

Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing Umkm Rajutan Melalui Digital Marketing

Sabilla Saberina¹, Ratih Hadiani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia^{1,2},

Email : sabilla.saberina@gmail.com ¹, rratih.hadiani@gmail.com ²

Abstrak

Adapun tujuan melaksanakan program pengabdian masyarakat di Sentra Rajut Binong Jati ini adalah untuk membantu para pengrajin meningkatkan penjualan hasil rajutan sehingga mendapatkan omset yang lebih tinggi. Target ini di khususkan untuk para pengrajin UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) rajut kecil ataupun besar yang sedang berkembang. Strategi yang akan digunakan adalah dengan cara melakukan penelitian dengan cara mewawancarai 30 pengrajin rajut dan mencari strategi pemasaran yang tepat dengan metode SWOT, STP dan *Marketing Mix*, sehingga UMKM Sentra Rajut Binong Jati ini akan mendapatkan laba yang maksimal dari sebelumnya, meningkatkan penjualan dan daya saing mereka melalui strategi pemasaran yang tepat bagi Sentra Rajut Binong Jati yang nantinya mereka bisa terus menyusun strategi-strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan produk mereka.

Kata Kunci : SWOT, Bauran Pemasaran, Usaha Mikro Kecil Menengah

Abstract

The purpose of implementing the community service program at the Binong Jati Knitting Center is to help craftsmen increase sales of knitted products so that they get a higher turnover. This target is specifically for small or large knitting SMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) craftsmen who are developing. The strategy that will be used is by conducting research by interviewing 30 knitting craftsmen and looking for the right marketing strategy with the SWOT, STP and Marketing Mix methods, so that the Binong Jati Knitting Center UMKM will get maximum profit than before, increase sales and competitiveness they go through the right marketing strategy for the Binong Jati Knitting Center so that later they can continue to develop good marketing strategies to market their products.

Keywords: SWOT, Marketing Mix, SMEs

1. PENDAHULUAN

Fashion rajut kini banyak digemari masyarakat, baik dari kalangan anak-anak, remaja, maupun orang tua. Jika pada mulanya fashion rajut hanya digunakan dicuaca yang dingin, kini fashion rajut bisa dipakai dicuaca apa saja. Dengan dipadu-padankan dengan jenis fashion lain, rajutan bisa menjadi lebih menarik bagi pemakainya. Apalagi kini fashion rajut bukan hanya sweater saja tapi ada jenis lainnya seperti jaket, gamis, cardigan, bandana, rok, sorban, syal, sarung tangan, bahkan tas.

Mitra yang menjadi target dalam kegiatan PKM ini adalah para pengrajin rajut. Sentra Rajut Binong Jati adalah suatu wilayah di Bandung yang terdapat banyak pengrajin rajut

yang masing-masing pengrajin berdiri sendiri sebagai UMKM. Produk rajutan yang dibuat oleh mereka mulai dari sweater, jaket, gamis, cardigan, bandana, rok, sorban, syal dan lain-lain.

Sebagian besar usaha rajutan di Sentra Rajut Binong Jati adalah usaha turun-temurun dari keluarga atau orang-orang yang sebelumnya adalah karyawan rajut yang membuka usaha rajutnya sendiri. Rata-rata setiap pengrajin menjual produk mereka kepada distributor dan reseller yang sudah menjadi langganannya sejak lama.

Mereka tidak menjual produk rajutan secara eceran melainkan menjualnya secara lusinan. Dalam memproduksi rajut, mereka

membuatnya saat terdapat pesanan dari distributor dan reseller langganannya mereka.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) provinsi Jawa Barat, dunia usaha di Jawa Barat pada saat ini masih didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari hasil SE2016 (Sensus Ekonomi Tahun 2016) Lanjutan, jumlah usaha ini mencapai lebih dari 4,5 juta usaha atau 98,84 persen dari total usaha nonpertanian di Jawa Barat. Usaha ini juga mampu menyerap tenaga kerja Jawa Barat lebih dari 9,7 juta orang atau sekitar 74,07 persen dari total tenaga kerja nonpertanian. Ketika krisis menerpa Indonesia termasuk Jawa Barat pada sekitar tahun 1997-1998, UMKM terbukti tetap berdiri kokoh di saat usaha-usaha besar lainnya berjatuh.

