

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Objek Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Desa Bategede Nalumsari Jepara

##### a. Geografis

Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Bungu dan Samosari, sedangkan di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Ngetuk dan Bendan Pete dan Muryolobo, pada sebelah barat berbatasan dengan Desa Pule dan Bandung, dan di sebelah timur berbatasan dengan Desa Menawan (Kab. Kudus).

##### b. Administratif

Desa Bategede terdiri dari 15 Dukuh yang mana Desa ini terbagi 5 RW dan terdiri dari 39 RT, yakni:

- 1) Dukuh Kasab
- 2) Dukuh Bulu Kulon
- 3) Dukuh Bulu Wetan
- 4) Dukuh Sentul
- 5) Dukuh Pondoan
- 6) Dukuh Gedinding
- 7) Dukuh Krajan
- 8) Dukuh Dengenan
- 9) Dukuh Kedungdowo
- 10) Dukuh Gudib
- 11) Dukuh Tulaksoro
- 12) Dukuh Kambangan
- 13) Dukuh Godang
- 14) Dukuh Tirto
- 15) Dukuh Cemani

##### c. Pariwisata

Desa Bategede terdapat beberapa tempat wisata, yaitu:

- 1) Sreni Indah
- 2) Air Terjun Kemiren
- 3) Perkemahan Saka Wana Bhakti
- 4) Agro Wisata Durian
- 5) Agro Wisata Jeruk

#### d. Potensi

Bategede merupakan daerah pegunungan yang sangat cocok untuk bertani. Pertanian Durian dan Jeruk adalah yang sangat berpotensi di Bategede. Hutan pinus atau yang lebih dikenal hutan sreni indah juga merupakan wisata yang sangat berpotensi tinggi.

#### e. Kesehatan

Desa Bategede mempunyai 4 tempat Pelayanan Kesehatan, yaitu di:

- Dukuh Bulu Kulon.
- Dukuh Bulu Wetan.
- Dukuh Krajan.
- Dukuh Tulaksoro.<sup>1</sup>

## 2. Jenis-jenis Pengrajin Rebana Di Desa Bategede

Ketika penulis datang ke Desa Bategede terlihat ada banyak sekali pengrajin rebana di sana, terlihat banyak rumah dijadikan tempat untuk produksi kesenian rebana ini. Terdengar suara mesin diesel, gergaji mesin dan suara-suara mesin lainnya yang dioperasikan karyawan di sana untuk kegiatan produksi. Kegiatan seperti ini akan terlihat setiap harinya mulai pagi sekitar pukul 07.00 WIB hingga sore hari pukul 16.00 WIB.

Setelah penulis melakukan pengamatan ternyata tak semua pengrajin rebana ini memproduksi rebana hingga menjadi barang siap pakai, banyak juga yang hanya memproduksi setengah jadi untuk di jual ke luar kota. Sehingga di sini peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada 2 jenis pengrajin di sana:

- Pengrajin Rebana Yang Hanya Memproduksi Dari Bahan Mentah Sampai Setengah Jadi

Berdasarkan pengamatan peneliti, terlihat rebana yang sudah dilubangi atau masih mentah belum siap pakai selalu dikirimkan ke tempat pengrajin lain untuk dipasang belulang, disemprot, diatur nadanya, dan siap pakai. Pengrajin rebana

---

<sup>1</sup> “Bategede, Nalumsari, Jepara “. Wikipedia. Ensiklopedia Gratis. Terakhir diubah pada 31 Mei 2020. Web. Diakses pada 22 Juli 2020. Id.m.wikipedia.org/wiki/Bategede,\_Nalumsari,\_Jepara&hl=id-ID

seperti ini terbilang simpel karena hanya memotong-motong kayu yang masih glondongan menjadi ukuran tertentu dan kemudian di bentuk sedemikian rupa menggunakan mesin bubut. Setelah proses pembubutan inilah rebana siap dijual.

Salah satu pengrajin rebana jenis ini yaitu Bapak Judik, Ketika peneliti datang ke tempat Bapak Judik terlihat ada banyak sekali karyawan yang bekerja di sana, mulai dari mengangkut kayu, memotongnya, dan kemudian di bentuk menggunakan mesin bubut. Hampir semua kegiatan produksi di sana menggunakan mesin.

Setiap harinya terlihat ada puluhan rebana setengah jadi yang siap di kirim ke luar kota untuk di jual.

b. **Pengrajin Rebana Yang Membuat Rebana Dari Bahan Mentah Sampai Barang Jadi Yang Siap Pakai**

Pengrajin rebana demikian ini adalah pengrajin rebana yang melakukan produksi dari bahan mentah (kayu glondongan) hingga menjadi rebana yang siap pakai, atau bisa juga dikatakan sebagai pengrajin yang melanjutkan proses dari pengrajin rebana jenis pertama.

Pengrajin rebana jenis ini yang paling terkenal di Desa Bategede adalah pengrajin rebana “Mawardi”, selain pengrajin rebana Mawardi ada juga pengrajin rebana Nailil Muna yang tak kalah populer.

Peneliti juga sempat mengamati bagaimana proses pembuatan rebana di sana, terlihat kesehariannya para pegawai selalu datang pagi dan saat jam istirahat siang para pegawai kebanyakan pulang ke rumah, dan kembali bekerja lagi sekitar jam 1 siang hingga jam 4 sore.

Kebanyakan para pegawai yang bekerja di sana disediakan mesin pengebur kayu, dan peralatan-peralatan melubangi kayu untuk dijadikan rebana. Hampir setiap peneliti datang ke tempat pengrajin rebana Mawardi selalu ada kayu siap dilubangi yang

datang, dan ada pengemasan rebana yang siap pakai untuk di kirim ke konsumen.<sup>2</sup>

### 3. Proses Pembuatan Rebana Di Desa Bategede

Dalam pembuatan alat rebana di Desa Bategede tidak semuanya di produksi setiap hari, tetapi ada juga yang hanya memproduksi ketika ada pesanan. Berdasarkan pengamatan peneliti, berikut ini dalah proses pembuatan alat rebana di Desa Bategede :

#### a. Pemilihan kayu dan kulit

Tidak semua kayu bisa digunakan untuk pembuatan alat rebana. Jenis kayu yang bisa digunakan sebagai bahan baku alat rebana adalah jenis kayu yang keras dan mudah untuk di bentuk, seperti kayu mahoni, kayu jati dan kayu nangka.

Sedangkan untuk bahan kulitnya juga tidak semua kulit hewan bisa digunakan, kulit yang biasa digunakan adalah kulit kambing. Kulit kambing dipilih karena ketebalannya pas sehingga ketika di pukul nantinya juga akan mengeluarkan suara yang nyaring.

#### b. Pemotongan kayu dari kayu yang besar

Setelah kayu sudah dipilih, selanjutnya adalah memotongnya menjadi bagian sesuai yang di inginkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah proses selanjutnya.

#### c. Penjemuran kayu

Stelah kayu di potong, selanjutnya adalah kayu di jemur di bawah sinar matahari selama 7-8 hari dengan tujuan mengurangi kadar air dalam kayu.

#### d. Pembubutan kayu

Pembubutan adalah proses pembentukan kayu menjadi bentuk yang di inginkan. Untuk pembubutan disini kayu yang sudah di jemur tadi di lubangi bagian tengahnya menggunakan alat khusus yang bermmesin diesel, selain itu juga di rapikan bagian pinggirnya.

