

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Menjamurnya usaha industri, memaksa manusia untuk berpikir secara kreatif, dan inovatif dalam menciptakan bidang usaha yang akan dibangun, industri kecil maupun industri skala besar keduanya sama-sama penting sebagai penunjang kehidupan. Setiap daerah memiliki jenis industri yang berbeda, hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor bahan baku, faktor tenaga kerja, faktor sumber energi, seperti industri genteng yang menjadi ikon di Desa Sukorejo Kecamatan Gandusari kabupaten Trenggalek salah satunya adalah Industri “Genteng Sugito Nglayur”. Industri “Genteng Sugito Nglayur” merupakan industri yang bergerak di bidang properti yaitu sebagai penutup atau atap bangunan. Industri ini menggunakan tanah liat sebagai bahan baku utamanya. Industri yang berlokasi di Desa Sukorejo, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek ini berdiri sejak tahun 1997 sampai sekarang sebagai pendapatan utama pemiliknya. Banyak jenis genteng yang telah diproduksi di Industri “Genteng Sugito Nglayur”, diantaranya adalah genteng mantili, genteng kodok, genteng press, genteng gelombang dan genteng baseke super. Produksi jenis-jenis genteng tersebut menyesuaikan kebutuhan konsumen dan trend masa kini.

Hadi Sugito (58) sebagai pemilik Industri “Genteng Sugito Nglayur” ini mengungkapkan bahwa pada awal merintis usahanya ini pernah berada di titik tersulit. Hal ini dikarenakan banyaknya industri genteng dalam satu desa yang

membuat tingginya daya saing. Namun, seiring perkembangan zaman telah banyak dilakukan strategi-strategi pemasaran dalam industri ini untuk meningkatkan pendapatan. Hingga sampai saat ini Industri “Genteng Sugito Nglayur” telah dikirim sampai ke luar kota bahkan luar Pulau Jawa.

Harga produk “Genteng Sugito Nglayur” tergantung dari jenis gentengnya karena jenis genteng juga mempengaruhi bahan baku yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan harga seiring meningkatnya harga BBM di Indonesia. Sehingga harga genteng di Industri “Genteng Sugito Nglayur” tiap tahun mengalami perubahan. Harga produk “Genteng Sugito Nglayur” pada tahun 2023 ini disajikan pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 1 Data Harga Produk “Genteng Sugito Nglayur” tahun 2023

Jenis Genteng	Spesifikasi	Harga/biji
Genteng Mantili	Panjang : 32,5 cm, Lebar : 23 cm, Tebal : 1,5 cm, Jarak Reng : 27 cm, Kebutuhan PerMeter : 20 pcs	Rp2.000,-
Genteng Kodok	Panjang : 28,5 cm Lebar : 23 cm Tebal : 1,5 cm Jarak Reng : 23 cm Kebutuhan Per Meter : 25 pcs	Rp1.700,-
Genteng Press	Panjang 31.5 Cm Lebar 23 Cm Tebal 1.5 Cm Jarak Reng : 25 cm Kebutuhan Per Meter : 24 pcs	Rp1.700,-
Genteng Gelombang	Panjang : 33 cm Lebar : 25 cm Tebal : 1.5 cm Jarak Reng : 29 cm Kebutuhan Per Meter : 16 pcs	Rp2.700,-

Genteng Baseke Super	Panjang : 35.5 cm Lebar : 27 cm Tebal : 2 cm Jarak Reng : 31 cm Kebutuhan Per Meter : 13 pcs	Rp3.200,-
----------------------	--	-----------

Sumber : Data Genteng Sugito Nglayur 2024

Pada 5 tahun terakhir ini, produksi utama dalam industri “Genteng Sugito Nglayur” adalah jenis genteng Baseke Super. Hal itu disebabkan oleh kebutuhan pelanggan dan tren saat ini. Dalam 1 bulan, produksi “Genteng Sugito Nglayur” mampu memproduksi ± 10.000 genteng jenis Baseke Super. Hal itu juga disebabkan oleh kapasitas ruang pembakaran genteng yang hanya mampu menampung ± 10.000 genteng Baseke Super. Namun, produksi “Genteng Sugito Nglayur” ini tetap bergantung pada konsumen. Jika penjualan menurun maka produksi juga menurun, sehingga produksi ± 10.000 genteng dapat mencapai waktu 2 bulan. Oleh karena itu, produksi industri “Genteng Sugito Nglayur” dalam 1 tahun rata-rata mencapai ± 80.000 genteng Baseke Super. Peningkatan dan penurunan penjualan dapat dilihat dari data pendapatan bersih dalam 5 tahun terakhir pada Tabel 1.2 berikut :

**Tabel 1. 2 Data Pendapatan Bersih Industri “Genteng Hadi Sugito”
Tahun 2018-2022**

Tahun	Pendapatan Bersih
2018	Rp100.000.000,-
2019	Rp90.000.000,-
2020	Rp60.000.000,-
2021	Rp80.000.000,-
2022	Rp110.000.000,-