Persentase UMKM di Jawa Barat mencapai 98,84 persen dari total jumlah usaha nonpertanian di Jawa Barat. Jumlah UMKM tersebar pada semua kategori nonpertanian. Usaha Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor mendominasi jumlah UMKM dengan jumlah sekitar 2,1 juta usaha atau mencapai 47,44 persen. Usaha Industri Pengolahan dan usaha Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makanan Minum juga mempunyai kontribusi yang besar, masing-masing sejumlah 860.312 usaha (18,93 persen) dan lebih 600.720 usaha (lebih dari 13,12 persen) (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2018).

Konsentrasi UMKM tersebar pada masing-masing kabupaten atau kota di Jawa Barat. Salah satunya tentu saja di Kota Bandung yang ikut serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah UMKM di Jawa Barat, jumlah UMKM yang turut memberikan kontribusi di Kota Bandung mencapai 6.140 UMKM. (Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, 2019)

Salah satu bidang industri yang terkenal dari kota Bandung adalah industri dibidang fashion. Memang tidak bisa dipungkiri bila Kota Bandung sekarang ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi industri fashion sangat cerah. Bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang sekarang ini sengaja memilih bisnis Factory Outlet, Clothing Company, maupun Distro

untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. (BisnisUKM, t.thn.)

Salah satu industri dibidang fashion yang ada di kota Bandung adalah industri rajut. Fashion rajut memang salah satu bidang yang memiliki peluang yang menguntungkan untuk dijadikan sebagai lahan bisnis, karena fashion rajut tetap bisa dipakai di era apapun terlebih lagi saat cuaca sedang dingin. Selain itu bahan rajut juga bisa dibuat menjadi berbagai macam item. Antara lain sweater, cardigan, vest, syal, sarung tangan bahkan tas. (Radar Banyumas, 2015) (Aey, 2018)

Dibawah ini terdapat data beberapa UMKM rajut di Jawa Barat yang diambil dari website geraiumkm. Di Jawa Barat sendiri khususnya kota Bandung, sebenarnya ada cukup banyak UMKM yang memilih rajut untuk dijadikan sebuah usaha, namun kebanyakan dari mereka belum mendaftarkan usahanya di website geraiumkm. Pada website geraiumkm disebutkan 12 UMKM rajut di Jawa Barat yang sudah terdaftar.

Usaha rajutan di Binong sudah dimulai sejak tahun 1975. Pada awal tahun 1975, jumlah perusahaan rajut hanya 8-10 unit usaha, namun karena permintaan rajutan semakin meningkat maka penduduk lainnya tertarik untuk mengembangkan usaha rajut tersebut. Semakin banyak masyarakat setempat yang tertarik dan mulai mengembangkan sendiri usaha ini secara kecil-kecilan mesin rajutnya pun hanya mesin rajut sederhana dan manual. Seiring dengan berjalannya waktu rajutan Binong Jati mengalami peningkatan drastis di tahun 90-an. Tingginya permintaan rajut pada saat itu membuat seluruh buruh bisa menabung sehingga mampu membeli mesin sendiri.

Kesuksesan Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung ini terus berlangsung hingga tahun 2005, namun menjelang tahun 2006 bisnis rajutan berbahan dasar benang ini pun kian meredup, dikarenakan para pengusaha di sentra rajut ini mengalami penurunan output produksi yang disebabkan oleh menurunnya permintaan dari konsumen. Kondisi terparah adalah pada tahun 2010. Hal tersebut disebabkan oleh faktor dimulainya ACFTA (ASEAN-China Free Trade Area) pada Januari 2010 yang membuat produk rajut Binong Jati harus bersaing dengan produk

import yang berasal dari China yang dikenal dengan harganya yang murah.

