ANALISIS PELUANG BISNIS RAJUT APLES_CHEIROTECHNIES SECARA ONLINE

Amalia Amanda¹, Asep Sugara²

Universitas Yuppentek Indonesia
Amaliandas0113@gmail.com¹, asepsugara02@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to determine the sales process that occurs at Aples_Cheirotechnies and is predictive in nature, because it analyzes marketing opportunities for knitted products to the public through digital marketing. The research method used is qualitative with a postpositivist approach, namely researching the conditions of natural objects, where the researcher is the key instrument. The data collection technique is carried out using triangulation (a combination of observation, interviews and documentation), the data obtained tends to be qualitative data, data analysis is inductive/qualitative, and the results of qualitative research are to understand meaning, understand uniqueness, and construct phenomena. The research results explain that the online knitting business has high growth potential, such as this aples_cheirotechniess shop, especially with increasing consumer interest in hand made and unique products. The demand for knitted products continues to increase, especially among consumers who are looking for goods that are made with high quality and are unique, so that aples_cheirotechnies knitted products are very suitable for use and are in demand and there are still minimal competitors in this business. The suggestion based on the research results is that the aples_cheirotechnies shop can create unique and creative designs and knitted products and increase digital marketing which plays a key role in reaching potential customers. Social media platforms, online advertising, and marketing content can be used to increase sales of an online knitting business.

Keywords: Business, knitting products, digital marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penjualan yang terjadi di Aples_Cheirotechnies dan bersifat prediksi, sebab melakukan analisa peluang pemasaran produk rajut ke tengah masyarakat melalui pemasaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan *postpositivisme* yakni meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan observasi, wawancara dan dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, dan mengkonstruksi fenomena. Hasil penelitian menjelaskan bahwa bisnis rajut *online* memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, seperti toko aples_cheirotechniess ini, terutama dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk *hand made* dan unik. Permintaan akan produk rajutan terus meningkat, terutama di kalangan konsumen yang mencari barang yang terbuat dengan kualitas tinggi dan memiliki keunikan, sehingga produk rajut aples_cheirotechnies ini sangat layak untuk digunakan dan diminati dan masih minimnya kompetitor dalam bisnis ini.

Kata Kunci: Bisnis, produk rajut, pemasaran digital.

PENDAHULUAN

Kehidupan membutuhkan kebijakan ekonomi untuk menciptakan kemakmuran. Salah satu kegiatan ekonomi adalah perdagangan, yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan. Potensi ekonomi Indonesia menarik minat dunia internasional dan memiliki karakteristik yang memungkinkan pertumbuhan ekonomi. Ini termasuk industri kerajinan tangan yang berkembang di seluruh dunia,

termasuk di Indonesia. Para pengusaha di sektor ini berusaha memproduksi berbagai jenis produk menarik untuk menarik konsumen dan mencapai keuntungan tinggi.

Internet khususnya telah memberikan dampak terhadap kehidupan masyarakat karena pesatnya pertumbuhan teknologi komunikasi. Kehidupan banyak orang berubah karena internet, begitu pula kehidupan pelajar. Mahasiswa menggunakan internet untuk mencari informasi tentang kehidupan mereka dan mengekspresikan kreativitas. Internet juga menjadi platform untuk kegiatan perdagangan, dengan banyak pedagang dan usaha kecil menggunakan e-commerce untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. E-commerce memudahkan transaksi antara konsumen dan produsen.

Pengembangan ekonomi di Indonesia harus dapat menghadapi tantangan globalisasi ekonomi dan mengikuti perkembangan teknologi. Dalam memasarkan produk, perusahaan harus mengadopsi strategi yang sesuai dengan perkembangan zaman, termasuk menggunakan aplikasi atau situs web untuk e-commerce. Internet juga memungkinkan konsumen untuk mencari informasi tentang produk secara mudah dan efisien.

E-commerce juga sangat populer di Indonesia, dengan banyak pengusaha menggunakan strategi pemasaran online untuk menjual barang dan jasa. Industri kerajinan tangan, seperti rajutan, juga menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan produk dan menawarkan berbagai model dan warna sesuai dengan pesanan konsumen. Perajin kerajinan tangan harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik untuk menghasilkan produk berkualitas dan bersaing dengan produk dalam dan luar negeri.

