

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Jepara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten terletak antara $5^{\circ} 43' 20,67''$ sampai $6^{\circ} 47' 25,83''$ lintang selatan dan $110^{\circ} 9' 48,2''$ sampai $110^{\circ} 58' 37,40''$ bujur timur yang berbatasan dengan Laut Jawa di Barat dan Utara, Kabupaten Pati dan Kabupaten Kudus di Timur, serta Kabupaten Demak di Selatan. Jepara dikenal sebagai kota ukir, karena terdapat sentra kerajinan ukiran kayu yang ketenarannya hingga ke luar negeri. Kerajinan mebel ukir ini tersebar merata hampir di seluruh kecamatan dengan keahlian masing-masing. Sentra perdagangan ukir terletak di wilayah Ngabul, Tahunan, Pekeng, Senenan, Potroyudan, Mantingan, Jl. Pemuda, Mulyoharjo, dan Mlonggo. Adanya seni kerajinan ukiran kayu Jepara menjadi kota yang ramai dan banyak didatangi orang-orang dari luar kota maupun dari manca Negara. Mereka tidak hanya berbelanja benda-benda kerajinan seni ukir kayu tetapi ada juga yang hanya berjalan-jalan menikmati pemandangan perkampungan para pengukir untuk melihat proses pembuatannya.

Sekarang ini, banyak hal telah mengalami perkembangan dan perubahan di negara kita antara lain perkembangan perekonomian di Indonesia yang cukup pesat, teknologi yang semakin maju di era globalisasi serta kondisi politik Indonesia pada beberapa tahun terakhir menjadikan kondisi yang semakin kompetitif di dunia bisnis. Kondisi ini secara otomatis akan mendorong

perusahaan untuk senantiasa meningkatkan produksinya dan selalu menjaga kualitas produknya agar dapat bertahan di tengah pasar yang semakin kompetitif. Selain itu perusahaan juga harus meningkatkan performa dan kinerjanya dengan menjaga eksistensinya melalui kejelian dalam melihat peluang yang dimiliki. Itulah mengapa, secara umum kunci sukses utama perusahaan untuk meraih kesuksesan bisnis tergantung pada keahlian untuk mengatur sektor pemasaran mereka.

Perusahaan dalam menghadapi pesaing diharapkan memiliki strategi yang tepat dan unggul dalam mencapai tujuan perusahaan. Suatu perusahaan dengan strategi yang baik harus memiliki kemampuan untuk memfokuskan pelayanan yang terbaik bagi target pasarnya sehingga loyalitas mereka tetap terjaga. Manajemen perusahaan perlu memperhatikan setiap perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis yang mencakup faktor internal dan eksternal. Pada faktor internal meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Seluruh elemen tersebut akan sangat membantu dalam penentuan strategi pemasaran perusahaan, sejalan dengan perencanaan strategik manajemen. Bila terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan strategik walau sekecil apapun akan mengakibatkan hilangnya peluang perusahaan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan hasil penjualan dan pangsa pasarnya.

Pertumbuhan bermacam-macam industri rumah tangga yang berkembang pesat saat ini diantaranya adalah kerajinan ukir, kerajinan ukir sebagai salah

satu wujud produk industri kerajinan yang bernilai seni tinggi dan cukup eksis dalam dunia bisnis. Kerajinan ukir merupakan salah satu industri yang sifatnya padat karya. Kerajinan ukir sangat menarik khususnya produk tempat tidur atau *dipan*. Keberadaan tempat tidur atau *dipan* sangat dibutuhkan dalam sebuah keluarga, apalagi yang sudah memiliki rumah pribadi sendiri.

