

A. Gambaran Umum Rima Rajut Surabaya

1. Latar Belakang dan Berdirinya Rima Rajut Surabaya

Rima Rajut Surabaya juga menggeluti usaha dagang bahan – bahan merajut, diantaranya berbagai macam benang rajut, alat – alat untuk merajut dan berbagai macam bentuk produk rajut. Produk rajut yang di produksi oleh Rima Rajut Surabaya mulai dari tas, bros, penutup galon, taplak, baby set rajut dan jilbab rajut hingga busana pengantin rajut.

[illegible]

Di awal tahun 2012 produksinya, Rima Rajut Surabaya hanya membuat, tas rajut, bros rajut, penutup galon rajut, taplak rajut.

Kemudian melihat peluang pasar untuk mengembangkan rajutannya dengan membuat jilbab rajut. Karena meningkatnya permintaan, Mbak Ikrimah tak hanya mengerjakan rajutan di rumah pamernya saja. Namun, sambil mengerjakan pesanan Mbak Ikrimah membuka pelatihan cara merajut dengan tangan disetiap hari jum'at pukul 10.00 pagi tanpa dipungut biaya. Dibantu juga dengan kekuatan tenaga kerja (mitra kerja) orang-orang yang pernah dia latih. Karena lokasi mereka banyak yang di luar kota seperti Bojonegoro, Sidoarjo dan Surabaya dia mengirim benang dan kemudian dikirim balik ketika selesai dikerjakan. Pada saat memproduksi para pengerajin ini harus sangat teliti dan tekun, karena merajut memang membutuhkan mata yang jeli, serta tangan yang terampil.

Dalam memasarkan produknya, selain mengikuti berbagai pameran, dia juga mempunyai ruang pamer di rumah, dan situs rimarajut.com sebagai media jualan online. Dengan harga yang relatif terjangkau dan strategi pemasaran seperti itu, Mbak Ikrimah telah mampu merambah pasar internasional, salah satunya Hongkong. Saat ini, dirinya mampu meraup omset sekitar Rp 30 juta.

Mbak Ikrimah tak pernah menyangka jika hobi merajut yang ia gemari sejak kecil ternyata dapat mengundang rejeki. Hobi merajut yang ia miliki timbul karena sang ibu, Nurul Hawalaina memiliki hobi

disitu muncul pemikiran.Gimana ya kalau di beri rajutan.Lalu saya coba dan kembangkan jilbab itu dengan memberi variasi dari berbagai macam motif rajut untuk menjadikannya jilbab rajut yang cantik”.¹

Ungkapan tersebut bisa diartikan bahwa dengan melihat kondisi yang ada disekitar, lalu melakukan percobaan untuk membuat kemudian mengembangkan produk rajutannya melalui pencarian dari bermacam – macam ide agar usahanya bisa menjanjikan merupakan syarat utama dalam proses pengembangan produk baru. Mencari gagasan mulai perbaikan ataupun tambahan pada produk yang ada sampai ke produk yang sama sekali baru atau yang belum ada di pasaran. Mas Nafier menambahkan:

“Jilbab rajutkan sekarang tergolong produk yang baru dan bahkan jarang ada dipasaran. Disitulah menjadi peluang bisnis bagi Rima Rajut Surabaya ini, apalagi keutamaan proses pengerjaannya dalam memproduksi itu menggunakan tangan dan nggak pakek tenaga mesin sama sekali”.²

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa belum banyaknya usaha rajut di kota Surabaya, menjadikan besarnya peluang untuk mengembangkan usaha ini. Selain itu kreativitas kerajinan tangan sangat diperlukan dalam usaha rajut. Mengingat mode yang selalu berubah-ubah disetiap waktunya. Maka dengan berbagai macam motif

¹Hasil wawancara dengan Mbak Mbak Ikrimah, Senin 25 Juli, pukul 18.30 WIB, di Rumah Pamer Rima Rajut Surabaya.

