

STRATEGI PENGEMBANGAN SONGKET IBU NILAU DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN SONGKET DI KECAMATAN TANJUNG BATU

Yopi Yunsepa¹⁾

¹⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dwisakti Baturaja
Jl. Prof. DR. Hamka No. 541 – A Sukaraya, Baturaja Kode pos 32125
Email : yopizulhanapi@gmail.com¹⁾

ABSTRAK

Strategi pengembangan produk pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir belum di jalankan. Akan tetapi penerapan pengembangan produk bukanlah suatu hal yang mudah. Meskipun keuntungan yang ditawarkan pada penerapan pengembangan Produk begitu besar dan cukup menjanjikan, namun kendala yang harus dihadapi dalam penerapannya sangat besar pula. Tuntutan pengembangan songket pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir, akibat terjadi penurunan penjualan pada beberapa tahun. Pelaksanaan pengembangan produk membutuhkan tenaga kerja (SDM) yang cukup ahli di bidangnya. Hal inilah yang menjadi pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir dalam menerapkan strategi pengembangan produk. Volume penjualan songket Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir ini selalu mengalami penurunan dalam setiap tahunnya, dan ini dapat dilihat dari volume penjualan yang dicapai selama lima tahun terakhir. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak ada inovasi baru dalam melakukan pengembangan produk yang diproduksi. Untuk mengatasi permasalahan ini semua, tentunya kelemahan-kelemahan ini harus diatasi, seperti produksi dengan corak yang beragam sesuai dengan trend terkini, promosi dan pemasaran yang efektif serta kualitas dan harga yang mampu bersaing.

Kata kunci : Strategi Pengembangan Produk, Proses Produksi dan Volume Penjualan

1. PENDAHULUAN

Peranan pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan, dimana adanya perubahan yang cepat dalam selera dan persaingan, menyebabkan perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan sumber yang paling utama dalam proses pengembangan produk karena keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan di pasar selalu berubah. Keinginan konsumen selalu dan selalu berubah-ubah menurut para manajemen pemasaran untuk terus aktif dan melakukan pemantauan terhadap jenis produk yang bagaimana sedang digemari oleh konsumen.

Salah satu usaha yang cukup berpotensi saat ini adalah industri kain songket, usaha ini dapat dikatakan memiliki prospek yang cukup baik dimana tingkat kebutuhan masyarakat semakin bertambah. Usaha kerajinan kain songket Ibu Nilau ini merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang industri yang menghasilkan selendang songket, kain songket, dan lain-lain. Usaha kerajinan kain songket Ibu Nilau ini mengelolah produknya secara massa, bahan baku utamanya adalah benang sutra. Kain songket Ibu Nilau ini merupakan salah satu usaha kerajinan kain songket yang berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil produksinya, yaitu dengan cara mengembangkan produk. Hal ini menuntut usaha ini untuk melakukan pengembangan yang tepat dikarenakan pada saat ini persaingan semakin ketat. Apabila usaha kurang efektif dalam upaya pengembangan, bukan tidak mungkin usaha ini tidak dapat bertahan. Agar usaha ini dapat bertahan maka harus melakukan pengembangan produk yang baik.

Menurut Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (2001:194) produk merupakan suatu sifat yang diraba maupun yang tidak dapat diraba termasuk bungkusan, warna, harga prestise, perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kegiatan atau kebutuhannya.

Menurut Heizer dan Render (2009:247), "Sistem pengembangan produk merupakan sebuah strategi produk yang efektif menghubungkan keputusan produk dengan arus uang, dinamika pasar, siklus hidup produk, dan kemampuan organisasi".

Sistem pengembangan produk tidak hanya menentukan keberhasilan produk, tetapi juga masa depan perusahaan. Tahapan pengembangan produk dalam sistem ini adalah pemilihan produk dilakukan melalui beberapa langkah yang masing-masing mempunyai proses penyaringan dan kriteria evaluasi tersendiri, serta memberikan umpan balik pada langkah sebelumnya.

Proses penyaringannya diperluas ke fungsi-fungsi operasi, Pengembangan produk yang optimal bergantung pada dukungan bagian-bagian lain dalam perusahaan, dan juga gabungan dari sepuluh keputusan Manajemen Operasional yang berhasil, mulai dari desain produk hingga pemeliharaan. Mengenali produk yang terlihat akan meraih pangsa pasar, berbiaya efektif, dan menguntungkan namun pada kenyataannya produk sulit diproduksi dan dapat menyebabkan kegagalan bukan keberhasilan.

