



Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Sanitair Klaseman, Karangbesuki, Kota Malang

Priscilla Amelia Wulandari, Naifa Mahdiyati Mazenda, Anggi Puspaningrum, Ermita Yusida
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia
E-mail: anggipspn994@gmail.com

ABSTRACT

One of the craft centers in the city of Malang which was established in the 1980s is the Sanitary Industry Center. But over time the pottery craft has shifted little by little. In its development, the sales condition of the sanitation industry is still relatively stagnant because the marketing techniques are still traditional, the products are also less varied, as well as the lack of efforts from the government in supporting the development of the potential of the sanitation industry. The purpose of this research is to formulate a marketing strategy that can be used to improve the industry, and ongoing processes of economic development. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. The technique of collecting is by using the collection of questionnaires. The results of this study have found traditional marketing strategies and the use of technological advances by promoting their products through social media and development methods using the triple helix method. Therefore, through the development of marketing strategies, the results achieved have increased.

Keywords: Development Strategy, Local Economy, Sanitary Industry

ABSTRAK

Salah satu sentra kerajinan di kota Malang yang berdiri sejak tahun 1980-an yaitu Sentra Industri Sanitair. Namun seiring berjalannya waktu kerajinan gerabah pun mengalami pergeseran sedikit demi sedikit. Dalam perkembangannya kondisi penjualan industri sanitair masih relatif stagnan dikarenakan teknik pemasarannya masih tradisional, produknya juga kurang bervariasi, serta kurangnya upaya dari pemerintah dalam mendukung pengembangan potensi yang dimiliki industri sanitair. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan industri, dan proses pengembangan ekonomi yang sudah berlangsung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan dengan menggunakan pengumpulan angket kuisioner. Hasil dari penelitian ini telah ditemukan strategi pemasaran dari tradisional serta pemanfaatan kemajuan teknologi dengan cara mempromosikan produknya lewat media sosial dan metode pengembangan dengan menggunakan metode triple helix. Maka dari itu melalui pengembangan strategi pemasaran hasil yang dicapai pun meningkat..

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Ekonomi Lokal, Industri Sanitair

PENDAHULUAN

Kota Malang memiliki berbagai macam sentra industri, salah satu sentra industri yang terkenal di Kota Malang adalah sentra industri sanitair klaseman yang terletak di Kelurahan Karangbesuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Sentra industri sanitair merupakan sebuah paguyuban pengusaha kerajinan yang memproduksi dan mendistribusikan produk mereka dengan mandiri dengan tujuan untuk memberdayakan



sumber daya masyarakat sekitar terutama dalam bidang pengolahan dan proses produksi yang menciptakan budaya dan lingkungan efektif dan efisien. Suatu perusahaan dapat dikatakan baik apabila mampu bertahan melalui segala sumber daya yang mereka miliki. Untuk itu, alangkah lebih baiknya jika perusahaan mempersiapkan segala komponen yang menjadi hal penting selama usaha berjalan.

Menurut Mudrajat, pembangunan ekonomi daerah merupakan sebuah proses di mana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan untuk menciptakan suatu lapangan kerja serta dapat merangsang perkembangan pertumbuhan ekonomi dalam wilayah tersebut. Untuk meningkatkan pembangunan daerah, maka peran pemerintah daerah dapat ditingkatkan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat dengan menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada di wilayah tersebut melalui Pengembangan Ekonomi Lokal. Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) pada hakekatnya adalah suatu proses dimana pemerintah daerah atau suatu kelompok dapat mengelola sumberdaya yang ada dan masuk kedalam penataan pekerjaan baru dengan untuk menciptakan hasil kerja yang baru untuk merangsang perekonomian dengan potensi yang dimiliki suatu daerah.

Kelurahan Karangbesuki merupakan salah satu daerah yang telah menerapkan konsep pengembangan ekonomi lokal untuk mengembangkan wilayahnya. Pengembangan ini difokuskan pada sektor industri dimana sektor industri merupakan sektor basis yang dapat dikembangkan di Kelurahan Karangbesuki. Namun dalam konsep pengembangan ekonomi lokal ini menghadapi hambatan dan tantangan dimana para petani masih bersifat tradisional sehingga di sini peran dari pemerintah masih sangat dibutuhkan untuk mendukung perkembangan selanjutnya.