Konsumen masih mencari produk fashion yang unik dan berbeda. Produk rajutan merupakan salah satu pilihan, dengan harga yang terjangkau dan beragam dalam model dan warna. Rajutan juga memberikan nilai eksklusivitas karena dibuat dengan tangan, bukan mesin. Oleh karena itu, pelaku usaha kerajinan tangan rajutan menggunakan e-commerce untuk memasarkan produk mereka.

Salah satu contoh penggunaan e-commerce untuk kerajinan tangan rajutan adalah toko online "Aples_Cheirotechnies" di Tangerang. Toko ini didirikan oleh Amalia Amanda, seorang mahasiswa yang memiliki hobi dan bakat dalam merajut. Aples_Cheirotechnies menawarkan berbagai produk rajutan, seperti tas, jaket, pakaian bayi, dan dompet, yang dapat disesuaikan dengan pesanan konsumen. Toko ini memanfaatkan *e-commerce* melalui situs web dan aplikasi untuk memasarkan produknya, serta menyediakan katalog online untuk memudahkan konsumen memilih dan memesan produk.

Internet memiliki banyak keunggulan dalam bisnis, termasuk kemudahan dalam pemasaran dan pembelian produk. Selain itu, internet juga menjadi sarana elektronik yang mendukung *e-commerce*. Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh internet dan *e-commerce* dalam berbagai bidang bisnis, seperti perusahaan makanan dan minuman serta bisnis fashion. Para peneliti telah menekankan pentingnya memanfaatkan internet dan *e-commerce* untuk memanfaatkan peluang bisnis dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, penggunaan teknologi internet dan *e-commerce* sangat penting dalam memasarkan produk kerajinan tangan rajutan dan mencapai kemakmuran ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penjualan yang terjadi di Aples_Cheirotechnies dan bersifat prediksi dengan rumusan masalah bagaimana analisa peluang penjualan online Aples_Cheirotechnies?

TINJAUAN PUSTAKA

Analisa

Menurut Ali (1995:37), analisis adalah proses melihat sesuatu untuk mengetahui keadaan sebenarnya agar dapat memahami gambaran besarnya dan apa arti semua itu. Tujuan analisis adalah mengungkap kebenaran dengan cara menggali lebih jauh fenomena yang diteliti. Istilah Yunani Kuno "analisis"—yang berarti melepaskan—adalah asal kata "analysis" dalam bahasa Inggris. Terdiri dari dua kata "ana" yang berarti kembali dan "luain" yang berarti melepaskan. Oleh karena itu, upaya mengkaji sesuatu secara mendalam dengan cara menguraikan atau mengorganisasikan bagian-bagian pokoknya untuk dipelajari selanjutnya adalah apa yang kita maksudkan dengan mengatakan bahwa sesuatu itu sedang dianalisis.

Pendapatan

Pendapatan adalah tujuan utama dalam mendirikan perusahaan, serta memiliki peranan penting dalam operasinya. Pendapatan dari operasional suatu entitas, termasuk penjualan, fee, bunga, dividen, royalti, dan sewa, ditetapkan sebagai pendapatan menurut Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Operasi operasional atau perolehan produk dan jasa untuk masyarakat atau pelanggan menghasilkan pendapatan, yang pada gilirannya mengurangi kewajiban perusahaan dan meningkatkan asetnya. Pendapatan perusahaan adalah uang yang masuk sebagai hasil penjualan barang atau pemberian jasa selama jangka waktu tertentu. Modal dan aset perusahaan juga akan tumbuh nilainya sebagai akibat dari hal ini. Akibatnya, pendapatan adalah jumlah yang diterima bisnis sebagai hasil penjualan barang atau penyediaan jasa untuk mendanai operasi operasional yang meningkatkan nilai aset dan mengurangi kewajiban.

Bisnis

Bisnis adalah aktivitas usaha yang penting dalam mendukung perkembangan ekonomi. Dalam bahasa Inggris, bisnis dikenal sebagai "business". Secara umum, bisnis adalah organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan keuntungan. Kata ini berasal dari bahasa Inggris yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Bisnis memiliki tiga penggunaan, yaitu sebagai badan usaha, sektor pasar tertentu, atau seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. (Sumber: Top Lintas)

Peluang Bisnis

Peluang diartikan sebagai "satu atau lebih peluang yang terjadi sebagai akibat dari suatu kejadian" dalam bahasa Inggris, dari situlah istilah "peluang" berasal. Siapa pun yang memiliki dorongan kewirausahaan dapat menemukan peluang untuk mendirikan perusahaannya sendiri. Jika suatu perusahaan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, yaitu perkembangan yang menguntungkan dalam lingkungan eksternalnya, sebagaimana dinyatakan oleh Solihin (2012), peluang-peluang tersebut dapat membawa pada kesuksesan finansial jangka panjang. Kemungkinan bisnis didefinisikan sebagai "kemungkinan ide bisnis bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya" (Mariotti, 2013).