Berdasarkan bentuk berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu

- 1) Barang merupakan produk yang berbentuk fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasakan, disimpan, dipindahkan dan pertukaran fisik lainnya.
- 2) Jasa merupakan aktivitas, kegiatan serta manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada konsumen untuk dijual.

Menurut Heizer dan Render (2009:249), "Tahap-tahap pengembangan produk adalah Konsep produk dikembangkan dari berbagai sumber, baik dari luar maupun dalam perusahaan. Konsep yang berhasil lolos dari tahap ide dilanjutkan melalui berbagai tahapan dengan tinjauan, timbal balik, dan evaluasi terhadap lingkungan yang hampir terus menerus dilakukan dengan tingkat partisipasi tinggi untuk meminimalkan kegagalan. Suatu evaluasi akan didasarkan pada penelitian pasar". Adapun tahap-tahap pengembangan produk adalah

1. Pemunculan ide yaitu : proses pengembangan produk baru berawal dari ide. Ide produk baru bisa berasal dari banyak sumber.
2. Penyaringan ide, tujuan pemunculan ide adalah menciptakan ide sebanyak mungkin. Sedangkan tujuan penyaringan ide adalah mengurangi ide menjadi beberapa ide yang menarik dan sungguh-sungguh dapat diterapkan dengan sukses.
3. Pengembangan dan pengujian konsep yaitu : gagasan harus menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Kita harus dapat membedakan antara gagasan produk, konsep produk, dan citra produk. Gagasan produk adalah suatu kemungkinan produk yang perusahaan tawarkan kepasar. citra produk adalah gambaran tertentu yang konsumen peroleh dari suatu produk aktual atau potensial
4. Pengembangan strategi pemasaran, setelah pengujian manejer puncak harus mengembangkan suatu rencana awal strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru itu kepasar.
5. Analisis bisnis adalah mengevaluasi daya tarik proposal bisnis tersebut menurut biaya, laba dan arus kas jika produk diluncurkan kepasar.

Dari data-data menjelaskan beberapa jenis-jenis produk yang diproduksi oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau, diantaranya Songket Kenango, Songket Bintang Jatuh, Songket Naga Besaung, Songket Bordiran, dan Songket Cacing. Untuk penjualannya tergantung pesanan dan didistribusikan ke toko-toko, sedangkan untuk disribusi ke toko-toko jumlah yang didistribusikan sejumlah 20 setel per minggu, dengan jenis yang berbeda-beda atau bervariasi. Lama waktu penjualan itu tergantung dari cepat atau lambatnya produk tersebut habis terjual, Siklus penjualannya adalah pada hari selasa dan jum'at. Setiap harinya produksi songket dari Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau pada saat hari-hari tertentu bisa menghasilkan produksi songket yang cukup baik dan pada hari-hari tertentu produksi yang dihasilkan bisa mengalami penurunan. Hal ini juga menurut Ibu Nilau sebelum memproduksi songket harus melihat terlebih dahulu faktor-faktor lainnya, sehingga dapat dicapainya tingkatan produksi sehingga dapat mencapai volume penjualan yang tinggi. Hal ini dilakukan oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir karena banyaknya pesaing. Oleh karena itu Usaha kerajinan songket Ibu Nilau ini harus mampu meningkatkan produksi dan menciptakan songket yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen sehingga dengan melakukan hal tersebut dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan yang optimal.

1.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerajinan songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir.

1.2. Manfaat Penelitian

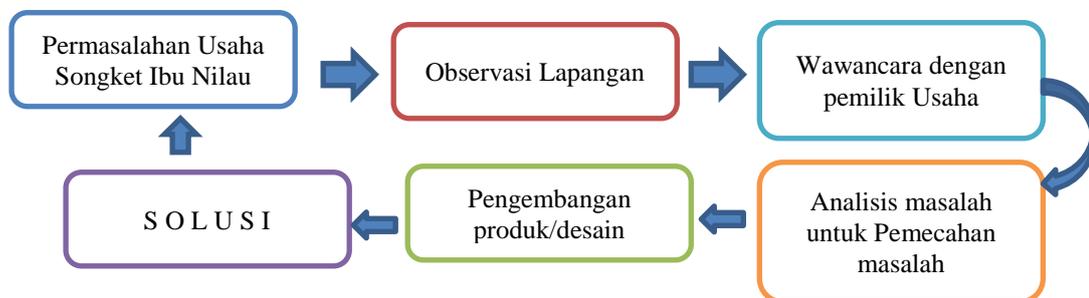
Dengan dilakukannya pengabdian ini maka akan memperoleh manfaat sebagai berikut : Strategi pengembangan produk dapat meningkatkan Volume Penjualan Usaha Kerajinan songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir.

