

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****A. Gambaran Umum Objek Penelitian****1. Sejarah Berdiri dan Perkembangan Perusahaan Marto Putro Rotan**

Jepara memang terkenal memiliki kekayaan akan kerajinan dan keseniannya, salah satu kerajinan yang dimiliki Kabupaten Jepara yaitu kerajinan anyaman rotan dan bambu di Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara, atau lebih tepatnya sekitar 29 KM ke arah selatan dari pusat kota Jepara. Pengembangan kerajinan rotan tak hanya menggunakan bahan rotan sintetis. Lebih menarik lagi, kerajinan rotan dan bambu ini bisa dipadukan dengan bahan baku lain misalnya seperti furniture, hiasan interior, perkakas, dan souvenir. Kerajinan rotan dan bambu dari jepara memiliki kualitas yang tinggi sehingga mampu bersaing di pasar internasional. Selain itu juga, untuk desain bisa disesuaikan dengan keinginan pemesan.¹

Produk handy craft Marto Putro Rotan merupakan salah satu barang dari sekian banyaknya produk kerajinan yang dihasilkan oleh para pengrajin yang memiliki kreatifitas, inovasi dan tangan terampil untuk menghasilkan barang yang bermanfaat dan berkualitas.

Pendiri perusahaan Marto Putro Rotan adalah H. Sumarto yang diambil dari namanya Marto. Sebelum tahun 2000 namanya hanya Marto Rotan dengan alasan karena H. Sumarto yang memimpinnya. Pada tahun 1989 H. Sumarto mengikuti pameran di PRJ (Pekan Raya Jakarta) dan pada saat itu mendapat order dari PT. Nancy Indonesia. Oleh karena order dari PT. Nancy Indonesia sangat banyak sehingga dapat menyerap tenaga kerja lebih dari 2440 tenaga kerja baik di dalam Desa Teluk Wetan maupun luar Desa Teluk Wetan.

¹ ticjepara.com/?1767, diakses pada 25 Februari 2017 pukul 09.35 WIB.

Dengan pencapaian yang baik tersebut PT. Nancy Indonesia mengikuti pameran yang ada di PPI yang diikuti 22 Negara, saat itu mendapat order yang sangat banyak dari PT. Heksa Sumber Mitra sampai tahun 1997, semua order diberikan seluruhnya kepada H. Sumarto sampai tahun 2000, tetapi setelah tahun 2000 order yang diberikan semakin berkurang mungkin disebabkan stok yang sangat banyak dan sampai sekarang tidak ada order sama sekali. Untuk mengatasi hal ini, H. Sumarto mendirikan showroom di rumah dan melakukan pameran-pameran di berbagai daerah dan luar negeri.

Hal ini ternyata sangat menguntungkan karena dapat memperkenalkan produk di dalam lingkup Kabupaten Jepara, order yang didapat sekarang banyak berasal dari buyer dari Jepara. Karena sudah tidak mendapat order dari PT. Nancy Indonesia nama Marto Rotan berganti alih kepemimpinannya oleh putra-putrinya dan berganti nama menjadi Marto Putro Rotan.²

2. Profil Perusahaan Marto Putro Rotan

Untuk mengetahui tentang perusahaan Marto Putro Rotan maka dicantumkan biodata pemilik dan biodata perusahaan sebagai berikut:

Biodata Pemilik:

Nama : H. Subhi
Jabatan : Pimpinan
Alamat Rumah : Jl. Sultan Agung Rt. 009 Rw. 001 Desa Teluk
Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara
Nomor Telpon : 085-865-676-484
Pendidikan Terakhir : Madrasah Aliyah (SMA)
Pengalaman Kerja : 28 tahun

² martoputrorotan.blogspot.co.id/2009/07/profil-marto-putro-rotan.html?m=1, diakses pada 25 Februari 2017 pukul 09.35 WIB.

Biodata Perusahaan:

Nama Usaha : Marto Putro Rotan
Produk Usaha : Handy craft Rotan
Alamat Perusahaan : Jl. Sultan Agung Rt. 009 Rw. 001 Desa Teluk
Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara
Nomor Telpn : 085-865-676-484
Tahun Berdiri : 1991
Jumlah Karyawan : 50³

3. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan Marto Putro Rotan

Visi, misi dan tujuan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan yang akan berdiri dan beroperasi. Dengan visi, misi dan tujuan akan diketahui secara jelas ke arah mana perusahaan akan dibawa dan langkah-langkah apa yang harus dilakukan. Pada saat ini perusahaan Marto Putro Rotan belum memiliki pernyataan visi, misi dan tujuan secara tertulis. Meskipun demikian, perusahaan sudah menyadari arti pentingnya hal tersebut sehingga secara tersirat perusahaan sudah mempunyai pernyataan visi, misi dan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang sebagai pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Saat ini pembuatan pernyataan visi, misi dan tujuan perusahaan secara tertulis sedang dalam tahap persiapan.

Visi perusahaan Marto Putro Rotan adalah memperkenalkan produk rotan di Desa Teluk Wetan yaitu kerajinan handycraft baik ke ajang nasional maupun internasional. Sedangkan misi perusahaan adalah memberdayakan penduduk yang ada di sekitar perusahaan agar mereka lebih mencintai dan menguasai cara pengerjaan produk yang dibuat serta bangga terhadap produk tersebut sehingga mereka akan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya. Perusahaan Marto Putro Rotan mempunyai tujuan jangka pendek untuk memperoleh

³ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

keuntungan sebanyak-banyaknya dan memperoleh pembeli yang lebih banyak juga. Sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah menjadikan perusahaan mampu memasarkan produknya secara langsung kepada konsumen luar negeri tanpa melalui perantara seperti saat ini. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu persiapan yang matang baik dalam hal modal, manajemen dan sebagainya.⁴

4. Letak Geografis Perusahaan Marto Putro Rotan

Perusahaan Marto Putro Rotan di Jepara mengambil lokasi di Jalan Sultan Agung Rt. 009 Rw. 001 Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara. Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Bandungrejo
- b. Sebelah Timur : Desa Manyargading
- c. Sebelah Barat : Desa Sidi Gede
- d. Sebelah Selatan : Desa Kalipucang Wetan dan Desa Brantak Sekarjati

Lokasi Marto Putro Rotan ini cukup strategis dan menjadikan posisi ini benar-benar menjadikan suatu potensi bagi pengembangan usaha.⁵

5. Produk-Produk Handy Craft Perusahaan Marto Putro Rotan

Profesionalisme yang tinggi menjadi motivasi Marto Putro Rotan dalam menghasilkan karya-karya yang bermanfaat dan berkualitas. Berbagai macam desain dan motif anyaman yang dibuat secara profesional, dengan menggunakan bahan baku rotan asli, rotan sintesis, bambu, eceng gondok, mendong/ilalang, pelepah pisang. Pembeli bisa pesan sesuai dengan keinginan dengan menunjukkan gambar yang diinginkan.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Adapun produk yang dihasilkan Marto Putro Rotan meliputi:

- a. Produk interior rumah
- b. Parsel
- c. Topi
- d. Kotak tisu
- e. Boks tempat cucian berbentuk penguin
- f. Rak buku
- g. Rak koran
- h. Tudung saji
- i. Kap lampu bermotif sarang burung
- j. Frame foto
- k. Frame kaca
- l. Vas bunga
- m. Tempat pensil
- n. Tempat buah
- o. Piring
- p. Tempat minum
- q. Ayunan bayi menyerupai angsa
- r. Gebyok pelaminan⁶

6. Struktur Organisasi Perusahaan Marto Putro Rotan

Dilihat dari struktur organisasinya, perusahaan Marto Putro Rotan masih menggunakan sistem manajemen yang sederhana dalam pelaksanaan operasional sehari-hari, perusahaan Marto Putro Rotan memiliki struktur organisasi yang berfungsi mengatur pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. Struktur organisasi tersebut bersifat fungsional yang disusun berdasarkan jabatan, sifat-sifat dan fungsinya. Untuk setiap jabatan yang ada, diberikan tugas, wewenang dan tanggung

⁶ Ibid.

jawab yang jelas agar tercipta kerja sama yang baik dan berkesinambungan dari masing-masing unsur dan struktur organisasi.

Perusahaan Marto Putro Rotan menggunakan struktur organisasi fungsional. Bentuk ini dianggap sesuai untuk menjalankan perusahaan yang masih dalam skala kecil menengah dengan jumlah karyawan yang masih sedikit. Struktur organisasi di perusahaan Marto Putro Rotan ini adalah pimpinan terpusat, yaitu dipimpin satu orang yang bertanggung jawab atas semua aktivitas perusahaan dan harus mengetahui kondisi perusahaan setiap saat, mampu mengestimasi kemungkinan yang akan terjadi setiap saat, memimpin bidang operasional produksi agar tetap berjalan lancar dan baik, mengawasi kinerja karyawan agar bekerja dengan baik, memimpin bidang promosi, penjualan dan pemasaran produk agar dapat maju dan berkembang dengan ekspansi secara luas. Di antara pimpinan dan karyawan terjalin suatu hubungan kekeluargaan yang harmonis dan sistem kerjasama yang kompak sehingga perusahaan mampu menciptakan keunggulan bersaing.⁷

7. Sarana dan Prasarana di Perusahaan Marto Putro Rotan

Proses produksi membutuhkan adanya sarana dan prasarana atau fasilitas baik bersifat fisik maupun non fisik. Masing-masing tidak dapat berdiri sendiri, akan tetapi satu sama lainnya harus saling membantu untuk meningkatkan kualitas produk memerlukan berbagai sarana dan prasarana yang mendukung.

Adapun sarana dan prasarana pendukung serta penunjang pelaksanaan kegiatan operasional yang ada di Marto Putro Rotan adalah sebagai berikut:

- a. Showroom, tempat hasil produksi dipamerkan untuk contoh produk yang telah dibuat
- b. Kantor utama perusahaan

⁷ Ibid.