Untuk dapat bersaing di pasar maka pengusaha rajut harus memperbaiki strategi pemasaran mereka. Selain itu, mereka juga harus menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) agar mampu bertahan ditengah kondisi yang sangat cepat. Karena saat ini, kita sudah berada pada era digital dimana segala sesuatunya bisa dilakukan hanya dengan melalui gadget. Oleh karena itu pengusaha rajut yang masih bertahan sampai saat ini, perlu memikirkan kembali bagaimana strategi pemasaran mereka agar bisa terus meningkatkan penjualan dan keunggulan bersaing, bahkan bisa kembali meraih pangsa pasar seperti dahulu agar sentra industri rajut Binong Jati dapat terus hidup. (R. Mustika, 2018).

Perubahan zaman yang begitu cepat, tidak semua orang bisa mengikutinya. Dibutuhkan wawasan dan pengetahuan yang tepat agar bisa menyesuaikan diri terhadap segala perubahan zaman. Salah satu perubahan zaman yang kita rasakan saat ini adalah perkembangan dan kemajuan teknologi yang begitu pesat. Agar bisa menguasai teknologi yang ada saat ini, pastilah dibutuhkan pengetahuan yang tepat. Dari kemajuan teknologi ini juga akan membuat persaingan dalam dunia bisnis menjadi lebih berat, karena tentu saja kemajuan teknologi membuat semuanya mejadi lebih mudah. Orang-orang yang lebih cepat menguasai teknologi, sudah pasti akan memanfaatkannya sebagai alat untuk memulai sebuah bisnis baru ataupun menjadikannya sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dari bisnis yang sudah dimiliki. Sebaliknya, orang-orang yang lambat dalam menguasai teknologi, kemungkinan besar bisnisnya perlahan-lahan akan terus tergerus dikarenakan kalah bersaing.

Perkembangan dan kemajuan teknologi tersebut dirasakan oleh para pengrajin di Sentra Rajut Binong Jati. Tetapi, karena kurangnya wawasan dan pengetahuan mereka akan teknologi, membuat cakupan pasar mereka tidak mengalami perkembangan dan terus diam di satu titik yang pada akhirnya membuat mereka kalah saing. Para pengrajin di Sentra Rajut Binong Jati ini perlu untuk memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran mereka agar bisnis rajut

mereka bisa bersaing dan pada akhirnya meningkatkan penjualan mereka.

2. METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, para pengrajin di Sentra Rajut Binong Jati akan dibantu untuk merumuskan strategi pemasaran yang paling cocok untuk diterapkan oleh setiap pengrajin. Diharapkan dengan kami membantu mereka untuk merumuskan strategi pemasaran, penjualan dan daya saing mereka akan meningkat.

Metode pendekatan pertama yang akan kami ambil adalah dengan melakukan penelitian dan observasi dalam bentuk wawancara kepada 30 UMKM rajut yang berada di Sentra Rajut Binong Jati untuk dijadikan sampel, dalam melakukan wawancara ini kami mengacu pada teori analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) sehingga nantinya akan memunculkan sebuah output berupa data yang terkait dengan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha mereka saat ini.

Setelah mendapatkan data dari hasil wawancara, selanjutnya kami akan merumuskan strategi-strategi pemasaran yang sekiranya paling cocok untuk diterapkan oleh para pengrajin dengan menggunakan teori STP (segmenting, targeting, positioning) dan marketing mix. Setelah berhasil merumuskan strategi pemasaran untuk mereka, kami akan melakukan sosialisasi mengenai strategi pemasaran yang sudah dirumuskan kepada 30 pengrajin yang sebelumnya dijadikan sampel, sosialisasi ini akan dilakukan di kampus Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

Tujuan kami melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu para pengrajin untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Dalam hal ini kami akan menggunakan seluruh ilmu yang telah kami dapatkan di dalam perkuliahan terutama ilmu dalam bidang pemasaran. Selanjutnya, kami juga bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pembelajaran agar para pengrajin bisa lebih mengenal kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha mereka. Juga, agar mereka bisa lebih memanfaatkan teknologi

yang ada saat ini untuk diaplikasikan dalam setiap kegiatan usaha mereka.