1. Strategi pengembangan produk songket Ibu Nilau diharapkan mampu bersaing dengan pengrajin lain.
2. Meningkatkan efisiensi proses produksi dan distribusi, agar harga songket mampu bersaing dengan harga songket pengrajin lain.

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian dengan menguraikan tentang tahapan pelaksanaan pengabdian dalam menyelesaikan persoalan di Usaha Songket Ibu Nilau. Adapun tahapan kegiatan pengabdian dan penjelasannya dijelaskan pada sub bab berikut ini.

2.1. Tahapan Pengabdian



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan Pengabdian

2.2. Analisa dan Solusi Permasalahan Usaha Songket Ibu Nilau

Solusi yang ditawarkan adalah *pertama*, strategi pengembangan produk bukan mengganti produk lama dengan produk baru, akan tetapi menambah banyaknya ragam bentuk produk yang dihasilkan. *Kedua*, promosi dan pemasaran produk selalu memperhatikan selera maupun kesukaan konsumen. *Ketiga*, peningkatan kualitas produk dan harga yang ditawarkan mampu bersaing.

2.3. Kesepakatan dengan Usaha Songket Ibu Nilau.

Hasil pengabdian ini hendaknya Pemilik Usaha Songket Ibu Nilau, *satu*, dapat mendorong perusahaan dalam mengembangkan produk yang lebih baik, sehingga dimasa depan perusahaan dapat menghasilkan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen. *Kedua*, peluncuran produk baru yang diterima di pasar, hendaknya diikuti dengan keaktifan perusahaan mencari pasar baru untuk memperluas daerah pemasaran produknya. *Ketiga*, perusahaan harus lebih memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan dan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. *Keempat*, Pihak manajemen hendaknya menyiapkan tenaga-tenaga terampil dan ahli dalam bidang pengembangan produk guna memperlancar penerapan strategi pengembangan produk pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau, serta memberikan *training* kepada karyawan lama dan seleksi yang ketat pada karyawan baru. *Kelima*, untuk meningkatkan kembali volume penjualan perusahaan yang belakangan ini semakin menurun, sebaiknya perusahaan melakukan pengembangan produk dengan melakukan inovasi baru dalam memproduksi produknya dengan menambah jenis maupun model produk yang sesuai dengan selera konsumen.

2.4. Persiapan Pelaksanaan

Persiapan Aktifitas Produksi ;

a. Bahan baku

Bahan baku utama dalam pembuatan songket ini adalah benang sutra alam yang didatangkan langsung dari kota Palembang, karena benang sutra alam yang dihasilkan dari kota Palembang ini

memiliki kualitas yang baik.

b. Proses produksi

Proses produksi adalah suatu cara, metode atau teknik yang digunakan untuk menciptakan atau menambah kegunaan sumber yang ada. Pada perusahaan yang bergerak dibidang perindustrian yang akan memproses bahan setengah jadi menjadi barang jadi, maka perusahaan akan melakukan proses produksi terlebih dahulu, demikian juga pada perusahaan Kerajinan Songket Ibu Nilau yang memproduksi songket.

Tahap-tahap proses pembuatan songket pada perusahaan Ibu Nilau adalah sebagai berikut

1) Persiapan bahan

Pada tahap ini dilakukan persiapan dan bahan yang telah ditentukan berapa banyak benang yang akan diperlukan untuk satu setel songket.

2) Proses pengerjaan

Menurut Rukminto (2004:34) Menjelaskan tenun adalah menyusun benang secara mendatar dan membujur dalam suatu kerapatan tertentu dan memakai corak bermacam-macam. Pada tahap pengerjaan ini bentuk desain dan corak sudah disesuaikan dengan jenis benang yang akan dihasilkan menjadi songket.

