

## **Analisis Rantai Nilai Pada Ekonomi Kreatif Kerajinan Kriya Di Rajapolah (Studi Kasus Anugrah Gallery)**

**Siwi Andriyani Amatilah<sup>1</sup>, Rezya Marsanda Aprilia<sup>2</sup>, Sri Hardianti Sartika<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Siliwangi

Email: 202165014@student.unsil.ac.id

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Siliwangi

Email: 202165019@student.unsil.ac.id

<sup>3</sup>Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Siliwangi

Email: sri.hardianti@unsil.ac.id

Received: 20 Mei, 2022; Accepted: 27 Agustus 2022; Published: 12 Desember, 2022

### **Abstrak**

Rajapolah merupakan salah satu daerah yang terletak di Kabupaten Tasikmalaya yang terkenal dengan kerajinan kriyanya, khususnya daerah Kampung Sukaruas. Anugrah Gallery ini merupakan salah satu usaha kerajinan kriya yang ada di Kampung Sukaruas yang telah berdiri sejak tahun 2014. Sehingga peneliti ingin melaksanakan penelitian dengan tujuan menganalisis rantai nilai pada ekonomi kreatif kerajinan kriya di Rajapolah. Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, melalui metode wawancara kepada pemilik usaha kerajinan Anugrah Gallery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai nilai yang terdapat dalam Anugrah Gallery ini dimulai dengan tahap kreasi yang mana pada tahap kreasi ini mencari ide-ide inovasi dari internet kemudian dimodifikasi untuk pembuatan pola kerajinan, kemudian tahap produksi dimana tahap produksi ini mengelola input atau bahan berupa pandan, mendong, eceng gondok, spon menjadi produk kerajinan berupa box, tas, cermin, dan box tisu aqua 3 in 1, tahap distribusi pada Anugrah Gallery ini dipasarkan melalui media online kepada pabrik-pabrik dalam bentuk grosir, dan tahap komersialisasi ini melalui pemberian informasi kepada konsumen mengenai produk yang dipasarkan.

**Kata kunci:** Kerajinan Kriya; Rajapolah; Rantai Nilai; Sukaruas.

### **Abstract**

*Rajapolah is one of the areas located in Tasikmalaya Regency which is famous for its handicrafts, especially the Sukaruas Village area. Anugrah Gallery is one of the handicraft businesses in Sukaruas Village which has been established since 2014. So that researchers want to carry out research with the aim of chain analysis on the creative economy of crafts in Rajapolah. The research used is descriptive research with a qualitative approach, through*

*interviews with the owner of the Anugrah Gallery handicraft business. The result show that the value chain contained in the Anugrah Gallery begins with the creation stage which at this stage of creation looks for innovative ideas from the internet then develops it for making craft patterns, then the production stage where this production stage manages inputs or materials for pandanus, mendong, water hyacinth, sponges become handicraft products in the form of boxes, bags, mirrors, and aqua tissue box 3 in 1, the distribution stage at Anugrah Gallery is marketed through online media to factories in the form of wholesalers, and the commercialization stage is through providing information to consumers about the product marketed.*

**Keywords:** Craft; Rajapolah; Sukaruas. Value Chain;

## PENDAHULUAN

Industri kreatif di Indonesia sangatlah memiliki peran penting terutama dalam PDB, hal ini karena Sebagian besar penerimaan PDB di Indonesia di topang oleh sektor industri kreatif (Darsiharjo and Galihkusumah 2014). Pada tahun 2017 tercatat ekonomi kreatif berkontribusi pada PDB nasional sebesar Rp1.009 triliun, sedangkan tahun sebelumnya sebesar Rp922 triliun. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp100 triliun per tahunnya dan akan terus mengalami kenaikan (Santosa, 2020). Ekonomi kreatif Indonesia berkontribusi sebesar Rp852 triliun atau 7,38% Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2015 (Hasan et al. 2021).

