

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Jati Mulia Art and Furniture Agar Lebih Dikenal di Kalangan Luas

Strategi Pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktifitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak.⁵⁴Strategi Pemasaran upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Strategi pemasaran mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

- a. Produksi
- b. Pemasaran
- c. Konsumsi

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Sedangkan upaya Jatimulia agar

⁵⁴ Diakses dari <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita340149/apa-itu-strategi-pemasaran>, pada tanggal 20 Juni 2021

produknya dikenal dikalangan luas, Jatimulia mengenalkan produknya melalui medial sosial. Di era modern seperti sekarang ini sudah tidak asing lagi dengan yang namanya media sosial. Media sosial adalah alat pemasaran yang paling ampuh karena hampir dari semua orang dari latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya.

Untuk mempromosikannya Jatimulia menggunakan media sosial seperti; Facebook, Instagram, Whatsapp adalah salah satu cara memasarkan produk lewat internet. Strategi promosi langsung dapat dilakukan dengan menggunakan teknik pemasaran di media sosial. Dengan media sosial, perusahaan dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan biaya yang murah dan visibilitas atau keterlihatan yang tinggi. Sosial media juga memungkinkan perusahaan untuk memilih komunitas yang sesuai untuk memasarkan produk mereka sehingga apa yang ditawarkan memiliki peluang besar untuk terjual.

Selain dengan media sosial Jatimulia juga mempromosikan produknya lewat mulut ke mulut dari orang ke orang. Dengan cara ini pemasaran berkomunikasi langsung dengan konsumen atau orang-orang disekitar. Setelah konsumen membeli produk dan merasa puas dengan produk tersebut, Konsumen akan memberitahu konsumen lainnya yang berpotensi untuk membeli produk tersebut. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan agar produk yang anda jual dapat lebih dikenal luas oleh masarakat dan tentu saja mendapatkan banyak konsumen.

Gambaran mengenai Jatimulia lebih jelas setelah peneliti melakukan wawancara bersama pemilik dari Jatimulia art and furniture. Beliau menjelaskan secara rinci asal mula usaha furniture Jatimulia tersebut.

Dalam satu wawancara dengan Deni Susanto selaku pemilik usaha furniture Jatimulia, Deni mengatakan;

“Usaha furniture ini awal mulanya milik ayah saya, dengan memulai usaha di tahun 1985. Dengan modal usaha awal Rp.1.500.000.00. Produk-produk yang dihasilkanpun ya Cuma meja, kursi, lemari itu saja.”⁵⁵

Dari penjelasan Deni Susanto, kemudian muncul pertanyaan: Jadi bisa dikatakan itu artinya usaha furniture ini usaha keluarga ya mas ?

“Benar mas, Jadi usaha furniture ini bisa dikatakan usaha turunan dari keluarga saya, Jadi saya tinggal melanjutkan usaha furniture tersebut”

Dari Jawaban Deni kemudian muncul pertanyaan: Ketika itu awal usaha furniture ini kan tahun 1985, dan media sosial belum secanggih saat ini, terus bagaimana cara mengenalkan produk-produk tersebut kepada konsumen. Mungkin bisa dijelaskan mas cara mengenalkan produk pada saat itu dan sekarang”

“Ya, untuk saat itu kita mengenalkan produk kita hanya lewat mulut kemulut saja di masarakat. Tetapi untuk saat ini pastinya Jaman semakin modern, Jadi kita mengenalkan atau memasarkan produk Jatimulia itu lewat media sosial seperti; Facebook, Instagram, dan Whatsapp”

⁵⁵ Wawancara dengan Deni Susanto pemilik Jatimulia art and furniture pada tanggal 23 juni 2021

Dari jawaban Deni Susanto di atas menunjukkan bahwa pemasaran furniture Jatimulia pada saat awal usaha dan sekarang mengalami perbedaan yang signifikan, kemudian muncul pertanyaan lagi: Kita ketahui untuk saat ini kan terjadi dampak covid-19, bagaimana untuk penjualan produk jatimulia saat ini ?

“Penjualan produk kami selama covid-19 memang mengalami penurunan mas, mungkin tidak hanya usaha kita saja mungkin yang lain juga mengalami hal serupa. Sekitar 60 % produk kita mengalami penurunan mas. Yang rata-rata mendapatkan orderan 5-10 setiap bulan, tetapi sekarang ini mendapatkan 3 orderan menjadi sulit. Tetapi alhamdulillah tetap ada orderan menjelang hari raya idul fitri, meskipun tidak seperti biasanya tetapi tetap di syukuri.”⁵⁶

Pesanan apa yang banyak dipesan konsumen menjelang hari raya ?