Peranan perempuan dalam berbagai pekerjaan yang dilakoni dalam rangka mendukung suami guna pemenuhan perekonomian keluarga menuju keluarga yang sejahtera. Hal ini ditegaskan pula oleh Riris W, Widati (2002:22) bahwa Diantara perempuan penenun, selain bekerja sendiri, ada yang menjadi tenaga kerja lepas dari para pengusaha pertenunan (house based worked). Biasanya model ini sangat diminati perempuan yang sudah menikah, karena bisa bekerja sambil melakukan tugas-tugas domestik.



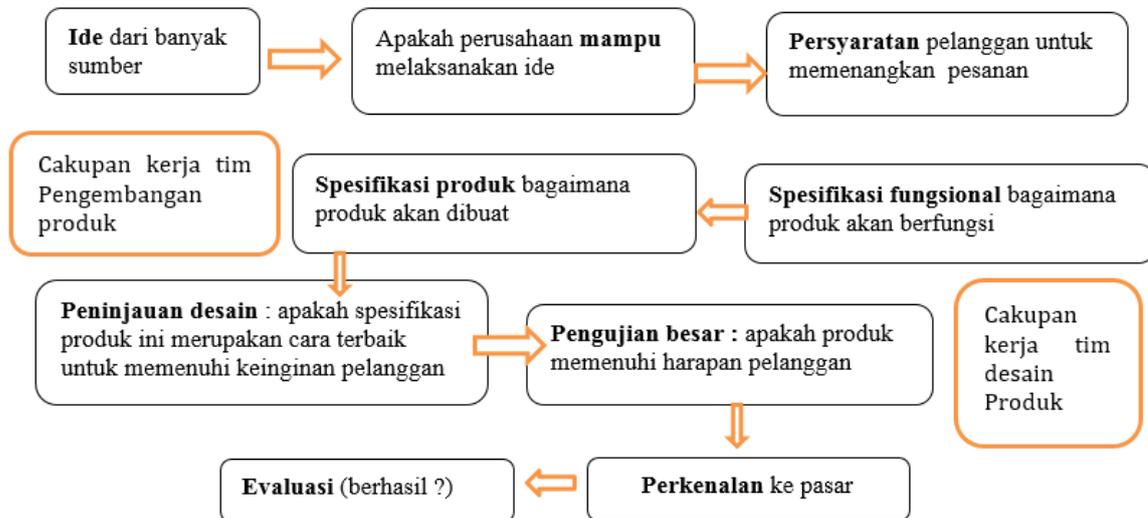
Gambar 2. Para Pekerja Penenun Songket di Kecamatan Tanjung Batu

2.5. Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dimulai dari wawancara dengan pemilik usaha songket Ibu Nilau.

Untuk pengembangan produk baru Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau Kecamatan di Tanjung Batu Ogan Ilir diperlukan suatu proses sistematis yang terdiri atas beberapa tahapan-tahapan yang memang harus dilalui. Proses pengembangan produk baru itu sendiri terdiri atas 8 tahap, yaitu :1). Pemunculan Ide, proses pengembangan produk baru berawal dari ide. Ide produk baru berasal dari banyak sumber. konsumen, ilmuwan, pesaing, karyawan, anggota saluran distribusi dan manajemen puncak. 2). Penyaringan Ide, tujuan penyaringan ide adalah mengurangi ide menjadi beberapa ide yang menarik dan sungguh-sungguh dapat diterapkan dengan sukses. 3). Pengembangan dan Pengujian Konsep, konsep produk yang dapat diuji. 4).Pengembangan Strategi Pemasaran, mengembangkan suatu rencana awal strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru itu kepasar. 5). Analisis Bisnis, dikembangkan, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi daya tarik proposal bisnis tersebut menurut biaya, laba, dan arus kas jika produk tersebut diluncurkan kepasar. 6). Pengembangan Produk, tahap ini merupakan langkah besar dalam investasi dan dapat menjawab pertanyaan apakah ide produk tersebut dapat dijadikan produk yang layak secara teknis dan komersial. 7). Uji Pasar. tujuan uji pasar adalah

untuk mempelajari bagaimana konsumen bereaksi terhadap penanganan, penggunaan, pembelian ulangan produk aktual dan seberapa besar pasarnya. 8). Komersialisasi, komersialisasi suatu produk baru, penentuan waktu masuk kepasar sangat penting, misalnya suatu perusahaan hampir menyelesaikan pekerjaan pengembangan produk barunya dan mendengar bahwa pesaing sedang mendekati akhir perkembangannya.