Sedangkan Tjiptono berpendapat, bahwa strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut. Strategi pemasaran ini dapat diartikan sebagai sebuah pedoman untuk menunjukkan arah pada sebuah kesuksesan dalam bidang pemasaran. Di era modernisasi pengertian pemasaran menjadi sangat penting dan menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan dalam mengembangkan usaha bisnisnya, mempertahankan kelangsungan hidup suatu bisnis dan untuk mendapatkan keuntungan. Pemasaran sekarang pun semakin bermacam-macam jenisnya, yaitu dengan melalui media sosial, brosur, dan lain sebagainya. Penjualan juga dapat dilakukan secara online, misalnya melalui e-commerce.

Penjualan secara tradisional memang bisa memiliki kemungkinan sudah cukup untuk memperoleh keuntungan. Di masa sekarang ini, zaman terus berkembang dan menunjukkan pembaharuannya melalui transaksi jual beli yang dilakukan dengan cara yang berbeda yaitu melalui daring, atau yang dikenal dengan nama e-commerce. Melalui e-commerce, penjualan akan memasuki pasar yang berbeda dan akan terus bertemu berbagai calon pembeli dari berbagai tempat. Dari penjelasan yang telah dipaparkan, Sentra Industri Sanitar akan menjadi pembahasan penelitian terkait sistem pengelolaannya serta pemasarannya. Peneliti juga akan mengangkat judul penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Sanitair Klaseman, Karangbesuki, Kota Malang”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu sebuah metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai keadaan yang terjadi pada masa sekarang. Penelitian ini memakai metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya



meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Menurut Sugiono, deskriptif itu merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”.

Penelitian ini berpusat pada suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus. Namun, sekarang penelitian harus disesuaikan dimana ada kondisi pandemi Covid 19. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan melalui daring menggunakan pengumpulan angket kuisisioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dikatakan kualitatif karena pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek dari data kualitatif misalnya hasil dari kuisisioner.

Kuisisioner ini disebar kepada masyarakat Kota Malang guna mengetahui bagaimana pemikiran atau pendapat masyarakat mengenai topik terkait. Kuisisioner ini disebar pada 20 responden pada tahun 2021. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan mengenai pengetahuan masyarakat mengenai Sentra Industri Sanitair Klaseman, cara masyarakat bertransaksi untuk jual beli, ketertarikan masyarakat terhadap industri sanitair, serta dimana masyarakat biasanya melakukan transaksi jual beli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil sumber daya alam dan manusia yang melimpah di Indonesia, hendaknya dapat dioptimalkan dengan sebaik-baiknya. Sebagai contoh yaitu, kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya manusia yaitu berupa peninggalan kebudayaan, ilmu pengetahuan, atau bahkan teknologi dapat dimaksimalkan potensinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam pengelolaan tersebut adalah dengan mengembangkan ekonomi kreatif. Pada akhirnya pemerintah mengesahkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, tujuan dibentuknya Undang-Undang ini yaitu untuk menciptakan peluang dalam hal kesempatan kerja baru yang akan berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia dan juga pada ekonomi lokalnya.

Di dalam pengembangan ekonomi lokal harus didukung oleh pemerintah yang ada di suatu daerah dan juga dukungan yang diberikan oleh organisasi masyarakat. Sehingga pelaku industri kreatif dapat berkembang di setiap daerah. Karena pada dasarnya setiap daerah memiliki potensi masing-masing, sehingga untuk mengoptimalkan potensi tersebut perlu adanya pengembangan ekonomi lokal. Salah satu potensi daerah yang ingin kami angkat adalah Sentra Industri Sanitair Klaseman, Kelurahan Karangbesuki, Kota Malang. Desa Karangbesuki merupakan sentra industri sanitair yang cukup terkenal, usaha sanitair di daerah ini kebanyakan merupakan usaha turun temurun.