Target akhir yang kami harapkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah produk rajut dari pengrajin di Sentra Rajut Binong Jati ini bisa lebih dikenal oleh publik, sehingga dari hal tersebut akan meningkatkan rasio penjualan mereka. Selain itu, dengan lebih dikenalnya produk rajut mereka, kami harap daya saing mereka juga akan ikut meningkat.

Kegiatan yang akan diadakan di kegiatan PKM ini diantaranya :

1. Observasi dan penelitian: Langkah pertama yang akan kami laksanakan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan melakukan observasi dan penelitian di Sentra Rajut Binong Jati dan mencari tahu apa permasalahan yang sedang dihadapi dalam sisi pemasarannya. Dalam melakukan observasi ini, kami melakukan wawancara dengan mengacu kepada teori analisis SWOT. Kami meneliti 30 pengrajin rajut untuk dijadikan sampel atas fakta yang ada dari seluruh pengrajin rajut di Sentra Rajut Binong Jati.
2. Analisis hasil observasi dan penelitian: Setelah melakukan observasi dan penelitian, kami menganalisis hasil observasi yang telah kami lakukan dengan analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan marketing mix (product, price, place, promotion) untuk membuat strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan.
3. Perumusan strategi pemasaran: Setelah melakukan analisis-analisis untuk hasil dari observasi dan penelitian yang telah kami lakukan, kami mencoba untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan daya saing atas pelaku usaha tersebut.
4. Sosialisasi usulan strategi pemasaran: Setelah melakukan seluruh tahapan yang sudah kami laksanakan sebelumnya, kami akan mengundang para pelaku usaha yang telah kami wawancara untuk datang ke acara seminar yang akan dilaksanakan di kampus Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia dan membahas tentang hasil penelitian yang kami lakukan, berikut dengan strategi pemasaran yang telah kami rumuskan untuk

menjadi usulan pemasaran pengrajin tersebut untuk bisa meningkatkan penjualan dan daya saing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan observasi dan analisis maka hasil yang di dapat adalah sebagai berikut:

Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Sentra Rajut Binong Jati

SEGMENTING: Segmentasi yang dipilih oleh para umkm rajut di Sentra Rajut Binong Jati adalah orang-orang yang memiliki sebuah bisnis, dimana dalam menjalankan bisnisnya mereka berperan sebagai distributor dan reseller yang menjual produk yang dibuat oleh orang lain.

TARGETING: Targeting yang dipilih oleh para umkm rajut di Sentra Rajut Binong Jati dari segmentasi yang sudah dipaparkan diatas adalah Para distributor dan reseller yang menjual produk pakaian remaja hingga dewasa.

POSITIONING: Dalam hal positioning mereka menggunakan ketenaran dari lokasi usaha mereka yaitu Sentra Rajut Binong Jati yang sudah dari dulu terkenal sebagai salah satu wilayah produsen rajutan terbesar di Kota Bandung.

Analisis Marketing Mix Sentra Rajut Binong Jati

PRODUCT: Produk yang mereka jual ada bermacam-macam, mulai dari sweater, jaket, gamis, cardigan, bandana, rok, sorban, dan masih banyak jenis lainnya. Tetapi, kebanyakan dari mereka memproduksi sweater.

PRICE: Rata-rata rate harga dari produk rajutan mereka mulai dari Rp.300.000 s.d Rp.600.000 / lusin.

PLACE: Tempat produksi mereka terletak di Sentra Rajut Binong Jati, Jl. Binong Jati, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat yang sudah dari dulu terkenal sebagai salah satu wilayah produsen rajutan terbesar di Kota Bandung.

PROMOTION: Karena rata-rata para umkm di Sentra Rajut Binong Jati ini sudah memiliki customer yang sudah menjadi langganan. Para umkm kebanyakan menawarkan produk-produknya hanya lewat WhatsApp saja. Tetapi ada diantara mereka yang juga menggunakan Instagram, Facebook, dan

juga Online Shop seperti Shopee walaupun penggunaannya belum maksimal.

