT* DI DESA MARGA DAUH PURI DITINJAU DARI ASPEK KELAYAKAN BISNIS**

<sup>1)</sup>Ni Putu Yunita Putri, <sup>1)</sup>Anak Agung Elik Astari, <sup>1)</sup>Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta

Penulis Korespondensi: [putriy277@gmail.com](mailto:putriy277@gmail.com)<sup>1</sup> [elik.adoenku@gmail.com](mailto:elik.adoenku@gmail.com)<sup>2</sup> [g3kandini@gmail.com](mailto:g3kandini@gmail.com)<sup>3</sup>

### **Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dari usaha Mahataksu *Leather Craft* yang dilihat dari sisi aspek kelayakan bisnis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek manajemen dan sumber daya manusia. Melalui penelitian ini, diharapkan pemilik usaha dapat mengetahui potensi yang ada dalam usahanya sehingga dapat dilakukan evaluasi dan pengembangan usaha. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan teknik penelitian langsung (*field research*). Data dalam penelitian ini diperoleh dari adanya kegiatan observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan di tempat produksi usaha Mahataksu *Leather Craft*. Teknik analisis data yang diterapkan dalam proses analisis dalam penelitian ini yaitu secara deskriptif naratif dengan menganalisis kelayakan usaha berdasarkan aspek non finansial yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek manajemen dan sumber daya manusia. Dari aspek pasar dan pemasaran Mahataksu *Leather Craft* mampu memasarkan produknya hingga ke luar daerah bahkan telah mendapat pesanan dari luar negeri. Selain itu, dari aspek teknis dan teknologi, Mahataksu *Leather Craft* sudah maksimal dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital dalam proses promosi serta adanya standarisasi produksi, namun masih terkendala minimnya jumlah tenaga kerja dari sisi pengelolaan sumber daya manusia. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha Mahataksu *Leather Craft* memiliki potensi yang besar dan layak untuk dikembangkan terutamanya dilihat dari aspek pasar dan pemasaran.

**Keywords:** *Kelayakan Bisnis, Kerajinan Kulit, Desa Marga*

Article Information:

Received Date: 4 Oktober 2023

Revised Date: 17 Oktober 2023

Accepted Date: 23 Oktober 2023

## PENDAHULUAN

Sektor industri memiliki peranan yang sangat penting sebagai penopang perekonomian di Indonesia. Menurut Dumairy dalam Dwipayanti (2017), produk-produk industrial memiliki dasar tukar (*terms of trade*) yang tinggi sehingga memiliki nilai tukar dan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk-produk dari sektor lainnya sehingga mampu menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang beragam dan mampu memberikan manfaat bagi para pengguna produk tersebut (Hasna, 2020).

Provinsi Bali memiliki sektor industri dan kerajinan yang saat ini berkembang cukup pesat, bahkan terdapat beberapa komoditas yang telah dipasarkan hingga ke luar negeri. Perkembangan sektor industri kerajinan ini dipandang sebagai langkah potensial dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dengan keberagaman potensi usaha dan melimpahnya kekayaan alam yang dimiliki tiap-tiap daerah di Provinsi Bali. Berikut kelompok komoditas ekspor utama Provinsi Bali tahun 2021 yang ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1 Kelompok Komoditas Ekspor Utama Provinsi Bali Tahun 2021**

Kelompok Komoditas		Nilai (US\$)	Pangsa (%)
1.	Ikan, krustasea, dan moluska	136.572.269	26.87
2.	Logam mulia dan perhiasan/ permata	62.631.536	12.32
3.	Pakaian dan aksesorinya (bukan rajutan)	59.367.858	11.68
4.	Kayu dan barang dari kayu	37.647.176	7.41
5.	Pakaian dan aksesorinya (rajutan)	29.412.358	5.79
6.	Perabotan, lampu, dan alat penerangan	29.084.035	5.72
7.	Kertas, karton, dan barang daripadanya	24.629.177	4.84
8.	Barang anyaman	16.317.401	3.21
9.	Barang dari kulit samak	10.177.037	2.00
10.	Barang tekstil jadi	9.421.471	1.85

Kelompok Komoditas		Nilai (US\$)	Pangsa (%)
	lainnya		
11.	Kapas	8.408.961	1.65
12.	Berbagai barang logam tidak mulia	7 776 218	1.53

