

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi di tandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan para pelaku usaha akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya usaha-usaha dengan jenis usaha yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Untuk meningkatkan daya saing antar pelaku usaha, maka para pelaku usaha di tuntut untuk bekerja keras dan melaksanakan kegiatan usaha secara efisien demi kelangsungan hidup dan perkembangan usaha maka pelaku usaha harus memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis.<sup>1</sup>

Sektor industri kecil merupakan salah satu bentuk strategi alternatif untuk mendukung pengembangan perekonomian dalam pembangunan jangka panjang di Indonesia. Peran kontribusi terhadap pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat serta terhadap penerimaan devisa telah membuktikan bahwa usaha kecil tidak hanya aktif namun produktif. Pada konteks yang lebih luas keberadaan akan industri kecil dapat memberikan sumbangan yang besar terhadap pertumbuhan pembangunan nasional. Dewasa ini pembinaan dan pengembangan industri kecil merupakan topik penting yang harus terus dikaji, disempurnakan dan ditingkatkan agar penanganannya lebih efektif. Secara khusus hal tersebut ditujukan kepada upaya untuk mengoptimalkan pembinaan dalam rangka pengembangan industri kecil.

Paradigma yang menjadi permasalahan disparitas pada sektor industri adalah secara umum industri yang besar memiliki modal besar dan teknologi canggih yang akan lebih mudah berkembang dibanding dengan industri kecil yang hanya memiliki modal kecil dan teknologi yang terbatas. Oleh

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 58.

karena itu, agar industri kecil dapat berkembang, maka hendaknya dilakukan kerja sama antara industri kecil, menengah dan besar. Usaha kerja sama yang dilakukan baik sesama industri kecil, menengah dan besar harus tetap diintegrasikan secara tepat guna agar semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada pemakaiannya.

Secara sederhana dapat dikemukakan secara ringkas tentang faktor-faktor dan kendala yang harus dihadapi dalam mengelola dan menjalankan suatu industri kecil. Banyak perusahaan kecil didirikan dan ternyata sebagian besar menemui kebuntuan, macet dan gagal. Banyak perusahaan kecil yang mulanya sukses justru macet ketika hendak beranjak besar dan gagal setelah besar. Sebagian lagi dapat dikatakan sukses, namun jarang yang sanggup bertahan pada generasi yang berikutnya, hal tersebut dikarenakan kebanyakan terjadi kegagalan itu karena adanya salah mengurus dan lemahnya manajemen yang diterapkan. Dengan demikian sukses tidaknya suatu usaha pada dasarnya tidak tergantung pada besar kecilnya ukuran usaha, tetapi lebih dipengaruhi oleh bagaimana kemampuan para pemilik untuk mengelolanya. Salah satu indikator yang menilai kesuksesan tersebut yaitu dengan mengetahui tingkat pendapatan yang dihasilkan.

Salah satu cara yang digunakan untuk membuat bisnis menjadi unggul adalah dengan pemilihan dan penerapan strategi yang akurat dan tepat sasaran. Pemilihan strategi yang baik dan tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif adalah salah satu dari kunci kesuksesan sebuah bisnis. Secara tradisional, organisasi sebuah perusahaan baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa umumnya dibagi atas beberapa fungsi, yaitu fungsi pemasaran, produksi, keuangan, dan administrasi umum.<sup>2</sup>

Oleh karena itu menjadi keharusan bagi pengusaha untuk melaksanakan pemasaran dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. disamping itu

---

<sup>2</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi* Edisi 1, Cet 7, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 168.

strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya.