- c. Tempat proses pembuatan awal (inbounding logistics) dari bahan mentah rotan
- d. Tempat pembuatan barang lanjutan (Operasi)
- e. Kantor pembantu/tempat pengawasan produksi
- f. Gudang barang jadi yang siap untuk dijual
- g. Tempat pembuatan akhir (finishing)
- h. Gudang rotan yang siap untuk diproduksi
- i. Gudang rotan mentah yang telah disortir
- j. Tempat parkir perusahaan⁸

8. Bahan Produksi Perusahaan Marto Putro Rotan

- a. Bahan produksi handy craft rotan

Untuk memproduksi handy craft rotan ini tak lepas dari bahan-bahan yang dipakai. Adapun bahan produksinya adalah sebagai berikut:

- 1) Rotan
- 2) Rotan sintetis
- 3) Eceng gondok
- 4) Mendong
- 5) Bambu
- 6) Pelepah pisang
- 7) Pandan
- 8) Papan triplek
- 9) Paku
- 10) Pewarna tekstil
- 11) Benang
- 12) Lidi
- 13) Batu hiasan⁹

⁸ martoputrorotan.blogspot.co.id/2009/07/profil-marto-putro-rotan.html?m=1, diakses pada 25 Februari 2017 pukul 09.35 WIB.

⁹ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

9. Operasi Proses Produksi Handy Craft

Usaha kerajinan anyaman sudah dilaksanakan oleh masyarakat di Desa Teluk Wetan sejak berpuluh-puluh tahun yang lalu. Dari awal dimulai sampai sekarang, pembuatan produk pada usaha kerajinan ini masih sederhana yaitu bersifat handmade, tidak ada perubahan teknik pembuatan yang cukup signifikan. Demikian pula dengan perusahaan Marto Putro Rotan, kegiatan pembuatan produk dilakukan secara tradisional dengan ketrampilan tangan. Proses produksi yang bersifat handmade inilah yang menjadi ciri khas produk kerajinan dan menjadi suatu keunggulan yang sangat dihargai oleh konsumen yang sebagian besar adalah konsumen luar negeri. Tingkat teknologi tinggi tidak terlalu berperan pada proses produksi kerajinan ini. Alat bantu proses produksi yang tergolong cukup canggih yaitu kompressor dan sprayer yang digunakan pada pewarnaan produk (finishing).

Bahan baku utama yang digunakan oleh perusahaan dapat berupa anyaman rotan asli, rotan sintetis, pandan, mendong, ataupun eceng gondok. Untuk menambah nilai keindahan dari produk yang dibuat, perusahaan biasanya mengkombinasikan bahan-bahan di atas dengan bahan baku pelengkap seperti kayu, ulit, lidi, batu, dan sebagainya. Tetapi hal ini jarang dilakukan karena sangat tergantung dari pesanan dan keinginan pihak pembeli. Beberapa bahan baku didapatkan perusahaan dari daerah Mojokerto, Malang dan Tasikmalaya. Bahan baku akan diperoleh perusahaan dengan mudah, walaupun pada saat musim panen serta pesanan dari pembeli tinggi, perusahaan biasanya dihadapkan pada masalah kekurangan bahan baku sehingga pemasokpun menetapkan harga yang cukup tinggi dari biasanya. Selain karena keberadaan bahan baku yang jarang pada saat itu, pemasok pun tidak hanya melayani kebutuhan bahan baku untuk satu perusahaan saja. Bahan baku penolong seperti lem, kertas, kardus, dan sebagainya diperoleh dari depo di Desa Teluk Wetan.

Kegiatan produksi dilaksanakan oleh perusahaan ketika ada pesanan produk dari pembeli. Meskipun demikian, selama ini proses produksi dapat dilakukan secara kontinu walaupun dengan volume produksi yang berfluktuasi. Para pembeli melakukan pemesanan produk dengan desain bentuk, warna, dan bahan baku sesuai keinginan mereka sendiri. Perusahaan juga sering menawarkan kepada mereka desain produk yang dimiliki perusahaan, tetapi biasanya pembeli melakukan modifikasi terhadap desain yang ditawarkan tersebut.¹⁰

Kualitas produk adalah suatu hal yang sangat diperhatikan dan senantiasa dijaga oleh perusahaan Marto Putro Rotan dikenal sebagai perusahaan dengan kualitas produk yang bagus. Perusahaan menetapkan kriteria mutu untuk produk kerajinan yang dihasilkan yaitu dari bahan baku yang berkualitas, rapih dalam bentuk, konstruksi kuat, merata dalam pewarnaan, serta memenuhi syarat yang diminta oleh pembeli luar negeri. Pengendalian mutu dilakukan oleh perusahaan pada setiap tahapan proses produksi dari mulai bahan baku sampai produk dipacking sehingga jika terjadi kesalahan dalam pembuatan produk akan dengan cepat diketahui. Agar pengontrolan kualitas terjaga ketat, perusahaan Marto Putro Rotan mengharuskan kepada setiap karyawan perusahaan untuk mampu melakukan quality control pada setiap produk yang dibuat. Dengan demikian, pengontrolan produk bukan hanya tanggung jawab quality control team saja tetapi semua pihak ikut bertanggung jawab.

Agar kegiatan produksi berjalan dengan baik dan lancar, maka perusahaan Marto Putro Rotan membuat suatu perencanaan/peramalan terlebih dahulu yang dilakukan berdasarkan stok dan pesanan yang diterima dari konsumen. Jika perencanaan produksi tersebut telah disepakati, maka proses produksi siap dikerjakan sesuai dengan perencanaan produksi yang telah dilakukan.¹¹

¹⁰ Ibid.

¹¹ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

Rotan yang sudah tersedia proses pengolahan harus sebaik mungkin karena kalau menjadi salah pengolahan dan sistematikanya dapat menimbulkan kesenjangan kemampuan perusahaan di segala bidang, terutama pada barang jadinya. Adapun tahap-tahap pengolahannya adalah sebagai berikut:

- a. Tahap persiapan
 - 1) Bahan baku yang digunakan di siapkan sesuai produksi
 - 2) Semua peralatan disiapkan
- b. Tahap pembuatan
 - 1) Peralatan yang digunakan:
 - a. Gunting
 - b. Palu
 - c. Obeng
 - d. Sabit
 - e. Ganco
 - 2) Bahan yang dibutuhkan
 - a. Rotan
 - b. Paku
 - c. Kertas Rafia
- c. Proses pembuatan
 - 1) Mengupas kulit rotan

Pada tahap ini rotan yang masih berupa glondongan dilakukan pengupasan kulit luarnya dengan menggunakan sabit dan ganco. Pengerjaan ini memerlukan kejelian, keuletan dan kesabaran karena memerlukan waktu yang cukup lama.
 - 2) Pemandahan dari tempat pengupasan

Setelah kulit rotan dikupas maka langsung ditempatkan pada tempat khusus yaitu tempat yang luas, kering dan bersih supaya keadaan kayu tetap utuh dan kualitasnya tetap terjaga. Di samping itu juga memerlukan galangan sebagai landasannya supaya terhindar dari air dan sampah-sampah rotan yang lain.

3) Penentuan ukuran rotan

Rotan yang sudah tersedia untuk digergaji itu sebelumnya harus diadakan pengukuran panjang, lebar dan bentuk yang dibutuhkan. Pengukuran rotan tergantung pada bentuk-bentuk barang jadinya dan pesanannya.

4) Perakitan

Dari rotan yang sudah dilakukan pengukuran tahap selanjutnya yaitu perakitan menjadi sebuah produk.

5) Finishing

Barang yang sudah jadi lalu dilakukan finishing sebagai tahap akhir yaitu pemlituran sampai barang siap untuk dipasarkan.¹² Hasil produksi dari perusahaan Marto Putro Rotan yang saat ini dipasarkan antara lain: skesel, kap lampu, figura dan peralatan rumah tangga lainnya.¹³

Dalam memproduksi suatu produk kerajinan sesuai dengan pesanan dari pembeli, ada tiga kegiatan utama dalam proses produksinya yang akan dijelaskan gambar 4.1.

Gambar 4.1



¹² Wawancara dengan Sugi, karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

¹³ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

9.1. Pembuatan Produk Setengah Jadi

Setelah buyer sepakat untuk memesan produk, mereka akan mengeluarkan Purchasing Order (PO) sebagai surat pesanan pembelian dan perusahaan pun akan memulai kegiatan produksinya. Pembuatan produk setengah jadi merupakan kegiatan awal proses produksi yang diserahkan kepada pengrajin dengan sistem pekerjaan secara borongan. Perusahaan memberikan bahan baku dan bahan penolong kepada pengrajin yang dibutuhkan untuk pembuatan produk, dan memberikan jumlah produk yang telah disepakati untuk dibuat, jangka waktu penyelesaian serta tingkat upah yang telah disepakati bersama.

Bahan baku dan bahan penolong yang diserahkan jenisnya berbeda untuk setiap kali proses produksi, karena desain produk setiap pesanan biasanya berbeda-beda demikian juga dengan bahan baku yang diminta. Bahan baku yang digunakan bisa berupa anyaman rotan asli, rotan sintetis, pandan, mendong, atau eceng gondok yang biasanya banyak juga yang dilengkapi dengan bahan baku dari kayu, kulit, rotan, lidi, dan batu hiasan. Sementara itu, bahan penolong yang dibutuhkan berupa lem, karton, dan sebagainya. sebagai panduan bagi pengrajin, perusahaan juga memberikan sketsa desain produk yang harus dibuat, kadang-kadang jika desainnya agak rumit perusahaan akan memberikan satu sampel produk yang harus dibuat untuk dijadikan acuan dalam proses pembuatan produk.