Sumber: BPS Provinsi Bali, 2022

Berdasarkan tabel di atas, salah satu komoditas yang cukup banyak diekspor yaitu barang dari kulit samak (kerajinan kulit). Sektor kerajinan kulit menjadi bagian dari sektor industri yang mendapat perhatian khusus sebagai bagian penting dari adanya budaya industri. Kerajinan kulit dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Menurut Dangin dan Marhaeni (2019), industri kerajinan kulit di Provinsi Bali berkembang di beberapa kabupaten / kota diantaranya di Kota Denpasar, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Tabanan, Kabupaten Badung, serta Kabupaten Buleleng.

Tidak hanya terkenal dengan hasil pertaniannya, Kabupaten Tabanan menjadi salah satu sentra kerajinan kulit di Bali yang memiliki potensi dan berpeluang besar untuk melakukan ekspor produk kerajinan kulit. Mahataksu *Leather Craft* merupakan salah satu pengrajin kulit yang berlokasi di Desa Marga Dauh Puri, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. Mahataksu *Leather Craft* berdiri sejak tahun 2020 dengan kerajinan kulit yang dipasarkan berupa gantungan kunci, strap (tali) jam tangan, dompet, ikat pinggang, *nametag*, hingga dompet STNK yang dapat dipesan sesuai dengan permintaan konsumen.

Usaha ini mengedepankan proses pengerjaan *full handmade* tanpa menggunakan mesin dengan seorang pengrajin sekaligus pemilik usaha yang berkompeten sehingga mutu dan kualitas produk sangat terjamin. Namun, adanya keterbatasan pada penggunaan teknologi dan terbatasnya tenaga kerja dalam proses produksi kerajinan kulit ini, dapat mengakibatkan proses pengerjaan produk memakan waktu yang lebih lama sehingga dapat berdampak pula pada permintaan pasar yang sulit untuk dipenuhi. Selain itu, proses produksi yang sederhana dan manual ini juga

dapat mengakibatkan mutu produk yang dihasilkan bervariasi.

Dalam proses pengerjaan dan produksi produk kerajinan kulit ini, pemilik usaha mampu menyelesaikan satu sampai dua buah strap jam selama satu hari sedangkan untuk pembuatan dompet membutuhkan waktu selama dua hari. Waktu pembuatan tersebut sudah mencakup proses pembuatan dan pemotongan pola sampai dengan proses penjahitan yang dilakukan secara manual. Pembuatan produk kerajinan kulit ini juga bergantung pada jenis kulit yang digunakan dan model (desain) produk yang diinginkan oleh konsumen.

Jumlah tenaga kerja yang terbatas dan waktu produksi yang lebih lama dengan proses produksi yang masih manual membuat usaha Mahataksu *Leather Craft* hanya dapat memasarkan produknya dengan jumlah yang terbatas (*limited*) apabila dibandingkan dengan usaha serupa yang memanfaatkan teknologi mesin jahit sebagai alat bantu produksi.

Tidak hanya masalah pada keterbatasan teknologi yang digunakan, dalam menjalankan suatu usaha pasti terdapat ketidakpastian yang dapat terjadi baik dalam waktu dekat maupun di masa yang akan datang. Hal ini dapat terjadi sebagai akibat dari pengaruh berbagai aspek kehidupan seperti adanya ketidakpastian di bidang ekonomi, hukum, politik, maupun adanya perubahan perilaku dan lingkungan masyarakat. Ketidakpastian tersebut bisa menimbulkan penurunan tingkat penjualan produk. Sebagai contoh adanya ketidakpastian yaitu adanya harga bahan baku kerajinan kulit yang tidak stabil dan cukup mahal serta adanya gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai produk-produk luar negeri yang dapat mengakibatkan harga jual produk meningkat sehingga berakibat pada penurunan daya beli masyarakat.

Dari uraian permasalahan di atas, peneliti mencoba membuat penelitian berjudul "Analisis Potensi Usaha Kerajinan Kulit Mahataksu *Leather Craft* di Desa Marga Dauh Puri Ditinjau dari Aspek Kelayakan Bisnis".