Online

Sebagaimana dikemukakan oleh Samuelson (2001), permintaan adalah “hubungan yang jelas antara harga pasar suatu barang dan jumlah yang diminta, asalkan faktor-faktor lain tidak berubah”. Kuantitas barang atau jasa yang bersedia dibeli masyarakat pada saat tertentu dipengaruhi oleh preferensi pribadi mereka, harga komoditas, tingkat pendapatan, dan nilai pasar barang dan jasa serupa (Salvator, 2006).

Permintaan terhadap suatu produk atau jasa akan berubah sebagai respons terhadap perubahan persepsi konsumen terhadap kualitas atau harga produk pesaing.

Gilarso (2007) menyatakan bahwa kata “permintaan” mempunyai arti khusus dalam ilmu ekonomi, yaitu selalu menunjukkan hubungan antara jumlah suatu benda yang ingin dibeli masyarakat dengan harganya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan *postpositivisme* yakni meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan observasi, wawancara terhadap key informan yang merupakan konsumen dan dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, dan mengkonstruksi fenomena. Penelitian berlokasi di Toko Aples_Cheirotechnies selama enam bulan, yaitu dari bulan September tahun 2023 sampai dengan bulan Pebruari tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Peluang Penjualan Online Rajut Aples_Cheirotechnies.

1. Peluang Usaha Melalui Media

Media memiliki banyak peluang usaha dalam berbagai bidang, terutama dengan teknologi dan internet yang semakin maju. Beberapa peluang usaha melalui media termasuk konten digital, media sosial, pemasaran digital, dan e-commerce. Pemasaran dapat dilakukan secara online melalui promosi di platform seperti Instagram, TikTok, dan Shopee. Foto-foto berbagai tas dan pakaian rajut dapat diunggah untuk menarik minat pembeli. Promosi juga dapat dilakukan secara offline dengan menawarkan produk kepada rekan dan saudara. E-commerce adalah komponen penting dalam sistem perdagangan, memudahkan konsumen dalam memilih barang dengan hanya mengklik link yang tersedia. Jika ada pertanyaan, konsumen dapat langsung menghubungi melalui chat *WhatsApp*. Penggunaan e-commerce membuat mencari kebutuhan lebih mudah tanpa harus pergi ke toko. Dari wawancara dengan konsumen, terlihat bahwa media online secara positif mempengaruhi peluang bisnis melalui e-commerce. Media sosial seperti Instagram juga membantu dalam penjualan produk rajut, dengan memesan melalui DM dan mendapatkan respon cepat.

2. *Trade Resources*

Segmentasi pasar membantu menemukan peluang usaha dengan meriset kebutuhan konsumen dari data yang ada. Mengikuti tren industri rajut seperti bentuk, model, ukuran, warna, pola, dan desain membuat usaha tetap relevan dan kompetitif. Dalam wawancara dengan Konsumen Kak Alma yang memesan Cardigan, ia menyatakan kepuasan dengan model yang berbeda, tambahan motif

matahari, warna coklat muda, dan kualitas rajut yang bagus. Pengerjaannya memakan waktu sedikit lebih lama, tetapi masih cepat dan tidak mudah melar. Harganya juga didiskon karena temannya. Feedback positif dari konsumen menunjukkan bahwa segmen pasar yang sudah terjual telah memenuhi keinginan konsumen, sesuai dengan misi meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas terbaik.

3. Internet

Bisnis online semakin berkembang seiring dengan konektivitas internet yang semakin meningkat. Riset pasar dan strategi pemasaran yang baik diperlukan untuk sukses dalam bisnis ini. Peluang usaha online melibatkan penawaran produk atau layanan melalui toko online, marketplace, atau platform penjualan digital. Pemahaman pasar dan strategi digital penting untuk berhasil. Peluang usaha rajut online mencakup perusahaan yang menjual produk rajutan melalui platform online. Salah satu pelanggan memberikan umpan balik positif tentang produk tas rajut di toko online Shopee. Harga yang terjangkau, pelayanan yang baik, dan kemudahan pengiriman menjadi alasan pelanggan merasa puas.