Analisis SWOT Sentra Rajut Binong Jati

STRENGTH

- Produk rajut mereka masuk ke semua kalangan.
- Harga produk rajut mereka cukup murah dengan kualitas yang premium.
- Produk mereka mudah untuk didistribusikan.
- Produk rajutnya tahan lama karena berupa barang.
- Usaha mereka sudah sejak lama sehingga cukup terkenal.
- Lokasi produksi mereka ada di pusat produksi rajut di Bandung yang sudah terkenal.

WEAKNESS

- Produk rajut hanya bisa dipakai pada cuaca dingin, sehingga saat cuaca sedang panas penjualan akan menurun.
- Produknya mudah rusak jika pemakaian buruk.
- Pemeliharaan produk agak susah.
- Sulit dalam merubah corak.
- Harga mesin dan benang yang mahal
- Sulit mendapatkan SDM yang mau merajut.
- Modal yang kurang.
- Pihak pengrajin tidak terlalu paham teknologi

OPPORTUNITY

- Lokasi produksi mereka strategis karena berada di pusat rajut Bandung yang sudah terkenal
- Fashion rajut sendiri masih menjadi tren.

THREATS

- Banyak jenis pakaian lain yang bisa menjadi pengganti dari rajut.
- Inovasi yang kurang dalam segi design, warna, dan corak bisa membuat rajut kurang diminati.
- Kurangnya pertumbuhan pasar, akan menyebabkan penjualan tidak meningkat.
- Perubahan era pemasaran karena teknologi, membuat persaingan semakin ketat.
- Teknologi yang terus berkembang akan sangat menjadi ancaman jika tidak bisa menggunakannya.

Dunia teknologi informasi dan internet yang juga termasuk di dalamnya kini

berkembang begitu pesat. Awalnya yang semua sangat sederhana kini menjadi lebih modern dan kompleks pada saat ini. Termasuk diantaranya bisnis yang mengalami banyak perubahan seiring dengan adanya perkembangan internet. Tak hanya perusahaan saja, pebisnis perorangan pun juga sama-sama memiliki peluang yang sangat besar untuk bisa menerbangkan bisnis semakin tinggi berkat kemudahan dan kemajuan teknologi.

Pada awalnya, mungkin seorang penjual memiliki akses yang terbatas untuk bisa memperkenalkan produknya kepada khalayak luas. Tetapi berkat adanya internet, seorang pebisnis bisa memperkenalkan produk atau jasa yang dijual dengan begitu mudah dan cepat. Cukup dengan bermodalkan ponsel android untuk melakukan promosi dan marketing membuat segalanya menjadi lebih mudah. Sehingga dengan kemudahan melakukan promosi dan marketing yang ditawarkan melalui internet ini bisa meningkatkan jumlah pembeli dari berbagai wilayah.

Promosi dan Marketing sebagai strategi pemasaran merupakan dua hal yang wajib dilakukan oleh para pebisnis. Tanpa promosi ataupun Marketing sulit rasanya membuat produk atau jasa yang dijual dikenal oleh orang banyak. Jika sudah sepi pembeli maka otomatis akan mengalami kerugian. Cara promosi dahulu dengan sekarang tentu berbeda. Jika di zaman dulu mungkin harus dari mulut ke mulut, tetapi kini berkat adanya teknologi promosi bisa dilakukan dengan begitu mudahnya. Anda bisa memanfaatkan sosial media ataupun membangun website sendiri untuk memasarkan bisnis anda supaya semakin dikenal oleh banyak orang.

Penjualan merupakan salah satu elemen terpenting dalam sebuah bisnis. Tanpa penjualan, maka tidak ada bisnis. Penjualan yang bagus juga didukung oleh promosi dan marketing yang efektif. Dalam dunia bisnis modern, pembuatan konten marketing yang menarik menjadi sesuatu yang mutlak diperlukan jika Anda ingin menginginkan kemajuan dalam bisnis. Melalui konten marketing yang menarik, Anda akan mampu menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Ditambah lagi bahwa pada saat ini, hampir semua aktifitas pemasaran difokuskan kepada pemasaran digital, dimana hal ini berarti terfokus pada konten yang ditampilkan. The Content Marketing Institute mendefinisikan praktik tersebut sebagai “pendekatan pemasaran strategis yang berfokus pada penciptaan dan distribusi konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik target pasar yang dituju.