Gambar 3. Tahap-tahap pengembangan produk.

Perusahaan kerajinan songket ini didirikan pada tahun 2000 oleh Ibu Nilau yang sampai dengan sekarang ini masih berlanjut. Sejak awal berdirinya hingga saat ini Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir merupakan usaha perorangan dimana pemilik juga bertindak sebagai pimpinan. Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau ini beralamat di Desa Tanjung Pinang Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir.

Perusahaan Ibu Nilau ini adalah suatu badan usaha yang berbentuk perusahaan industri yang bergerak dibidang pembuatan songket. Pada awal operasinya perusahaan ini bersipat mencoba-coba untuk mengetahui dapat tidaknya perusahaan ini berkembang dikemudian hari. Perusahaan ini dimulai dari penggunaan alat-alat yang sederhana dan tenaga kerja pada waktu itu sebanyak 10 orang, produk yang dijual oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau ini terdiri dari Macam-macam Songket yaitu : Songket Kenango, Songket Bintang Jatuh, Songket Naga Besaung, Songket Bordiran dan Songket Cacing. Sistem penjualannya adalah dikirim ke toko-toko untuk diperjual belikan. Untuk jenis-jenis songket ini sendiri dalam satu minggu dua kali dikirim pada pedagang-pedagang songket yang berada dikota Palembang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Produksi Songket Usaha Ibu Nilau

Hasil dari kegiatan ini strategi pengembangan produk yang dilakukan juga ditujukan untuk memperluas pasar yang ada dengan penambahan produk baru. Dengan penambahan produk baru ini, perusahaan diharapkan mampu memenuhi keinginan dan selera konsumen yang cenderung berubah mengikuti perkembangan jaman. Penambahan produk baru ini juga merupakan usaha perusahaan untuk mengimbangi produk yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing. Karena perusahaan tidak mungkin hanya mengandalkan produk yang ada saja untuk mempertahankan pasar, sedangkan pesaing terus mengembangkan produknya.

Strategi pengembangan produk bukan mengganti produk lama dengan produk baru, akan tetapi menambah banyaknya ragam bentuk produk yang dihasilkan. Hal ini dimaksudkan oleh perusahaan dengan alasan agar perusahaan memiliki keaneka ragaman produk. Pengembangan produk ini diterapkan untuk produk songket, hingga perusahaan mampu menambah beberapa jenis dan model. Pengembangan produk yang dilaksanakan oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir ini dilakukan merupakan hasil analisa pada permintaan konsumen dan tuntutan

perkembangan pasar, ini dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Produksi Songket pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir Tahun 2012-2016

Jenis Songket	Tahun /stel				
	2012	2013	2014	2015	2016
Songket kenango	50	35	43	45	48
Songket bintang jatuh	30	22	25	20	25
Songket naga besaung	25	28	22	25	22
Songket bordiran	-	-	42	45	40
Songket cacing	-	-	-	45	35
Jumlah	105	85	132	180	170

Sumber : Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau Kec.Tanjung Batu Ogan Ili,2017.

Sistem pemasaran produk yang dihasilkan oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir ini selalu memperhatikan selera maupun kesukaan konsumen yang beraneka ragam serta perilaku konsumen atau pembeli yang semakin selektif. Perusahaan harus dapat membaca atau memperkirakan suatu kebutuhan konsumen yang berubah-ubah sehingga dapat meningkatkan tingkat pendapatan suatu perusahaan. Sehingga, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan produk untuk bisa mencari pelanggan atau pembeli baru yang dapat mempengaruhi volume penjualan.

Strategi-strategi dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir adalah sebagai berikut :

a. Perbaiki corak, untuk kain dan selendang pengantin yang bahan bakunya adalah benang sutera alam yang didatangkan dari Palembang, corak yang ditawarkan cukup beraneka ragam. b. Perbaiki kualitas, kualitas produk yang ditawarkan dari awal berdirinya perusahaan ini tidak pernah merubah maupun menambah jenis kualitas produk dari bahan benang yang lain.