Gambaran Umum Industri Sanitair Klaseman

Kerajinan sanitair merupakan kerajinan yang dalam pengolahannya menggunakan tangan dan mesin. Bahan baku dari kerajinan sanitair ini adalah semen, produk yang dihasilkan dari kerajinan ini meliputi wastafel, toilet, pot bunga, gypsum, nisan, pilar, kubah masjid, dan masih banyak lagi. Mulai memasuki kawasan Gang Raya Candi II dapat ditemukan banyak sekali produk-produk hasil karya masyarakat Desa Karangbesuki, selain membuat produk yang memenuhi kebutuhan pasar, pengrajin ini juga membuat sesuai dengan keinginan dari konsumen. Menurut data BPS pada tahun 2018 total keseluruhan masyarakat Desa Karangbesuki pada tahun 2018 mencapai 18.883 jiwa, dengan jumlah penduduk perempuan 9.049 dan laki-laki 9.834. Menurut data dari laman resmi Karangbesuki (2020), terdapat 75 pelaku usaha industri rumahan (*home industry*). Sekitar 48 industri rumahan ini merupakan usaha dalam bidang sanitair, sedangkan 27 pelaku usaha lainnya memiliki usaha sablon, makanan, sepatu, dll. Dengan melihat banyaknya pelaku

usaha di bidang sanitair, hal tersebut menandakan bahwa produksi sanitair harus dikembangkan agar tetap lestari keberadaannya.

Dalam perkembangannya industri sanitair sempat mengalami beberapa permasalahan, antara lain:



Gambar 1. Kios di sepanjang Gang Raya Candi II
Source : Website Kelurahan Karangbesuki

Teknik pemasaran yang digunakan masih tradisional, industri sanitair ini masih melakukan pemasaran dengan cara menitipkan produknya di beberapa penjual bunga dan jarang sekali mematok ongkos kirim pada pembeli, namun untuk pembeli area luar Kota Malang ongkos kirim diberlakukan. Selain itu, terdapat toko-toko di sepanjang jalan yang menawarkan aneka produk sanitair



Gambar 2. Aneka Ragam Produk Pot Bunga
Source : Website Kelurahan Karangbesuki

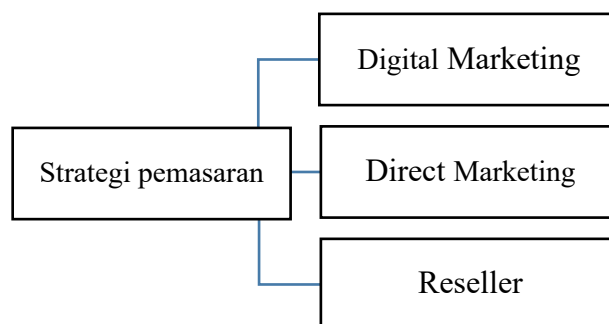
Saat ini sudah bangkit kembali dengan banyaknya produk yang ditawarkan. Saat ini menjual aneka pot bunga, gypsum, nisan, kubah masjid dan masih banyak lainnya.



Gambar 3. Kondisi Gang Raya Candi II

Akses jalan menuju sentra industri sanitair yang sempit karena merupakan kawasan padat penduduk mengakibatkan jalan di sekitar sentra industri sanitair terkadang macet. Biasanya terdapat mobil yang terparkir di badan jalan, sehingga jika ada mobil lain yang lewat harus bergantian.