#### e. Penjemuran kayu dan kulit

---

<sup>2</sup> Hasil observasi pada Pengrajin Rebana di Desa Bategede, 19 Juli, 2020.

Kayu yang sudah di bubut tadi kemudian di jemur kembali selama 3-5 hari. Tidak hanya kayu, kulit kambing yang sudah dipilih juga harus di jemur untuk mengurangi kadar minyak pada kulit. Cara penjemurannya yaitu kulit kambing di jepit bagian pinggirnya menggunakan alat khusus kemudian di jemur sambil terbentang.

f. Pengamplasan kayu dan penghalusan kulit

Setelah kayu dan kulit kering, langkah selanjutnya adalah penghalusan permukaan kayu dan kulit dengan cara di amplas menggunakan mesin sampai mendapatkam tingkat kehalusan yang di inginkan.

g. Pengecatan kayu

Pada tahap ini, kayu di semprot menggunakan mesin cat khusus supaya terlihat lebih cantik dan jamur tidak dapat tumbuh. Setelah pengecatan selesai, selanjutnya di jemur sampai cat benar-benar kering.

h. Finishing

Tahap terakhir adalah pemasangan kuit ke kayu dengan cara dilem bagian pinggir kulit dengan pinggir kayu, kemudian diberi kulit kecil melingkar supaya kulit menempel rapi pada sisi kayu kemudian di paku melingkar supaya kulit tidak lepas. Paku di sini selain sebagai penguat juga sebagai aksesoris. Setelah itu pemasangan "*krincing*" yang terdapat di setiap lubang. Pemasangan krincing ini berlaku pada saat membuat terbang. Sebelum diakhiri pengrajin selalu mengecek terlebih dahulu dengan cara dipukul apakah suaranya nyaring atau tidak, jika masih kurang nyaring maka kulit dikencangkan lagi dengan cara dipaku.<sup>3</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk

Strategi pemasaran pada umumnya menentukan sebuah cara untuk dapat memenangkan persaingan sehingga

---

<sup>3</sup> Hasil observasi pada Pengrajin Rebana di Desa Bategede, 19 Juli, 2020.

bisnis tetap bisa berjalan. Tanpa strategi yang baik, perusahaan bisa terancam gulung tikar karena akan tergeser oleh produk pesaing. Pengrajin rebana di Desa Bategede sudah menyusun cara supaya produknya tetap terjual meskipun banyak muncul pesaing baru. Melalui strategi yang sudah mereka susun sedemikian rupa, pengrajin rebana di Desa Bategede sudah berhasil menjual produknya sampai ke luar Jawa seperti Kalimantan, Sumatera, bahkan sampai ke Luar Negeri. Berikut ini adalah data yang peneliti himpun dari para pengrajin rebana Desa Bategede yang sudah berhasil menembus pasaran sampai ke luar Negri:

**a. Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna**

Bapak Musta'in adalah pengrajin Rebana yang memiliki strategi yang unik dalam memasarkan produknya. Beliau sudah cukup lama dalam menekuni produksi rebana. Sejak tahun 1996 beliau memulai produksi rebana dengan ciri khasnya sendiri. Yaitu dilengkapi dengan seni ukir di rebana yang beliau produksi. Papar beliau dalam hal ini adalah sebagai berikut:

“Mulai dari tahun 1996 dulu saya memulai bisnis produksi rebana ini mas, Saya yakin rebana yang saya produksi ini akan bisa berkembang. Karena rebana yang saya produksi ini beda dengan yang lain, ada ukir-ukirannya dan juga bisa dikasih nama grub rebana dengan seni ukir”.

Beliau dalam memasarkan produknya memiliki tiga model, yaitu model lisan ke lisan, model toko, dan model online. Beliau dalam hal ini menjelaskan:

“Saya dalam memasarkan rebana ini selalu memberi tahu secara lisan ke lisan kepada siapapun bahwa saya memproduksi rebana mas, ya lumayan lah satu dua ada yang beli, pesan. Terus ada sedikit modal saya bisa menyetok barang dan mendirikan toko khusus untuk jual beli rebana. Sekarang ini kan HP sudah hampir semua orang punya. Ya saya memanfaatkan promosi-promosi lewat facebook, Instagram dan WA. Alhamdulillah bisa jalan sampai sekarang mas”.



Bapak Musta'in juga memiliki strategi khusus dalam meningkatkan daya saing di pasar agar produknya diminati oleh konsumen, yaitu dengan mengikuti perkembangan model rebana yang sering digunakan grub-grub rebana. Beliau dalam hal ini menyampaikan:

“Rebana juga mengalami perubahan-perubahan mas, dulu kan kebanyakan rebana itu menggunakan terbang 6, teplak 4 jidurnya 3, ada ketipungnya dan kadang ada drum model terbang yang 3 itu. Tapi sekarang kebanyakan model terbang 4, teplak 2, jidur tungdung itu, dan kadang ada trambolingnya. Mau tidak mau produksi saya mengikuti itu mas”.

Bapak Musta'in juga memiliki strategi yang dapat dibilang *ekstream* dalam memasarkan produknya, yakni beliau sesekali memproduksi rebana dan mencari relasi-relasi toko rebana di berbagai daerah untuk kemudian beliau menitip barang di toko tersebut agar dijualkan, dan keuntungannya dibagi. Strategi semacam ini dilakukan beliau saat awal-awal mendirikan perusahaan. Beliau dalam hal ini menjelaskan sebagai berikut:

“Dulu waktu awal-awal saya pernah nekat mas, buat rebana sebanyak-banyaknya sesuai modal lah, terus saya muter ke kudus, demak, pati, rembang, bahkan pernah saya ke jawa timur adu nasib mas, cari-cari relasi toko-toko rebana yang bisa tak titipi rebana hasil karyaku ini”.

Berbagai strategi pemasaran Bapak Musta'in mulai dari pemasaran dengan lisan ke lisan, mendirikan toko rebana, promosi lewat media sosial, bahkan strategi *ekstream* menitipkan barang ke toko-toko untuk dijualkan telah membuahkan hasil yang memuaskan. Sedikit demi sedikit perusahaan rebana Bapak Musta'in mulai dikenal masyarakat luas dan mendapatkan orderan-orderan yang lumayan banyak. Sehingga untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen agar merasa puas dan bisa menjadi pelanggan tetap, Bapak Musta'in mulai mengikuti kebutuhan konsumen. Mulai dari desain barang hingga sistem transaksi beliau selalu berhati-hati agar konsumennya tidak merasa kecewa.

Untuk desain barang, Bapak Musta'in memberlakukan dua model, yaitu model alami yang sudah tersedia di toko/perusahaan beliau, dan mengikuti permintaan konsumen dengan sistem pesan desain. Berikut adalah jelas beliau dalam wawancara:

“Rebana kan beda-beda mas, seperti yang sudah saya sampaikan tadi, berkembang lah, tetapi selera orang kan beda-beda, nah di sini saya biasanya kalo ada calon konsumen itu tak tawari dulu desain rebana yang sudah ada, yang readi lah. Biasanya ya ada yang suka terus beli, dan ada yang ingin bentuk desain model yang lain. Lah akhirnya ya konsumennya pesan dulu, modelnya bagaimana, lalu saya buat kan”.