“Konsumen kebanyakan memesan meja, kursi dan lemari sesuai kebutuhan untuk hari lebaran”

Dari Jawaban Deni diatas muncul pertanyaan lagi: Bagaimana cara mas deni mengatasi agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk dari Jatimulia ?

“Perusahaan kami ini kan perusahaan furniture yang bertipe custome ya mas, jadi konsumen dapat memesan model sesuai keinginan dan bahan yang ingin dipakai seperti kayu, spon, kalep ataupun lainnya. Dengan begitu konsumen merasa puas dan tidak akan mengalami kekecewaan ketika menggunakan produk kami (Jatimulia art and furniture)”

Dari jawaban Deni tersebut muncul pertanyaan lagi: apa kelebihan atau keunggulan Jatimulia dibandingkan perusahaan furniture lainnya ?

⁵⁶ Wawancara dengan Deni Susanto pemilik Jatimulia art and furniture pada tanggal 23 juni 2021

“Untuk kelebihan dari produk kami, perusahaan furniture Jatimulia ini bertipe custom ya mas, jadi konsumen dapat memesan sesuai selera konsumen, sedangkan perusahaan lain itu furniturnya kebanyakan sudah jadi”

Jadi Jawaban yang Deni katakan keunggulan produknya ialah bertipe *custom* sedangkan yang lainnya kebanyakan produknya produk yang sudah jadi.

Dan apa kekurangan produk Jati mulia dibandingkan produk lainnya

“Deni menjelaskan lagi, Untuk kekurangan mungkin masalah harga, dengan bertipe custom ini pastinya harga dari kami lebih mahal dibandingkan yang lainnya, tetapi kepuasan konsumen menjadi nomer satu bagi konsumen kami.”⁵⁷

Kamipun menanyakan pertanyaan lagi: Kendala apa saja yang sering terjadi ketika memasarkan produk ?

“Untuk kendala tidak ada masalah yang cukup signifikan sebenarnya ya mas, tetapi kita ketika mendapat orderan yang besar seperti bedug kita sering kekurangan orang untuk menaikkan ke kendaraan”

Dari Jawaban Deni diatas muncul pertanyaan : Untuk membantu pengerjaan produk Jatimulia, Jatimulia mempunyai karyawan berapa ya mas kalau boleh tau.

“Untuk karyawan kita ada lima, semua berasal dari Tulungagung tapi ada yang beda kecamatan”

Dari penjelasan Deni di atas sudah dijelaskan keunggulan dan kelebihan Jatimulia serta –faktor- faktor internal dalam

⁵⁷ Wawancara dengan Deni Susanto pemilik Jatimulia art and furniture pada tanggal 23 juni 2021

Jatimulia, Untuk pertanyaan terakhir, Strategi apa yang akan dilakukan agar usaha furniture Jatimulia kedepan tidak kalah saing dibandingkan perusahaan lainnya.

“ Intinya kita tetap menggunakan bahan baku yang berkualitas bagus ya mas. Kita juga terus belajar untuk meningkatkan kualitas produk kita. tentunya kita tetap ada inovasi terhadap produk kita dan membuat barang-barang yg unik insaalloh dengan begitu perusahaan kami dapat dipercaya oleh konsumen ”⁵⁸

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa perusahaan furniture Jatimulia ini perusahaan yang bertipe custom yang berdiri sejak tahun 1985 sampai sekarang.

a. Data Observasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti juga menggunakan pedoman observasi yang di rancang/disusun untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian. Pedoman observasi dalam penelitian strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Jati mulia art and furniture.

Berikut adalah data observasi yang digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya.

1) Letak Geografis

Penelitian ini dilakukan di Desa Jatimulya yang merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten

⁵⁸ Wawancara dengan Deni Susanto pemilik Jatimulia art and furniture pada tanggal 23 juni 2021

Tulungagung memiliki wilayah yang cukup luas sehingga tersebar menjadi beberapa kecamatan. Salah satunya adalah Kecamatan Kauman. Kecamatan Kauman merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Tulungagung yang memiliki 13 Desa termasuk Desa Jatimulya.

Wilayah Kauman adalah wilayah tersempit hanya dengan luas 0,13 km². Kecamatan kauman Hanya berjarak sekitar 2-3 km dari pusat kota. Batas Kecamatan Kauman yaitu Utara Kecamatan Kedungwaru, Timur Kecamatan Kedungwaru, Selatan: Kecamatan Boyolangu dan Gondang, Barat: Kecamatan Kauman dan Gondang.