²Hasil wawancara dengan Mas Nafier, Senin 25 Juli, pukul 18.30 WIB, di Rumah Pamer Rima Rajut Surabaya.

Untuk memperlancar arus produk dari produsen ke konsumen akhir, Rima Rajut Surabaya ini tidak hanya membuat kemudian menjual produknya yang sesuai dengan selera konsumen. Tetapi juga berbagi dengan konsumen untuk belajar merajut bersama di rumah pameran Rima Rajut Surabaya. Dan dari situ bisa saling tukar pendapat dengan pelanggan untuk membuat produk yang diinginkan konsumen agar produk yang dihasilkan tidak mengecewakan, sehingga konsumen tidak pindah ke produk lain. Seperti yang dikatakan Ibu Nurul:

“Iya mas... kami tidak cuma menjual, tapi juga mengajak pelanggan yang mau belajar merajut untuk datang kesini. Ada salah satu pelanggan yang belajar kesini. Pas hasilnya sudah jadi dia komplain ke saya. Bu Nurul ini kok nggak sama ujungnya ? ternyata memang rajutannya ada yang kelewatan. Nah... Disitu saya arahkan dia dan membimbingnya lagi sampai dia paham. Dari situ juga kami saling sharing dengan konsumen untuk membuat produk model apa. Secara tidak langsung munculnya ide untuk membuat produk – produk lain yah dari situ itu”.³

Dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa tidak hanya mencari ide dengan melihat apa yang sedang trend dipasaran. Namun dengan mengajak konsumen untuk belajar merajut bersama dan saling

[illegible]

tukar pendapat dengan kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan suatu produk baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya bisa berguna bagi orang lain merupakan cara Rima Rajut Surabaya untuk memunculkan ide mengembangkan produk barunya.

2. Jilbab Rima Rajut Surabaya

Barang yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan definisi dari suatu produk. Produksi yang dihasilkan Rima Rajut Surabaya termasuk proses produksi Kontinyu (*Continuous Process*). Dikatakan *Continuous Process* karena proses ini memproduksi secara terus – menerus untuk jenis produk yang sama. Seperti yang dikatakan Ibu Nurul:

“Disini dalam memproduksi barangnya itu secara terus-menerus. Untuk memproduksi barang seperti tas, bros, taplak dan banyak lagi yang lainnya termasuk jilbab rajutnya juga, tapi jilbab rajut diproduksi sesuai dengan pesanan atau keinginan konsumen. Kami mengirim bahan mentahan ke para mitra kerja dan setelah jadi dikirim lagi kesini dalam produk yang sudah jadi. untuk mengantisipasi produk yang dijual. Bila produk tersebut kehabisan”.⁴

[illegible]

Ada beberapa kendala atau hambatan yang ditemui oleh Rima Rajut, Tetapi di tengah hambatan yang ada, hal tersebut menganggap sebagai pemicu untuk terus berusaha memperbaiki kekurangan dan mengubah untuk menjadi lebih baik lagi.

Kendala yang di alami oleh Rima Rajut Surabaya adalah pada tenaga kerja karena kurangnya SDM.Peminat pasar semakin banyak namun tenaga kerjanya kurang memadai. Seperti yang dikatakan Mas Nafier:

“Kekurangan tenaga kerja malahan.Karna masyarakat sangat antusias waktu itu.dulu diawal – awal dulu pertama kali meluncurkan produk rajut.Tak disangka ternyata minat pelanggan semakin banyak tapi tenaga kerjanya kurang. SDMnya kurang”⁵

Dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa diawal produksi dulu Mas Nafier mengakui Rima Rajut Surabaya sangat kekurangan tenaga kerja. Permintaan pasar begitu meningkat, masyarakat antusias dengan produk Rima Rajut Surabaya. Namun kurangnya tenaga kerja menjadikan Rima Rajut Surabaya tidak maksimal dalam memproduksi. Karna itulah Rima Rajut Surabaya mengajak siapapun dan dari kalangan manapun untuk belajar merajut bersama dan menjadi mitra kerja Rima Rajut Surabaya seperti yang dikatakan Mbak Ikrimah:

⁵ Hasil wawancara dengan Mas Nafier, Selasa 26 Juli, pukul 03.15 WIB, di Rumah Pamer Rima Rajut Surabaya.