Untuk sistem transaksi, Bapak Musta'in memiliki dua sistem juga, yaitu sistem konvensional dan online. Konvensional yang dimaksudkan adalah dengan transaksi jual beli pada umumnya, yaitu konsumen datang ke toko dan membeli barang yang sudah ada dengan dibayar secara langsung. Sedangkan sistem online, yang dimaksudkan adalah sistem transaksi jual beli tanpa bertemu konsumen. Sistem online ini sangat bervariasi sesuai dengan kondisi dan kebutuhan konsumen masing-masing. Beliau dalam hal ini menjelaskan sebagai berikut:

“Yang sering tak jalani dalam transaksi itu satu biasanya konsumen datang ke toko atau perusahaan saya, beli. Terus kalo online kadang ya COD an, pesan barang, DP pesanan jadi tak kirim, atau barang tak kirim dulu baru bayar, macem-macam mas, ya kayak online an biasanya itu”.

Peneliti menemukan data yang menarik dari Bapak Musta'in dalam memasarkan produk rebananya. Beliau menjelaskan bahwa beliau tidak pernah menentukan target pasar, akan tetapi prinsip beliau adalah bagaimana agar masyarakat luas tahu bahwa dirinya adalah seorang pengrajin rebana. Beliau juga menandakan bahwa dengan selalu mengenalkan diri kepada siapapun dan dimanapun adalah hal utama dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Karena beliau



meyakini siapapun yang mengenal beliau, entah sekarang atau besok entah kapan pada masanya akan bisa menjadi penghantar dalam penjualan rebana karya beliau. Beliau dalam wawancara menuturkan tegas dalam Bahasa jawa:

“Wong dodol yo kabeh mas, sopo wae seng penting ngerti nek aku iki gawe terbang. Aku yakin, nek wong-wong wes do kenal aku lak mengko embuh dulure seng seneng rebananan, utowo tanggane, kenalane kabih lah, menowo ono seng butuh rebana kan iso kondo eh aku iso gawe rebana, kan iso ugo tukune reng aku mas”.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Musta’in berikut adalah perkiraan volume penjualan dari tahun ke tahun oleh pengrajin rebana Nailil Muna, karena beliau tidak mempunyai catatan penjualan:

Tahun	Omset/Bulan	Volume Penjualan
1996	-	3 buah alat rebana
1997	Rp 300.000,-	7 buah alat rebana
1998	Rp 5.000.000,-	
1999	Belasan hingga puluhan juta rupiah	Belasan bauta alat rebana
2005-2012	Lebih dari Rp50.000000	20 buah alat rebana
2013	Omset mulai menurun	Belasan buah alat rebana
2014-sekarang	Kisaran Rp3.000.000 bahkan di bawahnya	8 buah alat rebana

**b. Bapak Noor Sa'id selaku pengrajin rebana Mawardi**

Bapak Noor Sa'id merupakan pengrajin rebana yang bermerek Mawardi. Nama Mawardi sendiri adalah nama ayah kandung beliau yang sudah lama sekali memproduksi rebana mulai tahun 70 an. Merek rebana Mawardi pada tahun 80-90 an sudah sangat terkenal sekali di wilayah Jepara, Kudus, Pati, dan Demak. Padahal sistem pemasaran rebana Mawardi waktu itu sangat sederhana sekali, yakni dengan menyetok barang mendirikan toko khusus rebana di wilayah Gebog Kudus. Merek Mawardi pada waktu itu terkenal melalui lisan ke lisan orang yang pernah membeli rebana di toko tersebut.

Sejak ayah beliau meninggal pada tahun 2005 beliau melanjutkan usaha ayahnya yang sudah berjalan cukup lama. Rebana merek Mawardi masih tetap eksis hingga sekarang ini berkat kerja keras dari Bapak Noor Sa'id selaku penerus ayah beliau. Beliau dalam memasarkan rebananya tetap menjaga eksistensi model pemasaran ayah beliau dan mengembangkannya dengan berbagai model. Beberapa pengembangan pemasaran yang beliau jalankan adalah dengan mencari target pasar baru melalui dunia online, penyebaran brosur-brosur model rebana, dan pemasangan plang dan banner pengrajin rebana di berbagai lokasi yang strategis. Tujuan dari tindakan beliau ini adalah agar sekaligus memaklumkan ke masyarakat bahwa rebana Mawardi masih tetap ada meskipun pendiri aslinya sudah wafat. Beliau dalam wawancara menyampaikan:

“Meskipun saya ini meneruskan usaha bapak, bukan berarti saya hanya membuat dan menyetok di toko, tapi ada beberapa hal yang saya kembangkan di perusahaan ini. Diantaranya itu mempromosikan produk lewat brosur-brosur, banner, plang, memposting di grup-grup facebook, di buka lapak juga ada. Ya biar masyarakat tahu lah, kalau rebana Mawardi ini tetap eksis... hehe”.

Seiring berjalannya waktu, banyak sekali pengrajin-pengrajin rebana yang menampilkan wajah baru. Perkembangan model rebana juga mengalami

perubahan, akan tetapi Bapak Noor Sa'id selalu mengikuti dan mengedepankan kualitas dalam memproduksi rebana. Terutama kualitas dalam segi bahan, suara, dan ketahanan rebana. Hal demikian ini beliau terapkan karena beliau mengalami sendiri bagaimana rasanya menjadi penabuh rebana. Jadi selain beliau mahir dalam membuat rebana, beliau juga memiliki kemahiran dalam menabuh rebana. Untuk itulah beliau mengedepankan kualitas barang agar pelanggan beliau merasa puas. Berikut adalah paparan beliau dalam wawancara:

“Saya sendiri kan pemain rebana mas, jadi saya tahu apa yang dibutuhkan oleh konsumen, terutama bahannya, suara bagaimana, enak apa tidak di dengar, terus rebananya tahan lama atau cepet rusak. Nah mungkin itu yang membuat pelanggan-pelanggan saya itu masih tetep pesan ke saya”.

Selain mengedepankan kualitas, bapak Noor Sa'id juga bersedia menservis rebana. Bahkan beliau berani memberikan garansi kepada konsumen yang membeli rebana satu set kepadanya 5 bulan. Jika kurang dari 5 bulan terjadi kerusakan beliau bersedia menservis secara gratis atau menggantinya. Namun sebelum beliau memberikan garansi, beliau memberikan arahan-arahan kepada konsumennya bagaimana cara merawat dan memperlakukan rebana agar tetep awet, tahan lama, dan suaranya tetap bagus. Sehingga garansi yang beliau tetapkan tidak merugikan satu sama lain. Beliau dalam hal ini menyampaikan:

“Semua pelanggan-pelanggan saya itu saya kasih arahan semua mas, tentang bagaimana cara merawat dan memperlakukan rebana, utamanya yang beli satu set. Makannya dari segi kualitas saya berani memberikan garansi 5 bulan. Jika terjadi kerusakan atas ketelodoran saya dalam membuat, misalnya setelan kulit rebananya kurang kencang, sekrapnya lepas atau yang lain saya berani menggaransi, servis gratis, atau saya ganti yang baru.

