

STRATEGI PRODUKSI, PEMASARAN DAN TANTANGAN LOKAK LEATHER CRAFT

Production Strategy, Marketing, and Challenges of Lokak Leather Craft

Sesri Junita¹, & Dian Fauzi²

¹Mahasiswa Prodi Agribisnis Universitas Tamansiswa Padang

²Dosen Prodi Agribisnis Universitas Tamansiswa Padang

Jl. Taman Siswa No.9, Alai Parak Kopi, Kec.Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat

*Email: sesrijunita44@gmail.com

Dhifauzi439.df@gmail.com

Corresponden Author: dhifauzi439.df@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the production process, marketing strategies, and business development challenges of Lokak Leather Craft, a micro, small, and medium enterprise (MSME) operating in the leather craft industry. This topic is important because MSMEs play a significant role in supporting the creative economy and local economic development. The research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The results show that the production process consists of several main stages, including raw material selection, design planning, cutting, stitching, and finishing, with product quality as the primary focus. The marketing strategies implemented include promotion through social media, word-of-mouth marketing, and participation in local MSME events. However, Lokak Leather Craft faces several challenges, such as limited business capital, difficulties in obtaining high-quality raw materials, and the underutilization of digital marketing. The study concludes that Lokak Leather Craft has strong potential for further development through increased production capacity, optimization of online marketing, and strengthening product innovation. These findings highlight the importance of strategic improvements to enhance the competitiveness and sustainability of leather-based craft MSMEs.

Keywords: *production process, marketing strategy, business challenges, MSMEs, leather crafts*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta

menggerakkan perekonomian daerah. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah industri kreatif, khususnya kerajinan kulit, yang memiliki nilai fungsional dan estetika tinggi. Produk kerajinan kulit handmade memiliki keunggulan kompetitif karena keunikan desain dan kualitas pengerjaan.

Lokak Leather Craft merupakan salah satu UMKM kerajinan kulit yang memproduksi berbagai produk handmade seperti dompet, tas, dan aksesoris kulit. Meskipun memiliki potensi pasar yang baik, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala dalam proses produksi, strategi pemasaran, dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis kondisi usaha secara menyeluruh serta mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengembangan di masa depan.

2. METODOLOGI

2.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam proses produksi, strategi pemasaran, serta tantangan pengembangan usaha pada Lokak Leather Craft. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai aktivitas, pengalaman, dan fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian dilakukan secara langsung pada lokasi usaha untuk menggali informasi secara natural sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Desain penelitian menggunakan studi kasus (case study), di mana Lokak Leather Craft dijadikan sebagai unit analisis tunggal. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti memahami konteks usaha secara komprehensif melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan penelusuran dokumen. Dengan desain ini, peneliti dapat menggambarkan proses kerja, strategi pemasaran, hingga hambatan yang dihadapi secara detail dan berkesinambungan.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Lokak Leather Craft, yaitu sebuah usaha kerajinan kulit yang berlokasi di Limau Manis Selatan, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatra Barat. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) karena usaha ini memiliki karakteristik yang sesuai dengan topik

penelitian, yaitu bergerak di bidang industri kreatif khususnya kerajinan kulit dengan proses produksi manual dan pemasaran digital.

Waktu penelitian berlangsung pada tanggal 18 Desember 2025 mencakup proses observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen pendukung hingga proses analisis data.

2.3 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah pemilik dan pelaku utama usaha Lokak Leather Craft. Pemilihan informan dilakukan secara purposive berdasarkan keterlibatan mereka dalam proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Informan utama dalam penelitian ini meliputi:

1. Pemilik usaha Lokak Leather Craft
2. Karyawan atau anggota tim yang terlibat dalam produksi
3. Konsumen atau pelanggan yang pernah membeli produk.