Konten kreatif bisa berupa kata-kata yang menarik atau disebut copywriting, yang mana disini dibuat berbagai kata-kata yang akan menarik minat konsumen maupun calon konsumen untuk membeli produk kita. Lalu ada foto-foto kreatif dikenal dengan sebutan layout atau tata letak yang mana tata letak ini mempertimbangkan komposisi warna, bentuk, dan peletakkan. Selanjutnya video kreatif, biasanya dikenal dengan sebutan efek atau sajian audio visual yang saling mendukung. Efek dan sajian video tersebut dilakukan penyuntingan sedemikian rupa agar menarik untuk dikonsumsi oleh konsumen maupun calon konsumennya.

4. KESIMPULAN

Seiring berjalannya perkembangan zaman, ada banyak sekali media yang bisa digunakan untuk memasarkan berbagai produk agar lebih efektif dan efisien dengan mengandalkan IPTEK yang semakin maju. Kemajuan ini bisa kita maksimalkan agar memberikan dampak sosial ekonomi yang luas bagi masyarakat. Dalam kegiatan ini, kami berharap bisa memberikan manfaat kepada Sentra Rajut Binong Jati di bidang sosial dan ekonomi dengan cara memberikan arahan untuk memaksimalkan perkembangan IPTEK saat ini.

Dampak ekonomi yang akan diciptakan adalah bertambahnya omzet yang akan didapatkan sehingga kesejahteraan sosial akan terwujud terhadap orang-orang yang ada didalamnya. Karena, jika keperluan ekonomi tidak terpenuhi, maka akan terdapat dampak sosial yang terjadi di masyarakat. Dan ketika ekonominya terpenuhi, dampak sosial seperti kesenjangan sosial, kekerasan etnis dan kelompok, juga kekerasan dalam rumah tangga bisa dihindari.

Karena perkembangan IPTEK ini memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat, baik untuk produsen maupun konsumen. Karena, untuk mengoperasikan media-media pemasaran ini adalah hal yang sangat mudah. Sehingga, bisa meningkatkan minat para pembeli yang memprioritaskan kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini akan berdampak pada peningkatan penjualan dan memberikan keunggulan bersaing pada Sentra Rajut Binong Jati. Karena pemasaran adalah salah satu bagian penting di dalam suatu perusahaan. Tanpa adanya pemasaran, suatu perusahaan akan kesulitan menjual produknya. Berbagai macam cara bisa dilakukan untuk melakukan pemasaran. Mulai dari menggunakan brosur, spanduk, pamflet, iklan di berbagai media, termasuk menggunakan perkembangan IPTEK contohnya seperti pemasaran melalui internet. Berikut adalah rekomendasi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha rajut berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal industry tersebut:

1. Sentra Rajut Binong Jati harus mendapatkan perhatian dari pemerintah dan dinas terkait untuk bisa terus memajukan sentra rajut Binong Jati, Potensi kampung wisata pun dapat mendongkrak berkembangnya pasar sehingga mampu menggerakkan lebih banyak lagi pengrajin untuk dapat memproduksi berbagai produk mengingat banyak manfaat yang dirasakan sebagai penggerak UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam pengembangan pasar serta pengembangan produk kedepannya.
2. Sentra Rajut Binong Jati harus mendapatkan perhatian dari pemerintah dan dinas terkait untuk bisa terus memajukan sentra rajut Binong Jati, Potensi kampung wisata pun dapat mendongkrak berkembangnya pasar sehingga mampu menggerakkan lebih banyak lagi pengrajin untuk dapat memproduksi berbagai produk mengingat banyak manfaat yang dirasakan sebagai penggerak UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam pengembangan pasar serta pengembangan produk kedepannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengrajin yang pada umumnya melakukan usaha secara berkelanjutan. Lebih daripada itu

usaha di sentra ini tergolong sudah dikenal sejak lama. Sehingga potensi potensi Sentra Rajut ini menjadi peluang terciptanya daya beli konsumen yang tinggi. Lebih lanjut pengembangan produk pun dapat dilakukan dengan melakukan inovasi produk melalui berbagai macam jenis produk dengan mendiferensiasikan produk melalui berbagai jenis kebutuhan sesuai dengan permintaan pasar yang selalu berubah.