Selain memberikan garansi, beliau juga bersedia membuat rebana secara ecer. Bahkan beliau juga bersedia menyelaraskan nada berbagai jenis dan model rebana bagi yang membeli secara ecer dan bersedia datang ke rumah beliau membawa rebana yang diselaraskan nadanya, baik rebana itu bermerek Mawardi atau merek yang lain. Untuk harga ecer, beliau memberikan harga yang berbeda bagi konsumen yang melengkapi rebana yang sebelumnya merek Mawardi dan merek selain Mawardi. Beliau dalam hal ini menjelaskan sebagai berikut:

“Saya juga melayani ecer mas, teplaknya saja bisa, kencer saja bisa, roling bisa. Ya mengikuti permintaan konsumen dan pelanggan-pelanggan mas. Nah kadang kan kalau rebananya beda merek atau mereknya sama tapi sudah lama itu nadanya berbeda dengan yang baru, nah saya juga melayani menyelaraskan nada. Tapi ya kalau beda merek beda harga mas”.

Strategi Bapak Noor Sa'id yang juga berpengaruh pada volume penjualan adalah kesediaan beliau memberikan bimbingan dan pelatihan kepada para konsumennya mengenai berbagai trik dan kunci-kunci nada rebananan. Karena beliau sendiri juga merupakan ahli rebana yang handal sebelum beliau merangkap menjadi pengrajin rebana. Atas sikap keterbukaan beliau ini, hampir setiap hari rumah beliau di datangi oleh pelanggan-pelanggan beliau dari berbagai daerah untuk membeli rebana atau sekedar tukar ide dan pengalaman beliau kepada mereka. Beliau dalam hal ini menyampaikan sebagai berikut:

“Saya itu senang mas berbagi ilmu, pelanggan-pelanggan saya hampir semuanya tak ajari bagaimana menabuh yang baik, mulai dari cara memegang, kunci, semuanya yang saya tahu tak ajari. Yah syukur-syukur syukur mereka handal rebananan, punya banyak anggota, pesan rebananya sama saya, kan ya lumayan. Tapi, itu bukan tujuan utamanya mas, yah senang aja berbagi ilmu. Dan nyatanya semua pelanggan saya

ya masih tetep pesan terus ke saya, bahkan selalu ada pelanggan baru. Dan yang dulu-dulu pesan, masih sering kesini, kadang ya sekedar ngobrol-ngobrol, tukar pengalaman, atau membeli alat-alat rebana yang dibutuhkan”.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Noor Sa'id berikut adalah perkiraan volume penjualan dari tahun ke tahun oleh pengrajin rebana Mawardi Noor Sa'id, karena beliau tidak mempunyai catatan penjualan:

Tahun	Omset/Bulan	Volume Penjualan/Bulan
2006	Puluhan Juta Rupiah	20 set alat rebana
2007-2014	>Rp60.000.000	Puluhan set alat rebana
2015	Omset mulai menurun	Dibawah 10 set alat rebana
2016-sekarang	< Rp5.000.000	3 set alat rebana

**c. Bapak Ahmad Rofiq selaku pengrajin rebana Ahmad Rofiq**

Bapak Ahmad Rofiq adalah adik kandung Bapak Noor Sa'id. Beliau berdua sama-sama pengrajin rebana yang mewarisi bakat ayah mereka yaitu Bapak Mawardi Almarhum yang mendirikan rebana Mawardi. Beliau tergolong muda sebagai pengrajin rebana di Desa Bategede. Beliau memulai memproduksi rebana sendiri pada tahun 2008 yang sebelumnya bekerja kepada kakaknya Bapak Noor Sa'id. Setelah beliau merasa sudah mampu untuk berdiri sendiri, akhirnya beliau mendirikan sendiri rebana karya beliau sendiri dengan merek Ahmad Rofiq.

Beliau terbilang cukup santai dalam memasarkan produknya, karena beliau sudah memiliki ruko penjualan rebana di daerah Gebog Kudus tinggalan ayahnya. Merek beliau sama dengan merek kakaknya Bapak Noor Sa'id yaitu Mawardi. Akan tetapi beliau melabeli merek produksinya dengan nama Mawardi Ahmad Rofiq.

Namun dikalangan masyarakat terkenal dengan Ahmad Rofiq, sehingga nama merek rebana karyanya saat ini adalah Ahmad Rofiq nama beliau sendiri.

Nama rebana Ahmad Rofiq menjadi nama baru yang terkenal di pasar rebana berkat usaha beliau sering memposting di media sosial. Selain itu beliau juga telah membuat plang papan nama pengrajin rebana Ahmad Rofiq di berbagai lokasi yang strategis. Pemasaran beliau lebih sering di media online, oleh sebab itu pelanggan beliau kebanyakan dari luar kota. Awal mula beliau memasarkan produksinya hampir sama dengan Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna Desa Bategede. Yaitu beliau mengunjungi berbagai toko-toko rebana di dalam maupun luar kota menitipkan hasil produksinya. Beliau juga menjalin relasi dengan banyak grub hadroh di berbagai daerah sebagai target pasar. Kejelasan ini sebagaimana ungkap beliau sebagai berikut:

“Saya dulu ikut kakak saya mas, belajar rebana dan membuat rebana. Ditengah kesibukan saya membantu membuat kerajinan kakak saya, saya sering memposting rebana-rebana kakak say aitu. Setelah beberapa tahun Alhamdulillah saya bisa membuat produksi sendiri untuk tak jual sendiri. Saya sering mendapatkan pesanan lewat postingan-postingan di FB waktu itu. Setelah lumayan, saya kembangkan lagi mencari relasi-relasi pemain rebana dan toko-toko rebana ke mana-mana, kudus, demak, pati, rembang, blora, dan lain-lain, semarang juga pernah”.

Bapak Ahmad Rofiq dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk, mengikuti trik-trik pengrajin rebana yang lebih dari dahulu dari beliau, yakni mengikuti perkembangan rebana. Berbagai model beliau produksi dan melayani pesanan-pesanan yang diinginkan oleh para konsumennya. Beliau sering sekali mendapatkan pesanan rebana yang sedang ngetren. Berikut adalah ungkap beliau dalam wawancara:

“Saya itu hanya berusaha semaksimal mungkin mas, selanjutnya Allah yang menentukan. Ya berbagai pesanan saya layani, terutama yang lagi



ngetren-ngetren sekaraqng. Sebagai pengrajin saya kan harus bisa memuaskan pembeli, ya apapun modelnya tetep saya harus bisa agar para pembeli itu tidak ketiwas lah mas istilahnya, tidak rugi”.

Bapak Ahmad Rofiq dalam memproduksi lebih mengutamakan kecepatan dan kualitas, oleh karenanya beliau juga bekerja sama dengan Bapak Noor Sa'id kakaknya dan pengrajin lain dalam menyetok barang. Tujuan beliau adalah agar jumlah penjualan tetap stabil, dan menghindari kekurangan barang apabila ada banyak pesanan. Beliau lebih meminimalisir stok barang, dan memaksimalkan pemasaran. Hal ini beliau terapkan agar semua rebana yang diproduksi laku terjual tanpa menyisakan timbunan stok terlalu lama. Menurut beliau Tindakan demikian ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif, karena pelanggan akan selalu ditawari produk-produk yang baru. Beliau dalam hal ini menyampaikan sebagai berikut:

“Pemasaran saya kan lebih banyak di online mas, nah kebanyakan itu sukanya pesan model, baru saya buat. Saya ada stok barang tapi sedikit, soalnya saya kan sendirian membuatnya. Kalau ada banyak pesanan sampai saya kewalahan, ya saya menghubungi kakak saya, bila dia kebetulan tidak ada, mau tidak mau menghubungi pengrajin-pengrajin lain. Saya minta mentahannya, dan tak desain sesuai pesanan. Soalnya kalau saya produksi terus, takutnya nanti tidak ada yang membeli, nimbun kelamaan. Kalau kelamaan nimbun kan bisa jadi malah tidak laku. Ya kalau pas ada waktu saya tetep produksi, tapi tidak banyak-banyak, buatnya kan malah bisa santai, bagus dan rapi”.