“Tapi dengan mengajak dan melatih para ibu – ibu untuk berkarya melalui rajutan masalah tersebut bisa teratasi, yang dulunya Rima Rajut Surabaya ini kurang tenaga kerja.Tapi, sekarang Alhamdulillah... banyak malahan diluar kota Surabaya ini yang menjadi mitra kerja kami, tak hanya ibu rumah tangga saja.Dikalangan remaja laki - lakipun juga ada”.⁶

Kerajinan tangan dengan bahan rajut tersebut kini tak hanya digemari para wanita khususnya ibu - ibu rumah tangga. Namun, ada pula sebagian para pria yang mengikuti pelatihan Mbak Ikrimah tersebut. Hasil kerajinan yang mereka buat dari sekedar hobby telah menghasilkan produk-produk jadi yang sekarang dipasarkan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Proses pengembangan produk baru merupakan salah satu keputusan yang berkaitan dengan pemasaran. Secara umum, tahap-tahap proses pengembangan produk baru mencakup delapan tahap, yaitu: penciptaan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, uji coba pemasaran dan komersialisasi.⁷

Rima Rajut Surabaya memang telah melakukan proses pengembangan produk baru namun Jika dikaitkan dengan teori tersebut, tidak sepenuhnya mengarah pada teori Kotler. Dari penelitian yang dilakukan. Peneliti bisa

⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Ikrimah, Selasa 26 Juli, pukul 02.30 WIB, di Rumah Pamer Rima Rajut Surabaya.

⁷Kotler-Armstrong, 1997, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 312, Edisi Ke3

menemukan langkah – langkah yang di ambil Rima Rajut Surabaya dalam mengembangkan produk barunya ada tigalangkah yaitu:

1. Menciptakan Gagasan

Menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung dua unsur, yaitu yang pertama, seseorang yang benar - benar mampu menciptakan produk yang baru dan belum memiliki pesaing. Yang kedua seseorang menciptakan sesuatu yang sudah ada, namun terdapat tambahan atau inovasi pada produk tersebut.⁸ Dalam teori tersebut dapat diartikan bahwa dengan menciptakan produk yang bahkan belum ada pesaingnya atau member inovasi pada produk yang sudah ada merupakan suatu peluang bisnis untuk mengembangkan produk baru bagi setiap usaha. Seperti yang diungkapkan Ibu Nurul:

“Nggak ada saya pesaingnya.Kalo yang mencontoh banyak.Mereka kalau liat ada jilbab dirajut pasti yang kepikir Rima Rajut, gitu”.⁹

Dengan menciptakan sebuah produk seperti jilbab rajut yang belum ada pesaingnya merupakan suatu peluang bisnis bagi Rima Rajut. Menurut Suparyanto peluang berawal dari informasi, meskipun informasi tersebut bukan hal yang penting. Namun, informasi tersebut diterima oleh tim yang membutuhkan, yang kemudian dikelola oleh

⁸Kasmir, 2012.*Kewirausahaan*. PT Raja Persada, Jakarta, Hal. 21

⁹Hasil wawancara dengan Ibu Nurul, Selasa 26 Juli, pukul 02.13 WIB, di Rumah Pamer Rima Rajut Surabaya.

3. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu sistem dari keseluruhan kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang memuaskan kebutuhan konsumennya. Pemasaran menurut Badudu, J.S. dan Zain, Sutan Muhammad, kamus bahasa Indonesia adalah sebuah proses dalam menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.¹⁴

Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah merek, karena merek merupakan nama, istilah, simbol dan desain yang mengidentifikasikan produk sehingga membedakannya dari produk lainnya. Maka dibutuhkan kebijakan dari perusahaan dalam menentukan mereknya, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nurul:

[illegible]