Berdasarkan informasi Kemenparekraf, pada sub sektor ekonomi kreatif tahun 2019 tercatat telah menyumbangkan Rp1.153,4 Triliun PDB atau 7,3% terhadap total PDB Nasional, 11,9% ekspor dan 15,2% tenaga kerja. Berdasarkan hal tersebut, menandakan industri kreatif semakin berkembang di Indonesia (Hendrawan 2022). Maka dengan adanya industri kreatif yang sangat berpotensi menyumbang sebagian besar pada PDB maka akan membantu perekonomian Indonesia terutama dalam proses pembangunan di Indonesia.

Di Indonesia terdapat 3 sub sektor industri kreatif yang menyumbang paling besar terhadap PDB. Dilansir pada [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id) menurut Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) ini menyatakan bahwa terdapat tiga subsektor ekonomi kreatif yang menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB nasional, diantaranya adalah kuliner, *fashion* dan kriya. Yang mana

dari ketiga sub sektor tersebut menyumbang terhadap PDB sebanyak 75%. Ekonomi kreatif di Indonesia selain fashion, pada sub sektor kriya menurut data tahun 2002- 2020 memiliki nilai ekspor tertinggi. (Lestari 2022).

Meskipun industri kreatif yang ada di Indonesia terus mengalami kemajuan dengan rata-rata 8,21% pertahun, akan tetapi hal tersebut tidak dapat mendorong ekspor produk industri kreatif untuk dapat memimpin persaingan diantara negara-negara Asean lain. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia belum sebaik atau secanggih negara-negara lain, sulitnya modal untuk mengembangkan industri kreatif, terbatasnya sumber daya manusia yang berkualitas, dan iklim industri kreatif belum sebaik negara-negara lain. Meskipun hal tersebut menghambat industri kreatif menjadi pemimpin persaingan industri kreatif di negara-negara ASEAN, namun industri kreatif Indonesia sudah dapat berkembang dengan baik. Salah satu industri kreatif yang sudah terkenal keberbagai daerah yaitu industri kreatif kriya dari Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.

Rajapolah merupakan suatu daerah yang berada di Kabupaten Tasikmalaya yang menghasilkan kerajinan atau industri kriya berupa anyaman yang berbahan dasar dari bambu, eceng gondok, pandan, mendong, dan bahan serat lainnya yang memiliki sifat ramah lingkungan (Rachman and Ramdani 2018). Berbagai jenis kerajinan yang dihasilkan seperti tas, dompet, tempat pensil, peralatan rumah tangga, dan topi. Oleh karena ini Rajapolah terkela sebagai si Primadona Handcraft Jawa Barat. Berkembangnya inudstri kreatif di Rajapolah ini didukung dengan kekayaan alam yang ada di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki banyak pohon bambu maka, Kabupaten Tasikmlaya ini terkenal sebagai payung bambu karena banyak terdapat pohon-pohon bambu.

Industri kreatif di Rajapolah ini sudah sangat terkenal di Indonesia khususnya seperti daerah di provinsi jawa barat, bahkan kerajinan atau anyaman yang ada di Rajapolah ini tembus ke Negara Eropa seperti Jepang, Spayol, dan Italia (Arif and Wibawa 2021). Dari banyaknya industri kreatif kriya yang ada di Rajapolah, salah satunya kerajinan kampung kreatif Sukaruas lah yang telah berhasil melakukan ekspor kerajinan kriyanya ke mancanegara khususnya ke

negara Eropa, dari hal tersebut membuat industri kreatif lainnya yang ada di seluruh Rajapolah menjadi berdampak baik dimana telah meningkatkan penjualannya dan meningkatkan produktifitasnya karena kerajinan Rajapolah sudah memiliki citra yang baik dimata dunia.

Ekonomi kreatif ini selalu mengalami perkembangan dengan mengikuti berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Dapat diartikan ekonomi kreatif yaitu ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif, yang mana dalam kegiatan ekonominya lebih mengutamakan kekayaan intelektual dari sumber daya manusia yang berupa kreatifitas dan inovasi, sehingga produk yang dihasilkannya memiliki kebaruaran, kemudahan dan kegunaan bagi konsumennya (Suryana 2013).