Gambar 4.1 Peta Kecamatan Kauman

2) Jenis Produk Jatimulia

Tabel 4.1

Jenis Produk Jatimulya

NO	Jenis Produk
1	Meja
2	Kursi
3	Kursi/ Sofa
4	Lemari
5	Bedug
6	Barongan
7	Gazebo

Berdasarkan tabel 4.1 produk yang dihasilkan oleh perusahaan furniture Jatimulia merupakan produk yang tidak hanya berfokus pada produk rumahan saja. Terbukti Jatimulia ini memproduksi barang sesuai kebutuhan pemesan seperti : Bedug, barongan, gazebo.

a) Biaya Bahan Baku

Dari hasil wawancara mengenai bahan baku Deni Susanto mengatakan bahwa :

“Bahan baku yang digunakan sesuai permintaan konsumen tetpi Deni mengatakan bahwa di Jatimulia kebanyakan menggunakan kayu, harga 1m³ kayu jati Rp.20.000.000, Merbau 1m³ Rp. 12.000.000, Akasia 1m³ Rp. 8.000.000. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk furniture Jatimulia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Bahan Baku

NO	Nama Produk	Bahan Baku	Bahan Baku/m3	Waktu Penyelesaian	Harga Bahan Baku
1	Kursi	Kayu Jati	0,2 m3	3 Hari	Rp. 4.000.000
2	Meja	Kayu Merbau	0,2 m3	6 Hari	Rp. 2.400.000
3	Lemari	Kayu Jati	0,6 m3	2 Minggu	Rp. 12.000.000
4	Pintu	Kayu Jati	0,3	10 Hari	Rp. 6.000.000

Harga Kayu dalam 1m³ (Kubik) berbeda-beda tergantung dengan kualitas bahannya (Kayu). Pada produksi Jatimulia ini bahan yang sering digunakan adalah : Kayu Jati, Merbau, Mahoni.

b) Biaya Tenaga Kerja

Adapun upah karyawan yang pembayarannya dilakukan / hari sebagai berikut :

Tabel 4.3

Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Jenis Produk	Nama Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja	Upah / Hari
1.	Meja	Memotong	5 Orang	Rp. 100.000
2.	Kursi	Mengukir		Rp.100.000
3.	Lemari	Memahat		Rp. 100.000
4.	Pintu	Menggosok		Rp. 80.000
5.	Barongan	Menyerut		Rp. 100.000

Sumber : Data Primer Usaha Furniture Jatimulia art and furniture

Biaya tenaga kerja pada tabel diatas merupakan biaya tenaga kerja langsung yang membuat produk furniture . Jumlah tenaga kerja ada 5 Orang ada yang dikerjakan bersama-sama dan terpisah. Dan total biaya setiap harinya juga berbeda-beda mulai dengan biaya Rp. 80.000 – Rp. 100.000 . Biaya-biaya ini terjadi karena adanya aktifitas-aktifitas yang dilakukan dalam memproduksi meubel mulai dari bahan mentah menjadi produk jadi.

3) Alat-Alat yang digunakan

Tabel 4.4

Alat-alat (Mesin dan Kegunaannya)

No	Nama Alat	Kegunaan Alat
1.	Table saw	Adalah gergaji listrik yang gunanya untuk memotong.
2.	Mesin Pasah	Gunanya untuk mengurangi ketebalan dan menghaluskan permukaanya yang kasar.
3.	Sander Machine	Gunanya untuk menghaluskan bagian permukaan kayu setelah diserut/ dipasah.
4.	Drilling Machine	Mesin bor yang digunakan untuk membuat atau memperbesar lubang pada kayu atau dinding.
5.	Jigsaw	Alat untuk memotong atau membentuk sebuah pola pada papan kayu maupun kayu lapis yang digunakan untuk hiasan maupun bahan mebel.
6.	Air Compresor	Gunanya untuk memberi tekanan udara yang nantinya dapat digunakan untuk berbagi.
7.	Spray gun	Alat ini digunakan untuk menyemprotkan cat air kepada sebuah bidang permukaan.

Sumber : Data Primer Usaha Furnitur Jatimulia art and furniture.

2. Perkembangan penjualan selama pandemi covid 19

Pendapatan atau penjualan Jatimulia selama covid 19 adalah Pastiya untuk penjualan produk-produk atau pendapatan dari Jatimulia mengalami penurunan. Hampir sekitar 60% mengalami penurunan dari penjualan produk-produk Jatimulia. Tetapi tetap ada konsumen yang memesan produk-produk dari Jatimulia menjelang lebaran, kebanyakan konsumen memesan seperti meja dan kursi untuk kebutuhan lebaran. Meskipun tidak banyak pesanan seperti hari-hari biasa Deni Susanto tetap mensyukuri hal tersebut, dikarenakan masih ada pendapatan yang masuk dari usahanya.