3. Lebih lanjut strategi pengembangan pasar lainnya dapat dilakukan melalui pengoptimalan peningkatan daya saing melalui inovasi promosi media social dengan mengemas produk menjadi lebih baik kemudian produk dipasarkan melalui media platform Instagram, Facebook, ataupun aplikasi marketplace lainnya sehingga memudahkan konsumen untuk bisa dengan mudah mencari produk hasil karya sentra kampong rajut lainnya.
4. Jika promosi melalui media social telah dilakukan diperlukan adanya keseriusan dalam pengoptimalan teknologi mengingat berbagai macam marketplace saat ini yang telah banyak melakukan transformasi kemudahan sehingga tidak hanya memudahkan konsumen tapi juga memudahkan penjual sebagai penyedia jasa dalam melakukan pelayanan. Sehingga dalam hal ini pengoptimalan dapat dilakukan dengan membentuk brand produk serta memanfaatkan media social sebagai wadah penulisan promosi yang paling efektif disamping menjual secara langsung. Selain itu beberapa strategi design pengemasan, pembuatan konten yang menarik untuk mendukung produk pun disinyalir memberikan efek yang besar bagi dilirikannya produk oleh konsumen. Sehingga Penjual dapat memanfaatkan beragam ide kreatif pembuatan konten yang tepat dalam merancang dan mendesign tema interface account online baik di instagram, facebook ataupun marketplace dengan menonjolkan kreatifitas hasil produk yang lebih fotogenic atau instagramable. Dan tidak lupa juga didukung dengan konten penjelasan yang komunikatif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Utami, N. G. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung Melalui Klaster Wisata. *Pengembangan Industri Kreatif*, 161.
- R. Mustika, I. N. (2018). PENGARUH LINGKUNGAN USAHA, BUDAYA ORGANISASI DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus Pada Koperasi Sentra Industri Rajut Binong Jati Kota Bandung) . *Skripsi*, 5-6. Diambil kembali dari <http://repository.unpas.ac.id/40166/4/BA%20I.pdf>
- Internet**
- Abdullah, F. (2019, Mei 02). Bandung Disebut Jadi Barometer Industri Kreatif Indonesia. (N. Nashrullah, Pewawancara Republika.co.id)
- Aey. (2018, Desember 26). *SPICE LAB PTE. LTD*. Diambil kembali dari Spice: <https://spiceee.net/id/articles/65260>
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2018, Desember 31). *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat: <https://jabar.bps.go.id/publication/2018/12/31/3f4fb99d906200ec1f386be5/potensi-usaha-mikro-kecil-provinsi-jawa-barat.html>
- BisnisUMK*. (t.thn.). Diambil kembali dari [BisnisUMK.com](https://bisnisukm.com/kota-bandung-menjadi-gudangnya-para-pebisnis-kreatif.html): <https://bisnisukm.com/kota-bandung-menjadi-gudangnya-para-pebisnis-kreatif.html>
- Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. (2019). *Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung*. Diambil kembali dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung: <http://diskopumkm.bandung.go.id/page/home>
- Hafizh, M. N. (2019, Januari 04). *Ayo Media Network*. Diambil kembali dari

AYOBANDUNG.COM:

<https://www.ayobandung.com/read/2019/01/04/42806/mari-galakkan-ekonomi-kreatif-kota-bandung>

Maulana, A. G. (2018, September 23). *Ayo Media Network*. Diambil kembali dari AYOBANDUNG.COM:

<https://www.ayobandung.com/read/2018/09/23/38405/pemkot-bandung-pacu-pengembangan-industri-fesyen>

Radar Banyumas. (2015, Oktober 09). *Radar Banyumas Network*. Diambil kembali dari Radar Banyumas:

<https://radarbanyumas.co.id/fashion-rajut-kembali-trend/>