BAB II
PERANCANGAN PROMOSI SENTRA KERAJINAN TANGAN RAJAPOLAH

II.1 Landasan teori

II.1.1 Promosi

Promosi bagi perusahaan merupakan bagian yang sangat penting dari pemasaran karena promosi sendiri bertujuan untuk memperkenalkan produk ataupun jasa dari sebuah perusahaan, bukan hanya itu promosi bertujuan untuk mampu merangsang pemikiran konsumennya hingga tertarik akan produk, jasa maupun tempat yang promosikan.

Beberapa pendapat dari ahli pemasaran dan praktisi tentang penelitian promosi, yaitu sebagai berikut :

Pengertian promosi menurut Djaslim Saladin dan Yepis Marty Oesman (2002) "Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tindakan laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut" (h.123).

Pengertian promosi menurut Buchari Alma (2006) adalah : "Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen" (h.179).

Sedangkan pengertian promosi menurut William Stanton (seperti dikutip Djaslim Saladin,2006) Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Maka dari itu promosi dapat disimpulkan kegiatan atau cara menyampaikan informasi kepada target konsumen mengenai produk, jasa maupun tempat dengan

tujuan untuk menberitahukan, membujuk dan mengingatkan kembali untuk mendorong konsumen agar membeli atau sekedar mencoba produk maupun jasa yang di promosikan.

II.1.2 Bauran promosi

Menurut Philip Kotler (seperti dikutip Tri Erlangga 2014) Bauran Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan suatu produk. Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada, seorang pemasar harus mengembangkan program komunikasi yang efektif yang ditujukan kepada konsumen untuk mengkomunikasikan informasi yang ada dan di rancang untuk menghasilkan tindakan konsumen yang mengarah kepada hasil yang maksimal.

Menurut Djaslin Saladin dan Yepis Marty Oesman (1997) "bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan yang membantu pencapaian tujuan perusahaan"(h.194).

Dari dua definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran promosi adalah penggunaan lebih dari satu alat promosi untuk menjamin tercapaiya tujuan promosi dan komunikasi antara produsen dengan konsumen. Alat promosi yang digunakan adalah periklanan, penjualan personal, pemasaran langsung, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

II.1.3 Alat – alat dalam bauran promosi

Alat promosi yang sering digunakan dalam mengkomunikasikan sebuah produk (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2002, h.643)

- *Advertesing* (Periklanan)

  Semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar

- *Personal selling* (Penjualan pribadi)

  Penjualan pribadi Penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan

- *Sales promotion* (Promosi penjualan)

  Promosi penjualan adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

- *Direct Marketing* (Pemasaran langsung)

  Komnikasi secara langsung yang digunakan dari mail, telepon, fax, e-mail, atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.

- *Public relation and Publicity* (Hubungan masyarakat dan Publisitas)

  Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.

II.1.4 Tujuan promosi

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (seperti dikutip Hendra Teguh, 2002) beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan promosi diantaranya :

- Membangun kesadaran konsumen

  Jika sebagian besar target sasaran tidak menyadari obyek tersebut, tujuan promosi adalah membangun kesadaran atau hanya pengenalan nama produk.

- Memberikan informasi kepada konsumen

  Target konsumen mungkin telah memiliki kesadaran tentang perusahaan atau produk tetapi tidak mengetahui lebih banyak lagi. Sehingga bagian promosi dalam promosinya banyak mengandung informasi tentang produk.

- Menciptakan preferensi konsumen

  Jika target konsumen mengetahui produk, pertanyaannya sekarang apakah konsumen suka atau tidak terhadap produk tersebut sehingga komunikator harus menemukan alasannya dan kemudian mengembangkan suatu kampanye komunikasi untuk mendorong perasaan suka.

- Meningkatkan dan menjaga preferensi konsumen

  Kesukan dalam arti lebih suka produk tersebut daripada terhadap produk lain.

- Meyakinkan konsumen

  Konsumen mungkin lebih menyukai suatu produk tertentu tetapi tidak menimbulkan keyakinan untuk membelinya. Tugas promosilah untuk meyakinkan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar bisa memberikan solusi bagi konsumen.