Sumber : Data Genteng Sugito Nglayur 2024

Dari Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018-2022 pendapatan Industri “Genteng Sugito Nglayur” mengalami penurunan dan peningkatan. Dari tahun 2019 sampai tahun 2020 mengalami penurunan pendapatan. Hadi Sugito (58) sebagai pemilik industri “Genteng Sugito Nglayur” mengungkapkan bahwa pada 2 tahun tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis dikarenakan pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh penjuru dunia sangat berpengaruh terhadap dunia industri, salah satunya pada industri “Genteng Sugito Nglayur”. Namun, berakhirnya pandemi Covid-19 secara perlahan pendapatan mulai meningkat kembali. Hal tersebut tidak terlepas dari usaha pemilik industri untuk terus memasarkan produknya dengan strategi-strategi pemasaran yang diterapkan dalam industrinya. Sehingga kini industri “Genteng Sugito Nglayur” dapat bangkit dan kembali bersaing dengan industri genteng yang lain.

Hendriani, dkk (2019) dalam jurnalnya yang berjudul Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Keci dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang mengungkapkan bahwa sebenarnya internet telah diketahui dikalangan masyarakat dengan baik termasuk pelaku industri. Namun, sangat disayangkan bahwa mereka kurang maksimal dalam penggunaan internet sebagai media promosi dalam industrinya. Sehingga perlu adanya pelatihan

pemanfaatan internet dalam industri agar dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh dari industrinya.²

Menurut Wastutiningsih dan Titis (2019), mengungkapkan bahwa era industri 4.0 yang diartikan sebagai fenomena industri yang menggabungkan teknologi dan fisik untuk menciptakan sistem produksi yang lebih efisien ini mendorong pelaku industri untuk memanfaatkan internet sebagai teknologi dalam strategi pemasaran atau biasa disebut dengan *digital marketing*. Dalam penelitiannya yang berjudul Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Era Revolusi Industri 4.0 menunjukkan adanya peningkatan jumlah penjualan dan omzet melalui *digital marketing* karena memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dengan penggunaan internet atau pemasaran berbasis *online* lainnya.³

Menurut Pradiani (2018) dalam jurnal ilmiahnya yang berjudul Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan berpendapat bahwa *digital marketing* sangat berpengaruh terhadap kenaikan volume penjualan secara signifikan tiap

² Ade Andri Hendriadi, Betha nurina Sari, and Tesa Nur Padilah, “Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang,” *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2019): 120–25,

³ Sri Peni Wastutiningsih and Titis Puspita Dewi, “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development* 1, no. 2 (2019): 90–96,

bulannya. Oleh karena itu, *digital marketing* sangat direkomendasikan sebagai media promosi yang paling baik, efektif dan efisien.⁴

Dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa di era modern dan canggihnya teknologi saat ini dapat menjadi peluang strategi untuk meningkatkan pendapatan industri, salah satunya pada industri “Genteng Sugito Nglayur”. Hal ini dikarenakan naiknya jumlah pendapatan dalam suatu usaha berpengaruh dalam kinerja suatu perusahaan, sehingga sebuah perusahaan harus mempertahankan pendapatannya agar usaha yang telah dibangun tidak bangkrut begitu saja. Untuk menjaga agar pendapatan yang diperoleh tetap stabil dan meningkat, perusahaan memerlukan penerapan strategi untuk usahanya, selain menjaga kenaikan pendapatan, strategi juga bisa digunakan untuk mempertahankan produk, unggul dalam persaingan bisnis, serta mampu bertahan di pangsa pasar.

Berdasarkan hasil observasi awal serta pemaparan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada lokasi Industri “Genteng Sugito Nglayur” di Trenggalek karena sesuai dengan judul yang peneliti ingin teliti yaitu pada Industri “Genteng Sugito Nglayur” sudah diterapkan strategi-strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan sehingga terbukti bahwa Industri “Genteng Sugito Nglayur” masih tetap eksis dari awal hingga saat ini, meskipun banyak pesaing lain yang muncul industri ini tetap bertahan ditengah

⁴ Theresia Pradiani, “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan,” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 11, no. 2 (2017): 46–53,

gempuran industri serupa dan juga dari berbagai kondisi seperti saat pandemi covid-19 beberapa tahun yang lalu. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis bagaimana strategi untuk meningkatkan pendapatan dengan peluang modernisasi dan canggihnya teknologi saat ini pada industri “Genteng Sugito Nglayur” dengan penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Kerajinan Genteng “Sugito Nglayur” di Trenggalek”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan pada Industri genteng “Sugito Nglayur”?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pendapatan pada usaha industri genteng “Sugito Nglayur”?
3. Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala penerapan strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pendapatan pada usaha industri genteng “Sugito Nglayur”?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pada Industri “Genteng Sugito Nglayur” desa Sukorejo kecamatan Gandusari kabupaten Trenggalek.