Semenjak adanya virus corona atau biasa disebut Covid-19 para pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan. Pelaku usaha mikro, kecil menengah (UMKM) menjadi kelompok yang terpuuk paling keras akibat pandemi virus corona. Kalangan pengusaha furniture di Tulungagung mengalami penurunan. Yang awalnya mendapat rata-rata 5 sampai 10 orderan setiap bulan kini menjadi sulit untuk mendapatkan orderan. Deni Susanto mengaku bisa mendapatkan 5-10 orderan ataupun bahkan lebih setiap bulannya namun, omzet dagangannya menurun sejak adanya virus Covid-19. Biasanya Deni mendapatkan rata-rata 10 orderan setiap bulannya sejak adanya virus Covid-19 penjualannya kini menurun drastis, jangankan 20 orderan setiap bulannya mendapatkan 2-3 orderan sangat sulit untuk sekarang ini.

Meskipun begitu, kami harus tetap bergerak agar produk yang kami jual bisa laku normal di pasaran kembali . Mungkin strategi yang bisa kami gunakan adalah membuat produk atau jasa yang mudah di jangkau. Misalnya dengan mempermudah pembayaran, memperpanjang masa angsuran, memperkecil uang muka, dan menambah aneka produk yang mudah untuk di bawa, seperti asbak rokok, gantungan kunci dan yang paling terpenting tetap menggunakan media sosial.

Dengan strategi tersebut tadi, meski di saat daya beli pelanggan menurun, kita tidak perlu menurunkan harga terlalu drastis. Ini karena akan membuat aliran kas menjadi kritis. Sebaliknya dengan strategi ini akan membuat produk atau jasa anda tampak bersahabat dan berempati dengan kondisi keuangan pelanggan yang umumnya sangat sulit di masa pandemi seperti saat ini.

3. Strategi yang digunakan agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk dari Jatimulia

Strategi yang digunakan agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk dari jatimulia adalah konsumen bisa langsung memesan produk yang diinginkan (*Custom*) seperti meja, kursi, lemari, beduk, dll. dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk tersebut seperti; kayu yang dipakai, kain, busa, cat dll. Dengan begitu para konsumen merasa puas dengan apa yang dipesan tersebut dan tidak mengalami kekecewaan. Dan ketika proses pembuatan produk yang

dipesan konsumen tersebut, bisa memantau pembuatan atau bahan yang dipakai apakah sesuai pesanan atau tidak. Tetapi untuk harga pastinya produk-produk dari Jatimulia ini lebih mahal dengan produk-produk dari perusahaan lainnya. Karena yang nomor satu adalah kepuasan dari para konsumen tersebut. Bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

a. Kepuasan Konsumen

Menurut Supranto kepuasan pelanggan salah satu yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa menurut.

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan,serta atribut bernilai lainnya.

c. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Selain itu menjalin hubungan baik dengan konsumen adalah hal yang harus tetap dijaga atau dilakukan agar produk disukai oleh pasar masyarakat. Mengingat konsumen loyal adalah sebuah aset penting perusahaan. Mereka telah membeli produk dan menyumbang pemasukan pemasukan usaha tersebut. Jika tidak ingin kehilangan sebuah konsumen, ditengah persaingan banyaknya produk serupa, maka tidak ada salahnya memberi penghargaan atau diskon terhadap para konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Hal ini cukup efektif menjadi cara pemasaran produk furniture karena produk jenis furniture ini mengandalkan loyalitas pembelinya untuk bertahan di dunia bisnis.

B. Analisis Strategi Pemasaran Furniture

Berdasarkan pengamatan lapangan yang peneliti lakukan pada usaha furniture Jatimulia. Berdasarkan wawancara di atas dapat dianalisis oleh peneliti oleh bahwasanya produk ataupun bahan yang digunakan oleh pengrajin usaha mebel merupakan bahan yang berkualitas dan produk hasil kerajinannya menarik bisa digunakan atau dipakai tahan lama dan bisa juga menjadi suatu keunggulan pada produk mebel dan bentuk motif dan sesuai selera konsumen.

Jatimulia ini perusahaan furniture yang bertipe *custom* jadi hanya memproduksi produk jika ada pemesan saja. Jadi untuk bertipe *custom* itu konsumen bebas memesan atau ukuran yang sesuai keinginannya.