

**ANALISIS DINAMIKA EKONOMI PASAR TERHADAP DAYA SAING
PENJUALAN PADA CV BERKAH TEKNIK SENTRA SIKAT DAN SAPU DI
CIBIRU, KOTA BANDUNG**

Sri Damayanti¹, Nur Azis Zabar², Muhamad Karang Wijaya Kusuma³, Muhammad Alfaz Anugrah⁴

Email: sridamayanti.rsd82@gmail.com¹, nurazisjabar@gmail.com²,
karranggmuhhammad@gmail.com³, mochalfazanugrah@gmail.com⁴

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika pasar serta faktor sosial dan ekonomi yang mempengaruhi daya saing CV. Berkah Teknik Sentra Sikat dan Sapu, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi alat kebersihan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan tren konsumen yang cepat, persaingan harga yang ketat, serta masuknya produk impor yang lebih murah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik serta pekerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Berkah Teknik perlu meningkatkan inovasi produk dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra merek. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk melakukan analisis lebih mendalam terhadap biaya produksi dan strategi pemasaran agar dapat bersaing lebih efektif. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk strategi adaptif yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di era digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Daya Saing, Dinamika Pasar, Inovasi Produk.

Abstract: This study aims to analyze market dynamics and social and economic factors that affect the competitiveness of CV. Berkah Teknik Sentra Sikat dan Sapu, a company engaged in the distribution of cleaning equipment. In facing increasingly tight competition, this company faces various challenges, including rapid changes in consumer trends, tight price competition, and the entry of cheaper imported products. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through direct observation and interviews with the company's owners and workers. The results of the study indicate that CV. Berkah Teknik needs to increase product innovation and utilize digital platforms to expand market reach and improve brand image. In addition, the company is also advised to conduct a more in-depth analysis of production costs and marketing strategies in order to compete more effectively. This study provides recommendations for adaptive strategies that can increase the company's competitiveness in the ever-growing digital era.

Keywords: Competitiveness, Market Dynamics, Product Innovation.

PENDAHULUAN

Pada era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk terus berkembang serta melakukan adaptasi serta inovasi agar perusahaannya mampu bertahan dan berkembang seiring perkembangan zaman. Dinamika pasar yang kerap berubah karna diakibatkan oleh perkembangan teknologi menjadikan banyak perusahaan yang dituntut untuk mengikuti perkembangan tersebut. Daya saing yang diciptakan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja tetapi juga kemampuan suatu perusahaan dalam menghadapi perubahan terhadap daya saing pasar dalam mengelola strategi secara strategis dan mutakhir.

CV. Berkah Teknik Sentra Sikat dan Sapu merupakan suatu perusahaan yang

bergerak pada bidang distribusi alat kebersihan seperti sikat, sapu, dan lain-lain. Di sisi permintaan pasar, perusahaan seringkali menghadapi fluktuasi yang tidak dapat diprediksi. Kebutuhan konsumen terhadap produk kebersihan bisa sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari tren musiman hingga perubahan gaya hidup masyarakat. Selain itu, persaingan harga jual di pasar juga menjadi salah satu hambatan signifikan yang harus dihadapi. Banyak pesaing, baik yang berskala besar maupun kecil, menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih kompetitif, yang memaksa CV. Berkah Teknik untuk beradaptasi dalam hal pengelolaan biaya dan strategi harga.

Selain itu, tantangan dalam hal inovasi produk juga turut menjadi perhatian utama perusahaan. Dalam industri yang berkembang pesat, keberlanjutan sebuah usaha sangat bergantung pada kemampuannya untuk berinovasi, baik dari sisi kualitas produk, desain, maupun fungsi. Namun, untuk perusahaan dengan sumber daya terbatas, melakukan inovasi yang dapat memenuhi ekspektasi pasar yang terus berubah bisa menjadi hal yang sulit dan membutuhkan perencanaan serta investasi yang cukup besar. Tidak kalah penting, masalah efisiensi dalam proses distribusi dan pasokan barang juga menjadi faktor penghambat. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman produk ke konsumen menjadi sangat krusial. CV. Berkah Teknik perlu memastikan bahwa rantai pasoknya berjalan lancar dan efektif, agar produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan harga yang wajar serta dalam kondisi yang optimal.