Produk dibuat dengan cara yang sangat sederhana dan masih bersifat tradisional yaitu secara manual dengan menggunakan tangan (handmade). Pembuatan produk dengan tangan inilah yang menjadi kelebihan dan menjadi suatu nilai seni tersendiri bagi produk kerajinan. Dalam prosesnya tidak diperlukan adanya peralatan atau mesin yang berteknologi tinggi, alat-alat yang biasanya digunakan

oleh pengrajin untuk membantu pekerjaannya hanya berupa mesin jahit, gunting, dan alat-alat sederhana lainnya.¹⁴

Pada saat produk berada di tempat pengrajin, pihak perusahaan secara rutin melakukan pengontrolan untuk menjamin tidak adanya kesalahan pengrajin dalam menyelesaikan produknya dan untuk mengecek sejauh mana pengrajin telah menyelesaikan pekerjaannya sehingga produk bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Setelah semua produk selesai dikerjakan sesuai dengan jumlah yang dipesan, perusahaan akan mengangkutnya dari tempat pengrajin ke pabrik dan pengrajin pun akan menerima bayaran atas hasil pekerjaannya.¹⁵

9.2. Finishing

Produk yang telah dibuat oleh para pengrajin akan dikontrol dan dibersihkan kembali oleh karyawan yang ada di pabrik. Jenis produk yang diminta oleh pembeli ada dua macam produk yaitu produk yang berwarna dan produk natural (tanpa warna). Produk yang akan diwarnai biasanya dicelup terlebih dahulu untuk memberikan warna dasar sehingga lebih mudah dan bagus dalam pemberian warnanya. Pencelupan biasanya dilakukan pada bahan baku sebelum dibentuk menjadi produk. Proses pewarnaan dilakukan dengan menggunakan sprayer dan kompresor agar warna produk lebih merata dan seragam. Cat yang dipakai sudah mengandung komponen zat anti jamur dan rayap yang kemudian dicampur dengan tinner, cotting, dan hardiner. Tinner berfungsi sebagai pelarut cat agar tidak terlalu kental sedangkan cotting untuk melapisi warna cat agar tidak mudah rusak dan dengan hardiner akan membantu proses pengeringan cat. Untuk produk yang tidak berwarna, perusahaan tetap melakukan penyemprotan (pewarnaan) tetapi dengan menggunakan cat yang warnanya transparan dari bahan dasar air. Dengan demikian produk akan terlihat mengkilap, lebih cerah dan lebih menarik.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

Proses pewarnaan biasanya dilakukan di ruangan terbuka di bawah sinar matahari yang akan membuat pengeringan warna lebih sempurna. Selama proses ini, karyawan yang bekerja tetap memperhatikan produk yang sedang dikerjakannya untuk menjaga tidak ada produk yang cacat. Setelah diwarnai, produk akan dibiarkan dijemur dibawah panas sinar matahari langsung sampai catnya benar-benar kering.¹⁶

9.3. Packing

Packing (pengemasan) merupakan proses yang bertujuan agar produk terlindungi pada saat diangkut dengan kontainer. Produk yang telah difinishing dan tidak ada cacat (kualitas terjamin) akan dibungkus kertas yang sebelumnya diisi dengan silika gel untuk menjaga udara di dalamnya tetap konstan. Pembungkusan dengan kertas hanya dilakukan pada produk yang berwarna untuk mencegah terjadinya goresan. Produk yang ditambah dengan bahan dari kaca, biasanya diberi styroform agar produk lebih aman dan terlindung dari benturan pada saat pengangkutan. Setelah dibungkus dengan kertas, produk dimasukkan kedalam kardus kecil yang selanjutnya disusun dalam kardus yang lebih besar. Setelah itu, kardus akan ditata di dalam kontainer. Proses penataan ini harus hati-hati dan benar-benar diperhitungkan dari segi keefisienan volumenya sehingga tidak ada ruangan yang kosong. Di dalam kontainer biasanya juga disimpan silika gel dengan tujuan untuk menjaga udara di dalam kontainer tetap konstan. Banyaknya silika gel yang disimpan tergantung kepada besarnya kapasitas produk yang diangkut. Setelah siap semuanya, kontainer pun akan diberangkatkan.¹⁷

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

10. Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran maksudnya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.¹⁸ (Manajemen) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.¹⁹

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standarisasi, tingkatan, finance, dan risiko. Pemasaran dapat diartikan sebagai pelaksanaan dunia usaha. yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai.²⁰

Bidang ini secara umum meliputi sisi pasar dipandang dari daerah pemasaran, harga, distribusi dan promosi. Berikut ini adalah cara yang ditempuh oleh perusahaan Marto Putro Rotan dalam memasarkan produknya ke masyarakat.

- a. Mengikuti pameran-pameran.
- b. Buyer langsung datang ke showroom yang dibawa oleh gaet dari luar maupun dalam kota Jepara, biasanya gaet tersebut mendapatkan persen dari perusahaan Marto Putro Rotan dari 5-10%.²¹

Sebagian besar produk perusahaan Marto Putro Rotan ditujukan untuk pasar luar negeri, yaitu lebih dari 95 persen. Namun perusahaan Marto Putro Rotan juga tidak menutup keinginan pemasaran untuk dalam

¹⁸ Philip Kotler, A. B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hlm. 18.

¹⁹ Ibid., hlm. 19.

²⁰ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis dalam Islam, Kencana Prenadamedia Grup, Jakarta, 2013, hlm. 4.

²¹ martoputrorotan.blogspot.co.id/2009/07/profil-marto-putro-rotan.html?m=1, diakses pada 25 Februari 2017 pukul 09.35 WIB.

negeri, tetapi biasanya tingkat penjualan untuk pasar dalam negeri ini sangat sedikit sekali, bahkan kadang-kadang hampir tidak ada. Nilai penjualan produk perusahaan yang sebagian besar dari penjualan ekspor mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penjualan produk perusahaan sangatlah tergantung dari kondisi pesanan dari pembeli.

Ekspor yang dilakukan oleh perusahaan adalah ekspor langsung dan tidak langsung. Ekspor langsung artinya perusahaan melakukan penjualan langsung kepada pembeli (importir) tanpa melalui perantara. Sedangkan ekspor tidak langsung adalah perusahaan menjual produk kepada buying agent sebagai perusahaan perantara yang ditunjuk oleh importir. Perusahaan perantara bisa perusahaan dalam negeri maupun perusahaan luar negeri yang beroperasi di dalam negeri.²²

Ekspor adalah penjualan yang dihasilkan perusahaan ke pasar luar negeri. Biasanya tanpa mengubah bentuk fisik barang atau tanpa mengubah jasa atau tanpa mengubah petunjuk kerja. Barang yang di ekspor dapat berupa bahan mentah, barang setengah jadi. Pada umumnya Negara yang sedang berkembang mengekspor bahan mentah dan barang setengah jadi. Negara-negara maju umumnya meng ekspor barang jadi.²³

Perusahaan Marto Putro Rotan melayani pesanan produk yang berupa berbagai peralatan rumah tangga, peralatan kantor, dan produk cinderamata. Segmen pasar yang selama ini dilayani oleh perusahaan yaitu kalangan menengah keatas. Harga yang ditetapkan berbeda-beda untuk setiap jenis produk tergantung dari tingkat kesulitan dalam pembuatannya, besar kecilnya ukuran produk, dan kualitas serta jenis bahan baku yang diminta oleh pembeli. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang atau

²² Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

²³ M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 124.

jasa.²⁴ Perkembangan harga dari produk sendiri sangat dipengaruhi oleh kenaikan biaya produksi seperti harga bahan baku, bahan finishing, BBM, dan lain-lain.²⁵

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa.²⁶

Selain itu dengan persaingan untuk mempertahankan dan merebut konsumen selain perusahaan menyediakan hasil-hasil produk yang baik dan memenuhi selera konsumen, juga dilakukan usaha-usaha promosi yang dilakukan dengan metode publisitas yaitu melalui media cetak (majalah), internet, pameran-pameran dengan pendekatan humanistik, dengan harapan agar hubungan produsen dan konsumen dapat akrab dan berjalan secara kekeluargaan. Sehingga dengan begitu tujuan perusahaan dan tujuan pribadi antara produsen dan konsumen dapat berjalan selaras, serasi dan seimbang.²⁷ Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan.²⁸

Perusahaan Marto Putro Rotan sering mengikuti pameran yang disponsori oleh perusahaan-perusahaan besar di berbagai negara. Pada pameran seperti ini biasanya berhasil menarik pengunjung internasional yang sangat potensial untuk menjadi pembeli pada perusahaan Marto Putro Rotan. Dari sinilah perusahaan Marto Putro Rotan mulai

²⁴ Rina Rachmawati, "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)", *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol. 2, No. 2, Mei 2011, hlm. 147.

²⁵ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

²⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Andi Offset, Yogyakarta, 2016, hlm. 216.

²⁷ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

²⁸ M. Mursid, *Op. Cit.*, hlm. 95.

memperoleh pelanggan dari luar negeri. Dengan semakin banyaknya pembeli yang memesan ke perusahaan Marto Putro Rotan menunjukkan bahwa perusahaan sudah semakin dikenal dan memiliki nama yang baik di masyarakat internasional. Namun, selama ini perusahaan tidak melakukan promosi secara kontinu dan anggaran yang disediakan untuk promosi pun tidak terlalu besar.

Informasi pasar yang berhubungan dengan selera konsumen, misalnya desain yang sedang diminati biasanya diperoleh dari pembeli yang datang ke showroom perusahaan Marto Putro Rotan. Pesanan produk yang diminta oleh pembeli disesuaikan dengan karakteristik interior rumah konsumen luar negeri. Kebudayaan setiap Negara juga berbeda-beda sehingga perusahaan Marto Putro Rotan agak kesulitan untuk memproduksi jenis produk yang beraneka ragam tersebut. Apalagi selama ini perusahaan tidak melakukan riset pasar, sehingga hanya mengandalkan informasi dan keterangan dari pembeli yang bersangkutan.²⁹

B. Hasil Penelitian

1. Data tentang Implementasi Value Chain pada Perusahaan Marto Putro Rotan Welahan Jepara

Dari hasil wawancara implementasi value chain sudah dilakukan pada awal berdirinya perusahaan Marto Putro Rotan yaitu pada tahun 1991. Perusahaan Marto Putro Rotan menerapkan value chain yang disesuaikan dengan karakter dan kondisi perusahaan berdasarkan dengan pengalaman yang telah dialami oleh pemilik.