Sesekali Bapak Ahmad Rofiq juga menawarkan produksinya kepada lembaga-lembaga jika ada kesempatan. Hasil penjualan yang diperoleh juga dapat meningkat dari penawaran-penawaran tersebut. Saat menawarkan barang beliau menggunakan sample gambar, karena kebanyakan penjualan beliau adalah dari pesanan. Hal demikian ini beliau lakukan untuk

memperluas jaringan perdagangan. Alhasil beliau berhasil mendapatkan tambahan profit dari kerja kerasnya ini, sebagai mana tutur beliau sebagai berikut:

“saya sering mendatangi lembaga-lembaga sekolah, pesantren dan lainnya untuk mengenalkan barang, ya itu kalau waktunya kira-kira cukup. Banyak sedikit Alhamdulillah mas masih ada yang membeli”.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq berikut adalah perkiraan volume penjualan dari tahun ke tahun oleh pengrajin rebana Mawardi Ahmad Rofiq, karena beliau tidak mempunyai catatan penjualan:

Tahun	Omset/Bulan	Volume Penjualan/Bulan
2008	Puluhan Juta Rupiah	10 set alat rebana
2009 - 2014	>Rp20.000.000	Belasan hingga puluhan alat rebana
2015	Omset mulai menurun	Dibawah 10 set alat rebana
2016 - sekarang	< Rp5.000.000	1 – 3 set alat rebana

## 2. Langkah Inovatif Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk

Inovasi dalam dunia perdagangan sangat penting sekali dalam menunjang pemasaran. Pengrajin rebana di Desa Bategede telah melakukan berbagai inovasi pada perusahaan mereka demi tetap bertahan di tengah persaingan. Pengrajin rebana di Desa Bategede sudah melakukan berbagai inovasi pada perusahaan mereka demi tetap bertahan di tengah persaingan. Dalam produksi dulunya mereka menggunakan tenaga manual seperti yang dikatakan oleh Bapak Mustain sebagai berikut:

“Saya sudah membuat rebana sejak tahun 1990-an, dulu itu masih manual, cuma pakai gergaji yang

dipakai dua orang itu lho mas. Tapi sekarang sudah pakai mesin diesel, jadi lebih mudah”.<sup>4</sup>

Hal yang sama juga dilakukan oleh Bapak Ahmad Rofiq yang sudah menggunakan mesin diesel dalam proses pemotongan kayu. Karena menggunakan tenaga manual akan lebih banyak memakan waktu dan tenaga, beliau berkata sebagai berikut:

“Dulu itu belum kenal mesin mas, mau beli juga mahal banget pada zaman itu. Jadi kalau mau motong kayu harus pakai tenaga ekstra, tapi sekarang sudah bisa beli untuk mempercepat proses produksi”.<sup>5</sup>

Dengan menggunakan mesin diesel dalam proses produksi, perusahaan bisa lebih produktif dan bisa lebih banyak memanfaatkan waktu dengan baik, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Noor Said sebagai berikut:

“Tenaga diesel dalam proses produksi bisa menjadi lebih cepat. Kalau dulu cuma motong kayu bisa sampai seharian, tetapi sekarang tidak sampai setengah hari juga sudah selesai, jadinya bisa memanfaatkan waktu yang tersisa untuk kegiatan lain”.<sup>6</sup>

Harga produk selalu menjadi permasalahan bagi pengrajin rebana di Desa Bategede, karena pesaing baru akan selalu menawarkan harga yang relatif lebih murah. Oleh karena itu pengrajin rebana di Desa Bategede selalu berfikir keras supaya perusahaan tetap mendapat keuntungan sementara harga bisa bersaing. Dengan adanya permasalahan ini perusahaan dituntut untuk membuat inovasi harga, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ahmad Rofiq sebagai berikut:

“Pendatang baru (pesaing) itu nakal-nakal mas, mereka bisa menawarkan harga yang sangat murah. Malahan kadang mereka nyolong star dengan meminjami barang dulu dan bisa di bayar belakangan. Kalau melakukan seperti itu kan butuh modal besar, saya nggak sanggup. Yang bisa saya

<sup>4</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>5</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

<sup>6</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

lakukan cuma mengurangi biaya produksi seperti menggunakan cat yang murah, menggunakan kulit kambing yang muda dan lainnya biar nanti bisa nurunin harga jualnya”.<sup>7</sup>

Persaingan yang sudah dianggap tidak sehat ini juga diungkapkan oleh Bapak Mustain saat peneliti ditemui di rumahnya, beliau mengungkapkannya sebagai berikut:

“Sekarang itu susah mas kalau ngomongin harga, sesama pengrajin sudah tidak saling terbuka. Dulu itu ada paguyubannya, tapi sudah tidak berjalan karena keegoisan mereka. Maunya sukses sendiri mungkin ya mas”.<sup>8</sup>

Pernyataan Bapak Mustain tersebut juga dikuatkan oleh Bapak Noor Said sebagai berikut:

“Dulu memang ada paguyuban mas, dulu kita diskusi masalah harga dan lain sebagainya, tapi sekarang sudah tidak ada. Mungkin karena sudah tidak ada yang ngajakin lagi mas, sudah sibuk dengan urusan sendiri”.<sup>9</sup>

Perkembangan musik rebana memang tergolong berjalan cepat semenjak banyak bermunculan grub rebana yang menjadi idola kaum muda seperti Az-Zahir dari pekalongan yang selalu mengiringi Habib Muhammad Luthfi bin Yahya (Habib Luthfi) dalam pengajiannya, Ahbaabul Muthofa yang menjadi pengiring sholawat Habib Syech Abdul Qadir Assegaf (Habib Syech) dan lain sebagainya. Perkembangan rebana semakin kuat lagi setelah para fans membentuk komunitas pecinta sholawat nabi Muhammad SAW, seperti Syekh Mania, Zahir Mania, Mafia Sholawat, dan lain sebagainya.

Melihat peluang ini Bapak Mustain menyebutkan bahwa beliau sukses memperkenalkan alat musik rebana yang di adopsi dari timur tengah yang kemudian dipopulerkan oleh Habib Syekh, beliau mengungkapkannya sebagai berikut:

<sup>7</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>8</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

<sup>9</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

“Saya itu banyak memproduksi alat rebana mas, jenisnya ada puluhan mungkin sekitar 20 an jenis. Kalau kamu tahu marawis, itu saya yang pertama kali memperkenalkan. Saya ambil langsung dari timur tengah dan kemudian dipopulerkan oleh Habib Syekh”.<sup>10</sup>

Selain marawis, ketipung juga merupakan alat musik yang di padukan dalam rebana dan tergolong baru. Ketipung ini dipopulerkan oleh grub rebana Tikus Piti, hal ini diungkapkan oleh bapak Noor Said sebagai berikut:

“Alat rebana itu ada banyak jenisnya mas, yang termasuk baru ya seperti marawis dan ketipung. Kalau ketipung itu mulai populer saat dimainkan oleh grub rebana Tikus Piti, yang biasa mengiringi Ki Rekso Buwono”.<sup>11</sup>

Melalui inovasi-inovasi yang pengrajin rebana di Desa Bategede lakukan membuat mereka dapat bertahan di tengah persaingan.