Dalam ekonomi kreatif ini ada 3 jenis hal yang perlu dijadikan dasar, diantaranya inovasi (*Innovation*), kreativitas (*Creativity*), dan pendistribusian produk yang telah dibuat kepada konsumen (Suryana 2013). Rantai nilai dalam ekonomi kreatif ini juga dapat diartikan sebagai proses penciptaan nilai tambah melalui ide-ide, gagasan, inovasi terhadap produk sehingga akan menghasilkan produk yang lebih baik lagi. Bukan hanya itu, rantai nilai untuk menciptakan nilai tambah juga dapat dilakukan dengan penggunaan teknologi yang lebih canggih dalam memproduksi barang ataupun jasa. Rantai nilai juga dapat berkaitan dengan rantai nilai produksi, yaitu rantai nilai yang berkaitan antara hubungan pemasok dengan konsumen (Setiawati, Sutrisno, and Purwanto 2020).

Dengan adanya rantai nilai ini akan dapat mengetahui mengenai fungsi dari sebuah rantai yang dilakukan oleh industri dan untuk dapat menganalisis kontribusi ataupun peran dari setiap operator rantai yang terlibat dalam rantai tersebut. Dalam rantai nilai ini terdapat beberapa komponen yaitu penciptaan nilai, penyampaian nilai, dan konsumsi nilai.

Dalam rantai nilai ini merupakan titik pengembangan industri kreatif, yang mana memiliki urutan linier berupa tahapan kreasi, produksi, distribusi, komersialisasi. Berdasarkan penelitian terdahulu, menyatakan bahwa dengan melakukan pemasaran yang produktif dan efektif dapat berpengaruh pada pertumbuhan laba bisnis dan kesuksesan bisnis tercapai, dan masyarakat sebagai

pelaku usaha serta lingkungan disekitarnya akan lebih sejahtera (Inggriyani, Ali, and Fauzy 2018).

Dari adanya rantai nilai pada ekonomi kreatif ini akan menghasilkan nilai tambah, pendapatan meningkat, jumlah lapangan pekerjaan meningkat, produk yang dihasilkan menjadi lebih baik, dan kepuasan bagi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk menjadi lebih baik. Untuk dapat menciptakan rantai nilai ini diperlukan peran peting dari iklim ekonomi kreatif. Dengan adanya rantai nilai ini akan dapat menciptakan nilai tambah pada suatu produk yang dihasilkan. Suatu proses penciptaan nilai tambah ini dapat dilakukan dengan beberapa proses yaitu proses penyediaan input, proses bahan baku, tahap produksi, tahap pemasaran, dan tahap penciptaan nilai kepada konsumen.

Ada beberapa strategi untuk dapat meningkatkan nilai tambah yaitu : 1) Tahap penyediaan input, yaitu nilai tambah dapat diperoleh dari pengkombinasian input; 2) Tahap proses oprasi/produksi, yaitu nilai tambah dapat diciptakan melalui pengembangan produk seperti pengembangan keistimewaan desan; 3) Tahap distribusi, yaitu nilai tambah ini dapat diciptakan melalui distribusi elektronik atau kepada pengecer; 4) Tahap pemasaran, yaitu nilai tambah ini dapat diciptakan dengan cara tempat pemasaran yang rapi bersih dan kemasan produk yang bersih dan bagus sehingga menarik perhatian konsumen (Suryana 2013).

Dalam (Raharjo 2011) Seni kriya yaitu seni yang banyak berkembang di Indonesia, hal ini karena didukung oleh kondisi alam yang sangat baik. Seni kriya ini merupakan seni yang terus ada dan kerkembang, karena seni kriya ini bersifat turun temurun dalam menciptakan seninya sehingga tidak akan pernah punah. Seni kriya ini salah satu cabang seni rupa yang mempunyai akar kuat, karena memuat nilai tradisi yang bermutu tinggi (Akmal, Syahrir, and Caco 2021). Dengan perkembangan zaman, pada saat ini istilah seni kriya digunakan untuk penamaan suatu hasil karya yang dianggap memiliki keunikan tersendiri yang berkaitan dengan penggalian nilai-nilai kebudayaan dengan kata lain hasil karya seni yang memiliki nilai tradisi.