Melalui analisis dinamika pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang serta ancaman yang ada pada ruang lingkup eksternal dan juga dapat menilai kekuatan serta kelemahan internal perusahaan itu sendiri. Dengan demikian CV. Berkah Teknik Sentra dapat mengembangkan strategi yang adaptif serta berorientasi pada keunggulan bersaing. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengkaji sejauh mana perubahan pasar serta daya saing perusahaan, serta memberikan rekomendasi yang dapat dijalankan untuk meningkatkan sisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan industri yang kian berkembang. Dalam latar belakang penulis merumuskan rumusan masalah yaitu : (1) Menganalisis dinamika pasar yang meliputi perubahan persaingan, permintaan trend zaman sekarang, dan perilaku konsumen pada CV. Berkah Teknik. (2). Faktor sosial dan ekonomi apa saja yang menyebabkan produk CV Berkah Teknik mengalami kesulitan dalam bersaing dengan produk pasar luar lainnya.

Tinjauan Pustaka

Dinamika

Dinamika dalam konteks sosial dan kelompok mengacu pada proses perubahan yang bersifat terus-menerus, baik secara individu maupun kolektif. Menurut Giddens, Duneier, Appelbaum, dan Carr (2017), dinamika sosial adalah proses yang melibatkan perubahan dalam struktur sosial, pola hubungan antar individu, dan institusi yang ada dalam masyarakat. Hal ini terjadi akibat berbagai faktor internal (seperti perubahan nilai dan norma) serta faktor eksternal (seperti kemajuan teknologi atau perubahan ekonomi).

Secara keseluruhan, dinamika sosial mencerminkan bagaimana elemen-elemen dalam masyarakat saling berinteraksi dan berubah seiring waktu, sebagai respons terhadap berbagai faktor yang mendorong perubahan, baik dari dalam masyarakat itu sendiri maupun dari luar. Dinamika ini dapat dilihat dalam perubahan-perubahan

yang terjadi dalam hubungan sosial, struktur kekuasaan, hingga adaptasi individu atau kelompok terhadap lingkungan yang terus

Ekonomi Pasar

a. Definisi Ekonomi Pasar

Ekonomi pasar adalah sistem ekonomi yang mengandalkan pasar sebagai mekanisme utama untuk menentukan pembagian sumber daya, barang, dan jasa. Di dalam sistem ini, harga ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan, dengan minimnya campur tangan pemerintah. Negara-negara kapitalis, seperti Amerika Serikat dan negara-negara Uni Eropa, lebih sering mengadopsi sistem ekonomi pasar ini.

Berpendapat bahwa pasar berfungsi sebagai alat yang efisien dalam mendistribusikan sumber daya yang terbatas. Menurutnya, harga yang terbentuk di pasar bertindak sebagai sinyal bagi produsen dan konsumen untuk membuat keputusan ekonomi yang menguntungkan, yang dikenal dengan istilah "tangan tak terlihat" atau invisible hand, yang meskipun berlandaskan pada kepentingan pribadi, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

b. Teori-teori dalam Ekonomi Pasar

Seiring berjalannya waktu, teori-teori ekonomi pasar telah berkembang untuk menjelaskan berbagai aspek dinamis yang terjadi dalam pasar. Beberapa teori yang penting untuk dipahami dalam ekonomi pasar adalah:

1. Teori Permintaan Dan Penawaran

Teori dasar dalam ekonomi pasar ini menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu dan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Interaksi antara permintaan dan penawaran ini menghasilkan harga pasar. Jika permintaan lebih besar dari penawaran, harga akan cenderung naik, dan sebaliknya, jika penawaran melebihi permintaan, harga akan turun.

2. Teori Persaingan Sempurna

Dalam teori ini, pasar dianggap memiliki banyak penjual dan pembeli yang tidak dapat mempengaruhi harga pasar, dan produk yang diperdagangkan bersifat homogen. Tidak ada hambatan untuk masuk atau keluar dari pasar, menjadikan pasar ini sangat efisien dalam teori.