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam evaluasi dan pengembangan usaha yang telah dijalankan, baik dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta dari aspek manajemen dan sumber daya manusia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Sunyoto dalam Astari (2021), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun dan dijalankan, tetapi juga saat dikelola secara bertahap dan berkelanjutan dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Suryana dalam Husen Sobana (2018) menyebutkan bahwa terdapat lima tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis diantaranya untuk menghindari adanya risiko kerugian, memudahkan pelaksanaan perencanaan usaha, mempermudah pelaksanaan usaha, mempermudah pengawasan dan pengendalian.

Dalam melakukan studi kelayakan terhadap suatu usaha atau bisnis, terdapat beberapa aspek yang bisa menjadi tolak ukur penilaian layak atau tidaknya suatu bisnis tersebut dijalankan dan dikembangkan. Aspek-aspek tersebut dibagi menjadi dua yaitu aspek non finansial dan aspek finansial. Aspek non finansial diantaranya meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan. Sementara itu, untuk aspek finansial mencakup aspek keuangan yang dapat dinilai melalui uji kelayakan investasi.

### **Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta merupakan tempat bertemunya permintaan dan penawaran akan suatu barang maupun jasa yang membentuk suatu harga. Menurut Kotler dalam Adnyana (2020) pemasaran ialah suatu proses sosial

antara individu dan kelompok yang memperoleh kebutuhan dan keinginannya dengan cara menciptakan serta menukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Pemasaran dapat dijalankan dengan menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong dalam Dwinanda, (2020) merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).

#### 1. *Product* (produk)

Produk menurut Adnyana (2020) merupakan sesuatu yang dapat memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk akan memiliki beberapa unsur di dalamnya seperti jenis-jenis produk, kualitas, desain, *features, brand name*, kemasan, ukuran, pelayanan, dan garansi

#### 2. *Price* (harga)

Harga menurut Nadi (2020) merupakan sebuah nilai yang harus ditukarkan konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang diinginkan. Nilai tersebut ditetapkan oleh penjual serta dalam penentuan nilai tukar tersebut konsumen juga dapat ikut terlibat melalui proses tawar-menawar. Unsur-unsur dalam harga antara lain mencakup daftar harga, potongan, bonus, jangka waktu pembayaran, aturan kredit.

#### 3. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan suatu kegiatan mempromosikan atau memasarkan produk yang dimiliki. Dalam mempromosikan dan memasarkan produk diperlukan suatu strategi bauran promosi yang terdiri dari empat yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, serta penjualan perorangan (Nadi, 2020).

#### 4. *Place* (saluran distribusi)

Penentuan lokasi, sarana, dan prasarana pendukung usaha yang mempermudah konsumen menjangkau dan

memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Unsur-unsur di dalamnya antara lain: saluran distribusi, cakupan, lokasi, pergudangan dan transportasi (Adnyana, 2020).

#### 5. *People* (orang)

Menurut Kotler dan Keller dalam Dwinanda (2020), *people* atau partisipan atau orang merupakan pegawai atau karyawan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyedia produk atau jasa layanan maupun proses mempromosikan produk.

#### 6. *Process* (proses)

Proses merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pemilihan sampai dengan menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Supriyanto dan Ernawaty dalam Dwinanda (2020) mengungkapkan proses sebagai hubungan interaktif antara pemberi pelayanan dan konsumen.

#### 7. *Physical evidence* (lingkungan fisik)

Menurut Assael dalam Dwinanda (2020) menyatakan bahwa lingkungan fisik merupakan keadaan atau kondisi yang di dalamnya dapat menggambarkan situasi geografis dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakan, dan *layout*.

Selain bauran pemasaran, di dalam aspek pasar dan pemasaran terdapat analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki suatu usaha. Kotler & Armstrong dalam Laras (2020) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) suatu perusahaan yang digunakan untuk menentukan strategi yang harus ditempuh dalam usaha tersebut.