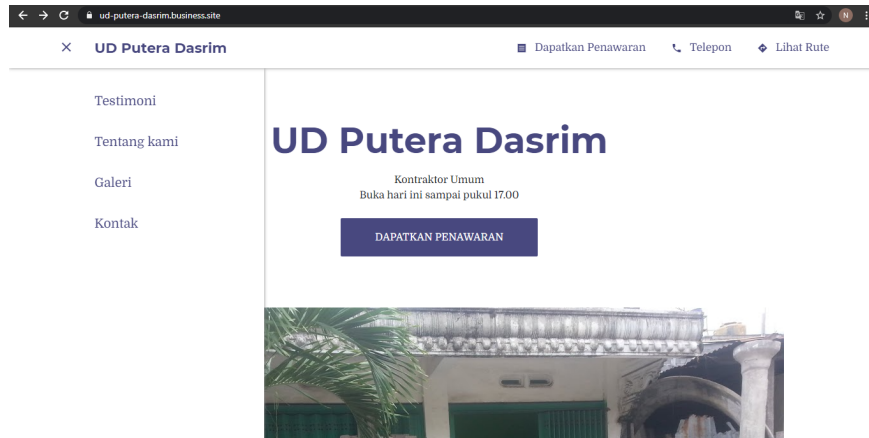
Strategi Pemasaran Produk Sanitair Klaseman



Di sepanjang Jl. Raya Candi banyak terdapat toko-toko yang menawarkan produk sanitair, mulai dari nisan, pot bunga, air mancur, dan masih banyak ragam lainnya. Beberapa industri rumahan telah memanfaatkan dan menggunakan kemajuan teknologi yang telah berkembang, dengan cara mempromosikan produknya lewat media sosial. Jenis pemasaran ini merupakan *digital marketing* atau biasa disebut oleh masyarakat awam yaitu berjualan secara *online*. Media sosial yang sering digunakan adalah *WhatsApp* (WA), *Facebook*, dan *Instagram*. Dalam berinteraksi dengan pembeli, penjual menggunakan media chat messenger yang terdapat di beberapa aplikasi tersebut.

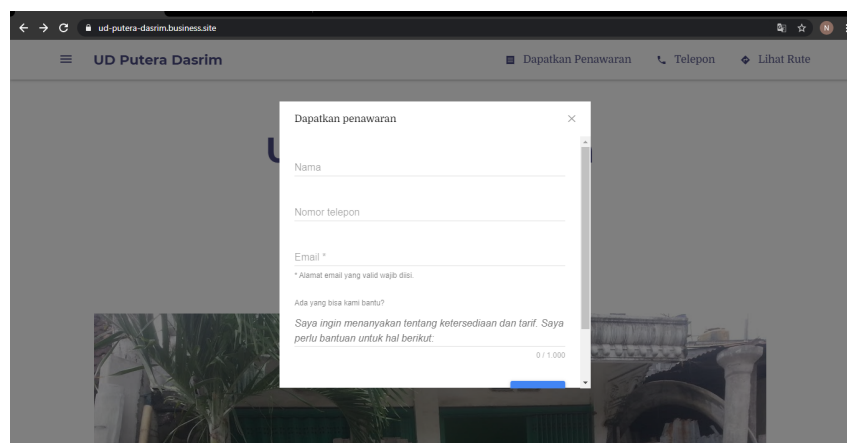
Selain itu juga menggunakan *direct marketing* atau disebut juga dengan pemasaran secara langsung. Tidak hanya melalui media sosial saja, namun pemasaran dengan cara yang lama yaitu dari mulut ke mulut. Sistem pemasaran ini masih digunakan hingga saat ini dan masih berjalan efektif. Karena biasanya seseorang akan tertarik pada suatu produk ketika mendapatkan rekomendasi dari teman, keluarga, maupun kerabat.

Tidak hanya mengandalkan media sosial, industri ini juga membuat sebuah *website* yang berisikan tentang profil usaha sanitair, beberapa foto produk, dan juga testimoni dari pembeli. Berikut adalah tampilan isi website UD Putera Dasrim.