Menurut H. Subhi, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam pengelolaan usaha saya ini, saya tidak begitu mengenal tentang adanya teori value chain atau rantai nilai seperti yang ditanyakan, akan tetapi saya belajar dari rekan kerja dan pengalaman saya selama ini. Saya sudah belajar tentang rotan

²⁹ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

sudah sejak SD dan mulai saya rasakan manfaatnya setelah saya mempunyai usaha rotan sendiri. Dalam praktiknya fokus pada pelanggan merupakan prinsip utama saya, mencari apa yang diinginkan oleh pelanggan saya selalu berinovasi dengan model-model yang baru agar pelanggan saya tidak jenuh dengan produk yang saya produksi ini, setelah saya tahu apa keinginan konsumen saya terus mencoba untuk memberikan produk yang terbaik bagi pelanggan saya terutama kualitas produk. Jadi, dalam pembuatan produk handy craft rotan ini mulai dari pemilihan bahan baku sampai pengiriman dan pelayanan selalu saya perhatikan. Tidak hanya itu, saya juga ikut andil langsung dalam proses pembuatan dan berbaur dengan karyawan saya seperti ini sembari bercanda dan mengawasi kinerja mereka. Apabila ada kekeliruan atau tidak mengerti dalam proses pembuatan selalu saya bimbing dan arahkan bagaimana yang benar. Selain itu ketika ada pelatihan dari dinas saya juga mengikutsertakan karyawan, agar ketrampilan dan kemampuannya dapat berkembang dan juga memberikan motivasi terhadap karyawan agar mereka bertanggung jawab terhadap tugasnya.³⁰

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tanpa disadari secara teoritis perusahaan Marto Putro Rotan sudah menerapkan beberapa prinsip utama dalam value chain. Seperti halnya dengan sistem manajemen lainnya, pemilik perusahaan Marto Putro Rotan dalam menerapkan value chain juga mempunyai prinsip-prinsip yang menjadi dasar berdirinya perusahaan Marto Putro Rotan sampai saat ini. Pentingnya kualitas dan kepuasan pelanggan telah ditetapkan perusahaan Marto Putro Rotan sebagai langkah yang nyata dari pemilik untuk selalu menjaga kualitas dan menjalin kerja sama dengan pelanggan. Hal inilah yang merupakan cerminan pelaksanaan value chain secara bertahap dari mulai hal kecil guna meminimalisir kesalahan, menambah nilai produk dan menambah tingkat kepuasan pelanggan.³¹

Kepuasan pelanggan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

rasakan dibandingkan dengan harapannya.³² Untuk perusahaan berwawasan pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan tinggi, memastikan bahwa pasar sasaran mereka tahu juga tentang hal itu.³³

Nilai lebih penting dari pada harga, perusahaan sering merasa bingung mendengarkan saran dari teman atau keluarga, pada saat menetapkan harga untuk produk yang akan dijual. Ada yang berpesan, jangan menetapkan harga terlalu mahal karena bisa tidak laku. Yang lain mengatakan, jangan terlalu murah karena akan membuat citranya rendah.

Sesungguhnya saat ini, pelanggan semakin pintar dan teliti. Mereka tentu tidak mau membeli produk yang murah tetapi mudah rusak. Banyak produk dengan harga murah banyak yang tumbang. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan semakin kritis terhadap kualitas.

Sebaliknya, pelanggan mulai berpikir secara rasional kalau harus membeli produk dengan harga yang mahal tanpa ada manfaat emosional yang diperoleh. Apalagi dalam kondisi perekonomian belum pulih seperti saat ini dimana daya beli masih belum terlalu baik.

Nilai dapat diartikan sebagai kombinasi kualitas, layanan, dan harga. Nilai semakin tinggi dengan meningkatnya kualitas produk dan layanan diimbangi dengan harga yang terjangkau. Secara spesifik, nilai dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara apa yang diperoleh pelanggan dan biaya yang ia keluarkan. Pelanggan akan memperoleh manfaat-manfaat dan sekaligus membayar biaya-biaya. Manfaat meliputi manfaat fungsional dan manfaat emosional.

Manfaat fungsional adalah manfaat yang diperoleh dengan menggunakan produk tersebut. Kalau kita membeli pulpen, maka berharap dapat menggunakan untuk menulis. Ini adalah manfaat fungsional sebuah pulpen.

³² Philip Kotler, A. B. Susanto, Op. Cit., hlm. 52.

³³ Ibid., hlm. 53.

Manfaat emosional adalah manfaat lain yang diperoleh pada saat menggunakan produk tersebut. Jika memiliki pulpen merek parker, maka gengsi kita akan meningkat dibandingkan dengan memiliki pulpen yang murahan. Inilah yang dimaksud manfaat emosional.

Biaya uang adalah harga yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk membeli sebuah produk. Sedangkan biaya waktu dan tenaga adalah pengorbanan yang harus dilakukan oleh pelanggan dalam usaha untuk mendapatkan produk yang dicari. Semakin lama dan sulit mendapatkan produk yang dicari, maka biaya waktu dan biaya energi akan semakin besar. Untuk meminimalkan kedua biaya tersebut, perusahaan harus menjaga persediaan produknya di setiap kios atau outlet dan jika memungkinkan menambah jumlah outlet agar pelanggan lebih dekat dalam mendapatkan produk yang dicari.

Biaya psikologis adalah biaya yang timbul pada saat pelanggan merasa kecewa setelah membeli produk tersebut. Bisa saja pelanggan kecewa karena produknya kurang berkualitas atau layanan yang kurang ramah.³⁴

Seperti yang dikatakan oleh H. Subhi:

“Pelanggan atau konsumen merupakan sasaran utama dalam sebuah perusahaan. Apalagi yang bergerak dibidang penjualan seperti usaha saya ini, pastinya merupakan hal yang wajib untuk bisa fokus dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam segi kualitas dan model-model yang baru dan unik lain dari pada yang lain.”³⁵

Sri juga mengatakan:

“Dalam hal model produk perusahaan selalu mempunyai inovasi baru, sehingga pelanggan selalu tertarik untuk datang dan membeli.”³⁶

³⁴ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, *Competitive Marketing Strategy Strategi Pemasaran Menghadapi Pesaing ASEAN +3 di Era MEA*, Kompas Gramedia, Jakarta, 2016, hlm. 103-105.

³⁵ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

³⁶ Wawancara dengan Sri karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menciptakan kualitas terbaik bagi para pelanggan perusahaan Marto Putro Rotan selalu berinovasi dengan model-model produk handy craft rotan dengan menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Perusahaan Marto Putro Rotan telah mengeluarkan beberapa produk handy craft yang mampu bersaing dengan pengusaha produk handy craft rotan lainnya. Hal ini telah dibuktikan dengan produk-produk yang dihasilkan mampu memenuhi keinginan konsumen baik di dalam atau di luar negeri dan masih tetap eksis di dunia usaha rotan sampai saat ini.³⁷

Setiap perusahaan harus menciptakan inovasi untuk memperluas pasar baru serta mempertahankan pangsa pasar mereka saat ini. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan yaitu melalui inovasi produk. Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.³⁸

Ada dua jenis inovasi pada setiap bisnis. Pertama, inovasi produk atau jasa. Yang kedua adalah inovasi berbagai keahlian dan aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk menghasilkan inovasi jenis pertama tersebut. Dalam hal ini inovasi meliputi produk dan jasa serta keahlian. Lebih lanjut inovasi berkaitan dengan penciptaan nilai (value creation) yang akan memberi konsumen kepuasan lebih besar untuk setiap rupiah yang dibelanjakan. Oleh sebab itu tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai pada suatu produk. Inovasi

³⁷ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

³⁸ Dhewanto, Hendrati Dwi Mulyaningsih dkk, Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan, Andi Offset, Yogyakarta, 2015, hlm. 67-68.

dapat diartikan dari berbagai sudut pandang. Dari sisi pemakai, inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, latihan, atau cara yang dipersepsikan sebagai suatu yang baru, sebagai suatu yang dapat diterima. Dari sisi lain inovasi diartikan sebagai suatu rentang yang secara kontinu memberikan pengaruh baru pada produk dan diterima. Inovasi adalah ide baru yang diaplikasikan untuk menghasilkan atau memperbaiki sebuah produk, proses, atau servis.

