BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Penulisan pelaksanaan kerja praktek pada Sekretariat Daerah Kota Bandung Bidang Perekonomian di Sub Bagian Bina Produksi dan Distribusi. Pada Sub Bagian Bina Produksi dan Distribusi terdapat beberapa kegiatan tiap harinya, diantaranya adalah : Memantau perkembangan terbaru dari produk kerajinan di setiap Kecamatan Kota Bandung, dan Mengevaluasi hasil harga barang kebutuhan pokok perminggunya

Penulis melaksanakan kerja praktek pada bidang Bina Produksi dan Distribusi, penulis mendapatkan bimbingan dari Kepala Bagian Perekonomian dan Kepala Sub Bag Bina Produksi dan Distribusi. Ada pun tugas penulis dalam bidang pelaksanaan kerja praktek adalah membantu pekerjaan harian di bagian Bina Produksi dan Distribusi.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Teknik pelaksanaan kerja praktek menggunakan metode observasi langsung, dimana pelaksanaan kerja praktek dilakukan dengan cara mengikutsertakan diri dengan bekerja langsung membantu di bagian Bina Produksi dan Distribusi. Selama melaksanakan kerja praktek di bagian Bina Produksi dan Distribusi Sekretariat Daerah Kota Bandung, penulis diberi kesempatan untuk memperhatikan, membantu, dan mengerjakan tugas yang

ada, kegiatan – kegiatan atau aktifitas yang diberikan oleh staff kepada penulis antara lain :

1. Menginput data terbaru yang diperoleh dari Kecamatan Se-Kota Bandung
2. Memasukan harga terbaru untuk evaluasi Harga KEPOKMAS (Kebutuhan Pokok Masyarakat)
3. Mencari data perusahaan yang telah berinvestasi
4. Ikut serta dalam rapat bersama
5. Penulis diberitahu tata cara pengambilan data pada website pemerintah
6. Membantu Staff dalam mengerjakan tugasnya.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3.1 Landasan Teori

Landasan teori digunakan untuk mendukung pembuatan laporan ini, maka perlu dikemukakan hal-hal atau teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam pembuatan laporan ini.

3.3.1.1 Produk Unggulan Daerah

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan

baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu.

Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan.

Menurut Kotler dan Armstrong,(2001 : 346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Sedangkan Produk Unggulan Menurut Kementrian Koperasi & UKM Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9

Tahun 2014 adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan, Sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global.

3.3.2 Produk Unggulan Kerajinan Di Kecamatan Antapani Kota Bandung

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan unsur penting dan utama dalam menciptakan daerah yang mandiri yang dicita-citakan melalui kebijakan desentralisasi. Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah,inventarisasi

potensi wilayah/masyarakat/daerah mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengebangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi/identifikasi potensi ekonomi daerah adalah dengan mengidentifikasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah pada tiap-tiap sub sektor. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk , menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestic dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001)

Dalam sektor kerajinan di kecamatan Bandung banyak sekali produk unggulan kerajinan yang dibuat oleh masyarakat. Mereka memiliki inovasi yang beragam dari mulai memilih sampah plastik untuk dijadikan sebuah kerajinan, dan membuat banyak kerajinan lainnya. Penulis akan membahas produk kerajinan di Kecamatan Antapani Kota Bandung berikut uraiannya :

Tabel 3.1

Produk Unggulan Kerajinan di Kecamatan Antapani

NO	NAMA PRODUK	ALAMAT	JENIS PRODUK	BAHAN BAKU	HARGA	KET
1.	Shoes-D'Island Pemilik : Asep Suraputra	Jln. Kuningan RW 13	Sepatu Kulit	Kulit	Rp. 325.000 sampai 380.000-.	Nama website : www.island-id.co Produk sepatu kulit ini merupakan handmade Kapasitas produk sepatu kulit ini adalah 200-250 pasang setiap minggunya. Harga yang dibandrol sangat ekonomis bagi orang yang mengerti kualitas karena