Meskipun inovasi yang sudah dilakukan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede sudah bisa dibilang berhasil, tentu iktu semua tidak berjalan semulus itu. Pengrajin rebana di Desa Bategede juga pernah mengalami kegagalan dalam melakukan inovasi, seperti yang pernah dialami oleh Bapak Mustain, beliau mengatakan:

“Saya pernah mencoba membuat marawis sendiri, akan tetapi tidak bisa bagus, suaranya agak ragu mas jadi saya anggap itu produk gagal. Pada akhirnya saya imbor marawis langsung dari timur tengah”.<sup>12</sup>

Dari pernyataan Bapak Mustain tersebut mengisyaratkan bahwa percobaan pertama tidak akan berjalan mulus. Hal yang sama juga dialami oleh Bapak Noor Said ketika hendak memproduksi marawis sendiri beliau mau melihat contoh dahulu dengan cara membeli barang secara online, akan tetapi beliau ternyata tertipu

<sup>10</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

<sup>11</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>12</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

karena barang yang dibeli tidak sampai ke rumah. Beliau menceritakannya sebagai berikut:

“Dulu saya penasaran sama marawis mas, saya coba beli online niatnya mau lihat barangnya dulu siapa tahu nanti bisa produksi sendiri. Saya sudah pesan online, namanya lupa mas tapi yang jelas saya pesan lewat facebook kalau tidak salah. Saya bayar barangnya ternyata barangnya tidak sampai ke rumah, yaudah saya ikhlasin”.<sup>13</sup>

Pengalaman karena tertipu karena transaksi online tidak hanya dialami oleh Bapak Noor Said, ternyata Bapak Ahmad Rofiq juga pernah mengalaminya, Bapak Ahmad Rofiq menjelaskannya sebagai berikut:

“Saat awal-awal coba promosi online pernah kena tipu mas, dianya sudah pesan barang tapi bayarnya belakangan tidak apa-apa, namanya kan juga promosi. Pada saat itu dia pesan terbang sekita 4 biji kalau tidak salah, pas barangnya sudah jadi ternyata orangnya gak bisa di hubungi. Tapi untungnya setelah itu ada yang beli mas, namanya rejeki kan tidak ada yang tahu”.<sup>14</sup>

Tampak jelas inovasi-inovasi tersebut dari sisi yang bermacam-macam, mulai dari strategi pemasaran hingga strategi pengadaan produk. Berikut adalah data secara khusus yang peneliti peroleh terkait inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede secara khusus:

#### **a. Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna**

Bapak Musta'in sudah memiliki banyak sekali pengalaman dalam dunia perdagangan alat-alat rebana. Naik turunnya minat pada rebana produksi beliau mendorong beliau untuk menerapkan inovasi-inovasi baru, agar jumlah penjualan rebana produksi beliau terus meningkat dan tidak hilang di pasaran. Bapak Musta'in dalam wawancara memberikan pengertian kepada peneliti bahwa langkah inovatif beliau dalam

<sup>13</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

<sup>14</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.



meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk, melakukan beberapa hal sebagai berikut:

#### 1) Promosi di media sosial

Langkah ini beliau tempuh agar rebana karya Bapak Musta'in dikenal oleh masyarakat luas. Beliau menegaskan tidak bosan-bosannya memposting gambar-gambar dan keterangan rebana karya beliau untuk memikat para calon pembeli. Demikian ini beliau sampaikan sebagai berikut:

“Saya selalu promosi mas, posting-posting di Facebook, WA dan Instagram, kalau ada waktu saya jelaskan secara rinci ukuran rebana, bahan, harga dan banyaklah. Setidaknya kalo ada gambarnya lah biar yang melihat kan tahu, eh saya bisa mebuat yang seperti di gambar”.

Bapak Musta'in menjelaskan, promosi lewat media sosial seperti demikian itu banyak sedikitnya dapat membantu beliau dalam meningkatkan penjualan. Bahkan beberapa kali berkat posting di media sosial beliau mendapatkan banyak sekali pesanan sehingga beliau kewalahan dalam proses produksi rebana. Berikut adalah paparan beliau dalam wawancara:

“kalau masalah laku atau tidaknya itu bukan urusan kita mas, yang penting kita itu sering-sering promosi, upadate-upadate barang. Ya adanya facebook dan online-online itu terkadang malah dapat pesanan yang banyak, bisa sampai kuwalahan”.

Bapak Musta'in menegaskan kepada peneliti bahwa langkah ini tergolong langkah baru dalam dunia usahanya. Karena pada awal-awal beliau mendirikan usaha produksi rebananya ini belum ada model demikian. Perkembangan pasar dan kebutuhan peningkatan penjualan inilah yang menuntut beliau harus ikut terjun di pasar online, agar produk beliau masih tetap laku dan dikenal masyarakat secara luas. Pernah beliau merasakan imbas dari keteledoran beliau saat belum masuk ke dunia online, sedangkan sitem online sudah mulai rame dan bergerak. Beliau

merasakan penjualannya mulai berkurang, dan konsumen lebih suka mencari barang melalui media sosial terlebih dahulu karena bisa langsung melihat gambar. Sehingga sedikit demi sedikit beliau mulai mempelajari media sosial dan mulai memperkenalkan produksinya lewat media sosial. Demikian ini beliau sampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Zaman saya dulu belum ada HP-HP an mas, ada HP tapi HP-HP jadul itu. Lama-lama saya melihat, lah kok sekarang ini memang enak ya kalo lewa facebook, bisa melihat-lihat gambar dulu, tanya-tanya baru beli. Nah sekarang kan hampir setiap orang punya HP mas, kalo mau beli-beli itu lihat HP dulu, ya saya mengikuti mas. Karena kalau tak rasa-rasakan dulu itu kok agak menurun ya, ternyata orang kalo mau beli lihat-lihat gambar dulu”.

## 2) Update barang produksi sesuai minat pasar

Menurut Bapak Musta'in, secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa langkah inovatif yang paling inovatif adalah selalu mengikuti kebutuhan pasar. Terutama update rebana-rebana kekinian yang sedang laku keras di pasaran. Menurut beliau, pengrajin rebana harus selalu melakukan langkah ini agar produksi rebananya tidak tergerus zaman. Oleh karenanya Bapak Musta'in dalam menyetok barang selalu melihat perkembangan rebana. Beliau dalam hal ini menyampaikan:

“Wah nyetok rebana kalau tidak tahu yang sedang update bagaimana bisa oleng mas, bisa-bisa nganggur tidak laku. Ya saya produksi sesuai minat pasar lah, apa yang kira-kira dibutuhkan ya itu yang saya kerjakan. Ini yang saya rasa malah paling sulit sebagai pengrajin rebana”.