### **Aspek Teknis dan Teknologi**

Aspek teknis dan teknologi berkaitan dengan masalah-masalah yang menyangkut manajemen operasional, proses produksi, penentuan lokasi, kapasitas produksi, penerapan teknologi, tata letak pabrik (*layout*), pengawasan kualitas produk, serta semua hal yang berkaitan dengan operasional usaha (Fajriah, 2021). Penentuan kelayakan dalam aspek teknis dan teknologi bertujuan agar suatu usaha dapat menentukan lokasi yang tepat, dapat menentukan tata letak yang sesuai dengan proses produksi, dapat menentukan teknologi yang diterapkan dalam proses produksi, serta dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sehingga dapat tercapai proses produksi yang efektif dan efisien. Aspek teknis dan teknologi dapat dikatakan layak apabila seluruh komponen dalam penyelenggaraan proses produksi terpenuhi dan sesuai dengan standar kelayakan operasional usaha yang telah ditetapkan.

### **Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Aspek manajemen menjadi salah satu aspek yang cukup penting dalam pembuatan studi kelayakan usaha (Nadi, 2020). Penanganan manajemen yang baik menjadi kunci utama dalam keberhasilan suatu usaha. Selain itu, tenaga kerja yang handal juga sangat diperlukan dalam berjalannya suatu usaha. Menurut Depnakertrans (dalam Hasna, 2020), tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Kelayakan suatu usaha dari aspek manajemen dapat dilihat dari perencanaan usaha, cara pengelolaan, pengarahan, pengorganisasian sumber daya usaha, serta pengendalian dan pengawasan kegiatan usaha yang akan menentukan kualitas produk serta kepuasan konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan menggali informasi melalui proses wawancara dengan pemilik usaha Mahataksu *Leather Craft*. Pengumpulan data usaha hanya dilakukan dengan pemilik usaha saja karena usaha Mahataksu *Leather Craft* belum melibatkan karyawan dalam proses operasional usaha. Penelitian dilakukan di tempat produksi usaha Mahataksu *Leather Craft* di Jalan Ciung Wanara, Desa Marga Dauh Puri, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan.

Usaha berskala mikro ini memproduksi serta menjual produk berbahan dasar kulit asli yang menerapkan proses pengerjaan *full handmade* tanpa menggunakan mesin dengan pengrajin yang berkompeten sehingga mutu dan kualitas produk sangat terjamin. Usaha ini memproduksi strap (tali) jam tangan, gantungan kunci, dompet, dan ikat pinggang. Permintaan pasar akan produk kulit ini cukup banyak diminati konsumen, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik berupa penelitian langsung (*field research*). Penelitian langsung atau studi lapangan menurut Laras (2020) dilakukan dengan cara melakukan peninjauan secara langsung ke tempat atau obyek penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta dilakukannya studi pustaka.

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini tergolong ke dalam analisis deskriptif naratif. Metode analisis deskriptif adalah analisis data yang diperoleh, dikumpulkan, dianalisa, dan diinterpretasikan sebagai hasil dari analisa kualitatif. Analisa deskriptif dipergunakan untuk menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek manajemen ke dalam bentuk uraian deskriptif sehingga mudah untuk dipahami. Penelitian naratif dapat diartikan sebagai studi tentang cerita yang menceritakan dan menjelaskan suatu kejadian yang menjadi

pusat perhatian peneliti berdasarkan urutan waktu tertentu secara rinci.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam kegiatan usahanya, Mahataksu *Leather Craft* telah melakukan kerjasama dengan beberapa pihak seperti kerjasama antar sesama pengrajin kulit serta kerjasama yang dilakukan dengan pemilik atau pengusaha jam tangan. Dengan pangsa pasar yang mencakup seluruh daerah di Bali, Jakarta dan beberapa daerah di luar Pulau Jawa, potensi dan prospek usaha ini sangat bagus untuk ditekuni dan dikembangkan.

Persaingan pun tidak begitu dirasakan pada sektor industri ini, mengingat di Desa Marga Dauh Puri masih sedikit yang menggeluti industri ini. Selain itu, seluruh komponen yang terlibat dalam usaha ini, baik dari pesaing usaha maupun pengrajin serupa saling memberikan dukungan dan tidak saling menjatuhkan. Berikut hasil pengamatan usaha Mahataksu *Leather Craft* dari aspek pasar dan pemasaran yang ditinjau dari bauran pemasaran 7P:

#### 1. *Product* (produk)

Produk yang dijual pada usaha Mahataksu *Leather Craft* diantaranya strap jam tangan, gantungan kunci, dompet, ikat pinggang, dompet STNK, *nametag*, serta pelindung kunci mobil yang dapat dipesan sesuai dengan permintaan konsumen (*made by order*). Produk-produk yang dihasilkan dibuat dengan pengerjaan *full handmade* secara manual tanpa menggunakan mesin dengan bahan kulit yang berkualitas. Konsumen juga bisa memesan produk dengan penambahan aksesoris atau logo yang diinginkan sesuai dengan keinginan konsumen. Contohnya seperti pemesanan gantungan kunci yang akan digunakan pada kamar-kamar vila dengan penambahan logo vila serta nomor kamar vila pada gantungannya.