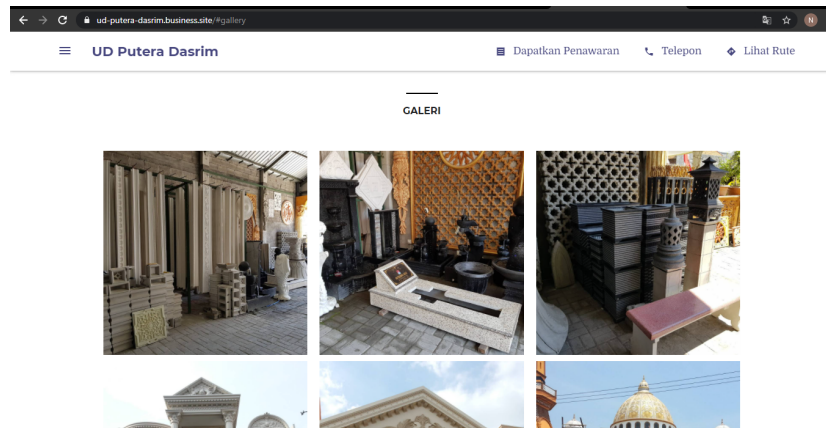
Gambar 4. Tampilan Awal Website
Source : Website UD Putera Dasrim

Pada gambar tersebut merupakan tampilan awal website UD Putera Dasrim, terdapat pilihan menu meliputi testimoni, profil UD Putera Dasrim, galeri, kontak. Selain itu, terdapat informasi mengenai jam buka dan juga cara menuju toko tersebut. Website tersebut masih terlihat sepi pada tampilan awalnya. Dengan warna dasar dari website tersebut adalah dominan putih dan biru.



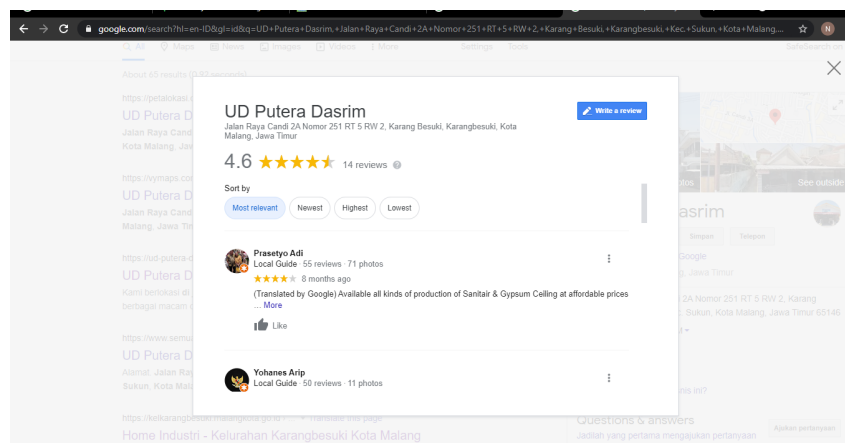
Gambar 5. Penawaran
Source : Website UD Putera Dasrim

Ketika memencet ikon “Dapatkan Penawaran” maka akan muncul sebuah tampilan berisi nama, nomor telepon, email, dan pesan kepada UD Putera Dasrim. Hal tersebut memudahkan pembeli untuk berinteraksi dengan penjual.



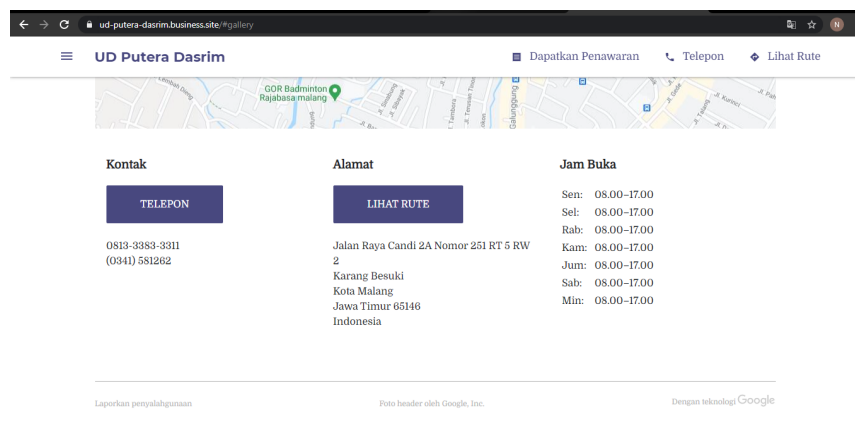
Gambar 6. Galeri Website
Source : Website UD Putera Dasrim

Pada galeri website merupakan foto-foto produk yang dihasilkan oleh UD Putera Dasrim. Produk tersebut berupa kijing makam, kursi, gypsum. Ada juga tampilan foto berupa rumah- rumah, tetapi di dalam foto tersebut tidak dijelaskan produk apa yang telah dibuat oleh UD Putera Dasrim.