3. Teori Monopoli Dan Oligopoli

Pasar yang melibatkan sedikit produsen atau bahkan satu produsen besar dapat menciptakan kondisi monopoli atau oligopoli. Dalam monopoli, hanya ada satu perusahaan yang menguasai pasar, sedangkan dalam oligopoli, hanya beberapa perusahaan besar yang saling mempengaruhi harga pasar. Pada kondisi ini, harga pasar sering kali tidak sepenuhnya mencerminkan kekuatan pasar yang ideal.

c. Peran dan Fungsi Pasar dalam Ekonomi

Pasar memiliki fungsi yang sangat vital dalam ekonomi, seperti alokasi sumber daya yang efisien, tempat interaksi antara konsumen dan produsen, serta sarana distribusi barang dan jasa. Pasar juga menentukan harga yang menggambarkan nilai relatif barang dan jasa

1. Alokasi Sumber Daya

Pasar memfasilitasi alokasi sumber daya dengan cara yang efisien berdasarkan harga. Jika harga suatu barang meningkat, itu menunjukkan bahwa lebih banyak barang tersebut dibutuhkan, sehingga produsen akan meningkatkan produksinya. Sebaliknya, jika harga turun, produsen akan mengurangi produksi barang tersebut.

2. Penentuan Haraga

Harga barang dan jasa ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Harga yang terbentuk ini berfungsi sebagai sinyal yang memandu produsen dan konsumen dalam membuat keputusan tentang produksi dan konsumsi.

d. Dinamika Pasar di Era Globalisasi

Dalam era globalisasi, pasar-pasar di berbagai negara saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lain. Globalisasi telah membawa dampak yang signifikan terhadap ekonomi pasar, seperti meningkatnya perdagangan internasional, pergerakan modal antar negara, dan dampak dari perkembangan teknologi yang mempercepat transaksi di pasar.

1. Globalisasi Dan Perdagangan Internasional

Proses globalisasi membuka pasar global di mana produk dan jasa dapat diperdagangkan antarnegara. Hal ini menyebabkan persaingan antarprodusen semakin ketat di seluruh dunia.

2. Perkembangan Teknologi Dan Pasar Digital

Teknologi, terutama internet, telah mengubah cara pasar beroperasi, dengan menciptakan pasar digital. E-commerce adalah contoh jelas bagaimana pasar kini tidak lagi terbatas pada transaksi fisik, tetapi juga mencakup transaksi secara online.

Daya Saing Pasar

a. Definisi Daya Saing Pasar

Menurut Ansoff dan Hameed Daya saing merupakan fungsi identifikasi dimensi produk pasar yang tepat bagi positioning perusahaan. Porter juga menyatakan bahwa daya saing sebagai upaya penciptaan nilai pelanggan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan cara melakukan aktivitas spesifik secara kualitas pelayanan, ekonomis, sampai dengan kombinasi keduanya yang dapat dibandingkan dengan para pesaing perusahaan lainnya. Daya saing juga dapat berupa sumber daya yang dimiliki perusahaan, Penrose Mengemukakan perspektif RBV (Resourch Based View) atau biasa disebut dengan perspektif berbasis sumber daya, menurutnya daya saing dapat dicapai dengan skala ekonomis, meningkatkan kualitas manajemen serta kapasitas teknologi.

b. Pesaing (Competitor)

Pada KBBI Persaingan merupakan usaha saling memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan, dapat juga diartikan dalam perusahaan pada bidang perdagangan, produksi, dan lain-lain. Adapun menurut Walker, Body, Dan Larrech pesaing adalah struktur industri, sepak terjang berbagai kekuatan pesaing yang mempengaruhi kemampuan laba dalam industri. Menurut Crown Dirgantoro daya saing ialah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan suatu perusahaan untuk membeli hal tersebut.

Agustinus Sri Wahyadi memberikan pengertian mengenai keunggulan bersaing, ia menyebutkan sebagai sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan ada perorangan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam sektor industri, produksi, dan lain-lain.

c. Dimensi Daya Saing

Muhardi mengemukakan bahwa dimesi daya saing mencakup beberapa hal, di antaranya:

1. Biaya, biaya ialah dimensi daya saing operasi yang meliputi biaya produktifitas, produksi, serta persediaan barang. Dimensi ini merupakan hal mutlak yang

harus dimiliki perusahaan guna dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran suatu perusahaan.