Beliau dalam wawancara juga memberi imbuhan bahwa untuk tetap eksis dalam pasar rebana harus bisa menguasai semua model rebana. Menurut beliau langkah ini memiliki potensi besar pada

penjualan. Karena beliau memiliki pandangan bahwa konsumen kebanyakan lebih memilih alat-alat rebana yang modelnya terbaru. Beliau dalam hal ini memaparkan sebagai berikut:

“Wah setiap tahun itu ada-ada saja mas model-model rebana baru, kalau saya tidak bisa melihat perkembangan ini wah bisa hilang dipasaran saya. Makannya saya lebih ke update barang juga, agar diminati oleh konsumen. Toh konsumen kebanyakan ya suka yang model baru kok”.

### 3) Mengenalkan produk dengan sistem nitip barang di toko orang lain

Langkah ini tergolong inovatif karena menurut penjelasan dari Bapak Musta’in sendiri, beliau mengambil langkah ini ketika jumlah penjualannya terlihat menurun. Menurut beliau langkah ini adalah langkah baru yang mengandalkan nekat besar. Karena dalam prakteknya, langkah ini memerlukan modal yang lumayan besar, dan membutuhkan kesabaran untuk menunggu produksinya laku terjual. Bapak Musta’in mengambil langkah ini dengan tujuan untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas sekaligus mendongkrak volume penjualannya. Beliau dalam hal ini menjelaskan:

“la mau bagaimana lagi mas, waktu itu saya berfikir bagaimana agar barang saya ini bisa ada dimana-mana. Ya saya beranikan diri nekat memproduksi barang sebaik mungkin, dan tak titikan ke toko-toko, padahal tidak ada pesanan lo waktu itu. Alhamdulillah sedikit-sedikit laku mas, ya kadang laku banyak kadang sedikit, mklum lah naik turun itu”.

### 4) Memasarkan hasil produksi di tempat permanen dan strategis

Langkah ini tergolong langkah terbaru bagi Bapak Musta’in, karena beliau dalam menjual rebana sebelumnya hanya mengandalkan toko-toko orang

lain yang di titipi untuk menjual dan pesanan-pesanan dari konsumen. Namun seiring perkembangan usaha beliau ini, akhirnya mendapatkan profit yang dapat digunakan untuk memikat konsumen dengan mendirikan toko. Menurut beliau, langkah demikian ini akan menjadikan konsumen lebih yakin pada perusahaan bahwa kerajinan rebana yang saya dirikan ini benar-benar berkualitas. Beliau juga memberi imbuhan bahwa dengan adanya toko di tempat strategis, maka rebana Nailil Muna akan mudah dikenali oleh masyarakat luas. Sehingga harapan beliau tokonya akan menjadi rujukan bagi konsumen rebana yang hendak mencari kebutuhan alat rebananya. Beliau dalam hal ini menyampaikan:

“kalau ide mendirikan toko sebenarnya sudah dari dulu ingin saya lakukan mas, tapi terkendala modal. Alhamdulillah sekarang ini saya sudah bisa mendirikan toko sendiri, tempatnya juga strategis. Ya syukur sekali lah. Aku optimis saja, dengan adanya toko ditempat strategis ini masyarakat akan tahu, oh ini menjual alat-alat rebana, kan nanti kalau ada konsumen yang membutuhkan rebana bisa datang langsung ke toko untuk milih-milih barang”.

#### **b. Bapak Noor Sa'id selaku pengrajin rebana Mawardi**

Kerajinan rebana Mawardi milik Bapak Noor Sa'id sebelum dijalankan oleh beliau sudah memiliki pemasaran yang cukup luas. Akan tetapi Bapak Noor Sa'id dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk masih terus melakukan terobosan-terobosan baru. Persaingan yang semakin ketat di pasaran, membuat Bapak Noor Sa'id tidak tinggal diam dalam menunjang peningkatan volume penjualan dan daya saing. Berdasarkan wawancara yang peneliti himpun, dapat peneliti sampaikan beberapa Langkah inovatif Bapak Noor Sa'id dalam mengelola pemasarannya, yaitu sebagai berikut:

a. Menembus pasar digital

Langkah baru dalam memasarkan produk oleh Bapak Noor Sa'id adalah dengan memasarkan produk lewat internet. Ada dua tiga emdia yang sering digunakan oleh beliau dalam memasarkan produksinya, yaitu melewati facebook, WA dan toko online. Beliau mengakui telah berhasil menjual ribuan produk rebana lewat pasar digital ini. Langkah ini beliau jalankan sejak tahun 2014 lalu. Menurutnya, pasar digital memudahkannya dalam menjalankan bisnis kerajinan alat-alat rebana. Berikut keterangan beliau dalam wawancara:

“sekitar 2014 mas saya baru paham dunia online, saya juga ikut memanfaatkan produk-produk rebana ini, lewat facebook, WA dan toko online buka lapak. Alhamdulillah dengan perantara ini saya bisa menjual ratusan eh ribuan mas mas malah”.

Bapak Noor Sa'id sempat menjelaskan kepada peneliti bahwa trik beliau dalam promosi di pasar digital adalah dengan memberikan keterangan-keterangan yang lengkap pada alat-alat rebana yang beliau produksi. Beliau juga memberikan keterangan alat-alat rebananya cocok digunakan untuk model rebananan apa. Hal ini dapat beliau tampilkan karena beliau sendiri memiliki keterampilan dalam bidang rebananan. Beliau dalam wawancara menyampaikan sebagai berikut:

“untuk menambah minat pada konsumen, sesekali saya memberikan keterangan alat mana yang digunakan untuk rebana-rebanayang berbeda-beda. Rebana alat rebana mana yang digunakan untuk rebana Albanjarian, atau Khabib Syekh an. Sehingga mungkin ini yang menjadi nilai lebih para konsumen tertarik untuk membeli”.

b. Update model barang produksi sesuai minat pasar

Bapak Noor Sa'id tidak berbeda dengan Bapak Musta'in dalam meningkatkan daya jual rebana produksinya. Beliau sempat menjelaskan kepada peneliti bahwa minat pasar merupakan katrol yang paling besar dalam meningkatkan daya jual produk. Oleh karenanya beliau selalu menjalankah langkah ini agar daya jual dan daya saing karyanya dipasaran tetap bertahan. Beliau dalam hal ini menyampaikan sebagai berikut:

“Hal utama saya kalau masalah rebana itu bagaimana minat pasar. Kalau pasar sedang ingin A misalnya, ya kita harus ikuti. Karena minat pasar ini katrol yang kuat untuk mendongkrak penjualan mas”.