Pemilihan informan dilakukan dengan memperhatikan kemampuan mereka memberikan informasi yang relevan dan mendalam mengenai topik penelitian.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)
Digunakan untuk mendapatkan informasi rinci mengenai proses produksi, strategi pemasaran, kendala usaha, dan pengalaman pelaku usaha. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali data lebih fleksibel sesuai dengan perkembangan informasi di lapangan.
2. Observasi Langsung (Direct Observation)
Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan produksi, penggunaan peralatan, pemilihan bahan baku, interaksi dengan konsumen, serta lingkungan kerja. Observasi membantu peneliti memahami aktivitas nyata dalam proses usaha secara objektif.
3. Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto proses produksi, catatan pembelian bahan baku, bukti penjualan, konten media sosial, serta arsip lain yang relevan. Teknik ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

2.5 Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri (human instrument). Peneliti berperan sebagai pengumpul data, penganalisis, dan penafsir informasi. Untuk mendukung proses pengumpulan data, peneliti menggunakan instrumen tambahan seperti:

1. Pedoman wawancara
2. Kamera untuk dokumentasi
3. Rekaman audio untuk wawancara

Instrumen tersebut membantu peneliti menjaga konsistensi dan ketelitian dalam memperoleh data.

2.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode analisis kualitatif model Miles dan Huberman, yang meliputi:

- a. Reduksi data proses memilih, merangkum, dan memfokuskan data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- b. Penyajian data menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, dan tampilan visual agar lebih mudah dipahami.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi menarik makna dari data yang telah disajikan dan memverifikasi kesimpulan agar sesuai dengan temuan lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Lokak Leather Craft

Lokak Leather Craft merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kerajinan kulit dengan produk utama seperti dompet, gantungan kunci, ikat pinggang, card holder, dan tas kulit handmade. Usaha ini dirintis oleh

pemiliknya secara mandiri dengan tujuan mengembangkan produk kerajinan yang berkualitas dan memiliki nilai estetika tinggi. Lokak Leather Craft mengadopsi konsep produksi handmade, yaitu seluruh proses pengerjaan dilakukan secara manual dan mengutamakan ketelitian serta kerapian. Hal ini menjadi salah satu pembeda utama dari produk sejenis yang bersifat mass production.

Usaha ini beroperasi dari sebuah workshop rumahan dengan peralatan produksi sederhana namun efektif. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Lokak Leather Craft memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk promosi dan pemasaran. Penggunaan Instagram, Facebook, serta WhatsApp Business membantu usaha ini menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Selain itu, usaha ini juga mengikuti beberapa bazar dan kegiatan UMKM lokal untuk memperluas jaringan dan memperkenalkan produknya secara langsung kepada masyarakat.

3.2 Hasil Penelitian

1. Proses Produksi di Lokak Leather Craft

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu pemilihan bahan baku, pembuatan pola, pemotongan, penjahitan, dan finishing.

- a. Pemilihan bahan baku Pemilik usaha menggunakan kulit sapi atau kulit sintetis dengan kualitas terbaik sesuai pesanan konsumen. Pemilihan bahan baku menjadi bagian penting karena menentukan keawetan, tekstur, dan nilai estetika produk.
- b. Pembuatan pola dan desain Setiap produk dimulai dengan pembuatan pola menggunakan kertas khusus. Pola tersebut menyesuaikan permintaan konsumen atau desain yang telah disiapkan sebelumnya.

- c. Pemotongan dan pewarnaan Bahan kulit dipotong secara manual menggunakan cutter khusus kulit. Untuk beberapa produk, dilakukan pewarnaan tambahan untuk memperkuat karakter warna.
- d. Penjahitan Seluruh proses penjahitan dilakukan secara manual dengan teknik saddle stitch, yang menghasilkan jahitan kuat dan rapi. Tahap ini membutuhkan ketelitian tinggi.
- e. Finishing Tahap terakhir meliputi kerapian tepi kulit, coating, pemasangan aksesoris (seperti kancing dan resleting), dan pengecekan kualitas.
- f. Proses yang terstruktur ini memastikan setiap produk memiliki kualitas tinggi dan memiliki ciri khas kerajinan handmade.