Fungsi tempat tidur atau *dipan* salah satunya untuk menciptakan keluarga yang lebih harmonis. Dalam sebuah keluarga *dipan* adalah tempat yang sangat dominan sebagai tempat bersosialisasi yang baik, sehingga tingkat permintaan cukup menjanjikan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis kerajinan ukir. Ditinjau dari pembuatannya, kerajinan ukir mengandalkan teknologi dan tenaga kerja yang berkualitas untuk mendapatkan karya akan unsur seni tinggi. Pada perkembangannya, kerajinan ukir khususnya tempat tidur atau *dipan* dapat di temukan di Kecamatan Tahunan Jepara yang terkenal sebagai sentral produk *dipan*.

Di kota Jepara terdapat industri ukiran yang mengelola berbagai kerajinan ukir yang beraneka ragam yang dapat ditemui. Sebagai hasil interaksi untuk meningkatkan nilai seni tinggi, kerajinan ukir khususnya *dipan* dibedakan menurut motif, sehingga memudahkan untuk menentukan pilihan sesuai kebutuhan dan selera masing-masing. Meskipun bahan utama yang dipakai dalam pembuatan ukiran adalah kayu jati, ukiran juga dapat diberi pewarnaan yang disebut: *finishing*, bakar, plitur, marmer dan *sendung*. Tujuannya adalah untuk menarik minat konsumen, meningkatkan nilai jual, dan memperindah nilai seni ukiran.

Dalam upaya mempertahankan dan melestarikan keberadaan kerajinan ukir, maka kerajinan ukir dijadikan sebagai salah satu ciri khas Kota Jepara yang harus dilestarikan dan di kembangkan. Hal ini terbukti setiap hari masyarakat Kota Jepara banyak yang memproduksi kerajinan ukir sebagai ladang untuk mendapatkan penghasilan untuk mencukupi kehidupan ekonomi mereka.

Salah satu industri rumah tangga yang bergerak di bidang industri kerajinan ukir yang berjuang selalu eksis dan mengembangkan usaha dalam wujud produk *dipan* di tengah persaingan yang semakin ketat sekarang ini adalah Shodikul mebel. Dalam perjalanannya, Shodikul mebel Jepara telah berkembang untuk siap memenuhi kebutuhan konsumen yang ada di berbagai wilayah di Indonesia. Seiring dengan kondisi persaingan yang semakin ketat saat ini, Shodikul mebel tentunya perlu memiliki dan menerapkan strategi agar dapat menghadapi persaingan di industri kerajinan ukir saat ini.

Shodikul mebel Jepara merupakan industri rumah tangga yang bergerak dalam bidang industri mebel ukir. Sebagai industri rumah tangga yang sedang berkembang, Shodikul mebel Jepara dituntut secara terus menerus untuk melakukan kegiatan pemasaran. Kreatif dan inovatif adalah modal yang harus dimiliki pelaku bisnis untuk mempertahankan usaha yang dijalankan (*survive*), sehingga tidak akan ketinggalan perkembangan zaman.

Seorang wirausaha seharusnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih dari yang *non-wirausahawan*. Hal-hal yang belum terpikirkan orang lain sudah terpikirkan olehnya dan dia mampu membuat hasil inovasinya itu

menjadi keuntungan (*demand*). Karena seorang wirausaha selalu mencari perubahan dan memmanfaatkannya menjadi peluang.

Pengembangan dan menjaga kualitas produk adalah target yang harus ditempuh dalam memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diinginkan oleh pasar, dalam hal ini keinginan dari konsumen memegang peranan yang sangat penting. Evaluasi pasar sangat dibutuhkan sehingga produk yang ditawarkan tidak mengecewakan konsumen.

Mengetahui posisi dan keunggulan bersaing merupakan salah satu yang harus dimiliki Shodikul mebel Jepara untuk menetapkan strategi pemasaran secara tepat. Shodikul mebel Jepara telah melakukan strategi pemasaran dengan memberikan beraneka ragam variasi produk, kreatifitas dan inovasi yang dikembangkan memiliki kualitas yang baik yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Kreatifitas dengan merubah karakter dan bentuk ukiran, tujuannya adalah untuk menarik dan memikat konsumen. Dengan membedakan produk yang ditawarkan tidak sama dengan pesaing. Perubahan bentuk dan karakter produk disesuaikan dengan harga produk terhadap kondisi pasar, konsumen, dan saluran distribusi. Inovasi seperti ini bisa dijadikan peluang dan menjadi keuntungan bagi Shodikul mebel Jepara.