- Mendorong kunsumen untuk membeli

  Banyak target konsumen mungkin memiliki keyakinan tetapi tidak bermaksud untuk melakukan pembelian. Mereka mungkin menanti lebih banyak informasi atau merencanakan untuk bertindak kemudian. Konsumen harus mengarahkan agar konsumen mengambil langkah terakhir. Caranya dapat berupa menawarkan produk dengan harga rendah atau memberikan kesempatan secara terbatas kepada pelanggan untuk mencoba.

II.2 Kerajinan Tangan Rajapolah

II.2.1 Kabupaten Tasikmalaya

Dikutip dari situs http://www.jabarprov.go.id Kabupaten Tasikmalaya adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Indonesia. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Majalengka dan Kota Tasikmalaya di utara, Samudera Hindia di selatan, Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Pangandaran di timur, dan Kabupaten Garut di barat.

Terletak di tenggara daerah Priangan, Kabupaten Tasikmalaya sejauh ini dinilai sebagai kabupaten paling besar dan berperan penting di wilayah Priangan Timur. Sebagian besar wilayah Kabupaten ini merupakan daerah hijau, terutama pertanian dan kehutanan, sementara petani menetap sebagai mayoritas penduduk.

Kabupaten Tasikmalaya terkenal akan produksi Kerajinannya, Salak, sementara Nasi Tutug Oncom adalah makanan terkenal dari Kabupaten ini. Kabupaten Tasikmalaya juga dikenal sebagai pusat keagamaan besar di Jawa Barat, yang memiliki lebih dari 800 pesantren tersebar di penjuru wilayah Kabupaten



Gambar.2.1 Kabupaten Tasikmalaya

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Tasikmalaya (2 November 2015)

A. Geografis

Lintang Selatan dan 107°54'10" - 108°26'42" Bujur Timur. Secara administrative Kabupaten Tasikmalaya memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kota Tasikmalaya, dan Kab. Ciamis;
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Hindia;
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Garut; dan
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Ciamis.

Kabupaten Tasikmalaya mempunyai luas wilayah sebesar 2.708,81 km2 atau 270.881 ha, secara administratif terdiri dari 39 Kecamatan, 351 desa.Tiga kecamatan merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah pesisir dan lautan yaitu Kecamatan Cikalong, Cipatujah dan Karangnunggal, dengan panjang garis pantai 56 km.

Wilayah Kabupaten Tasikmalaya memiliki ketinggian berkisar antara 0 – 2.500 meter di atas permukaan laut (dpl). Secara umum wilayah tersebut dapat dibedakan menurut ketinggiannya, yaitu : bagian Utara merupakan wilayah dataran tinggi dan bagian Selatan merupakan wilayah dataran rendah dengan ketinggian Kondisi fisik dasar Kabupaten Tasikmalaya secara geografis terletak antara 7°02'29" - 7°49'08" berkisar antara 0 – 100 meter dpl.

Kondisi kemiringan lahan di Kabupaten Tasikmalaya berturut-turut yaitu: Sangat Curam (> 40 %) sebesar 1,39 % dari luas Kabupaten Tasikmalaya, Agak Curam (15 % - 40 %) sebesar 25,35 %, Curam (5 % - 15 %) sebesar 27,11 %, Landai (2 % - 5 %) sebesar 13,27 %, dan Datar (0 % - 2 %) sebesar 32,87 % dari luas Kabupaten Tasikmalaya. Dari data kemiringan lahan terlihat bahwa sebagian besar bentang alam Kabupaten Tasikmalaya didominasi oleh bentuk permukaan datar sampai dengan agak curam, dengan kondisi kemiringan lahan tersebut kurang menguntungkan untuk pengembangan prasarana dan sarana wilayah.

B. Demografis

Jumlah penduduk Kabupaten Tasikmalaya berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2010 berjumlah 1.675.554 jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk 0,88% dan tingkat kepadatan penduduk rata-rata 637 jiwa/Km2. Pada tahun 2010, penduduk laki-laki sebanyak 835.052 jiwa dan perempuan sebanyak 840.492 jiwa. Adanya

sedikit perbedaan jumlah penduduk antara tahun 2010 dan 2009 dikarenakan jumlah penduduk tahun 2009 didapatkan dari proyeksi hasil Sensus Penduduk tahun 2000.