Inovasi adalah menerjemahkan ide-ide menjadi produk baru, jasa, barang atau metode baru. Seseorang yang menyatakan dirinya berorientasi ke masa depan atau seseorang yang berani bersaing dimasa depan harus mempunyai keinovatifan yang tinggi karena tanpa itu maka ia akan kalah dan (mungkin) akan mati. Selanjutnya inovasi juga diartikan sebagai suatu usaha mencari peluang melalui perancangan ide-ide sehingga dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan.³⁹

Merilis produk baru yang inovatif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengembangan produk sangat penting untuk keberlangsungan bisnis, terutama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk secara lebih baik dapat terlaksana dengan memahami praktik apa yang terbaik yang harus diadopsi untuk proses pengembangan produk, dan kemudian mengadopsi praktik-praktik ini untuk mengulangi kesuksesan dan proses maturity dari perusahaan-perusahaan yang memiliki performa terbaik. Semua perusahaan harus memperbarui produk dan layanan mereka untuk bertahan hidup. Sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting yaitu menciptakan nilai pelanggan “customer value” atau pemasaran, dan inovasi. Inovasi produk dapat berasal dari keinginan konsumen akan suatu produk yang memenuhi kebutuhannya (market pull) atau bisa juga melalui suatu teknologi yang menciptakan atau mengembangkan produk baru yang kemudian diperkenalkan ke pasar (technology push). Dilihat secara global, pasar internasional memiliki kompetisi yang semakin meningkat. Pesaing-

³⁹ Sudaryono, Op. Cit., hlm. 15-16.

pesaing semakin bermunculan dan tak dapat dihindari. Bahkan perbedaan manfaat yang kecil akan sebuah produk dan jasa akan memberikan dampak yang besar pada customer. Oleh karena itu, customer sekarang lebih cerdas dan menjadi lebih selektif dalam memilih produk dan jasa yang akan dikonsumsinya. Hasilnya adalah pasar yang semakin tersegmentasi karena produk dan jasa yang manfaatnya semakin terspesifikasi, juga produk life cycle yang semakin pendek karena banyaknya pesaing yang memasuki pasar. Oleh karena itu, memperkenalkan produk dan layanan baru secara efisien dan efektif adalah cara yang memungkinkan perusahaan untuk mengambil keuntungan dalam persaingan. Inovasi produk menjadi tanggung jawab seluruh bagian dalam bisnis. Baik departemen pemasaran, operasional, keuangan, akuntansi, pembelian, semua merupakan bagian integral dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk secara efektif dan efisien. Seluruh departemen ini memiliki peran dalam perwujudan suatu produk baru. Ide-ide baru dapat tercipta terutama dari kebutuhan konsumen yang tersampaikan kepada salah satu karyawan dalam perusahaan yang dapat mengembangkannya menjadi suatu nilai tambah akan produk lama atau menjadi produk pengganti yang lebih diharapkan customer.⁴⁰

Untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau mendapatkan konsumen baru, perusahaan Marto Putro Rotan menggunakan berbagai cara dari pengalaman yang telah dimiliki pemilik usaha selama berkecimpung di dunia rotan untuk menarik hati dan perhatian para pelanggannya. Beberapa cara yang dilakukan yaitu dengan mengikuti pameran di dalam ataupun diluar negeri, menjaga komunikasi dengan pelanggan yang sudah ada, mengisi showroom dengan produk-produk handy craft yang menarik perhatian para konsumen.⁴¹

⁴⁰ Dhewanto, Hendrati Dwi Mulyaningsih dkk, Op. Cit., hlm. 67-70.

⁴¹ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

Selain itu perusahaan Marto Putro Rotan juga membangun sistem pelayanan yang berkontribusi pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, Sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.⁴²

Seiring dengan kepuasan konsumen akan kualitas, pelayanan yang ramah dan cepat tanggap, perusahaan Marto Putro Rotan berusaha mengoptimalkan komunikasi yang efektif dengan pelanggan sehingga tercipta hubungan kerjasama yang lebih baik lagi. Semua strategi ini dilakukan tidak lain adalah untuk memperluas pangsa pasar untuk menghadapi persaingan global yang semakin ketat.⁴³

Untuk membangun komunikasi efektif perusahaan harus mendesain model komunikasi yang mampu mempengaruhi konsumen. Bentuk pengaruh itu berupa kesadaran bahwa produk atau jasa yang dihasilkan atau dipasarkan berkualitas, pembangunan citra positif bahwa perusahaan yang menghasilkan produk tersebut sangat kredibel, dan orientasi keunggulan kompetitif produk jika dibandingkan dengan produk perusahaan lain. Pada umumnya komunikasi pemasaran dirancang untuk membuat konsumen peduli, bahkan tertarik dengan produk perusahaan, memunculkan komitmen atau loyalitas konsumen, menciptakan sikap positif konsumen terhadap produk, memberikan makna simbolik produk, atau memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi konsumen.⁴⁴

⁴² Sudaryono, Op. Cit., hlm. 78-79.

⁴³ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁴⁴ Sudaryono, Op. Cit., hlm. 171.

Seperti yang dikatakan oleh H. Subhi:

“Kalau hanya mengandalkan kualitas dan inovasi produk handy craft rotan saja tanpa dibarengi dengan pelayanan yang baik saya rasa tidak bisa menjamin persaingan dengan pengusaha rotan lainnya. Karena komunikasi itu sangat penting, nantinya kita tahu apa keinginan konsumen dan sebisa mungkin kita memberikan apa yang menjadi keinginan konsumen agar tercipta kerjasama yang saling menguntungkan.”⁴⁵

Untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang cepat, penampilan menarik, andal, pasti, dan berempati. Sedangkan peduli terhadap pelanggan, bukan sekedar, melayani secara prima namun kita harus mempermudah proses layanan, mengemukakan yang sesungguhnya, dan tidak menyembunyikan sesuatu kepada pelanggan. Selain itu kita harus dapat membangun kepercayaan dan bertanggung jawab terhadap kewajiban kita. Penjual yang peduli terhadap pelanggan juga harus mewujudkan semua layanan yang dijanjikan.⁴⁶

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menemukan bahwasanya perusahaan Marto Putro Rotan telah melaksanakan pengawasan dan pengendalian kualitas yang dilakukan sejak awal produksi. Dimulai saat pemilihan bahan baku rotan yang berkualitas hingga pengawasan dalam proses packing dan pengiriman produk handy craft kepada konsumen.

H. Subhi mengatakan:

“Pengawasan dan peningkatan kualitas dilakukan dengan melalui beberapa tahap. Dalam tahap pertama, pengawasan terhadap kualitas bahan baku akan di fokuskan pada tahap pemilihan bahan baku rotan yang akan diproduksi. Hal ini dilakukan agar bahan baku yang akan di proses dan digunakan sampai proses akhir tidak ada cacat dan dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Akan tetapi untuk menghindari kesalahan yang tidak dapat diperkirakan ini, maka dilakukan pengawasan agar tidak terjadi kesalahan sehingga produk cacat dapat berkurang. Selanjutnya, setelah tahap

⁴⁵Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁴⁶Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm. 111.

pengawasan kualitas bahan baku rotan selesai, maka pengawasan kualitas dilakukan pada proses selanjutnya yaitu pengolahan bahan baku mentah menjadi produk jadi. Pengawasan ini dilakukan untuk mengetahui apakah produk telah sesuai standart yang ditetapkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan atau tidak. Selain itu, pengawasan juga dilakukan guna memisahkan produk cacat untuk diperbaiki kembali. Kegiatan akhir pada proses produksi adalah pengawasan yang dilakukan setelah proses finishing. Sebelum produk di packing perusahaan Marto Putro Rotan melakukan pengawasan kualitas dan pengecekan ulang, apakah produk tersebut sudah selesai di finishing dalam kondisi baik tanpa cacat dan apakah sudah memenuhi standart kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan. Bila produk telah sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, maka proses packing sudah dapat dikerjakan dan siap untuk dijual.⁴⁷

Hal ini juga dikatakan oleh karyawan perusahaan Marto Putro Rotan pak Sugi:

“Bahan baku rotan yang di pilih perusahaan Marto Putro Rotan adalah kualitas super hal ini dilakukan karena untuk menjaga kualitas produk. Kalau bahan baku rotannya kurang bagus biasanya dijual kepada pengusaha rotan lain di sekitar sini.”⁴⁸

Ibu Siti juga mengatakan bahwa:

“Untuk menjaga kualitas produk, pada proses produksi pemilik selalu melakukan pengawasan terhadap kinerja karyawan. Tidak cukup hanya itu pada saat pengemasan harus melalui proses pengawasan dan seleksi.”⁴⁹

Semua tahap pengawasan dilakukan oleh pemilik perusahaan Marto Putro Rotan sendiri dan dibantu oleh karyawan yang sudah berpengalaman dalam bidang handy craft rotan ini. Setiap karyawan diharapkan dapat terlibat langsung dalam pengawasan kualitas pada produk. Apabila terjadi suatu kesalahan maka akan dilakukan proses

⁴⁷ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁴⁸ Wawancara dengan Sugi, karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁴⁹ Wawancara dengan Siti, karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

perbaikan.⁵⁰ Kualitas harus dapat diandalkan. Hal ini seiring konsumen yang semakin smart dan memperhatikan value dalam setiap pembelian produk/jasa.⁵¹

Selain itu H. Subhi juga mengatakan:

”Saya berharap semua karyawan dapat terlibat secara menyeluruh dalam setiap kebijakan yang ada agar merasa ada tanggung jawab dan rasa memiliki guna kemajuan usaha ini. Saya berusaha mengoptimalkan kemampuan karyawan dengan mengikutsertakan dalam pelatihan agar perusahaan menjadi lebih produktif selain itu karyawan juga bisa memperoleh ketrampilan dan dapat membantu memajukan usaha rotan ini.”⁵²

Ada beberapa kebijakan yang dilakukan pemilik perusahaan Marto Putro Rotan dalam meningkatkan kualitas produk handy craft, yaitu:

- 1) Membangun kepercayaan antar karyawan, dan kepatuhan oleh semua karyawan pada peraturan yang berlaku.
- 2) Membuat rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek yang sesuai dengan kondisi perusahaan.
- 3) Mengembangkan infrastruktur yang diperlukan untuk menjamin kualitas
- 4) Kerja tim
- 5) Menetapkan standar
- 6) Memberikan kesadaran kepada karyawan akan kesatuan tujuan
- 7) Membantu karyawan memperoleh keterampilan dan memecahkan masalah.⁵³

⁵⁰ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁵¹ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm. 109.

⁵² Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁵³ Ibid.

2. Implementasi Value Chain dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Produk Handy Craft di Perusahaan Marto Putro Rotan Welahan Jepara

Mengenai penerapan value chain dalam meningkatkan daya saing pada produk handy craft dalam meningkatkan daya saing pada perusahaan Marto Putro Rotan dari hasil wawancara dengan informan, dalam hal ini adalah pemilik perusahaan dan dari hasil pengamatan peneliti secara langsung di lapangan dapat diuraikan sebagai berikut:

Keberhasilan perusahaan Marto Putro Rotan bisa eksis sampai sekarang ini dipengaruhi dengan adanya pemilihan strategi bisnis yang cocok dengan keadaan saat ini.

Penentuan strategi secara tepat dalam menghadapi persaingan adalah salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan barang yang dihasilkan. Setiap usaha baik usaha kecil maupun besar pasti memiliki strategi khusus yang digunakan untuk menarik minat beli konsumen terhadap setiap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini masing-masing perusahaan tentunya berupaya penuh untuk dapat bersaing dengan jenis di bidang usaha yang sama dan menjadi paling unggul dibandingkan dengan perusahaan lain.⁵⁴

Pemilik perusahaan Marto Putro Rotan mengatakan:

“Persaingan bisnis rotan yang semakin ketat itu perlu adanya daya saing yang sehat dan kecerdasan dalam memilih strategi mengembangkan usaha untuk meningkatkan daya saing. Ada beberapa hal yang saya lakukan agar tetap eksis dalam usaha handy craft ini di antaranya adalah menjaga kualitas produk dari mulai penanganan bahan baku rotan, proses pembuatan produk, pendistribusian produk, pemasaran dan penjualannya saya yang mengawasi sendiri. Selain itu saya juga berusaha membangun persepsi yang baik sesuai dengan brand positioning dengan cara melakukan pemasaran secara intensif, selalu menyajikan produk baru. Hal ini bukan bermaksud menghasilkan produk yang benar-benar baru, namun bisa juga diartikan sebagai menghasilkan produk dari hasil inovasi atau modifikasi produk yang sudah ada, hal ini dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan model yang itu-itu saja. Saya juga menerima pesanan sesuai dengan keinginan

⁵⁴ Ibid.

konsumen dengan menunjukkan gambar yang diinginkan. Melakukan pendekatan dengan konsumen, melakukan distribusi secara terintegrasi. Harga kompetitif, kompetitif bukan berarti murah. Sebab perusahaan dapat memadukan kesiapan bersaing dengan keragaman produk yang dimiliki dengan produk yang lengkap dan kualitas yang baik pula karena pangsa pasar kita pasar luar negeri.”⁵⁵

Manusia adalah makhluk emosional yang mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Jika seorang penjual sangat antusias, peka, dan memberikan perhatian kepada pelanggan, maka lebih mudah menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Penjual dapat membantu perusahaan meningkatkan citra merk produk yang dijual dengan lebih menghargai pelanggan. Dengan cara ini, penjual sebenarnya telah tampil ”beda” dibandingkan pesaing. Jika ini dilakukan secara berkesinambungan, maka sebenarnya penolakan karena faktor harga dapat dikurangi.⁵⁶

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam kaitannya dengan meningkatkan daya saing, perusahaan Marto Putro Rotan melakukan beberapa strategi di antaranya adalah sebagai berikut:

1) Menjaga kualitas produk

Menjaga kualitas produk disini berkaitan dengan kualitas produk handy craft yang dihasilkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan, yaitu selalu melakukan pengawasan terhadap produk dari mulai pemilihan bahan baku sampai produk handy craft dikirim ke pelanggan sampai tujuan. Selain kualitas produk handy craft, kualitas pada pelayananpun terus ditingkatkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan agar pelanggan senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Perusahaan menetapkan kriteria mutu untuk produk kerajinan handy craft yang dihasilkan yaitu dari bahan baku yang berkualitas, rapih dalam bentuk, konstruksi kuat, merata dalam pewarnaan, serta

⁵⁵Ibid.

⁵⁶Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm. 123.

memenuhi syarat yang diminta oleh pembeli luar negeri. Pengendalian mutu dilakukan oleh perusahaan pada setiap tahapan proses produksi dari mulai bahan baku sampai produk dipacking sehingga jika terjadi kesalahan dalam pembuatan produk akan dengan cepat diketahui.⁵⁷

2) Melakukan inovasi

Dalam memproduksi sebuah produk handy craft perusahaan Marto Putro Rotan selalu berusaha untuk membuat inovasi produk. Inovasi disini bukan berarti menghasilkan produk yang benar-benar baru. Namun bisa juga diartikan sebagai menghasilkan produk dari hasil inovasi atau modifikasi produk yang sudah ada, hal ini dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan model yang ada.

3) Melakukan pendekatan dengan konsumen

Dalam hal ini pendekatan dengan konsumen dilakukan agar konsumen tertarik untuk memberi produk handy craft perusahaan Marto Putro Rotan dan juga untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah ada agar tidak berpindah ke pesaing dengan usaha yang serupa.

4) Melakukan distribusi secara terintegrasi

Dalam melakukan strategi ini perusahaan Marto Putro Rotan melakukan pendistribusian yang ditujukan untuk pasar luar negeri, yaitu lebih dari 95 persen. Namun perusahaan Marto Putro Rotan juga tidak menutup kemungkinan pemasaran untuk dalam negeri, tetapi biasanya tingkat penjualan untuk pasar dalam negeri ini sangat sedikit sekali, bahkan kadang-kadang hampir tidak ada.⁵⁸

Dalam wawancara dengan H. Subhi beliau juga menuturkan bahwa:

“Walaupun saya sudah mempunyai strategi untuk memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat ini, tetap ada faktor yang

⁵⁷ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁵⁸ Ibid.

menjadi penghambat dalam memajukan usaha saya. Perusahaan belum bisa bersaing dengan produk buatan dari luar negeri khususnya dari Negara Vietnam, walaupun secara kualitas produk buatan perusahaan Marto Putro Rotan lebih baik, namun dari segi harga produk rotan kalah bersaing dengan buatan luar negeri terutama Vietnam.”⁵⁹

Ista Ainun Jamalia juga mengatakan:

“Strategi untuk mengatasi persaingan bisnis rotan yang dilakukan perusahaan Marto Putro Rotan adalah dengan memaksimalkan potensi yang ada diantaranya adalah dengan ketepatan waktu dalam pengiriman produk sehingga konsumen tidak dikecewakan dengan keterlambatan pengiriman produk, kecuali jika ada kondisi tertentu yang menghambat pengiriman produk misalnya banjir, tanah longsor. Selain itu perusahaan Marto Putro Rotan juga tetap menjaga kualitas produk dari mulai bahan baku rotan, pengolahan, penyimpanan produk jadi, pemasaran dan pelayanan. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa puas dengan hasil produk yang kami jual.”⁶⁰

Adi Sutanto menuturkan:

“Dalam bersaing dengan kompetitor kami selalu memajemen apa yang akan kita lakukan diantaranya adalah kita berdiskusi bersama dan mengungkapkan apa yang dialami, apakah ada keluhan dari pelanggan atau ada permasalahan yang dihadapi perihal pekerjaan. Dari situlah kami tahu apa yang harus dilakukan. Selain itu kami juga tetap menjaga kualitas produk dan selalu melakukan inovasi produk agar konsumen tidak bosan dengan produk yang itu-itu saja. Semua bisa kami kerjakan, pembeli bebas memesan dan bisa membawa gambar/bentuk yang diinginkan”.⁶¹

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Wawancara dengan Ista Ainun Jamalia kepala bagian pemasaran perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁶¹ Wawancara dengan Adi Sutanto karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

C. Analisis Data

1. Analisis tentang Implementasi Value Chain Produk Handy Craft di Perusahaan Marto Putro Rotan Welahan Jepara

Menurut analisa peneliti, dalam implementasi value chain pada perusahaan Marto Putro Rotan Welahan Jepara telah terorganisasi dengan baik, hal ini dapat dilihat dari cara perusahaan dalam menjalankan usahanya, yaitu:

a. Fokus pada pelanggan

Pada dasarnya fokus pelanggan dikembangkan dari konsep pelanggan. Sedangkan konsep pemasaran hampir sama dengan orientasi pasar, walaupun penerapannya atas dasar fungsi pemasaran. Fokus pelanggan mengutamakan pemahaman dan penerapan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang mendorong dilakukannya pengembangan hubungan kolaborasi jangka panjang. Dengan fokus pelanggan ini, memungkinkan perusahaan senang menghadapi keberhasilan mengeksploitasi perubahan di pasar dengan mengembangkan produk yang lebih superior dari yang telah ada, dan dengan upaya untuk lebih fokus dan terintegrasi antar pendekatan fungsi untuk seluruh kegiatan pengoperasian.⁶²

Suatu bisnis perusahaan yang sangat fokus pada pelanggan terletak pada hubungan yang sangat dekat dan erat dengan pelanggannya, melalui peningkatan pemberian dan penyerahan kepuasan pelanggan yang sekaligus dapat membentuk loyalitas pelanggan. Upaya pemasaran dalam bisnis perusahaan yang dipusatkan pada kebutuhan pelanggan, pada akhirnya dapat membentuk kepuasan pelanggannya. Kuat tidaknya fokus pelanggan bisnis perusahaan sangat tergantung pada bagaimana baiknya

⁶² Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 5.

pemahaman perusahaan atas pesaing-pesaing kuncinya serta kekuatan kompetitifnya.⁶³

Dalam hal ini memenuhi keinginan konsumen, perusahaan Marto Putro Rotan telah melakukan langkah-langkah yang tepat sesuai kondisi perusahaan dan pangsa pasar. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai jenis produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan ini untuk berbagai tingkat ekonomi konsumen, baik itu ekonomi menengah keatas maupun ekonomi menengah kebawah. Walaupun fokus utamanya adalah untuk tingkat ekonomi keatas. Selain dari produk yang dihasilkan promosi-promosi dan juga pameran baik di dalam ataupun luar negeri juga sudah dilakukan guna menjadikan ajang pengenalan produk perusahaan Marto Putro Rotan di kalangan masyarakat secara luas.