2. Kualitas, dimensi ini menjadi penting meliputi berbagai indikator, mulai dari tampilan produk, daya tahan produk, sampai dengan penyelesaian keluhan konsumen suatu perusahaan dan kesesuaian produk terhadap deskripsi yang mereka jelaskan.
3. Waktu Penyampaian, dimensi ini meliputi ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu, sampai dengan ketepatan waktu penyampaian.
4. Fleksibel, merupakan salah satu daya saing yang meliputi efektifitas produk sampai dengan kepentingan lingkungan dari produk yang perusahaan hasilkan.

Teori Embeddednes Oleh Granovetter

Dalam sosiologi ekonomi terdapat sebuah pemahaman dimana suatu tindakan ekonomi pada prinsipnya selalu melekat (*embedded*) dalam struktur sosial. Konsep *embeddedness* sebagaimana yang dikemukakan oleh Granovetter (1985) untuk menjelaskan bagaimana perilaku ekonomi dalam hubungan sosial. Konsep *embeddedness* merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal diantara para aktor. Jaringan hubungan sosial yang dimaksud adalah suatu rangkaian hubungan sosial yang sama diantara individu atau kelompok (Melis, 2018).

Konsep ini digunakan sebagai metode untuk menganalisa jaringan sehingga mampu menjelaskan faktor-faktor relasional dari tindakan ekonomi dalam konteks sosial (Jacobus 2012) Teori pilihan rasional (*rational choice theory*) relevan dengan pemahaman Granovetter. Karena relasi sosial bersifat kompleksitas, maka motivasi-motivasi juga terlihat seolah tercampur-aduk. Point pentingnya ialah hubungan-hubungan sosial, dan bukan motivasi-motivasi yang dihasilkan oleh hubungan-hubungan sosial yang menjadi penyebab. Jadi, yang menentukan konsep tersebut adalah konteks tindakan sosial. Pemahaman tentang bagaimana Granovetter menggunakan pemahaman *embeddedness* untuk menegaskan teori jaringan (*network theory*) sebagai metode terbaik untuk menganalisis masalah-masalah terkait sosiologi ekonomi.

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara menyeluruh dan mendalam mengenai realitas sosial ekonomi yang berkembang di dalam komunitas lokal, khususnya pada konteks strategi pemberdayaan masyarakat dalam usaha produksi sikat dan sapu di CV Berkah Teknik, Pasir Biru, Kota Bandung. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap dinamika, makna, dan pengalaman sosial dari para pelaku usaha mikro yang terlibat langsung dalam proses produksi dan distribusi di tengah tekanan ekonomi pasar global dan digitalisasi.

Menurut Moleong (2017), pendekatan kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna dari gejala sosial yang diteliti, bukan pada aspek numerik atau kuantifikasi data. Dalam konteks ini, pendekatan tersebut sangat relevan karena isu pemberdayaan masyarakat bukan sekadar soal pendapatan ekonomi, melainkan juga mencakup aspek sosial, kultural, dan relasi kekuasaan dalam komunitas produksi.

Sementara itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran nyata dan terperinci mengenai kondisi sosial ekonomi yang ada, termasuk bagaimana komunitas lokal beradaptasi dengan tantangan persaingan pasar digital, serta

bagaimana peran CV Berkah Teknik dalam mengembangkan daya saing dan kapasitas ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini tidak diarahkan untuk menguji teori secara ketat, tetapi lebih berfokus pada proses penggalian informasi secara mendalam dari narasumber yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penghambat Daya Penjualan CV Berkah Teknik

Dalam menghadapi perkembangan pasar yang semakin kompetitif, CV Berkah Teknik mengalami berbagai tantangan yang memengaruhi kemampuan mereka dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan. Sejumlah faktor eksternal turut menjadi penghambat utama dalam proses pemasaran dan distribusi produk, yang secara langsung berdampak pada daya saing usaha ini. Beberapa faktor utama yang menghambat daya jual CV Berkah Teknik dijelaskan sebagai berikut:

A. Perubahan tren para konsumen

Perubahan pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu tantangan terbesar dalam mempertahankan pangsa pasar. Konsumen saat ini cenderung lebih memilih produk-produk yang mengikuti tren kekinian, baik dari segi desain, kemasan, maupun kemudahan penggunaan. Barang-barang yang dinilai menarik secara visual, praktis, dan memiliki nilai estetika yang tinggi lebih diminati, terutama oleh generasi muda. Sayangnya, sebagian besar produk dari CV Berkah Teknik masih mengandalkan model dan bentuk yang konvensional, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen yang mencari produk dengan tampilan modern dan fungsional. Perubahan preferensi ini mengharuskan perusahaan untuk lebih adaptif dalam merancang produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga sesuai dengan tren pasar saat ini.

B. Persaingan Harga Pasar

Tingginya persaingan harga di pasar, khususnya antara penjualan secara daring (online) dan luring (offline), memberikan tekanan tersendiri bagi CV Berkah Teknik. Produk yang dijual secara online sering kali dibanderol dengan harga yang jauh lebih kompetitif karena didukung oleh skala produksi besar, efisiensi distribusi, dan biaya operasional yang lebih rendah. Di sisi lain, CV Berkah Teknik masih mengandalkan sistem penjualan konvensional dengan biaya operasional yang relatif lebih tinggi, sehingga sulit bersaing dari sisi harga. Perbedaan harga ini memengaruhi daya tarik konsumen dan menjadi salah satu faktor utama turunnya daya beli terhadap produk lokal, khususnya yang dijual secara langsung di toko fisik.

C. Kehadiran Produk Impor dari Berbagai Negara

Gelombang masuknya produk impor dari berbagai negara ke pasar domestik juga memberikan tantangan yang tidak ringan bagi pelaku usaha lokal seperti CV Berkah Teknik. Produk-produk luar negeri umumnya ditawarkan dengan harga yang lebih murah karena diproduksi secara massal dan memiliki akses terhadap bahan baku serta teknologi yang lebih efisien. Kondisi ini menyebabkan konsumen lebih tergiur oleh produk impor yang terlihat lebih ekonomis, meskipun kualitasnya belum tentu lebih baik. Keberadaan produk impor yang membanjiri pasar menjadi hambatan serius dalam meningkatkan daya saing produk lokal, yang pada akhirnya turut memengaruhi penurunan penjualan CV Berkah Teknik di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Faktor sosial dan ekonomi yang menyebabkan produk CV Berkah Teknik mengalami kesulitan dalam bersaing dengan produk pasar luar lainnya

Di era digital seperti sekarang, persaingan bisnis semakin meningkat, terutama karena kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih berbelanja secara online. Kondisi ini menjadi tantangan besar bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM), khususnya yang masih mengandalkan cara-cara pemasaran tradisional. Salah satu contohnya adalah Ibu Nani, pemilik CV Berkah Teknik, yang merupakan usaha di bidang teknik dan produksi alat-alat berkualitas. Melalui wawancara ini, peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang berbagai faktor sosial dan ekonomi yang memengaruhi kemampuan CV Berkah Teknik dalam bersaing di pasar digital saat ini.

A. Faktor Sosial

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nani selaku pemilik CV Berkah Teknik, Saat ini, CV Berkah Teknik menghadapi beberapa hambatan sosial yang cukup memengaruhi upaya mereka dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk, khususnya di ranah digital. Salah satu kendala utama yang cukup terlihat adalah terbatasnya distribusi pemasaran. Produk-produk dari CV Berkah Teknik masih lebih dikenal di kalangan masyarakat sekitar Cibiru dan belum berhasil menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik di tingkat kota maupun nasional. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek mereka di luar wilayah lokal masih kurang dikenal, sehingga masyarakat luar belum mengetahui secara luas kualitas serta keunggulan produk yang mereka tawarkan.

Di sisi lain, tantangan juga muncul dari kebiasaan konsumen setempat. Meskipun perkembangan teknologi digital semakin pesat, sebagian besar masyarakat justru lebih menyukai metode belanja online karena dianggap lebih cepat, praktis, dan tidak menghabiskan banyak waktu. Pola ini sebenarnya bisa menjadi peluang besar jika perusahaan memiliki sistem pemasaran digital yang memadai. Namun, kenyataannya, CV Berkah Teknik belum sepenuhnya siap secara infrastruktur untuk terjun ke dalam pemasaran digital secara optimal. Tanpa strategi promosi online yang kuat, produk lokal seperti milik CV Berkah Teknik berpotensi sulit menjangkau pasar yang lebih luas dan kehilangan daya saing dalam dunia digital yang semakin kompetitif.