2. Strategi Pemasaran Lokak Leather Craft

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokak Leather Craft menerapkan strategi pemasaran berbasis digital dan interpersonal sebagai dua saluran utama. Strategi tersebut meliputi:

- a. Pemasaran melalui media sosial Instagram menjadi platform utama untuk menampilkan katalog produk, proses pembuatan, dan testimoni konsumen. Strategi konten visual terbukti efektif meningkatkan engagement dan menarik pelanggan baru.
- b. Pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) Banyak konsumen baru datang berdasarkan rekomendasi dari pelanggan sebelumnya. Testimoni dan review berfungsi memperkuat kepercayaan calon pembeli.

- c. Partisipasi dalam event UMKM Lokak¹. Leather Craft berpartisipasi dalam bazar lokal sebagai bagian dari strategi

membangun jaringan dan meningkatkan eksposur.

- d. Penjualan berbasis pesanan (made by order) Sistem ini digunakan untuk mengurangi risiko penumpukan produk dan memastikan bahwa produk dibuat sesuai selera konsumen.

3. Tantangan Pengembangan Usaha

Berdasarkan wawancara, Lokak Leather Craft menghadapi beberapa tantangan, yaitu:

- a. Keterbatasan modal usaha Modal yang terbatas menyebabkan pemilik sulit menambah peralatan, membeli bahan baku premium dalam jumlah besar, atau memperluas kapasitas produksi.
- b. Akses bahan baku berkualitas Ketersediaan kulit berkualitas baik tidak selalu stabil, sehingga pemilik harus memesan dari pemasok luar daerah dengan biaya lebih tinggi.
- c. Pemasaran digital yang belum optimal Meskipun sudah memanfaatkan media sosial, pengelolaan konten pemasaran masih belum konsisten. Hal ini berdampak pada jangkauan pasar yang belum maksimal.
- d. Persaingan dengan produk impor Produk kulit impor, terutama dari pasar online, menawarkan harga lebih murah sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi usaha handmade lokal.

3.3 Pembahasan

1. Analisis Proses Produksi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk Lokak Leather Craft

dipengaruhi oleh keterampilan manual dan teknik produksi yang diterapkan. Penggunaan teknik saddle stitch memberikan nilai tambah berupa kekuatan dan ketahanan. Hal ini sejalan dengan teori manajemen produksi yang menyebutkan bahwa keterampilan tenaga kerja merupakan faktor utama dalam menghasilkan produk berkualitas. Proses produksi yang dilakukan secara terstruktur dan detail menunjukkan bahwa usaha ini telah menerapkan prinsip efisiensi meskipun menggunakan peralatan sederhana.

2. Analisis Strategi Pemasaran

Pemasaran digital melalui media sosial terbukti menjadi saluran pemasaran yang efektif. Strategi ini sesuai dengan teori pemasaran modern yang menekankan pentingnya keterlibatan konsumen melalui konten visual dan interaksi digital. Penggunaan sistem made by order juga relevan dengan konsep pemasaran berbasis permintaan (demand-driven), sehingga mampu menekan biaya produksi dan mengurangi risiko kerugian.

3. Analisis Tantangan Pengembangan Usaha

Tantangan yang dihadapi Lokak Leather Craft dapat dikaitkan dengan teori pengembangan UMKM, yang mencakup keterbatasan modal, akses bahan baku, dan kemampuan pemasaran. Keterbatasan ini merupakan hambatan umum pada UMKM, terutama yang bergerak di industri kreatif. Namun, dengan peningkatan kemampuan digital marketing dan dukungan pembiayaan, usaha ini memiliki potensi untuk berkembang lebih besar di masa depan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai proses produksi, strategi pemasaran, serta tantangan pengembangan usaha pada Lokak Leather Craft, dapat

disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Proses produksi Lokak Leather Craft berjalan melalui tahapan yang sistematis dan berbasis keterampilan manual. Proses dimulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan pola, pemotongan, penjahitan, hingga finishing yang dilakukan secara teliti. Teknik jahit manual (saddle stitch) menjadi kekuatan utama yang membedakan produk Lokak Leather Craft dengan produk mass production dan memberikan nilai kualitas yang lebih tinggi.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan berfokus pada pemanfaatan media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut, serta partisipasi dalam kegiatan UMKM lokal. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business menjadi sarana utama dalam mempromosikan produk dan berkomunikasi dengan konsumen. Pendekatan pemasaran yang bersifat visual dan interpersonal terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar.
3. Lokak Leather Craft menghadapi beberapa tantangan utama dalam pengembangan usaha, meliputi keterbatasan modal, kesulitan memperoleh bahan baku berkualitas secara konsisten, kemampuan pemasaran digital yang belum optimal, serta persaingan dengan produk impor. Tantangan tersebut memengaruhi kapasitas produksi serta kecepatan pertumbuhan usaha.
4. Secara keseluruhan, Lokak Leather Craft memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan memperkuat pemasaran digital, meningkatkan inovasi produk, serta

memperluas jaringan pemasok. Temuan penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai dinamika usaha kerajinan kulit skala mikro dan faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan operasionalnya.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran konstruktif yang dapat dijadikan acuan bagi pemilik usaha, pemerintah daerah, maupun peneliti selanjutnya:

1. Saran untuk Lokak Leather Craft

- Meningkatkan kemampuan dan konsistensi pemasaran digital, misalnya dengan membuat konten berkala, memanfaatkan fitur iklan berbayar, serta membangun brand identity yang lebih kuat.
- Menjalinkan kerja sama dengan pemasok bahan baku agar ketersediaan kulit berkualitas lebih terjamin dan harga lebih stabil.
- Mengembangkan inovasi produk melalui desain baru, custom desain, atau kategori produk tambahan untuk memperluas segmen pasar.
- Meningkatkan efisiensi produksi dengan menambah peralatan yang mendukung pengerjaan lebih cepat tanpa mengurangi kualitas.

2. Saran untuk Pemerintah atau Lembaga Pendukung UMKM

- Menyediakan program pelatihan keterampilan bagi pelaku industri kreatif, khususnya kerajinan kulit.
- Memberikan akses permodalan yang lebih mudah, seperti bantuan dana bergulir, kredit usaha rakyat (KUR), atau hibah bagi UMKM kreatif.
- Memfasilitasi event pameran dan bazar yang dapat menjadi ruang promosi bagi UMKM kerajinan lokal.

3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- Mengembangkan penelitian pada ruang lingkup yang lebih luas, misalnya membandingkan beberapa usaha kerajinan kulit di daerah lain.
- Menambahkan analisis kuantitatif atau studi pemasaran digital untuk melihat pengaruh strategi tertentu terhadap peningkatan penjualan.
- Mengkaji lebih dalam inovasi produk dan teknologi yang dapat diterapkan pada industri kerajinan kulit untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan serta penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik dan pihak Lokak Leather Craft yang telah bersedia menjadi informan serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada tim penyusun pedoman penulisan jurnal yang menjadi acuan dalam penyusunan artikel ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktisi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2018). *Research design: methods approaches*. Sage Publications.
- Handayani, N. (2019). Pemasaran digital pada UMKM aksesoris dan kerajinan tangan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 77–89.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, S., & Purnomo, A. (2021). Inovasi produk sebagai kunci keberhasilan

- industri kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Indonesia*, 6(1), 45–58.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Rahayu, D., & Prasetyo, H. (2020). Strategi pengembangan UMKM kerajinan kulit di Yogyakarta. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 5(1), 12–20.
- Saputra, R. (2022). Tantangan pengrajin kulit dalam mengembangkan usaha. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 7(3), 134–142.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wulandari, M. (2021). Analisis model bisnis pada UMKM industri kreatif berbasis kerajinan. *Jurnal Manajemen Kreatif*, 3(2), 89–102.
- Fikri, A. (2020). Manajemen produksi UMKM kerajinan kulit skala rumah tangga. *Jurnal Teknologi Produksi*, 2(4), 55–63.

BIODATA PENULIS

Nama lengkap :Sesri Junita

Program studi : Agribisnis

Fakultas/Universitas:Pertanian/Universitas
Tamansiswa Pdaang

Email: sesrijunita44@gmail.com