Faktor penghambat Usaha Kerajinan Songket setiap jenis atau unit usaha sudah pasti dalam pengelolannya menemui berbagai hal-hal, *pertama*, keterbatasan modal usaha untuk melakukan kegiatan produksi, kurangnya upah yang diperoleh dari hasil bekerja sebagai pengrajin tenun songket dan sebagainya. *Kedua*, Waktu ; Terjadinya tumpang tindih antara waktu untuk bekerja dan memproduksi barang dengan waktu untuk mengurus urusan rumah

Tahap-tahap Pengembangan Produk

1. Tahap Pengenalan, produk songket baru saja diperkenalkan kepasar, sehingga belum diperoleh laba yang berarti atau mungkin perusahaan masih rugi, karena masih diperoleh banyak pengeluaran biaya untuk promosi penjualan.
2. Tahap Pertumbuhan, songket sudah mulai dikenal dan diterima oleh pasar dengan cepat, sehingga dapat mencapai peningkatan kenaikan laba yang terus menerus dari waktu ke waktu.
3. Tahap Pematangan, produk songket mulai lambat perkembangannya karena produk songket tersebut walaupun telah cukup dikenal dan diterima oleh hampir semua pembeli potensial, tetapi selalu terdapat produk saingan yang memasuki pasar.
4. Tahap Penurunan, tahap ini penjualan songket terus menurun, dan laba cenderung tidak diperoleh lagi, sehingga dihadapi kerugian.

3.2. Manfaat Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pengembangan produk merupakan salah satu alternatif yang dapat diambil oleh perusahaan untuk menjaga siklus hidup produknya agar tidak terjadi penurunan terlalu cepat. Melalui strategi pengembangan produk ini, Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir dapat meningkatkan jumlah penjualannya tiap tahun. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi yang diperoleh peneliti dan disajikan dalam tabel. 2.

Tabel 2. Volume Penjualan Songket Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir Tahun 2012-2016

Tahun	Songket Kenango	Naik/turun	Songket bintang jatuh	Naik/turun	Songket naga besaung	Naik/turun	Songket bordiran	Naik/turun	Songket cacing	Naik/turun
2012	50 stel		30 stel				-		-	
2013	35 stel	15(-)	22 stel		25 stel	3(+)	-		-	
2014	43 stel	8(+)	25 stel	8(-)	28 stel	6(-)	42 stel			
2015	45 stel	2(+)	20 stel	3(+)	22 stel	3(+)	45 stel	3(+)	45 stel	
2016	48 stel	3(+)	25 stel	5(-)	25 stel	3(-)	40 stel	4(-)	35 stel	10(-)

Sumber : Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau, 2017.

Banyaknya pesaing yang ada pada desa Tanjung Pinang membuat Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau ini harus mampu dan tepat dalam menentukan model dan corak produk, dan faktor-faktor lainnya dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen atau pembeli sehingga dengan melakukan hal tersebut dapat meningkatkan volume penjualan dan memperoleh laba atau keuntungan yang optimal.



Gambar 4. Suasana Pelatihan

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu ;

1. Strategi pengembangan produk pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir belum di jalankan. Akan tetapi penerapan pengembangan produk bukanlah suatu hal yang mudah. Meskipun keuntungan yang ditawarkan pada penerapan pengembangan Produk begitu besar dan cukup menjanjikan, namun kendala yang harus dihadapi dalam penerapannya sangat besar pula.
2. Tuntutan pengembangan songket pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir, akibat terjadi penurunan penjualan pada beberapa tahun.
3. Pelaksanaan pengembangan produk membutuhkan tenaga kerja (SDM) yang cukup ahli di bidangnya. Hal inilah yang menjadi pada Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Tanjung Pinang Ogan Ilir dalam menerapkan strategi pengembangan produk.
4. Volume penjualan songket Usaha Kerajinan Songket Ibu Nilau di Kecamatan Tanjung Batu Ogan Ilir ini selalu mengalami penurunan dalam setiap tahunnya, dan ini dapat dilihat dari volume penjualan yang dicapai selama lima tahun terakhir. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak ada inovasi baru dalam melakukan pengembangan produk yang diproduksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada Pegawai Kecamatan Tanjung Batu. Para manajemen dan penenun di Usaha Kerajinan Songket, selaku objek dari pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Revisi. Yogyakarta:Penerbit BPFE.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2009. Manajemen Operasi. Edisi kesembilan. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Murti Sumarni. 2005. Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Rukminto, Adi, Isbandi. 2004. Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Investasi Komunitas, F.E. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sofyan, Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, cetakan Ketujuh, Penerbit PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Supardi. 2005. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Cetakan pertama. Penerbit UII Press. Yogyakarta.