Tidak hanya itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga belum dimaksimalkan sepenuhnya oleh CV Berkah Teknik. Menurut ibu nani “Akun media sosial memang sudah dimiliki, namun aktivitas promosi dan konten ajakan masih minim karena enggak bisa atau kurang paham perihal itu dan juga pernah dibuatkan oleh anak saya tapinya masih kurang diminatin “. Minimnya pemanfaatan media digital ini tentu berpengaruh terhadap keterjangkauan pasar yang lebih luas, terutama masyarakat yang kini lebih banyak mengakses produk melalui platform online dari pada beli langsung ketempatnya . Akibatnya, potensi produk untuk dikenal secara nasional atau bahkan menembus pasar internasional masih belum bisa terwujud. Faktor-faktor ini menjadi pekerjaan rumah yang penting bagi CV Berkah Teknik untuk lebih adaptif terhadap perubahan tren pemasaran modern jika ingin bertahan dan berkembang di era digital pada saat ini

B. Faktor Ekonomi

Menurut ibu nani ,terdapat beberapa hambatan yang memengaruhi daya saing produk CV Berkah Teknik. Salah satu permasalahan utama adalah biaya produksi, terutama saat harga bahan baku mengalami kenaikan atau kadang suka terlambat dalam mengirimin barang bahan bahan . Karena produk yang dihasilkan

menggunakan material berkualitas tinggi, kenaikan harga bahan secara langsung berdampak pada meningkatnya biaya produksi secara keseluruhan. Meskipun bahan baku masih dapat diperoleh, terkadang terjadi kendala dalam ketersediaannya, khususnya ketika permintaan pasar sedang tinggi. Selain itu, keterbatasan modal juga menjadi faktor yang cukup berpengaruh. Ibu Nani menjelaskan bahwa kondisi keuangan usaha masih terbatas, sehingga proses pengembangan bisnis harus dilakukan secara perlahan dan menyesuaikan dengan kemampuan finansial yang ada. Apalagi masih kalah saing dengan produk produk luar ataupun online

Selanjutnya Ibu Nani mengungkapkan, salah satu pihak yang terlibat aktif dalam proses produksi di CV Berkah Teknik, terungkap bahwa produksi ini sangat menjunjung tinggi kualitas dalam setiap produknya. Ia menegaskan bahwa meskipun produk CV Berkah Teknik merupakan hasil dari produksi rumahan dan dikerjakan secara manual, kualitasnya tidak kalah bersaing dengan produk-produk sejenis yang berasal dari luar daerah, bahkan dari luar negeri. Produk yang dihasilkan dirancang dan dibuat dengan penuh ketelitian, serta menggunakan bahan baku pilihan yang telah melalui proses seleksi ketat. Menurut Ibu Nani, setiap tahap produksi dijalankan dengan standar yang sudah ditetapkan, demi menjaga mutu dan daya tahan produk dalam jangka panjang.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya tantangan besar dalam hal persaingan harga. Produk dari luar sering kali dapat ditawarkan dengan harga lebih murah. Hal ini bukan disebabkan oleh rendahnya kualitas produk lokal, melainkan karena produk luar biasanya dibuat dengan sistem produksi massal (mass production), yang memungkinkan efisiensi biaya produksi secara besar-besaran. Selain itu, produsen dari luar juga umumnya memiliki akses bahan baku yang lebih murah dan jaringan distribusi yang sudah terintegrasi secara luas.