Menurut kelompok umur, pada tahun 2006 hingga 2010 masih membentuk piramida dengan kelompok usia anak dan usia produktif yang besar. Selanjutnya, berdasarkan struktur lapangan pekerjaan, penduduk Kabupaten Tasikmalaya didominasi penduduk bekerja di sektor pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan. Tingkat kesejahteraan masyarakat Kabupaten Tasikmalaya tercermina dari angka Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang terus meningkat dari tahun 2006 sampai 2010.

Demikian juga indikator makro lain yang merupakan keberhasilan pembangunan daerah yang meliputi, laju pertumbuhan penduduk, jumlah penduduk miskin, PDRB/PDRB perkapita, dan pengangguran terbuka, angkanya semakin membaik dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010. Berdasarkan data dari Dinas Sosial, Kependudukan, Tenaga Kerja Kabupaten Tasikmalaya, terdapat 915.948 orang yang bekerja di berbagai sektor. Tiga terbesar pekerjaan yaitu : petani sebanyak 318.866 orang atau 34,81%; buruh tani sebanyak 275.559 orang atau 30,08%; dan buruh swasta sebanyak 97.712 orang atau 10,67%. Dari jumlah penduduk miskin pada tahun 2009 sebanyak 376.045 jiwa (21,75%), kemungkinan besar berprofesi sebagai buruh tani. Karena buruh tani sangat rentan terhadap gejolak ekonomi yang mengakibatkan mereka kesulitan untuk mengakses pangan, layanan pendidikan dan kesehatan.

Juga kategori keluarga miskin menurut BPS sangat cocok dengan keadaan buruh tani di lapangan. Pembangunan pemuda sebagai salah satu unsur sumber daya manusia dan tulang punggung serta penerus cita-cita bangsa, terus disiapkan dan dikembangkan kualitas kehidupannya melalui peningkatan aspek pendidikan, kesejahteraan hidup dan tingkat kesehatan. Jumlah pemuda (penduduk usia 15-34 tahun) pada tahun 2009 di Kabupaten Tasikmalaya sebanyak 549.789 jiwa atau 31,83% dari jumlah penduduk. Untuk mewadahi aktivitas dan kreativitas generasi

muda yang lebih berkualitas dan mandiri, diperlukan berbagai wadah untuk menyalurkan bakat dan kreativitasnya.

Kondisi hidrologi di wilayah Kabupaten Tasikmalaya terdiri dari Daerah Aliran sungai-besar dan sungai kecil yang merupakan bagian dari sistem drainase yang dipengaruhi oleh kondisi topografi dan struktur fisiografinya di Kabupaten Tasikmalaya terdapat 6 daerah aliran sungai besar atau sungai utama, yaitu Sungai Cilangla, Cimedang, Cisanggiri, Cipatujah, Citanduy, dan Sungai Ciwulan. Pola aliran daerah aliran sungai umumnya berpola radial, karena lebih dipengaruhi dominansi vulkanik. Pada daerah tektonik pola aliran berubah menjadi tidak teratur (irregular), tergantung pada bentuk dan arah proses tektonik yang terjadi.

II.2.2 Kerajinan

Umumnya sebuah kerajinan tercipta sama halnya seperti sebuah kebudayaan yakni terlahir secara turun menurun, Menurut kamus besar bahasa Indonesia kerajinan merupakan sebutan bagi suatu benda hasil karya seni manusia yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan merupakan sebuah budaya turun menurun yang dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman.

II.2.3 Kerajinan tangan Rajapolah

Kerajinan Rajapolah merupakan kerajinan tangan yang berasal dari kecamatan Rajapolah di kabupaten Tasikmalaya, sebagian besar penduduk dari Rajapolah sendiri bekerja sebagai petani namun merangkap menjadi seorang pengrajin. Produksi kerajinan Rajapolah sendiri umumnya bersifat rumahan yang tersebar di beberapa tempat di kecamatan Rajapolah