Perusahaan wajib mulai mengenalkan product brand maupun corporate brand kepada masyarakat. Tidak harus menggunakan media promosi above the line seperti televisi atau videotron yang biayanya sangat mahal. Promosi sekarang ini dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial yang sangat terjangkau tetapi dampaknya cukup besar. Program promosi harus dilakukan secara serius dan konsisten untuk menanamkan brand image produk sehingga pelanggan menyukai brand yang dipromosikan.⁶⁴

Promosi secara garis besar memiliki tiga tujuan, yaitu untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan. Promosi bisa dipakai untuk menginformasikan produk baru, perubahan harga, dan sebaliknya. Promosi juga bisa dipakai untuk membujuk pelanggan untuk membeli sekarang juga atau agar pelanggan melakukan pergantian merek. Promosi sering juga

⁶³ Ibid., hlm. 5-6.

⁶⁴ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm.133.

digunakan untuk mempertahankan kesadaran mereka, mengingatkan pelanggan di mana harus membeli produk dan sebagainya.⁶⁵

Dari aktivitas usaha yang dilakukan perusahaan Marto Putro Rotan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan atau konsumen merupakan kunci keberlangsungan jalannya roda perekonomian perusahaan. Baik itu pelanggan di dalam negeri maupun pelanggan luar negeri. Pencarian kebutuhan dan harapan konsumen sangat bervariasi, dalam kondisi yang paling mudah dapat dilakukan adalah dengan menanyakan secara langsung kepada mereka (konsumen).

Selain itu perusahaan Marto Putro Rotan juga membangun sistem pelayanan yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan terciptanya hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen akan pelayanan yang ramah, cepat dan akurat, perusahaan Marto Putro Rotan berusaha mengoptimalkan saluran komunikasi yang efektif dengan pelanggan sehingga tercipta hubungan yang lebih baik. Semua usaha ini dilakukan untuk memperluas pangsa pasar serta menghadapi persaingan global yang semakin ketat.⁶⁶

Pemasar tidak cukup hanya sekedar memberikan informasi tentang produk melainkan harus membangun hubungan yang saling menguntungkan. Pelanggan memang akan senang bila mendapatkan reward dari perusahaan, namun mereka akan lebih happy jika pemasar mau membangun hubungan jangka panjang yang mendukung mereka.⁶⁷

Manfaat utama dari fokus pelanggan yang kuat dan tingkat kepuasan pelanggan adalah terciptanya tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Dengan loyalitas pelanggan, prioritas yang diutamakan adalah menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para

⁶⁵ Ibid., hlm.134.

⁶⁶ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁶⁷ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm.134.

pelanggan. Suatu bisnis perusahaan dengan fokus pelanggan yang kuat akan menjadikan kedudukan terbaik bagi perusahaan untuk pengembangan dan pengimplementasian strategi dalam menyerahkan dan menyampaikan tingkat kepuasan yang tinggi dan loyalitas pelanggan.⁶⁸

b. Kerja sama dengan pelanggan

Dalam hal ini kerja sama dengan pelanggan sangatlah dibutuhkan, karena dengan adanya kerjasama dengan pelanggan maka akan terjadi adanya hubungan baik. Kita akan tau apa yang dibutuhkan dan diinginkan dan diharapkan pelanggan.

Dalam membuat suatu produk, seharusnya kita paham betul apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan oleh pelanggan. Selama ini produk cenderung statis, bersifat satu arah dan berasal dari produsen saja. Biasanya perusahaan hanya memperhatikan kualitas yang baik karena semua pelanggan pasti ingin memperoleh produk yang berkualitas. Dengan memiliki produk-produk yang berkualitas diharapkan pebisnis dapat lebih mudah dalam mendistribusikan produk tersebut dan melakukan perluasan merek nantinya akan sukses.⁶⁹

Hubungan yang baik dengan pelanggan bertujuan agar pelanggan mau bercerita dan memberi masukan terhadap perusahaan. Biasanya pelanggan seperti ini sudah dianggap sebagai partner bagi perusahaan. Selain itu, mereka sudah sangat loyal sehingga dengan sendirinya akan bercerita kepada orang lain untuk merekomendasikan produk kita.⁷⁰

c. Pengawasan dan peningkatan kualitas

Pengawasan dilakukan agar kualitas produk handy craft perusahaan Marto Putro Rotan selalu terjaga. Peningkatan kualitas disini berkaitan dengan kualitas produk yang dihasilkan oleh

⁶⁸ Sofjan Assauri, Op. Cit., hlm. 7.

⁶⁹ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm. 68-69.

⁷⁰ Jenu Widjaja Tandjung, Chandra Gunawan dan Teguh Prayogo, Op. Cit., hlm. 71.

perusahaan Marto Putro Rotan yaitu selalu melakukan pengawasan dari bahan baku (logistik inbound), proses pengkonversian menjadi produk jadi (operasi), Proses pengiriman produk jadi (logistik outbound) dan pelayanan yang kepada konsumen.

d. Menarik hati dan perhatian konsumen

Menarik hati dan perhatian konsumen ini dilakukan dengan cara memanjakan mata konsumen dengan produk-produk perusahaan Marto Putro Rotan yang di tempatkan di showroom perusahaan. Selain itu juga mengikuti pameran-pameran yang ada, baik di dalam ataupun di luar negeri.

Seperti yang dikatakan H. Subhi:

“Setiap ada pameran saya (perusahaan Marto Putro Rotan) selalu ikut, baik itu di dalam ataupun luar negeri, karena saya ingin memperkenalkan handy craft ini kepada masyarakat luas. Biasanya pameran ini berhasil menarik pengunjung internasional yang sangat potensial untuk menjadi pembeli pada perusahaan Marto Putro Rotan. Dan dari pameranlah saya mendapatkan pelanggan luar negeri.”⁷¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan Marto Putro Rotan selalu memperhatikan apa yang diinginkan konsumen melalui berbagai usaha pendekatan dengan para pelanggan maupun calon pelanggan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hasil produksi dari perusahaan Marto Putro Rotan.

2. Analisis Implementasi Value Chain dalam Meningkatkan Daya Saing pada Produk Handy Craft di Perusahaan Marto Putro Rotan Welahan Jepara

Berdasarkan analisa dari peneliti, dalam implementasi value chain dalam meningkatkan daya saing pada produk handy craft di perusahaan Marto Putro Rotan menunjukkan sisi kemajuan yang baik. Pernah mengalami penurunan yang sangat signifikan membuat pemilik

⁷¹ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 06 November 2016 jam 10.15-selesai.

perusahaan Marto Putro Rotan memutar otak dan berusaha menemukan formula strategi yang cocok untuk diterapkan dalam usahanya.

Untuk mengatasi persaingan yang ada perusahaan Marto Putro Rotan meningkatkan daya saing melalui strategi value chain dengan melakukan beberapa hal yaitu:

a. Menjaga kualitas produk

Menjaga kualitas produk disini berkaitan dengan kualitas produk handy craft yang dihasilkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan, yaitu selalu melakukan pengawasan terhadap produk dari mulai pemilihan bahan baku (logistik inbound), proses pembuatan bahan baku mentah sampai produk jadi (operasi), sampai produk handy craft di kirim ke pelanggan sampai tujuan (logistik outbound). Selain kualitas produk handy craft, kualitas pada pelayananpun terus ditingkatkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan agar pelanggan senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Perusahaan menetapkan kriteria mutu untuk produk kerajinan handy craft yang dihasilkan yaitu dari bahan baku yang berkualitas, rapih dalam bentuk, konstruksi kuat, merata dalam pewarnaan, serta memenuhi syarat yang diminta oleh pembeli luar negeri. Pengendalian mutu dilakukan oleh perusahaan pada setiap tahapan proses produksi dari mulai bahan baku sampai produk dipacking sehingga jika terjadi kesalahan dalam pembuatan produk akan dengan cepat diketahui.⁷²

Perusahaan Marto Puro Rotan telah melaksanakan beberapa tahap pengawasan dan pengendalian kualitas yang dilakukan sejak awal proses produksi, yaitu mulai dari pemilihan bahan baku rotan sampai dengan proses packing dan pengiriman barang kepada konsumen. Pengawasan dan peningkatan kualitas dilakukan beberapa tahap, yaitu:

⁷² Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

1) Logistik Inbound

Perusahaan Marto Putro Rotan menerima/ membeli bahan baku dari daerah Mojokerto, Malang dan Tasikmalaya. Bahan baku yang dipilih adalah kualitas yang terbaik, hal ini dilakukan untuk menghasilkan produk handy craft rotan dengan kualitas yang baik. Penyimpanan bahan baku mentah, bahan baku setengah jadi berada di gudang penyimpanan, untuk penjadwalan kendaraan bahan baku mentah kendaraan dari pemasok bahan baku dan diantar ke gudang penyimpanan bahan baku perusahaan Marto Putro Rotan. Pengembalian barang kepada pemasok selama ini belum pernah dilakukan karena bahan baku yang kualitas rendah (kurang baik) dijual kepada pengrajin lain di desa Teluk Wetan

Dalam tahap ini, pengawasan terhadap kualitas bahan baku akan difokuskan pada tahap awal hingga memasuki proses pengolahan. Hal ini dilakukan agar bahan baku yang akan diproses dan bahan baku yang akan digunakan untuk proses pengemasan tidak ada yang cacat dan dapat dihasilkan produk yang berkualitas. Akan tetapi untuk menghindari kesalahan pemasok yang tidak dapat diperkirakan dari bahan baku yang cacat, rusak dan kesalahan yang sering terjadi dapat dikurangi atau ditekan seminimal mungkin sehingga produk cacat berkurang.⁷³

2) Operasi

Selanjutnya, setelah tahap logistik inbound selesai, maka kegiatan operasi perusahaan Marto Putro Rotan dilakukan pada produk setengah jadi yaitu produk yang sedang melalui proses pengolahan. Pengawasan kualitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah produk telah sesuai standart yang telah ditetapkan perusahaan Marto Putro Rotan atau tidak. Selain itu,

⁷³ Ibid.

pengawasan kualitas juga dilakukan untuk memisahkan produk cacat, oleh karena itu pengawasan kualitas pada tahap ini harus ketat, karena akan berdampak pada kualitas dan kepuasan konsumen pada produk handy craft yang telah dihasilkan perusahaan Marto Putro Rotan.