NO	NAMA PRODUK	ALAMAT	JENIS PRODUK	BAHAN BAKU	HARGA	KET
						kulitnya asli.
2.	Bandung Archeri Nama Pemilik : Teguh	Jln. Antapani Lama	Alat Olahraga , Panahan, Tempat Peluru	Gypsum , fiber, kayu	Rp.25.000 sampai 340.000-.	Produk di Bandung Archeri ini dibuat by order maksudnya adalah setiap konsumen bisa custom/memili h sendiri apa yang akan dibuat.
3.	Sarung Bantal Nama Pemilik : Yanti	Jln. Pamempe uk 1 No.9 RT03/04	Sulaman	Kain katun, balncu, benang wol	Rp. 60.000/Se t	Produk sarung bantal ini isi per-set yaitu 5 buah. Dalam pembuatannya bisa juga by order jadi sesuai keinginan customer. Owner sangat mengutamakan keinginan konsumen. Dalam

NO	NAMA PRODUK	ALAMAT	JENIS PRODUK	BAHAN BAKU	HARGA	KET
						seminggu bisa mamproduksi 20 set sarung bantal dengan 3 orang karyawan.
4.	Mamah Kolektion Nama Pemilik : Imas Rukmini	Jln. sindangsari I No. 08	Kerudung dan Ciput	Kain, Benang Bordir	Rp. 10.000 sampai 40.000-.	Mamah Kolektion sekali memproduksi bisa mencapai 2 kodi. Produk ini dibuat handmade langsung oleh ownernya sendiri Ibu Imas.
5.	Aneka Kerajinan Bungkus Kopi Nama Pemilik : Rieta S	Jln. Jakarta IV. No.22	Tas Tangan, Tikar, Taplak Meja	Bungkus Kopi Bekas	Rp. 50.000 sampai 300.000-.	Produk dari bungkus kopi bekas ini sangat unik, proses penggerjaannya pun tidak mudah perlu teliti. Harganya yang ekonomis

NO	NAMA PRODUK	ALAMAT	JENIS PRODUK	BAHAN BAKU	HARGA	KET
						walaupun dari bungkus kopi bekas tapi dalam satu produk contohnya tas dibutuhkan kurang lebih 100-120 bungkus kopi bekas dan harus merek kopi yang sama agar bisa menciptakan produk yang bagus.
6.	Chandra Fashion Nama Pemilik : Chandra Wiliam	Jln. Antapani No.40 Tarumasari RT02/04	Jaket Kulit	Kulit Domba	Rp. 300.000 sampai 1.500.000 -.	Produk jaket kulit Chandra Fashion terbilang mempunyai harga yang cukup tinggi tetapi dengan kualitas kulit asli membuat para konsumen tidak masalah

NO	NAMA PRODUK	ALAMAT	JENIS PRODUK	BAHAN BAKU	HARGA	KET
						dengan harga tersebut. Kulit dombanya itu sendiri dari Garut. Selain itu bisa juga custom by order.

Sumber : www.bandung.go.id

3.3.3 Hambatan yang terjadi pada pengrajin Di Kecamatan Antapani

Dalam sebuah usaha pasti saja ada kekurangan yang terjadi dalam sebuah perusahaan/penjualan produk. Permasalahan yang terjadi dalam proses penjualan marketing kerajinan di kecamatan Antapani yaitu para produsen kurang paham bagaimana cara menjual barang-barang tersebut mereka hanya memasarkan *offline store* saja (dirumah masing-masing). Padahal di era yang sudah canggih ini orang jaman sekarang untuk membeli sebuah produk lebih memilih secara *online* (onlineshop), selain praktis belanja secara online juga lebih ekonomis karena tidak mengeluarkan tenaga/biaya transportasi.