#### 2. *Price* (harga)

Usaha Mahataksu *Leather Craft* menggunakan strategi penetapan harga berupa strategi *penetration pricing* yang merupakan suatu strategi penetapan harga dengan harga produk yang dipasarkan lebih rendah dari harga pasar atau lebih rendah dari harga pesaing usaha. Penetapan harga ini dilakukan karena usaha Mahataksu *Leather Craft* masih terbilang cukup baru dirintis dan ini menjadi salah satu upaya yang dilakukan untuk menguasai pasar.

Harga yang ditawarkan bisa dikatakan cukup terjangkau dibandingkan dengan harga produk sejenis lainnya, mengingat bahan yang digunakan memiliki kualitas dan pengerjaannya dilakukan secara manual (jahit tangan). Dalam penentuan harga jual produk, pemilik usaha mempertimbangkan besarnya biaya produksi yang meliputi biaya pengadaan bahan baku kulit asli berkualitas yang hanya bisa didapatkan dari luar Pulau Bali serta biaya tenaga kerja.

Berikut daftar harga beberapa produk dari usaha Mahataksu *Leather Craft*:

**Tabel 1 Daftar Harga Produk Mahataksu *Leather Craft***

No.	Nama Produk	Harga
1.	Gantungan kunci	Mulai Rp 15.000 – Rp 50.000
2.	Strap jam tangan	Mulai Rp 175.000 – Rp 235.000
3.	Dompet	Mulai Rp 150.000 – Rp 300.000
4.	Ikat pinggang	Mulai Rp 285.000 – Rp 335.000
5.	Dompet STNK	Rp 65.000
6.	<i>Nametag</i>	Rp 100.000

Sumber: Tokopedia dan Shopee, 2022

#### 3. *Place* (saluran distribusi)

Pendistribusian produk kerajinan kulit ini dilakukan secara langsung oleh pemilik dari rumah produksinya. Distribusi ditujukan secara langsung kepada para konsumen yang menginginkan produk kulit berkualitas dengan harga terjangkau serta desain yang dapat ditentukan sendiri oleh

konsumen. Produk yang dipesan konsumen dapat diantarkan langsung ke tangan konsumen itu sendiri. Usaha ini juga bekerjasama dengan *marketplace* yang ada di Indonesia, sehingga pendistribusian produk menjadi semakin luas dengan perantara kurir.

#### 4. *Promotion* (promosi)

Di awal perintisan, usaha ini hanya dipromosikan lewat mulut ke mulut (*word of mouth*) antar masyarakat di sekitaran Desa Marga Dauh Puri saja. Namun, seiring perjalanan waktu dan penyebaran informasi yang semakin luas dan cepat, promosi kemudian merambah pada penjualan *online* dengan pemanfaatan media sosial seperti instagram dan facebook. Hal ini menyebabkan banyaknya permintaan pasar dan penjualan semakin meningkat. Pemilik usaha juga berinisiatif untuk mempromosikan serta menjajakan produk yang dijual melalui *platform marketplace* seperti tokopedia dan shopee. Saat ini, pemilik usaha sedang berusaha merambah media promosi melalui tiktok *shop* untuk memaksimalkan tingkat penjualan dan penguasaan pasar yang lebih luas.

#### 5. *People* (orang)

Mahataksu *Leather Craft* hanya melibatkan seorang pengrajin yang sekaligus merupakan pemilik dari usaha ini. Pemilik tersebut menjalankan segala operasional usaha mulai dari proses pemilihan bahan, proses pengerjaan produk, proses pengemasan produk, promosi produk, hingga melakukan penyaluran produk kepada konsumen secara langsung.