3) Logistik Outbound

Kegiatan akhir pada aktivitas utama proses produksi adalah pengawasan yang dilakukan setelah proses finishing. Sebelum produk di packing perusahaan Marto Putro Rotan melakukan pengawasan kualitas dan pengecekan ulang, apakah produk tersebut sudah selesai di finishing dalam kondisi baik tanpa cacat dan apakah sudah memenuhi standart kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan Marto Putro Rotan. Bila produk telah sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, maka proses packing sudah dapat dikerjakan dan siap untuk dijual.

Operasional kendaraan pengantar produk tergantung kepada kesepakatan awal saat transaksi konsumen dengan pimpinan perusahaan Marto Putro Rotan, apakah produk handy craft di antar atau diambil ke lokasi perusahaan Marto Putro Rotan.⁷⁴

Seperti yang dikatakan oleh H. Subhi:

“Soal pengantaran barang, itu tergantung kesepakatan awal saat pemesanan produk handy craft.”⁷⁵

b. Melakukan inovasi

Dalam memproduksi sebuah produk handy craft perusahaan Marto Putro Rotan selalu berusaha untuk membuat inovasi produk. Inovasi disini bukan berarti menghasilkan produk yang benar-benar baru. Namun bisa juga diartikan sebagai menghasilkan produk dari hasil inovasi atau modifikasi produk yang sudah ada. Contohnya rak

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid.

laundry laundry yang biasanya hanya berbentuk kotak kini bisa di inovasikan menjadi bentuk baru berbentuk angsa.⁷⁶ Semua bisa dikerjakan perusahaan Marto Putro Rotan, pembeli bebas memesan dan bisa membawa gambar/bentuk yang diinginkan.⁷⁷

H. Subhi mengatakan:

“Kalau model yang saya produksi menyesuaikan dengan selera konsumen luar negeri, karena produk handy craft ini ditujukan untuk pasar luar negeri. Namun tidak menutup kemungkinan pemasaran untuk di dalam negeri”.⁷⁸

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing, melakukan sesuatu yang lebih baik dari perusahaan lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif menjadi suatu kebutuhan penting bagi kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang dan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang.⁷⁹

Dalam mewujudkan keinginan konsumen, perusahaan Marto Putro Rotan telah mengeluarkan berbagai produk handy craft yang disesuaikan dengan permintaan dan selera konsumen. Hal ini telah dibuktikan dari berbagai jenis produk yang telah dihasilkan perusahaan Marto Putro Rotan antara lain:

- 1) Produk interior rumah
- 2) Parsel
- 3) Topi
- 4) Kotak tisu
- 5) Boks tempat cucian berbentuk penguin
- 6) Rak buku
- 7) Rak koran

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Wawancara dengan Adi Sutanto karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁷⁸ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁷⁹ Muhammad H. Mubarak, Strategi Korporat & Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 11.

- 8) Tudung saji
- 9) Kap lampu bermotif sarang burung
- 10) Frame foto
- 11) Frame kaca
- 12) Vas bunga
- 13) Tempat pensil
- 14) Tempat buah
- 15) Piring
- 16) Tempat minum
- 17) Ayunan bayi menyerupai angsa
- 18) Gebyok pelaminan
- 19) dan lain-lain

Produk-produk yang telah diciptakan ini ditargetkan untuk melayani kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan berbagai tingkat sosial ekonomi dari konsumen. Dengan pengalaman dan pengetahuan dalam produk handy craft rotan pemilik perusahaan Marto Putro Rotan juga menerima pesanan sesuai dengan model dan ukuran produk handy craft sesuai dengan keinginan konsumen.⁸⁰

Untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada atau mendapatkan konsumen yang baru, perusahaan Marto Putro Rotan menggunakan cara-cara tertentu untuk menarik hati pelanggannya, diantaranya komunikasi langsung dengan pelanggan tentang kelemahan dari produknya sehingga dapat memperbaiki kelemahan tersebut.

Selain itu perusahaan Marto Putro Rotan juga membangun sistem pelayanan yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan terciptanya hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen akan pelayanan yang

⁸⁰ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

ramah, cepat dan akurat, perusahaan Marto Putro Rotan berusaha mengoptimalakan saluran komunikasi yang efektif dengan pelanggan sehingga tercipta hubungan yang lebih baik. Semua usaha ini dilakukan untuk memperluas pangsa pasar serta menghadapi persaingan global yang semakin ketat.⁸¹

c. Melakukan pendekatan dengan konsumen

Dalam hal ini pendekatan dengan konsumen dilakukan agar konsumen tertarik untuk membeli produk handy craft perusahaan Marto Putro Rotan dan juga untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah ada agar tidak berpindah ke pesaing dengan usaha yang serupa.

d. Melakukan distribusi secara terintegrasi

Dalam melakukan strategi ini perusahaan Marto Putro Rotan melakukan pendistribusian yang ditujukan untuk pasar luar negeri, yaitu lebih dari 95 persen. Namun perusahaan Marto Putro Rotan juga tidak menutup kemungkinan pemasaran untuk dalam negeri, tetapi biasanya tingkat penjualan untuk pasar dalam negeri ini sangat sedikit sekali, bahkan kadang-kadang hampir tidak ada.⁸²

Strategi untuk mengatasi persaingan bisnis rotan yang dilakukan perusahaan Marto Putro Rotan adalah dengan memaksimalkan potensi yang ada diantaranya adalah dengan ketepatan waktu dalam pengiriman produk sehingga konsumen tidak dikecewakan dengan keterlambatan pengiriman produk, kecuali jika ada kondisi tertentu yang menghambat pengiriman produk misalnya banjir, tanah longsor. Selain itu perusahaan Marto Putro Rotan juga tetap menjaga kualitas produk dari mulai bahan baku rotan (logistik inbound), pengolahan (operasi), penyimpanan produk jadi (logistik outbound), pemasaran dan pelayanan. Hal ini dilakukan agar

⁸¹ Ibid.

⁸² Ibid.

konsumen merasa puas dan percaya dengan hasil dan pelayanan perusahaan Marto Putro Rotan.⁸³

e. Perbaiki proses berkesinambungan

Dalam bersaing dengan kompetitor perusahaan Marto Putro Rotan selalu memajemen apa yang akan dilakukan diantaranya adalah berdiskusi bersama dan mengungkapkan apa yang dialami, apakah ada keluhan dari pelanggan atau ada permasalahan yang dihadapi perihal pekerjaan. Dari situlah perusahaan Marto Putro Rotan tahu apa yang harus dilakukan.⁸⁴

Dalam implementasinya perusahaan Marto Putro Rotan melakukan perbaikan yang terus menerus terhadap sumber daya manusia (tenaga kerja) dengan melakukan pelatihan agar ketrampilan dan kemampuan tenaga kerja di perusahaan Marto Putro Rotan dapat berkembang, memberikan motivasi terhadap karyawan agar lebih bertanggung jawab terhadap tugasnya, serta metode produksi yang digunakan perusahaan Marto Putro Rotan untuk menghasilkan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan untuk mencapai keberhasilan.⁸⁵

Rahasia keberhasilan dari organisasi yang paling efektif banyak tergantung kepada penerapan latihan bagi tenaga kerja dalam organisasi tersebut. Pelatihan/pendidikan dewasa ini dianggap bukan lagi merupakan investasi yang tidak produktif. Manajemen yang efektif melihat latihan/pendidikan sebagai investasi jangka panjang pada sumber daya manusia.

Dengan pelatihan/pendidikan diartikan sebagai kegiatan perusahaan yang didesain untuk memperbaiki atau meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap pegawai sesuai dengan

⁸³ Wawancara dengan Ista Ainun Jamalia karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁸⁴ Wawancara dengan Adi Sutanto karyawan perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

⁸⁵ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

kebutuhan perusahaan sehingga pegawai yang bersangkutan lebih maju dalam melaksanakan tugas tertentu.⁸⁶

Seperti yang dikatakan oleh H. Subhi:

“Setiap ada pelatihan yang di adakan oleh dinas saya selalu menunjuk karyawan saya untuk ikut, agar mereka mempunyai ketrampilan, wawasan dan kemampuannya dapat berkembang”.⁸⁷

Dari analisa di atas, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa implementasi value chain dalam meningkatkan daya saing pada produk handy craft di perusahaan Marto Putro Rotan cukup baik.

D. Implikasi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada implikasi yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun implikasi yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

a. Bagi penulis

Dapat memberikan wawasan untuk memahami implementasi value chain dalam meningkatkan daya saing pada produk handy craft.

b. Bagi akademisi

Untuk dapat digunakan sebagai bahan referensi apabila ada mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan tema yang sama dengan penelitian ini dan juga untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diterima di bangku perkuliahan dan kemudian membandingkan dengan yang ada di lapangan.

2. Praktis

Hasil-hasil analisis yang di dapatkan dalam penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja karyawan di perusahaan Marto Putro Rotan dan mempertahankan

⁸⁶ M. Manulang, Dasar-Dasar Manajemen, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2004, hlm. 203.

⁸⁷ Wawancara dengan H. Subhi pemilik perusahaan Marto Putro Rotan tanggal 27 Maret 2017 jam 09.00-selesai.

konsumen yang telah ada, sehingga akan mendorong keunggulan bersaing di masa kini dan masa yang akan datang.