Dalam seni kriya ini, seni-seni yang dihasilkannya memiliki unsur budaya sesuai dengan tempat terciptanya seni kriya tersebut seperti seni kriya anyaman bambu dan pandan berasal dari Rajapolah, karena di Rajapolah potensi alamnya baik untuk menciptakan seni kriya anyaman ini. Oleh karena itu, di Rajapolah banyak berkembang pengrajin Sebagian besar yaitu pengrajin anyaman yang menghasilkan tas, topi, box, tempat pensil, dan toples. Kerajinan anyaman ini termasuk pada salah satu jenis seni kriya, yang mana dalam membuat produk seni kriyanya ini dengan cara menganyam bahan-bahan seperti pandan, rotan, bambu atau mendong (Bahtiar 2017).

Salah satu toko yang berada di kampung Sukaruas ini yaitu Anugrah Gallery yang telah memproduksi kerajinan anyaman berupa tas, toples, tempat pensil, kipas, cermin, topi dan box. Anugrah Gallery ini sudah bergerak dalam ekonomi kreatif kerajinan dari tahun 2000 dan daerah pemasarannya sudah luas yaitu ke Bali, Jakarta, Yogyakarta, dan Tangerang.

Namun, pada saat pandemic Covid-19 ini membuat beberapa sektor industri kreatif mengalami hambatan karena menurunnya permintaan konsumen terhadap kerajinan yang ada di Rajapolah ini. Oleh karena itu, dari hal tersebut membuat para industri kreatif harus berpikir ulang mengenai inovasi terhadap produk-produk kerajinannya agar produk kreajinan tetap memiliki citra yang baik dimata konsumen. Bukan hanya hal tersebut, industri juga perlu memiliki kemampuan daya saing yang tinggi untuk dapat menghadapi tingkat persaingan perdagangan internasional (Mangifera 2015).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Rantai Nilai pada Ekonomi Kreatif Kerajinan Kriya di Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya”. Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis rantai nilai pada ekonomi kreatif kerajinan kriya di Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Metode Pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif. Data dikumpulkan dari objek penelitian yang memberikan informasi dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Teknik yang digunakan untuk menentukan subjek penelitian dalam artikel ini adalah *purposive sampling*, karena sampling yang dipilih memiliki karakteristik tertentu yaitu usaha kerajinan kriya yang ada di Rajapolah yang sudah beroperasi selama lebih dari 20 tahun dan memiliki pangsa pasar yang luas, oleh karena itu objek penelitian dilakukan di Anugrah Gallery yang lokasinya berada di Kampung kreatif, Sukaruas RT/RW 03/01 Desa Sukaruas, Kec.Rajapolah, Tasikmalaya, Jawa Barat. Subjek penelitian ini adalah pemilik Anugrah Gallery. Jenis data yang digunakan merupakan data kualitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, sebab data diambil dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara. Alat ukur yang digunakan adalah panduan wawancara (Interview Guides).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil penelitian melalui wawancara ini didapatkan informasi bahwa di Desa Sukaruas, Rajapolah ini terdapat 37 home industri yang bergerak dalam bidang kerajinan kriya. Pesatnya pertumbuhan industri kriya di Rajapolah ini karena didukung oleh sumber daya alamnya yang banyak terdapat kebun pandan dan bambu, serta sumber daya manusianya yang sudah terampil dalam membuat kerajinan-kerajinan kriya ini.

Respondent dari penelitian ini yaitu Anugrah Gallery sebagai salah satu home industri kerajinan kriya dari 37 industri tersebut. Anugrah gallery ini sebagai produsen penghasil kerajinan kriya yang memiliki banyak macam kerajinan hasil

industrianya yaitu diantaranya ada tas, box, topi, box tisu aqua 3 in 1, yang mana dalam membuat kerajinan kriya ini Anugrah Gallery ini menggunakan faktor produksi berupa pandan, mendong, dan eceng gondok.

Anugrah Gallery ini juga selalu menerapkan rantai nilai dalam menjalankan inustrinya, dimana rantai nilai ini dapat dilakukan Anugrah Gallery mulai dari tahap kreasi, produksi, distribusi, dan sampai dengan komersialisasi. Dengan selalu menerapkan rantai nilai, terdapat dampak baik atau positif terhadap industri kriya Anugrah Gallery. Hal ini karena dapat menciptakan nilai tambah, juga akan meningkatkan loyalitas dari konsumen, sehingga pemasaran dan pendapatan Anugrah Gallery ini mejadi meningkat.