II.2.4 Perkembangan kerajinan tangan Rajapolah

Kerajinan Rajapolah dimulai sekitar tahun 1915an, dimana pada waktu itu banyak penduduk setempat yang membuat tikar. Tikar yang dibuat oleh penduduk itu disebut tikar aria, yang terdiri dari dua lapis agar terasa empuk bila dididuduki. Lapisan atas lebih empuk (biasa disebut halusan) dari pada lapisan bawah (biasa disebut kasaran). Bahan pewarna yang digunakan pada waktu itu adalah bahan yang diambil dari alam, sehingga macam warnanya sangat terbatas. Warna-warna

yang digunakan pada waktu itu antara lain, merah, coklat tua, merah darah, dan kuning

Pada tahun 1920 muncul pembuatan tudung yang dipelopori oleh Haji Sidik, penduduk kampung Cibereko. Pada perkembangannya, usaha kerajinan ini mendapat bantuan dari bupati Tasikmalaya, antara lain dengan mengikut sertakan kerajinan anyaman Rajapolah dalam acara Jaareurs, atau yang biasa disebut sebagai pameran pasar malam. Pameran Jaareurs tersebut biasa diadakan di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Melalui Jaareurs inilah kerajinan anyaman Rajapolah dikenal ke luar daerah bahkan ke luar negeri, dan pernah diekspor ke negeri Belanda.

Pada tahun 1925, beberapa orang Perancis mendidrikan suatu badan usaha yang diberi nama Olivier. Badan usaha ini membeli tudung dalam jumlah besar dengan harga yang cukup tinggi dibandingkan dengan harga penjualan biasa. Karena hal tersebut maka banyak penduduk menjadi perajin. Tetapi di kemudian hari Olivier bubar tanpa diketahui alasan yang jelas diikuti dengan pulangnya orang-orang Perancis tersebut ke negara mereka. Hal tersebut berpengaruh terhadap kehidupan para perajin, karena tidak ada lagi penampung yang besar. Usaha kerajinan masih berjalan dengan adanya pedagang-pedagang dari luar kota yang mengumpulkan barang-barang kerajinan untuk dijual di luar daerah. Selanjutnya usaha mulai mengalami penurunan produksi akibat tidak adanya pasar, sehingga banyak perajin mulai meninggalkan usaha mereka dan beralih untuk merantau ke luar daerah.

Pada tahun 1962, seorang perajin bernama Di'mat Sastrawiria mencoba membuat barang lain yang memiliki berbagai jenis kegunaan antara lain, tas, dompet, kipas, tempat pensil, dan lain-lain. Sejak itu usaha kerajinan anyaman mulai hidup lagi dan berkembang hingga sekarang. Tradisi menganyam secara turun menurun dikembangkan oleh generasi berikutnya hingga beberapa perajin berhasil mengembangkan usahanya di bidang pemasaran dan mendirikan badan usaha sendiri. salah satu badan usaha yang berhasil adalah perusahaan milik keluarga Ir.H.Yayang Waryan. Beliau mewarisi usaha kakeknya hingga berhasil menjadi

produsen yang menghasilkan produk berdasarkan pesanan konsumen untuk pasar luar daerah, seperti Jakarta dan Bali. Beberapa produk beliau bahkan dipesansecara khusus dan dipasarkan di luar negeri oleh pedagang asing.

Pada perkembangannya, sekitar tahun 1990an dimana kerajinan anyaman Rajapolah mengalami masa kejayaan, pedagang mempunyai peranan yang penting di dalam kegiatan kerajinan anyaman pandan, dari penyediaan bahan siap sampai pemasaran barang jadi. Berbeda dengan para perajin yang rata-rata hanya memiliki modal, alat-alat dan ketrampilan membuat kerajinan saja. Selain itu mereka rata-rata tidak mengetahui masalah pemasaran. Di lain pihak, pedagang (terutama pedagang barang jadi), rata-rata mempunyai modal yang cukup dan menguasai masalah pemasaran. Di dalam prinsip dagang, pedagang mengharapkan untung sebesar-besarnya tanpa melihat faktor lain. Akibatnya banyak perajin yang dirugikan. Tetapi sampai sekarang perajin masih menerima kehadirannya, karena belum ada penyalur lain yang benar-benar sanggup membagi untung secara adil.