Analisis Peluang Penjualan Online Rajut Aples_Cheirotechnies.

Untuk memberikan analisis peluang penjualan online, beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan meliputi:

1. Kualitas Produk seperti menilai kualitas rajutan, jenis benang yang digunakan, dan desain produk.
2. Desain dan Inovasi seperti membuat keunikan desain dan sejauh mana bisnis rajut ini berinovasi dalam berbagai aspek.
3. *Platform E-Commerce* seperti keberadaan fungsionalitas internet melalui platform e-commerce oleh Aples_Cheirotechnies.
4. Harga dan Strategi Harga seperti sejauh mana harga produk sesuai dengan nilai dan ada strategi harga khusus untuk menarik pelanggan.
5. Keterlibatan *feedback* pelanggan interaksi, termasuk ulasan dan tanggapan dari pelanggan yang telah membeli produk.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa pasar produk rajutan terus berkembang, terutama di kalangan konsumen yang lebih menghargai produk *handmade* dan berkualitas tinggi. Potensi penjualan melalui media dapat memberikan akses ke pasar yang lebih luas. Keberhasilan usaha rajut melalui media terkait erat dengan kemampuan untuk menawarkan produk dengan desain unik dan menarik. Keberagaman produk dan inovasi dalam desain dan produk yang memiliki nilai unik dapat meningkatkan daya tarik pelanggan. Saran atas hasil penelitian adalah toko aples_cheirotechnies dapat menciptakan desain dan produk rajutan yang unik dan kreatif dan meningkatkan pemasaran digital memegang peranan kunci dalam menjangkau pelanggan potensial. Platform media sosial, iklan *online*, dan konten pemasaran dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan bisnis rajut *online meningkat* pertumbuhan pasar *e-commerce* untuk pasar nasional dan global terus meningkat tiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. 2002. *Analisis Investasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ainun, Feby 2022. *Analisis Pemanfaatan Media Online Dalam Menunjang Peluang Bisnis (Studi Pada Bisnis Fashion Di Kota Medan)*. Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis Vol 7, No 1 April 2022. ISSN 2503-1406.
- Ali, Lukman dkk. 1995. *Kamus besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Jakarta. Depdikbud. Balai Pustaka.
- Alma, Buchari. 2010. *Pengantar Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Annisah, Andriani, Nurbaiti 2021. *Analisis Peluang Binis di Masa Pandemi (Studi Kasus pada PT. Unilever Indonesia, Tbk)*. Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Vol. 10 No. 2, Desember 2021, Hal 65-71.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. 2011. *Entrepreneurship (2nd ed.)*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Dominick, Salvatore (2006). *Mikro Ekonomi Edisi Keempat*. Erlangga. Jakarta.
- Gilarso. (2007). *Ilmu Ekonomi Mikro Teori Permintaan*. PT.Angkasa Bhakti. Semarang.
- Harnanto. (2019). *Dasar Dasar Akuntansi (2nd ed.)*. Andi. Yogyakarta.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *PSAK 1 : Penyajian Laporan Keuangan*. Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Ikatan Akuntan Indonesia.
- Junaidi, Purnawan 1995. *Pengantar Analisis Data*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Lambing, Peggy A. & Kuehl, Charles R. (2003). *Entrepreneurship 3rd edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Mariotti, Steve. 2013. *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, Inc.
- Samuelson, Paul A dan D. Nordhaus William. 2001. *Ilmu Mikroekonomi, Terjemahan. Edisi 17*. PT Media Global Edukasi. Samuelson, Paul A dan D. Nordhaus William. (2001). *Ilmu Mikroekonomi, Terjemahan. Edisi 17*. Jakarta. PT Media Global Edukasi.
- Sochib. 2018. *Pengantar Akuntansi 1 (Pertama)*. Deepublish. Yogyakarta.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Susanto, dkk. 2023. *Analisa Peluang Dan Strategi Usaha Produk Baru (Studi Produk Mahasiswa)*. SABAJAYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Vol 1 No 3, Mei 2023.
- Wetherbe James. 2012. *Analisis PIECES Pada Aplikasi WebGIS Pemetaan Ekonomi Kreatif (Ekraf)*. Teknika, 9(2), 138–145.