Kampung kreatif yaitu nama julukan untuk Kampung Sukaruas, Desa Sukaraja Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. Dikatakan Kampung kreatif ini sebab kebanyakan penduduk di Sukaruas ini bermata pencaharian sebagai pengrajin, yang dapat membuat ide kreatif dalam pembuatan kerajinan tangan. Hasil dari kerajinan tangan ini bukan hanya dipasarkan di dalam negeri saja, namun juga di ekspor sampai ke Negara Eropa seperti Jepang, Spanyol, dan Italia.

Di Kampung Kreatif Sukaruas ini terdapat 37 *home industry* yang menghasilkan produk kerajinan tangan yang beragam. Kegiatan industri di Kampung Kreatif ini dilakukan oleh masyarakat sekitar untuk mengisi waktu luang para masyarakat tetapi juga dapat menghasilkan pendapatan. (Astuti and Rosali 2019).

Salah satu usaha kerajinan yang ada dikampung kreatif Sukaruas ini adalah Anugrah Gallery. Sejarah usaha kerajinan ini sudah ada sejak zaman dahulu (Febrian and Loita 2020). Usaha Kerajinan milik keluarga ibu empat ini menggunakan nama Anugrah Gallery yang sudah berdiri sejak tahun 2014. Usaha kerajinan dari Anugrah Gallery ini merupakan usaha turun temurun dari keluarga, namun karena perkembangan zaman produk-produk yang diproduksi oleh Anugrah Gallery ini selalu mengalami perubahan dan perbaikan dengan mengikuti



perkembangan zaman, seperti dalam perubahan desain kerajinan ataupun penambahan produk-produk baru.

Pada awalnya Anugrah Gallery ini hanya membuat kerajinan berupa box dan tas, tetapi pada saat sekarang produk yang dibuat mengalami perubahan seperti bertambah adanya tas hampers, box, kipas, tempat minum, toples, dan tempat tisu, bahan-bahan yang digunakan untuk membuat kerajinan tersebut yaitu pandan, mendong dan eceng gondok. Kemampuan dari Ibu Empat ini untuk membuat kerajinan bukanlah diperoleh dari pendidikan formal tetapi diperoleh dengan cara belajar secara turun temurun. Produk yang dihasilkan oleh usaha Anugrah Gallery ini yaitu tas set natural, tas rara natural, cermin bahan eceng gondok, cermin bahan pandan, bingkai anyaman mendong, tas hampers, plismet mendong, box bahan rara pandan, tas pandan kotak, topi, tempat minum, tempat tisu, dan keranjang hias. Produk yang banyak diminati oleh konsumen pada saat ini yaitu tas untuk hampers dan box tisu aqua 3 in 1.

Bahan baku untuk membuat kerajinan dari Anugrah Gallery ini yaitu pandan, mendong, eceng gondok, spon, dan kain imitasi. Untuk satu kali produksi tas membutuhkan modal sebanyak Rp. 1.000.000 yang dilakukan produksinya sebanyak 2 hari, dalam satu kali produksi ini dapat menghasilkan 200 tas dengan harga jual 1 tas Rp. 25.000, sehingga dalam satu kali produksi ini akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 5.000.000 dengan keuntungan laba yang diperoleh sebesar Rp. 4.000.000 dalam satu kali produksi. Dalam menjalankan usahanya Anugrah Gallery ini selalu terdapat rantai nilai, hal ini karena dengan adanya rantai nilai ini dapat dijadikan sebagai persiapan untuk mengembangkan strategi serta dapat memperbaiki rantai nilai.

Rantai nilai yang terjadi pada usaha Anugrah Gallery ini memiliki beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Tahapan kreasi, pada tahapan kreasi ini tercipta rantai nilai usaha anugrah gallery ini yaitu dengan cara pemilik usaha mencari ide-ide kreasi dari internet untuk membuat model pada tas, yang mana kemudian ide-ide

tersebut oleh pemilik usaha dimodifikasi dan dituangkan kedalam spon seperti membuat pola gambar bunga untuk hiasan pada tas.