Online shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui display

dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Masyarakat di kecamatan Antapani kurang memahami bagaimana cara menggunakan media sosial untuk berjualan dikarenakan salah satunya adalah faktor usia. Karena rata-rata para pengrajin di daerah Kecamatan Antani sudah berusia lanjut maka dari itu mereka kurang paham cara memasarkan produk via media sosial. Padahal banyak alat atau aplikasi untuk menjual produk diantaranya adalah instagram, facebook, line, shopee, tokopedia dll. Hanya bermodal smartphone kita dapat memasarkan produk sampai ke seluruh Indonesia. Selain itu kita sebagai penjual harus memiliki cara-cara yang menarik perhatian para konsumen agar konsumen berminat untuk membeli produk kita.

3.3.4 Solusi Dalam Menghadapi Hambatan yang Terjadi Pada Pengrajin Di Kecamatan Antapani

Peran pemerintah sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian para pengrajin lokal, pemerintah kurang mensosialisasikan tentang Bisnis Online kepada para pengrajin. Sebaiknya pemerintah mengadakan sosialisasi tentang apa itu bisnis online, bagaimana cara memulai bisnis online, bagaimana cara memasarkan bisnis online, maupun

cara melakukan transaksi pembelian online. Sehingga masyarakat yang berusia lanjut dapat memahami cara-cara tersebut.

Selain itu terdapat beberapa cara/trik untuk memulai bisnis online, ialah :

1. Buatlah konten yang menarik

   Maksud dari membuat konten yang menarik yang pertama adalah menentukan tema yang tepat untuk memposting produk-produk yang akan dijual, lalu menyajikan foto produk yang menarik sehingga para konsumen tidak bosen melirik produk yang dijual

2. Promosi dan discount

   Semua orang tentu menyukai diskon, penawaran spesial dan potongan harga, termasuk pelanggan online. Jadi, berikanlah informasi yang heboh mengenai penawaran spesial dan diskon yang sedang Anda selenggarakan. Jangan lupa untuk mencantumkan informasi mengenai ketentuan promo tersebut ya agar tidak terjadi beda persepsi antara anda dengan pelanggan online Anda.

   Selain itu, cara menarik konsumen agar lebih banyak ialah promosi/endorsement kepada artis/selegram, tetapi perusahaan harus mempunyai budget khusus untuk hal ini biasanya para selebgram memasang harga yang cukup tinggi dari mulai 1juta hingga 15juta rupiah untuk satu postingan. Tetapi jangan khawatir banyak onlineshop yang diberikan feedback sangat baik dari endorsement tersebut.

3. Berikan kesan Berbelanja yang Menyenangkan

Semua orang tentu tak akan langsung percaya dengan kredibilitas sebuah bisnis online. Untuk menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas para pelanggan, berikanlah pengalaman berbelanja online yang menyenangkan dan berkualitas bagi mereka. Mulailah dengan melakukan packing yang rapi serta pengiriman yang tepat waktu. Kumpulkan testimonial dan ungkapan kepuasan dari para pelanggan setia Anda untuk mulai menarik calon pelanggan yang lain.

Selain itu, kita juga dapat mendokumentasikan produk bisnis dengan membuat video mengenai tutorial atau informasi yang berkaitan dengan bisnis yang kita bangun. Buat juga kolom FAQ (frequently asked question) untuk mempermudah calon pelanggan dalam mendapatkan informasi yang ingin mereka ketahui.

4. Aktif berkontrubusi dalam komunitas Online

Berkontribusi secara aktif dalam komunitas online yang besar dapat membantu kita untuk mempromosikan produk bisnis. Tapi ingatlah bahwa komunitas tersebut bukan sekedar wadah promosi bagi bisnis Anda. Dengan bergabung bersama komunitas online, kita bisa memperoleh kesempatan untuk mempelajari tren yang sedang populer di masyarakat. Misalnya, bila Anda bergabung dalam komunitas online pecinta kuliner.