Meskipun demikian, Ibu Nani menyampaikan optimisme yang kuat terhadap daya saing produk lokal CV Berkah Teknik. Ia meyakini bahwa dalam aspek ketahanan, kekuatan, serta mutu bahan, produk lokal justru memiliki keunggulan tersendiri. Produk-produk ini dibuat bukan hanya untuk sekadar dijual, tetapi juga mencerminkan nilai kerja keras dan keterlibatan langsung masyarakat setempat dalam setiap prosesnya. Pandangan ini menjadi cerminan penting bahwa kualitas tidak semata-mata ditentukan oleh besar kecilnya skala produksi, melainkan juga oleh dedikasi, keterampilan, dan komitmen terhadap mutu. Produk lokal seperti yang dibuat oleh CV Berkah Teknik tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga nilai sosial dan budaya yang mengangkat martabat dan kemandirian masyarakat.

Tantangan sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh CV Berkah Teknik dalam bersaing di dengan pasar lain dapat dijelaskan melalui teori embeddedness yang dikembangkan oleh Mark Granovetter. Dalam teorinya, Granovetter menyatakan bahwa kegiatan ekonomi tidak terlepas dari konteks sosial, melainkan sangat dipengaruhi oleh jaringan hubungan sosial dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Hal ini terlihat jelas pada situasi CV Berkah Teknik, di mana perluasan pasar membeli secara langsung terhambat karena kebiasaan masyarakat setempat yang masih mengutamakan transaksi secara online dan belum terbiasa dengan sistem penjualan secara langsung. Selain itu, keterbatasan jaringan sosial di luar daerah juga menjadi penghalang dalam memperluas promosi dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Dari segi ekonomi, relasi dengan pemasok serta keterbatasan modal dan bahan baku turut memperlihatkan bahwa aktivitas usaha CV Berkah Teknik sangat dipengaruhi oleh struktur sosial dan ekonomi lokal.

KESIMPULAN

CV. Berkah Teknik Sentra Sikat dan Sapu berada dalam posisi yang kompetitif pada wilayah pasar terlebih dalam produksi alat kebersihan, hal ini juga diiringi dengan sejumlah tantangan yang mereka hadapi yang perlu direspon dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing pada dinamika pasar yang ada di zaman sekarang. Perkembangan preferensi konsumen, meningkatnya produk impor, serta pergeseran pasar digital kerap memberikan tekanan yang tinggi bagi CV. Berkah Teknik Sentra, oleh karenanya melalui penelitian ini diharapkan CV. Berkah Sentra Teknik dapat meningkatkan produk serta daya saingnya pada zaman sekarang.

CV. Berkah Teknik Sentra perlu melakukan analisis lebih dalam untuk tetap bertahan serta terus berkembang pada persaingan pasar yang kerap semakin ketat, CV. Berkah Teknik Sentra perlu melakukan penyesuaian strategi guna meningkatkan daya saingnya, mulai dari peningkatan mutu produk sampai dengan pemanfaatan platform digital untuk dijadikan sarana pemasaran yang lebih menguntungkan. Dengan mengoptimalkan potensi internal dalam merespon dinamika pasar, peneliti berharap CV. Berkah Teknik Sentra dapat memiliki peluang besar dalam memperkuat posisinya dalam hal persaingan di dunia pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansoff, H. I. (1990). Strategi Korporat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Belida, J. (2012). Evolusi Konsep Embeddedness dalam Sosiologi Ekonomi. Jurnal. Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma.
- Crown, D., & Dirgantoro, D. (2012). Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Giddens, A., Duneier, M., Appelbaum, R. P., & Carr, D. (2017). Introduction to Sociology (Edisi ke-10). Pearson Education.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. American Journal of Sociology, 91(3), 481–510.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). Manajemen Strategik: Konsep dan Kasus: Daya Saing dan Globalisasi (Edisi ke-12). Jakarta: Cengage Learning Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi 15). Jakarta: Pearson Education Indonesia.
- Melis. (2018). Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial (Economic Adherence to Social Life). STEBIS Indo Global Mandiri (IGM) Palembang.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhardi, M. (2010). Manajemen Operasi: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (1985). Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Jakarta: Erlangga.
- Umanailo, M. C. B. (2022). Kohesi Sosial dan Strategi Adaptasi dalam Pengembangan Ekonomi Desa. Diakses dari ResearchGate.
- Walker, O. C., Boyd, H. W., & Larreche, J. C. (2006). Strategi Pemasaran: Pendekatan untuk Pengambilan Keputusan. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi, A. S. (2015). Keunggulan Bersaing: Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.