2. Tahap produksi, pada tahap produksi juga anugrah gallery ini terdapat rantai nilai, yaitu perubahan input berupa pandan, mendong, eceng gondok, spon, kain imitasi, papan triplek, menjadi output berupa tas, box, topi, box tisu aqua 3 in 1. Dalam proses produksi anugrah gallery ini sudah memakai teknologi berupa mesin jahit. Sehingga dalam proses produksinya akan menjadi lebih cepat dan produk yang dihasilkan juga menjadi lebih baik atau lebih rapih.
3. Distribusi, distribusi dari anugrah gallery ini melalui pemasaran online kepada pabrik-pabrik secara grosir dan pemasaran online secara individu atau eceran, yang mana pemasaran dari anugrah gallery ini sudah luas hingga mencapai Bali dan Yogyakarta. Bukan hanya itu produk anugrah gallery ini sudah didistribusikan dengan skala besar, yang mana dalam satu kali pengiriman keluar kota dapat mendistribusikan 200 tas.
4. Komersialisasi dalam rantai nilai pada anugrah gallery ini yaitu dengan cara anugrah gallery selalu memberikan informasi mengenai produk-produk yang dihasilkan mulai dari memberikan informasi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp. Sehingga dengan memberikan informasi tersebut banyak konsumen yang mengetahui produk-produk yang ada pada anugrah gallery ini sehingga konsumen akan lebih tertarik, anugrah gallery juga selalu memperbaharui informasi-informasi pada media sosial seperti di Instagram selalu mengupload foto-foto produk dalam 1 bulan 2 kali penguaploadan foto produk yang baru.

Dengan terdapatnya rantai nilai ini maka akan terciptanya nilai tambah. Dalam produk dari Anugrah Gallery ini selalu mengalami nilai tambah, yang mana dengan cara memberikan inovasi-inovasi pada produk yang akan dibuat. Dari inovasi-inovasi yang diberikan terhadap produk tersebut akan memberikan nilai tambah berupa kebaruan, kegunaan dan kemudahan bagi konsumen. Nilai tambah berupa kebaruan ini dapat sangat terlihat ketika awalnya produk Anugrah

Gallery berupa box kemudian di perbaharui menjadi box yang terdapat untuk penyimpanan tisu, aqua, dan toples premen dalam satu box yang disebut box tisu aqua 3 in 1, sedangkan nilai tambah berupa kegunaan ini akan sangat dirasakan oleh konsumen karena konsumen dapat menggunakan tempat tisu, tempat minum, dan tempat premen dalam satu box, dan nilai tambah kemuduahan ini juga dapat dirasakan oleh konsumen yaitu lebih mudah menggunakan tempat tisu, tempat minum dan toples premen dalam satu box tanpa menggunakan tempat yang banyak.

Urutan penciptaan nilai tambah yang dilakukan oleh usaha Anugrah Gallery ini yaitu:

1. Penyediaan input, penyediaan input ini oleh anugrah gallery dapat dilakukan penciptaan nilai tambah yaitu dengan cara membeli bahan-bahan baku yang berkualitas tinggi dan bagus agar menghasilkan produk yang berkualitas baik juga, sehingga dapat memuaskan konsumen dan tidak mengecewakan konsumen.
2. Bahan baku, bahan baku ini dapat diciptakan nilai tambah yaitu dengan cara mengkombinasikan beberapa bahan baku berupa tas yang awalnya polos dengan warna coklat kemudian ditambah bahan baku lain berupa pewarna dan pita yang dibuat bunga, sehingga tas tersebut memiliki warna-warni yang bagus dan terdapat hiasan bunga dari pita. Maka akan tercipta nilai tambah dari bahan baku yang awalnya hanya tas yang polos menjadi tas yang berwarna warni dan terdapat hiasan bunga.
3. Proses produksi, proses produksi ini juga terdapat penciptaan nilai tambah oleh Anugrah Gallery yaitu dengan cara melakukan proses produksi yang dilakukan dengan mesin, sehingga produk yang dihasilkan akan lebih cepat dan banyak, buka hanya itu dalam proses produksi juga terciptanya nilai tambah dengan cara terus memberikan inovasi-inovasi terhadap produk sehingga produk yang dihasilkan memiliki keistimewaan dibandingkan produk pesaing.
4. Tahap pemasaran, tahap pemasaran juga terdapat nilai tambah yaitu dengan cara memasarkan produk melalui media sosial dengan iklan atau promosi