Gambar 7. Review
Source : Website UD Putera Dasrim

Pada gambar di atas merupakan beberapa tanggapan yang ada di *google review*. Dari 14 tanggapan yang ada semua memberikan tanggapan yang positif dan semua memberikan bintang 5 kepada UD Putera Dasrim.



Gambar 8. Kontak, Alamat, dan Jam Buka
Source : Website UD Putera Dasrim

Pada bagian bawah website terdapat kontak yang bisa dihubungi, alamat yang juga dicantumkan arahan melalui peta (*google maps*), dan juga informasi jam buka. Menurut kami tampilan website ini rapi dengan adanya tampilan menu yang meliputi kontak agar pembeli lebih mudah untuk menghubungi, lalu ada juga galeri yang berisi foto produk UD Putera Dasrim. Alamat yang berada di website juga diberikan arahan *google maps*. Namun, website tersebut menurut kami kurang menarik karena website tersebut hanya berwarna putih dan dengan warna biru pada tulisannya. Saran kami mungkin UD Putera Dasrim bisa menambahkan akun media sosial seperti instagram maupun facebook dan juga pada galeri foto bisa ditambahkan penjelasan mengenai jenis produk.

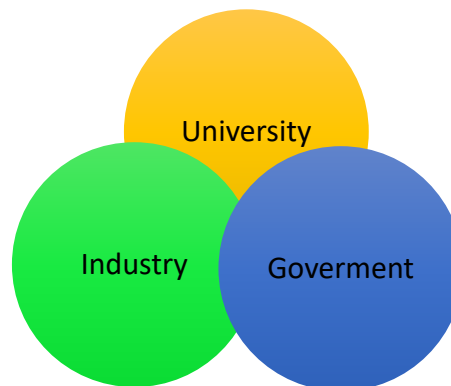
Namun, tidak semua industri menggunakan *website* sebagai media pemasarannya. Cara tradisional juga masih digunakan yaitu dengan menitipkan produk sanitair ini di kios-kios bunga, jenis produknya yaitu pot bunga. Dengan cara tersebut juga memudahkan dalam pemasaran produk, meskipun penjualannya tidak secepat di media sosial.

Pengembangan Usaha Industri Sanitair

Indonesia saat ini sedang mengembangkan ekonomi kreatif yang tentunya dapat mendorong pertumbuhan perekonomian. Menurut Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), ekonomi kreatif memiliki beberapa subsektor, yaitu : pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa. Desain produk, fashion, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penebitan, aplikasi. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019 ekonomi kreatif di Indonesia dapat menyumbang sekitar 5,10% terhadap total perolehan PDB dan dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 19,01 juta orang. Nilai ekspor pada tahun 2019 turut disumbang oleh sektor ekonomi kreatif sebesar 22,07 miliar USD. Hal ini membuktikan bahwa ekonomi kreatif dapat membuka lapangan kerja seluas-luasnya apabila dapat dikembangkan dengan baik.

Sub sektor kriya merupakan kerajinan yang berbahan utama kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Salah satu contohnya adalah berbagai macam produk sanitair seperti pot bunga, gypsum, air mancur, pilar, dll. Industri sanitair termasuk industri kreatif karena terdapat unsur kreativitas, keahlian, dan juga talenta. Dengan mengembangkan industri sanitair ini diharapkan dapat mengembangkan ekonomi kreatif yang berada di Kecamatan Karangbesuki. Upaya dalam mengembangkan industri kreatif ini bisa menggunakan metode *triple helix*. Pertama kali dikenalkan oleh Etzkowitz & Leydesdorff

(1995) dan metode ini juga sudah sering digunakan yang berguna untuk meningkatkan inovasi pada industri kecil.