Kegiatan promosi, Shodikul mebel Jepara sering melakukan promosi ke kota-kota besar yang ada di Jawa seperti: Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Banyu Wangi, Malang. Promosi yang dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung ke toko-toko yang menawarkan produk jenis

mebel. Hal itu dilakukan untuk memperluas pasar dan menjaga eksistensi kegiatan penjualan.

Saat ini semakin banyak pesaing baru yang potensial bergerak dibidang sama, persaingan dalam bisnis tidak dapat dihindari. Shodikul mebel Jepara harus selalu waspada dan selalu kreatif dan menjaga kualitas produk. Inovasi untuk menjaga dan memperluas relasi merupakan wujud pelayanan bagi konsumen, karena konsumen semakin bervariasi dan lebih selektif dalam mencari produk yang sesuai dengan keinginan.

Pasar sekarang yang semakin berkembang dan selalu berubah-ubah, akan semakin banyak juga persaingan baru yang potensial. Persaingan akan semakin ketat dan pasar yang luas membuat pengelola industri rumah tangga yang bergerak di bidang mebel ukir harus dapat mengevaluasi dan menyiapkan strategi pemasaran dengan matang dan terstruktur agar dapat menjalankan kegiatan bisnis dengan lancar.

Dalam menentukan strategi pemasaran sangat diperlukan mengidentifikasi indikator-indikator internal seperti: image rumah industri, citra produk, variasi produk, kualitas SDM, kualitas produk, pelayanan, promosi, lokasi, pemesanan, harga, distribusi, dan aspek keuangan. Sedangkan indikator eksternal antara lain: daya beli konsumen, pertumbuhan pasar, loyalitas konsumen, aliansi strategi, pesaing baru yang potensial, hambatan memasuki pasar, perubahan selera pasar, penurunan daya beli konsumen. Dengan indikator-indikator tersebut, perusahaan dapat mengetahui posisi bisnis yang

dapat memberi gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menetapkan strategi pemasaran.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian pada kerajinan ukir Shodikul mebel yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Kerajinan Ukir Shodikul Mebel Jepara”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mencoba melihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh kerajinan ukir Shodikul mebel Jepara dalam usahanya menghadapi persaingan dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel apa yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threat*) pada Shodikul mebel Jepara sebagai industri kerajinan ukir di kecamatan Tahunan kabupaten Jepara.
2. Alternatif strategi pemasaran apa yang dapat diterapkan perusahaan sebagai industri rumah tangga kerajinan ukir Shodikul mebel Jepara dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis.

C. Tujuan Masalah Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis variabel yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan sebagai industri rumah tangga kerajinan ukir Shodikul mebel Jepara serta peluang dan ancaman yang dihadapinya.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan perusahaan sebagai industri rumah tangga kerajinan ukir di kerajinan ukir Shodikul mebel Jepara berdasarkan kondisi atau keadaan pada saat ini.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi pelaku rumah industri

Hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran yang diajukan akan membantu manajemen perusahaan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan industri rumah tangga kerajinan ukir Shodikul mebel Jepara maupun dalam mengambil keputusan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan tentang ilmu pemasaran pada industri kerajinan ukir, dan semoga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh dengan penerapan sesungguhnya dalam usaha bisnis khususnya di bidang mebel ukir.

3. Bagi pihak lain

Menambah wawasan, pengetahuan atau pengalaman mengenai ilmu yang telah dipelajari dalam bangku perkuliahan, serta menerapkan dalam kehidupan sebenarnya dalam dunia bisnis.