#### 6. *Process* (proses)

Untuk proses pemberian pelayanan kepada konsumen, usaha Mahataksu *Leather Craft* memberikan pelayanan yang optimal dalam menerima setiap pesanan yang diajukan oleh konsumen. Selain itu, usaha ini juga menyediakan layanan pengantaran pesanan ke tempat yang telah disepakati (*pick up point*) antara pemilik dan konsumen untuk mempermudah

konsumen dalam mengambil pesanan produk.

#### 7. *Physical evidence* (lingkungan fisik)

Lokasi usaha Mahataksu *Leather Craft* cukup strategis, mudah dijangkau, dan tidak jauh dari pusat Kabupaten Tabanan. Usaha ini menerapkan *layout* ruang produksi yang cukup sederhana, hanya terdiri dari dua meja yang bersebelahan dengan beragam peralatan produksi di atasnya serta kotak penyimpanan bahan-bahan yang dibutuhkan.

Selain ditinjau dari bauran pemasaran, penelitian ini juga melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki usaha Mahataksu *Leather Craft* yang biasa disebut analisis SWOT. Menurut Laras (2020), analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terdapat dalam usaha tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses evaluasi dan perbaikan usaha. Berikut analisis SWOT dari usaha Mahataksu *Leather Craft*:

##### 1. Kekuatan (*strength*) yang meliputi:

- a. Produk berkualitas dan rapi.
- b. Pengrajin terampil dan berpengalaman.
- c. Proses produksi dan pembuatan produk yang dilakukan secara manual (*handmade*) membuat seluruh komponen produk sangat diperhatikan secara mendetail.
- d. Produk yang dihasilkan bisa bertahan sekitar 5 tahun karena menggunakan bahan-bahan yang berkualitas.
- e. Mampu memanfaatkan peluang pasar dengan memberikan layanan pemesanan yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen.
- f. Pemasaran produk yang sangat luas dengan pemanfaatan media digital.

##### 2. Kelemahan (*weakness*) yang meliputi:

- a. Pengerjaan (produksi) produk hanya dilakukan sendiri, sehingga diperlukan waktu untuk memenuhi pesanan dengan jumlah yang banyak.

- b. Harga bahan yang relatif mahal karena diperoleh dari luar daerah.
- 3. Peluang (*opportunity*) yang meliputi:
  - a. Masih sedikit yang menjual produk serupa di sekitar daerah Desa Marga Dauh Puri.
  - b. Permintaan pembuatan kerajinan kulit yang semakin meningkat.
  - c. Segmentasi pasar luas baik dari dalam negeri hingga ke luar negeri.
- 4. Ancaman (*threat*) yang meliputi:

Hingga saat ini belum terdapat ancaman dari luar (eksternal) seperti adanya pesaing usaha. Hal ini dikarenakan persaingan yang ada dalam pasar kerajinan kulit merupakan persaingan yang sehat tanpa saling menghancurkan.

Dari hasil penelitian pada aspek pasar dan pemasaran tersebut, usaha Mahataksu *Leather Craft* memiliki potensi dan peluang usaha yang sangat besar dan baik untuk terus dikembangkan. Hal ini bisa dilihat dari adanya peningkatan permintaan akan produk kerajinan kulit dengan berbagai desain serta adanya pemesanan yang didapatkan dari luar negeri. Usaha Mahataksu *Leather Craft* juga mampu memproduksi produk yang berkualitas dengan jaminan mutu yang terpercaya, memiliki harga yang terjangkau, serta pemasaran produk dengan pemanfaatan media digital yang selalu mengikuti tren atau jaman.

### Aspek Teknis dan Teknologi

Dalam penelitian ini, komponen aspek teknis dan teknologi yang digunakan meliputi lokasi usaha dijalankan, teknologi yang digunakan, serta proses produksi.

#### 1. Lokasi usaha

Lokasi atau tempat produksi usaha Mahataksu *Leather Craft* ini merupakan rumah tempat tinggal pemilik usaha. Lokasi usaha cukup mudah dijangkau karena berada tidak terlalu jauh dari pusat Kabupaten Tabanan. Mahataksu *Leather Craft* saat ini memang belum memiliki toko atau lokasi pemasaran produk dengan

etalase produk di dalamnya. Usaha ini hanya memanfaatkan sedikit ruang di rumah tempat tinggal pemilik usaha, namun konsumen dapat langsung ke lokasi produksi untuk melakukan pemesanan produk sesuai keinginan. Konsumen juga dipermudah dengan adanya penjualan secara *online*, sehingga konsumen tidak perlu ke lokasi produksi dan dapat melakukan pemesanan secara *online*.