yang menarik. Dalam bidang promosi, Rajapolah merupakan kota yang paling efektif dan memungkinkan terjadi transaksi yang langsung dan tidak langsung. (Darajat 2015). Penggunaan media dalam kegiatan promosi dibutuhkan untuk mempengaruhi target pasar agar konsumen tertarik dan membeli produk Anugrah Gallery (Aris Risdiana 2020; Haiqal and Hidayat 2017). Dalam anugrah gallery ini segmentasi pasarnya sudah jelas yaitu produk-produk yang dihasilkan ini telah dipasarkan ke Bali, Jakarta, dan Yogyakarta.

5. Bukan hanya itu, anugrah gallery juga menciptakan nilai tambah kepada konsumen dengan cara menarik konsumen agar memiliki loyalitas kepada produk anugrah gallery ini yaitu dengan cara memberikan produk-produk yang berkualitas, selalu memberi tahu mengenai produk yang baru, melakukan promosi di media sosial yang menarik, dan memberikan pelayanan yang cepat dan pengiriman yang cepat kepada konsumen. Sehingga konsumen merasa puas akan pelayanan dan produk yang diberikan oleh Anugrah Gallery ini.

Produk-produk yang ada di Anugrah Gallery ini dipasarkan melalui online seperti Instagram, WA, Facebook, dan dipasarkan langsung kepasar. Jangkauan pemasaran dari produk Anugrah Gallery ini telah luas yaitu telah dipasarkan ke Jakarta, Bali, dan Yogyakarta sehingga pangsa pasar dari usaha ini telah banyak. Cara anugrah gallery melakukan promosi yaitu melalui media sosial seperti WA, Facebook dan Instagram. Karena merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menjangkau target pasar yang besar. Selain itu internet saat ini mudah diakses kapan saja, di mana saja dan telah banyak digunakan oleh masyarakat umum (Aris Risdiana 2020).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara pada salah satu home industri kerajinan kriya yang ada di desa sukaruas, kecamatan Rajapolah

yaitu Anugrah Gallery. Peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa dalam penerapan rantai nilai yang dilakukan Anugrah Gallery ini meliputi beberapa tahap, yaitu :

- Tahapan kreasi, pada tahapan kreasi ini tercipta rantai nilai usaha anugrah gallery ini yaitu dengan cara pemilik usaha mencari ide-ide kreasi dari internet untuk membuat model pada tas, yang mana kemudian ide-ide tersebut oleh pemilik usaha dimodifikasi
- Tahap produksi, pada tahap produksi juga anugrah gallery ini terdapat rantai nilai, yaitu pengubahan input berupa pandan, mendong, eceng gondok, spon, kain imitasi, papan triplek, menjadi output berupa tas, box, topi, box tisu aqua 3 in 1.
- Distribusi, distribusi dari anugrah gallery ini melalui pemasaran online kepada pabrik-pabrik secara grosir dan pemasaran online secara individu atau eceran.
- Komersialisasi dalam rantai nilai pada anugrah gallery ini yaitu dengan cara anugrah gallery selalu memberikan informasi mengenai produk-produk yang dihasilkannya mulai dari memberikan informasi melalui media sosial.