2. Untuk menjelaskan kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pendapatan pada usaha industri genteng “Sugito Nglayur”.
3. Untuk menjelaskan solusi dalam menghadapi kendala penerapan strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pendapatan pada usaha industri genteng “Sugito Nglayur.”

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan agar penelitian dilaksanakan tidak menyimpang ke arah lain yang keluar dari penelitian dan mendapatkan hasil yang maksimal. Batasan masalah ini membantu peneliti untuk tetap pada permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dibatasi pada penerapan strategi pemasaran yang meliputi aspek produk, harga, promosi, dan digital marketing dalam upaya meningkatkan pendapatan pada Industri Kerajinan Genteng “Sugito Nglayur”. Penelitian hanya difokuskan pada aktivitas pemasaran internal usaha tersebut dan tidak membahas aspek produksi, keuangan, atau distribusi secara menyeluruh. Lokasi penelitian terbatas di Desa Sukorejo, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat meningkatkan pendapatan usaha kerajinan melalui strategi pengembangan yang dilakukan.

2. Secara Praktis

Melalui penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat pada pemilik Industri “Genteng Sugito Nglayur” sebagai pertimbangan strategi untuk meningkatkan pendapatan.

a. Bagi Industri Genteng Sugito Nglayur

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi dan masukan serta informasi terkait strategi pemasaran yang diterapkan yaitu strategi digital marketing untuk meningkatkan pendapatan. Adanya penelitian ini juga dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui hasil dari penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan sudah dalam kategori baik atau belum.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber literasi bagi mahasiswa, sumber referensi bagi mahasiswa terutama dalam penyusunan laporan penelitian yang mengangkat sub tema yang sama serta sebagai informasi terkait strategi pemasaran digital marketing untuk meningkatkan pendapatan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai penguat penelitian selanjutnya dan sebagai sumber referensi serta dasar pengembangan penelitian yang akan datang yang nantinya mengkaji sub tema yang sama atau terkait dengan strategi pemasaran digital marketing untuk meningkatkan pendapatan.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah diperlukan untuk penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini agar menghindari kesalahpahaman dalam memahami dan mengembangkan judul skripsi. Penelitian ini berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Kerajinan Genteng “Sugito Nglayur” di Trenggalek”**. Adapun istilah – istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi bisa didefinisikan sebagai *a plan, method, or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan bentuk bahasa lain strategi pembelajaran bisa diartikan sebagai perencanaan yang berisi gambaran aktivitas yang dirancang untuk memperoleh tujuan pelajaran tertentu. Strategi bisa juga didefinisikan pula menjadi suatu garis-garis besar tujuan untuk berbuat dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.⁵

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu cara untuk memenangkan persaingan yang berkesinambungan dalam suatu perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Pemasaran disebut sebagai urat nadi dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan.⁶

⁵ Suparman Atwi, *Desain Instruksional* (Jakarta: PAU Universitas Terbuka, 1997), 157.

⁶ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 15.

c. Industri

Industri adalah suatu bidang yang bersifat komersial yang menggunakan ketrampilan kerja serta teknologi untuk menghasilkan suatu produk dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

d. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil penjualan barang atau jasa yang diterima baik tunai maupun bukan tunai dalam jangka waktu tertentu.

2. Definisi Operasional

Pada penelitian ini pembahasan yang diangkat adalah Strategi Pemasaran dioperasionalkan sebagai serangkaian tindakan dan pendekatan yang digunakan oleh Industri Kerajinan Genteng “Sugito Nglayur” untuk menarik konsumen dan memperluas pasar. Strategi ini diwujudkan melalui penerapan bauran pemasaran (marketing mix), khususnya aspek *product* (produk), *price* (harga), dan *promotion* (promosi), serta adaptasi terhadap pemasaran berbasis digital (digital marketing), seperti pemasaran melalui media sosial dan kerja sama dengan pengepul.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penyusunan kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

1. Bagian awal skripsi terdiri dari halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran.

2. Bagian utama skripsi terdiri atas :

- a. Bab I Pendahuluan : 1) latar belakang, 2) rumusan masalah, 3) tujuan penelitian, 4) identifikasi penelitian, 5) manfaat penelitian, 6) penegasan istilah, 7) sistematika penulisan skripsi.
- b. Bab II Kajian Pustaka : 1) kajian fokus pertama, 2) kajian fokus kedua dan seterusnya, 3) hasil penelitian terdahulu, 4) kerangka berpikir teoritis.
- c. Bab III Metode Penelitian : 1) pendekatan dan jenis penelitian, 2) lokasi penelitian, 3) kehadiran peneliti, 4) data dan sumber data, 5) teknik pengumpulan data, 6) teknik analisis data, 7) pengecekan keabsahan temuan, 8) tahap-tahap penelitian.
- d. Bab IV Hasil Penelitian : 1) paparan data, 2) temuan penelitian.
- e. Bab V Pembahasan : terdiri dari analisis dengan cara konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori yang ada.
- f. Bab VI Penutup : 1) kesimpulan, 2) saran.

3. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.