#### 2. Teknologi

Mahataksu *Leather Craft* mengedepankan konsep *full homemade* dengan proses pengerjaan produk secara manual tanpa menggunakan mesin. Setiap produk yang dihasilkan merupakan produk yang dibuat dengan pengerjaan yang cermat dan teliti sehingga kualitas produk sangat dijaga dan terjamin. Setiap detail produk menjadi fokus perhatian pemilik agar tidak ada kecacatan atau kerusakan produk yang akan dipasarkan dan diterima konsumen.

Teknologi yang digunakan hanya sebatas pemanfaatan teknologi elektronik dan media digital yang digunakan dalam proses pemasaran produk. Selain itu, teknologi mesin hanya digunakan dalam proses pencetakan logo usaha pada produk yang dibuat yaitu hanya dengan menggunakan mesin *hot press* yang juga masih sangat sederhana, sehingga pengerjaannya masih terbilang sangat sederhana.

#### 3. Proses produksi

Dalam usaha Mahataksu *Leather Craft* ini, proses produksi dilakukan setiap hari dengan standarisasi pengerjaan yang telah ditentukan. Setiap pengerjaan produk memiliki waktu dan tingkat kesulitan yang berbeda-beda. Sebagai contoh, pembuatan strap jam tangan bisa dikerjakan selama satu hari, sedangkan untuk pembuatan dompet dapat menempuh waktu selama dua hari. Proses pengerjaan produk dimulai dengan pembuatan dan pemotongan pola, kemudian dilanjutkan dengan proses penjahitan yang dilakukan secara manual



tanpa mesin jahit. Setelah produk jadi, kemudian ditambahkan dengan logo usaha melalui proses pengepresan dengan mesin *hot press* dan dilanjutkan dengan proses *finishing*. Produk jadi akan dikemas dengan plastik kemasan atau kotak sesuai dengan jenis produk ataupun permintaan dari konsumen.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dari aspek teknis dan teknologi tersebut, usaha Mahataksu *Leather Craft* berusaha mengoptimalkan waktu produksinya. Hal ini dikarenakan usaha ini merupakan usaha sampingan yang dijalankan oleh pemilik setelah menjalankan profesi utamanya. Jika dilihat dari lokasi produksi, usaha ini cukup mudah dijangkau dengan proses produksi yang bisa dilihat secara langsung oleh konsumen apabila konsumen melakukan pemesanan dengan mengunjungi secara langsung lokasi produksi. Walaupun belum memiliki toko ataupun etalase fisik, usaha ini masih bisa berjalan dan sangat terbantu dengan adanya media digital yang saat ini berkembang.

### **Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Pelaksanaan usaha Mahataksu *Leather Craft* ini dikelola dan dijalankan langsung oleh pemiliknya. Proses produksi juga dijalankan oleh pemilik usaha tanpa melibatkan karyawan. Pemilik belum melakukan perekrutan karyawan karena dibutuhkan sumber daya manusia yang handal dan memiliki pengalaman khusus dalam pengerjaan dan produksi kerajinan kulit ini. Dapat dikatakan bahwa pemilik bertanggung jawab penuh atas terlaksananya manajemen dan operasional produksi pada usaha ini.

Untuk kelancaran dan keberlangsungan usaha dalam jangka waktu panjang, pemilik usaha diharapkan melakukan perekrutan karyawan yang memiliki kualifikasi serta berpengalaman dalam pengolahan dan produksi kerajinan kulit ini. Pemilik juga bisa memberikan *training* atau orientasi sebelum

karyawan tersebut terjun langsung dalam proses produksi sehingga pengerjaan produk sesuai dengan standar yang telah diterapkan selama ini. Perekrutan karyawan ini juga akan membantu pemilik usaha untuk mengoptimalkan waktu pengerjaan produk, memproduksi produk kerajinan kulit lebih banyak, dan dapat menerima pesanan secara massal sehingga dapat meningkatkan peluang menguasai pasar dan meningkatkan pendapatan secara ekonomis.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dalam analisis mengenai potensi usaha Mahataksu *Leather Craft* yang ditinjau dari aspek kelayakan bisnis, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu dari aspek pasar dan pemasaran, usaha Mahataksu *Leather Craft* dapat dikatakan sudah berjalan secara optimal dan memiliki potensi usaha yang besar untuk dikembangkan ditinjau dari adanya peningkatan pemesanan dari berbagai daerah hingga adanya pemesanan dari luar negeri serta luasnya jangkauan pasar yang dapat dicapai.