Gambar 9. Triple Helix

Dengan menggunakan triple helix ini maka akan menggabungkan tiga pihak yaitu pemerintah, pengusaha dan akademisi perguruan tinggi. Masing-masing pihak dapat bekerja sama agar dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi sebuah produk. Karena dengan adanya nilai kreatifitas dan inovasi produk yang bertambah maka akan berdampak pada meningkatnya industri kreatif di Indonesia. Selain itu, dapat memunculkan produk-prduk kreatif lainnya. Peran pemerintah bisa melalui edukasi sumber daya manusia mengenai ekonomi kreatif, dengan cara pemberdayaan komunitas kreatif, memberikan pelatihan pada sektor ekonomi kreatif, memberikan pelatihan yang berbasis digital. Selain itu, pemerintah dapat memberikan infrastruktur yang memadai sehingga industri kreatif dapat mengembangkan usahanya. Pemerintah telah menetapkan Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Tahun 2018-2025, upaya tersebut untuk mendorong kreativitas pelaku ekonomi kreatif.

Pemerintah Indonesia melalui Badan Ekonomi Kreatif memberikan bantuan berupa pembaruan pada infrastruktur fisik dan meberikan sarana ruang kreatif bagi pelaku kreatif. Tentunya dengan adanya bantuan modal dari pemerintah dapat mengembangkan industri kreatif dan dengan adanya regulasi yang jelas bagi pelaku industri kreatif. Peran akademisi perguruan tinggi dapat mendukung berkembangnya kreativitas dan inovasi produk, karena akademis dapat memberikan pelatihan dalam hal teknologi, produksi dan juga pemasaran. Pelaku industri kreatif saat ini harus mulai belajar menggunakan teknologi, karena dengan pengetahuan tersebut bisa meningkatkan penjualan suatu produk. Peran pengusaha bagi pelaku usaha adalah dengan memberikan investasi dan juga sebagai mentor, sehingga sebuah industri kreatif bisa berkembang.

KESIMPULAN

1. Kota Malang memiliki berbagai macam sentra industri, salah satunya adalah i industri sanitair. Bahan baku dari industri ini adalah semen. Produk yang dihasilkan meliputi: wastafel, toilet, gypsum, nisan, pilar, kubah masjid, dan masih banyak lainnya.
2. Terdapat beberapa permasalahan seperti: teknik pemasaran yang digunakan masih tradisional, produk yang dihasilkan kurang bervariasi, dan akses jalan menuju lokasi sering terjadi kemacetan.
3. Pengembangan sentra industri ini menggunakan metode *triple helix*, dimana



terdapat peran dari ketiga pihak, yaitu: pemerintah, pengusaha dan akademisi yang saling terkait guna mengembangkan usaha ini kedepannya.

SARAN

1. Industri Sanitair diharapkan dapat berkembang dan dapat dikenal sebagai tempat wisata.
2. Pengembangan produksi dengan sistem manajemen yang lebih baik lagi.
3. Adanya pemasaran lebih luas dengan mengikuti perkembangan teknologi.
4. Dalam pengembangan ilmu pengetahuan kedepannya penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengkaji pengembangan industri sanitair.
5. Diharapkan peneliti selanjutnya memiliki ketertarikan untuk mengembangkan ekonomi lokal kedepannya

REFERENSI

- Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Subsektor Ekonomi Kreatif*.
<https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Karangbesuki, K. (2020). *Home Industri*.
<https://kelkarangbesuki.malangkota.go.id/umkm/home-idustri/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24. (2019). *Ekonomi Kreatif*.
<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-24-2019-ekonomi-kreatif>.
- Etzkowitz & Leydesdorff. "*Beyond the Frontier: The Convergence of Military and Civilian R&D in the U.S.*," *Science Studies* (June 1995; forthcoming).