Industri kecil dan menengah, termasuk industri mebel merupakan hal yang penting bagi Indonesia. Mebel merupakan salah satu komoditi yang diproduksi dan diperdagangkan secara global. Industri mebel merupakan sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Menurut Badan Pusat statistik industri adalah unit usaha yang berjalan kesatuan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili di tempat tertentu atau lokasi dan memiliki catatan administrasi tersendiri. Selain berperan untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi dan dapat meningkatkan produktifitas masyarakat yang sinergi, juga dapat berperan untuk menciptakan kesempatan lapangan usaha serta untuk memperluas lapangan kerja guna mendorong pembangunan daerah, selain itu dapat mengentaskan dan mengurangi kemiskinan serta dapat meningkatkan pemerataan pendapatan perkapita bagi masyarakat.

Saat ini persaingan bisnis semakin ketat dan setiap pelaku usaha dituntut untuk lebih berpikir kritis dan kreatif guna usaha yang di jalani dapat terus bertahan. Pelaku usaha/pebisnis tidak hanya menginginkan usahanya terus bertahan didalam persaingan yang ada tetapi menginginkan usaha/bisnisnya unggul sehingga dapat memperluas pangsa pasarnya. Hal inilah yang saat ini dialami oleh para pengusaha industri pengrajin rebana di Desa Bategede Kecamatan Nalumsari Kabupaten Jepara.

Di era modern sekarang, anak muda justru semakin banyak yang menyukai lagu-lagu sholawat yang di iringi dengan alat musik rebana. Hal ini dibuktikan dengan pengajian-pengajian sekarang tidak akan lepas dengan alat musik rebana. Sehingga kejadian ini berdampak pada permintaan alat musik rebana yang terus meningkat. Tidak mengherankan jika sekarang pengrajin rebana juga terus

bertambah begitu juga yang terjadi di Desa Bategede Kecamatan Nalumsari Kabupaten Jepara.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing yang diterapkan para pengrajin Rebana di Desa Bategede Kecamatan Nalumsari Kabupaten Jepara untuk mempertahankan bisnisnya. Dengan demikian peneliti memilih judul skripsi sebagai berikut **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk (Studi Pada Pengrajin Rebana di Desa Bategede Nalumsari Jepara).**

#### **B. Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini akan menganalisis strategi pemasaran yang ditempuh oleh para pengrajin rebana di Desa Bategede Nalumsari Jepara dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian diatas, selanjutnya masalah diatas dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian seperti di bawah ini:

1. Bagaimana strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk?
2. Apa langkah inovatif yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk?
3. Apa kendala yang dihadapi pengrajin rebana di Desa Bategede dan Bagaimana solusinya?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Maka Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk
2. Mengetahui dan menganalisis langkah inovatif yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk

3. Mengetahui kendala yang dihadapi pengrajin rebana di Desa Bategede sekaligus cara mengatasinya

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat seperti:

1. Manfaat teoritis

Dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pengetahuan tentang strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi masyarakat

Dari hasil penelitian yang di lakukan, masyarakat akan mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk, sehingga masyarakat yang berada di wilayah sekitar dapat memperoleh inspirasi tentang strategi pemasaran.

- b. Bagi keilmuan/ pengetahuan

Hasil Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai acuan dan informasi untuk melaksanakan penelitian yang lebih luas lagi tentang strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Dan di harapkan dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan di bidang sosial dan ekonomi.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk melaksanakan penelitian yang lebih luas lagi Karena analisis strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk merupakan salah satu bagian yang dapat digunakan untuk menyusun dokumen kajian strategi pemasaran.

- d. Bagi pemerintah

Sebagai masukan dalam menyusun kebijakan dan lebih memperhatikan lagi Usaha Kecil Menengah

(UKM), sehingga masyarakat Indonesia menjadi lebih kreatif dan produktif.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau garis besar dari masing-masing bagian atau yang paling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan penulis susun:

### 1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman sampul, nota persetujuan pembimbing, pengesahan skripsi, surat pernyataan, moto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab I dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Kelima bab itu adalah sebagai berikut;

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : Kajian Pustaka**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu pemanfaatan sistem informasi terhadap efektivitas pengambilan kebijakan perusahaan.

#### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* dan subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data dan analisis data penelitian.

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

## 3. Bagian Akhir

Dalam bagian isi berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