Dari aspek teknis dan teknologi, usaha Mahataksu *Leather Craft* sudah maksimal dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dalam proses pemasaran produk serta adanya standarisasi produksi yang diterapkan. Penggunaan teknologi mesin jahit saat ini tidak diterapkan pada usaha Mahataksu *Leather Craft* karena usaha ini mengedepankan konsep *full homemade* dengan proses pengerjaan produk secara manual sehingga dapat menghasilkan kualitas produk yang sangat terjamin, namun waktu yang ditempuh untuk menyelesaikan sebuah produk belum dapat dilaksanakan secara optimal dan cepat.

Dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, usaha Mahataksu *Leather Craft* belum dapat berjalan secara optimal dikarenakan usaha ini hanya dijalankan oleh pemiliknya saja tanpa melibatkan karyawan,

mulai dari proses produksi hingga pemasaran produk.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis potensi usaha Mahataksu *Leather Craft* ditinjau dari aspek kelayakan bisnis, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi dan masukan guna kemajuan usaha ini, seperti penerapan proses pemasaran yang dapat dilakukan dengan sistem promosi yang lebih kreatif seperti dengan mengikuti pameran / *stand / booth* ataupun mengadakan *giveaway* sehingga dapat memperluas segmentasi pasar yang akan berdampak pada pemaksimalan pendapatan usaha.

Membuat inovasi-inovasi baru, baik dari segi bentuk produk maupun dengan penambahan jenis produk seperti membuat sepatu, sandal, ataupun tas juga dapat dilakukan untuk menambah variasi dan pilihan bagi konsumen. Dari sisi produksi produk, direkomendasikan untuk melakukan perekrutan karyawan yang berpengalaman di bidang kerajinan kulit sehingga proses pengerjaan dapat dilakukan lebih cepat dan maksimal serta dapat memperbesar peluang penerimaan permintaan produk dalam jumlah yang besar.

### REFERENSI

- Adnyana, I. M. (2020). Buku: *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Astari, A. A. E., Sudiartini, N. W. A., & Sari, N. L. P. R. (2021). Studi Kelayakan Inovasi Produk pada Arimasta Silver di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *JURNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI (JPENSI)*, 6(2), 153-170.
- Dangin, T. I. G. A. B., & Marhaeni, A. A. I. N. (2019). Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengerajin Pada Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 681.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran pemasaran 7P dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 120-136.
- Dwipayanti, K. F., & Indrajaya, I. G. B. (2017). Analisis Pengaruh Input Terhadap Nilai Produksi Dan Pendapatan Pengrajin Kulit Di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 6 (8).
- Fajriah, D. L. (2021). *Analisis Studi Kelayakan Usaha Pengrajin Sepatu Kulit Magetan pada Masa Pandemi Covid-19 (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)*.
- Hasna, Y. M. (2020). *Pengaruh Tingkat Upah dan Teknologi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)*.
- Husen Sobana, H. D. (2018). *Studi kelayakan bisnis*.
- Laras, D. (2020). *Analisis Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Produksi Tahu Tempe di Kekalik Gerisak) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram)*.
- Nadi, L., & Wenten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Perwitasari, Y. P., & Soetrisno, S. (2020). Analisa Pendapatan, Nilai Tambah, dan Strategi Pengembangan Usaha di Sentra Kerajinan Kulit Selosari Kabupaten Magetan, Jawa Timur. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 22(3), 255-266.
- Yusri, M. (2020). Pengoperasian Penelitian Naratif dan Etnografi; Pengertian, Prinsip-Prinsip, Prosedur, Analisis, Interpretasi dan Pelaporan temuan. *As-Shaff: Jurnal Manajemen dan Dakwah*, 1(1), 24-34.