Fenomena tersebut berlanjut hingga sekarang di tahun 2000an yaitu persaingan usaha dalam skala internasional (pasar ekspor), dimana pedagang memesan barang dalam jumlah besar dengan desain yang sudah ada kemudian dikembangkan atau dengan desain baru dipesan secara khusus. Pemesanan dalam jumlah besar ini merangsang para pengusaha kerajinan untuk mendapatkan pesanannya dengan cara menurunkan harga. Pembayaran dilakukan dua tahap, yaitu dibayar sebagian pada awal dan pembayaran akhir (pelunasan).

II.2.5 Sentra kerajinan tangan Rajapolah



Gambar 2.2 sentra kerajinan tangan Rajapolah

Sumber : Dokumen pribadi (2015)

Sentra kerajinan tangan Rajaplah merupakan sebuah kawasan yang dijadikan sebagai pusat pemasaran dan penjualan kerajinan tangan Rajapolah. Dikawasan tersebut terdapat 27 toko yang menjual beragam produk kerajinan tangan Rajapolah dengan produksi yang tersebar di beberapa daerah di kecamatan Rajapolah. Dalam kawasan tersebut terdapat satu lembaga yaitu koperasi unit desa "PUSKUD JABAR" kecamatan Rajapolah yang mengelola usaha-usaha yang ada dikawasan sentra tersebut.

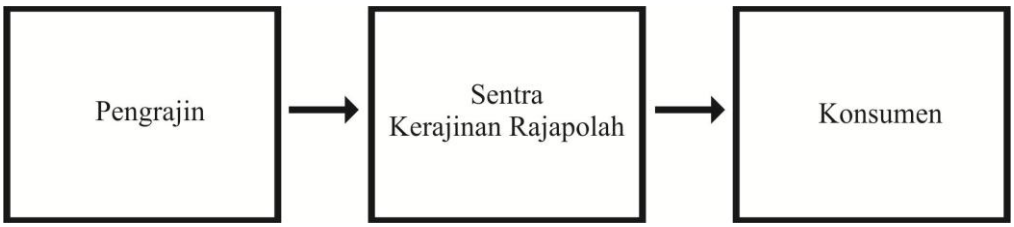
- Fungsi

  Selain menjadi pusat pemasaran dan penjualan sentra kerajinan tangan Rajapolah sendiri merupakan sebuah sarana promosi kerajinan tangan yang berasal dari Rajapolah yang merupakan hasil kreatifitas dan menjadi kebanggaan dari Kabupaten Tasikmalaya.

- Produk

  Produk yang dipasarkan oleh sentra tersebut adalah kerajinan tangan yang berasal dari Rajapolah yang produksinya tersebar dibeberapa tempat di kecamatan Rajapolah

- Cara Kerja



Gamabar 2.3 Cara kerja

Sumber : Dokumen pribadi (2015)

Sentra kerajinan tangan Rajapolah berperan sebagai distributor, produk yang dijual berasal dari pengrajin-pengrajin di kecamatan Rajapolah.

Sentra kerajinan tangan Rajapolah terletak di kecamatan Rajapolah kabupaten Tasikmalaya provinsi Jawa Barat, memiliki luas wilayah 1.692,04 ha .Letak geografis berada dalam koordinat 7°13,328′ S dan 108°11,432′ E dengan batas wilayah sebagai berikut

- Sebelah utara : Kecamatan Jamanis
- Sebelah selatan : Kecamatan Cisayong
- Sebelah barat : Kecamatan Sukahening
- Sebelah timur : Kecamatan Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis

Kecamatan Rajapolah sendiri memiliki 8 desa diantaranya :

- Manggungjaya, dengan luas 231,835 ha
- Tanjungpura, dengan luas 157,27 ha
- Sukaraja, dengan luas 220,335 ha
- Rajapolah, dengan luas 110,685 ha
- Dawagung, dengan luas 290,681 ha
- Manggungsari, dengan luas 415,24 ha
- Rajamandala, dengan luas 133,571 ha
- Sukanagalih, dengan luas 148.315 ha

II.2.6 Bahan-bahan Kerajinan Tangan Rajapolah

Bahan-bahan kerajinan tangan Rajapolah sendiri menggunakan bahan dari tumbuhan yang ramah lingkungan dan mudah di budidayakan, bahan digunakan terdiri dari dua jenis yaitu sebagai berikut:

- Bahan pokok



Gambar.2.4 Bambu

Sumber : Dokumen pribadi (2016)