Dengan selalu menerapkan rantai nilai, terdapat dampak baik atau positif terhadap home industri kriya Anugrah Gallery. Karena hal tersebut dapat menciptakan nilai tambah, sekaligus akan meningkatkan loyalitas dari konsumen, sehingga pemasaran dan pendapatan Anugrah Gallery ini mejadi meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyarankan Anugrah Gallery untuk terus melakukan inovasi-inovasi dalam produk yang dihasilkannya, agar produk yang hasilkan memiliki daya saing yang tinggi dan dapat lebih luas pangsa pasarnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Akmal, Muh. Syafruddin, Nurlina Syahrir, and Alimuddin Caco. 2021. *SENI KRIYA LOGAM*. Makassar: Universitas Negri Makassar.
- Aldy Purnomo, Rochmat. 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Arif, and Gian Riksa Wibawa. 2021. "ANALISIS DAYA TARIK INDUSTRI KERAJINAN RAJAPOLAH MELALUI PORTER FIVE FORCES." *JURNAL EKONOMI PERJUANGAN* 3(2): 79–86.
- Aris Risdiana. 2020. "Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif Di Kecamatan Rajapolah, Taksimalaya." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 20(1): 9–19.
- Astuti, Yani Sri, and Satiyasih Ely Rosali. 2019. "Potensi Ekonomi Berbasis Keunggulan Lokal Di Kampung Kreatif Sukaruas Desa Sukaraja Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya." In "Pengembangan Wilayah Berkelanjutan Di Era Revolusi Industri 4.0," Surakarta: PROSIDING SEMINAR NASIONAL GEOGRAFI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA 2019, 209–17.
- Bahtiar. 2017. "PEMANFAATAN BAMBU DALAM BERKARYA SENI KRIYA Oleh : BAHTIAR." : 1–65.
- Darajat, Teddy Mohamad. 2015. "Kajian Industri Kecil Kerajinan Bambu Jawa Barat." *Inosains* 10(2): 108–18. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/inosains/article/view/1373/1251>.
- Darsiharjo, and Ahmad Hudaiby Galihkusumah. 2014. "Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif Di Desa Wisata Jelekong, Kabupaten Bandung." *Jurnal Manajemen Resort & Leisure* 11(1): 35–41.
- Febrian, Rian, and Aini Loita. 2020. "Bengkel Family Handycraft Kampung Kreatif Sukaruas Rajapolah Tasikmalaya." *Jurnal Pendidikan Seni* 3(1): 94–102.
- Haiqal, Moch. Khalif, and Syarip Hidayat. 2017. "Penerapan Identitas Visual Pada Media Promosi Website Wisata Kerajinan Rajapolah." *Demandia* 2(02): 182–99.

- Hasan, Muhammad et al. 2021. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 9(2): 125–38.
- Hendrawan, Yourdan Feby. 2022. "Analisis Kontribusi Subsektor Industri Kreatif Terhadap Produk Domestik Bruto (Pdb) Di Tulungagung." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 7(1): 17.
- Inggriyani, Feby, Suparman Ali, and Depy Muhamad Fauzy. 2018. "Pemanfaatan Website Pemasaran Bagi Pelaku Kerajinan Usaha Anyam Mendong Di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya." *Jurnal SOLMA* 7(2): 193.
- Intan Bugraheni, Praba. 2014. *Ekonomi Analisis Rantai Nilai Komoditas Ubi Kayu (Manihot Esculeta Crants) Di Kec. Tlogowungu Kabupaten Pati.*
- Lestari, Ika Dian. 2022. "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan Di Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta." *ISI Yogyakarta.*
- Mangifera, Liana. 2015. "Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta." *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis* 19(1): 24–33.
- Rachman, Andi Nur, and Cecep Muhammad Sidik Ramdani. 2018. "ITGBM Implementasi E-Commerce Sebagai Katalog Produk Unggulan ( Studi Kasus : UKM Resik Dan Katresna Rajapola Tasikmalaya )." *Jurnal Pengabdian Siliwangi* 4(2): 113–16.
- Raharjo, Timbul. 2011. Yogyakarta: Program Pascasarjana. *Seni Kriya & Kerajinan.* ed. Otok Herum Marwoto. Yogyakarta: PROGRAM PASCASARJANA. [http://digilib.isi.ac.id/1073/1/Pages from B4-Seni Kriya dan Kerajinan.pdf](http://digilib.isi.ac.id/1073/1/Pages%20from%20B4-Seni%20Kriya%20dan%20Kerajinan.pdf).
- Setiawati, Nur, Sutrisno Sutrisno, and Y Aris Purwanto. 2020. "Analisis Rantai Nilai Cabai Di Sentra Produksi Kabupaten Majalengka Jawa Barat." *Gorontalo Agriculture Technology Journal* 3(2): 55.
- Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R &D.* Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang.* Jakarta: Salemba Empat.