Gambar.2.5 Pandan

Sumber :

http://disbun.jabarprov.go.id/backend/assets/data/komoditas/Pandan_thumb.jpg

(20 Oktober 2015)



Gambar.2.6 Mendong

Sumber : https://sketselku.files.wordpress.com/2011/12/mendong.jpg (20 Oktober 2015)



Gambar.2.7 Rotan

Sumber :http://images.solopos.com/2012/06/1306rotan.jpg (20 Oktober 2015)

- Bahan pembantu
  - Karton
  - Kain
  - Lem
  - Benang
  - Cat

II.2.7 Produk Kerajinan Tangan Rajapolah

Umumnya produk kerajinan tangan Rajapolah tersebut terbagi menjadi dua kategori yaitu produk yang hanya bersifat aksesoris seperti gelang, kalung dompet dan produk yang mempunyai fungsi tersendiri seperti tas, tudung saji, tempat nasi. Beberapa contoh produk dari kerajinan tangan Rajapolah sebagai berikut :



Gambar.2.8 Tempat air mineral

Sumber : Dokumn Pribadi (2015)



Gambar.2.9 Tas belanja

Sumber : Dokumen pribadi (2015)



Gambar.2.10 Boboko / tempat nasi

Sumber : Dokumen pribadi (2015)



Gambar.2.11 Tempat roti

Sumber : Dokumen Pribadi (2015)

II.3 Analisa

II.3.1 Permasalahan Sentra Kerajinan Tangan Rajapolah

Sentra kerajinan tangan Rajapolah merupakan pusat pemasaran dari kerajinan tangan Rajapolah, namun karena kurangnya promosi yang dilakukan sentra

kerajinan ini menjadi kurang dikenal oleh wisatawan yang berkunjung ke Tasikmalaya padahal produk yang dipasarkan di sentra kerajinan ini yaitu kerajinan tangan Rajapolah mempunyai potensi yang sangat bagus dimana banyak produk-produk kerajinan tangan Rajapolah yang sudah dipasarkan di Eroupa dan Amerika hal tersebut diungkapkan oleh pak Nanang selaku pengelola koperasi sentra kerajinan tangan Rajapolah saat dilakukan wawancara.

II.3.2 Kekuatan Dan Kelemahan Produk (Kerajinan Tangan Rajapolah)

Dalam usaha mengembangkan dan meningkatkan kualitas suatu produk diperlukan suatu analisa untuk mengetahui gambaran mengenai potensi yang dimiliki sentra industri dan peluang yang mungkin terjadi (analisa internal), serta permasalahan dan ancaman (analisa eksternal) yang perlu ditangani dan dipecahkan. Analisa ini juga bermanfaat agar sentra industri kecil dapat menyusun strategi dalam menjalankan usahanya di masa yang akan datang.

1 Analisa Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan (*Strength*)

- Lokasi kecamatan Rajapolah cukup strategis, diantara kota Bandung dan obyek wisata Pangandaran.
- Kondisi alam subur dan asri dikarenakan terletak di daerah pegunungan dan lembah dan dilalui sungai.
- Tersedianya infrastruktur berupa jalan raya dan jalur kereta api menghubungkan kecamatan Rajapolah dengan kota Bandung, Jawa Tengah dan Cirebon
- Pengrajin trampil dan dalam jumlah banyak
- Bahan baku mudah dibudidayakan
- Produk memiliki keunikan tersendiri dalam hal teknik produksi yaitu teknik dasar menganyam yang hanya dapat dilakukan secara manual
- Tampilan visual produk yang indah dikarenakan hasil pola anyaman
- Produk kerajinan yang dipasarkan di sentra lebih lengkap dibanding tempat penjual lain

Kelemahan (*Weakness*)

- Tingkat pendidikan rendah mengakibatkan pengetahuan tentang pemasaran dan desain akan produk rendah.
- Masih bersifat industri rumah, belum menuju arah disiplin industri
- Budaya meniru (plagiat) produk di antara perajin yang masih ditolerir
- Tidak berfungsinya koperasi
- Sifat bahan yang rentan terhadap jamur dan perusakan serangga
- Sifat bahan yang lemah untuk konstruksi dasar produk, perlu bantuan bahan lain seperti karton, kain, dan lain-lain.

2 Analisa Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang (*Opportunity*)

- Desain produk jenis kerajinan yang selalu diminati pasar akan nilai inovasinya dan kekhasannya sebagai produk kerajinan
- Minat masyarakat dunia pada bahan ramah lingkungan meningkat
- Kemungkinan pasar luar negeri terbuka lebar
- Sifat bahan memiliki kemampuan untuk mengikuti trend yang sifatnya situasional

Ancaman (*Threat*)

- Siklus kerja beberapa perajin yang merangkap sebagai petani mengakibatkan terhambatnya proses produksi pada masa tanam dan musim panen
- Sifat bahan tidak sekuat bahan komposit seperti plastik dan logam, bahkan dengan bahan kulit yang mengakibatkan penurunan nilai pada faktor kekuatan.
- Sifat bahan yang dalam pengerjaannya tidak dapat digantikan dengan mesin untuk mengejar jumlah produksi yang besar.

Kesimpulan SWOT

Dari hasil analisa SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa kerajinan tangan Rajapolah merupakan kerajinan yang mempunyai potensi untuk lebih diminati masyarakat luar akan tetapi terdapat beberapa kendala yang menjadikan kerajinan ini kurang dikenal oleh masyarakat luar khusunya wisatawan yang berkunjung ke Tasikmalaya. Maka dari itu diperlukan cara untuk menjadikan kerajinan ini lebih diketahui dan diminati konsumen yaitu dengan melakukan promosi untuk sentra kerajinan tangan Rajapolah yang berperan sebagai pusat pemasaran dari kerajinan tersebut.

II.4 Target Audience

II.4.1 Demografi

- Usia 18-40

  Target pasar untuk produk yang dijual (kerajinan tangan Rajapolah) rentan di usia 18-40 Tahun. Terdapat dua jenis produk kerajinan yang di pasarkan di sentra tersebut yaitu kerajinan yang sifatnya hanya barang hiasan atau aksesoris, kerajinan tersebut cenderung lebih diminati konsumen pada usia 18 – 25 dan kerajinan yang bersifat untuk digunakan pembelinya yang lebih diminati konsumen pada usia 25 – 40 atau sudah menikah.
- Jenis kelamin : laki-laki dan wanita

  Target pasar dari produk ini adalah laki-laki dan wanita walaupun kebanyakan produk yang dipasarkan lebih diperuntukan bagi wanita.
- Status ekonomi : menengah ke atas

  Pada kalangan menengah ke atas ini cenderung lebih memperhatikan produk yang mereka beli dari segi keunikan sehingga memiliki barang yang berbeda dari yang lain dengan kegunaan yang sama

II.4.2 Psikografi

Pada usia 18-40 dengan status sosial menengah ke atas mempunyai gaya hidup yang tinggi dan biasanya lebih memperhatikan produk yang mereka beli dari segi kualitas maupun kuantitasnya dan keunikan dari sebuah produk itu sendiri menjadi daya tarik lebih bagi mereka.

II.4.3 Geografis

Indonesia

II.5 Kesimpulan dan Solusi

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dapat disimpulkan kerajinan tangan Rajapolah merupakan kerajinan yang berkembang secara turun menurun di masyarakat Rajapolah, akan tetapi untuk saat ini penjualan dari kerajinan tangan Rajapolah sendiri mengalami penurunan pengunjung khususnya di sentra kerajinan tangan Rajapolah yang menjadi pusat pemasaran dari kerajinan tangan Rajapolah tersebut.

Oleh sebab itu diperlukan sebuah solusi yang bertujuan memperkenalkan sentra kerajinan tangan Rajapolah yang menjadi pusat pemasaran dan penjualan kerajinan tangan dari Rajapolah ini untuk meningkatkan penjualan dari kerajinannya, diperlukan sebuah promosi yang dapat mempengaruhi konsumen (wisatawan) untuk berkunjung ke sentra penjualan.

Promosi menggunakan iklan video dapat menjadi sebuah solusi untuk memperkenalkan sentra kerajinan Rajapolah sekaligus produknya dan menggunakan media internet sebagai penyalur dari iklan ini untuk lebih diketahui masyarakat luar Tasikmalaya sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu tempat wisata belanja bagi wisatawan yang berkunjung ke Tasikmalaya.