Beliau juga memberi penjelasan kepada peneliti bahwa langkah beliau dalam membaca minat pasar, tidak hanya berpaku pada satu model rebana, namun beliau juga selalu memantau rebana model apa yang sedang ramai diminati. Keahlian beliau dalam bermain rebana adalah bagian dari penentu keberhasilan dalam membaca minat pasar. Akan tetapi meskipun demikian, beliau tidak pernah meninggalkan untuk selalu menawarkan model-model rebana yang klasik, dengan tujuan pribadi beliau melestarikan budaya lama yang menurut beliau lebih enak didengarkan sebagai seorang ahli dalam bidang rebana. Tandas beliau dalam wawancara:

“Kalo saya simple mas membaca minat pasar bagaimana, melihat dulu grub rebana apa yang sedang ramai di facebook, youtube, terus grub rebana model apa yang sering manggung, nah itu tak amati. Ini kan ada pengaruhnya nanti dengan promosi saya kepada masyarakat. Padahal saya pribadi itu malah lebih senang dengan rebanan model klasik, enak, nyantai, makannya dua-duanya selalu saya pasarkan mas”.



c. Memberikan garansi dalam promosi produk

Untuk menambah minat pada konsumen yang sedang mencari-cari kebutuhan alat rebananya, Bapak Noor Sa'id mengunggulkan kualitas rebana yang beliau produksi. Langkah ini merupakan terobosan baru beliau untuk memberikan pengertian kepada masyarakat bahwa rebana Mawardi memiliki kualitas yang baik. Berkat keberanian beliau ini, para konsumen banyak yang merasa puas dengan rebana yang beliau produksi. Menurutnya rasa kepuasan konsumen tersebut dapat dilihat dari daya beli yang tidak hanya satu kali. Bahkan konsumen beliau kebanyakan menjadi pelanggan yang selalu merujuk kepada beliau untuk melengkapi kebutuhan alat rebana. Inovasi beliau ini telah membuahkan hasil yang sangat baik. Tutar beliau dalam wawancara:

“penting sekali mas garansi itu. Karena kan untuk menjaga kualitas, pembeli juga merasa puas. Kalau pembeli puas kan mereka akan datang lagi bila membutuhkan alat rebana. Alhamdulillah banyak mas pelanggan-pelanggan saya yang sering ke saya untuk mencari alat rebana. Alhamdulillah mereka tidak kapok datang ke saya lagi”.

c. **Bapak Ahmad Rofiq selaku pengrajin rebana Ahmad Rofiq**

Langkah inovatif Bapak Ahmad Rofiq dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing di pasar lebih kepada basis online. Beliau menekuni usaha rebananya terbilang muda di Desa Bategede, namun terbilang cukup lama bila melihat usahanya yang masih tetap bertahan dalam kurun waktu 19 tahun, terhitung sejak awal berdiri. Langkah inovatif yang beliau terapkan bertahap sesuai kebutuhan pemasaran. Berikut ini peneliti paparkan data tentang Langkah inovatif Bapak Ahmad Rofiq dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing sesuai dengan tahapannya berdasarkan hasil wawancara:

1) Promosi produk melalui banner/plang nama dan brosur

Bapak Ahmad Rofiq memiliki cara yang terbilang inovatif bagi perusahaannya, yakni promosi barang melalui banner, plang nama, dan brosur. Langkah ini tergolong inovatif bagi beliau karena sebelumnya beliau telah mulai bergerak dalam bisnisnya melalui media online. Usaha beliau agar dapat mendongkrak volume penjualan dan daya saing di pasar ini telah membuahkan hasil yang memuaskan. Karena dengan adanya perangkat tersebut, warga sekitar dan masyarakat secara umum menjadi tahu bahwa beliau adalah seorang pengrajin rebana. Berangkat dari sinilah kinerja Bapak Ahmad Rofiq dalam menjual produksinya dapat terlihat. Berikut tutur beliau dalam wawancara:

“Pertama dulu itu iseng-iseng posting di facebook mas, ikut menjual produk Mawardi. Lambat laun saya memproduksi sendiri dan madiri menjalankan usaha ini. Saya mulai mengenalkan produksi saya lewat brosur, papan nama, dan banner. Alhamdulillah sejak itu ada perkembangan”.

Bapak Ahmad Rofiq merasakan langkah inovasi beliau ini dari sisi minat konsumen pada produknya. Semenjak beliau memasang perangkat promosi dan aktif menjalankan bisnisnya secara mandiri, mulai dari lingkungan tetangga rumah hingga merambat ke luar desa bermunculan calon-calon konsumen baru. Meskipun dalam hal ini tidak langsung membeli, melainkan tanya-tanya tentang produk beliau terlebih dahulu. Ungkap beliau dalam wawancara mulai sejuak itu bisnisnya mendapatkan orderan-orderan. Beliau menjelaskan dalam wawancara:

“trobosan baru itu ternyata berdampak baik mas, ada dari tetangga tanya-tanya dulu, bahkan ada beberapa dari desa lain yang memesan kepada saya. Sedikit-sedikit lah mas”.

## 2) Memperluas target pasar dan menjalin relasi promosi

Target pasar Bapak Ahmad Rofiq yang semula adalah online, beranjak mendadi model konvensional atas kebutuhan penjualan. Beliau mengelola langkah baru dalam dunia usahanya, yakni dengan menyambung relasi dengan toko-toko rebana yang bersedia dititipi rebana produksinya untuk kemudian nanti hasilnya dibagi. Langkah ini hampir sama dengan yang dilakukan oleh Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna. Bapak Ahmad Rofiq dalam wawancara menyampaikan:

“Perluasan itu perlu dilakukan mas, agar produksi saya ini dapat terus berjalan. Usaha yang saya lakukan diantaranya mengunjungi toko-toko rebana untuk dititipi barang. Dulu pertama saya datang ke depan menara itu mas, kalo sekarang Alhamdulillah ada relasi di Kalimantan”.

Ada inovasi baru yang Bapak Ahmad Rofiq bangun untuk memperluas pasarnya. Yakni beliau memanfaatkan konsumennya untuk ikut serta dalam mempromosikan produknya dan memberikan imbalan kepada siapapun yang membawa pelanggan kepadanya. Usaha ini tidak sia-sia, menurut penjelasan dari beliau antusias konsumennya sangat membantu meningkatkan volume penjualan. Berikut adalah penjelasan Bapak Ahmad Rofiq:

“agar penjualan saya bertambah lancar, saya juga bekerja sama dengan konsumen-konsumen saya untuk membantu mencari pelanggan baru mas. Setiap ada yang berhasil mengantarkan pelanggan baru kepada saya tak kasih imbalan sebagai rasa terimakasih”.

## 3) Menjalinkan relasi pengrajin lain dalam menciptakan produk

Selanjutnya adalah langkah inovasi yang berhubungan dengan pengadaan barang. Bapak Ahmad Rofiq adalah pengrajin rebana yang mengunggulkan kecepatan dan kerapian dalam

memproduksi. Oleh karenanya beliau tidak mau membuat pelanggan menunggu terlalu lama. Langkah beliau untuk mensiasati ini adalah menjalin kerjasama dengan kakaknya dan pengrajin lain apabila dalam pengadaan barang terjadi kewalahan. Bapak Ahmad Rofiq menyampaikan kepada peneliti bahwa untuk membuat pelanggan merasa nyaman beliau sangat memprioritaskan kecepatan dan kerapian. Karena menurut beliau dengan bekerja cepat maka volume penjualan akan naik dengan cepat. Beliau dalam wawancara menyampaikan:

“Saya kan pengrajin individu mas, rumahan, jadi sering saya kuwalahan saat memproduksi barang. Saya tidak mau pelanggan saya kecewa terlalu lama menunggu, nah untuk mensiasati itu saya harus bekerja sama dengan pengrajin lain termasuk kakak saya. Biasanya saya mengambil mentahan dari mereka, terus tak olah sesuai permintaan. Kalo seperti ini kan penjualan saya bisa meningkat”.

Usaha ini menurut beliau juga termasuk bagian dari inovasi baru yang sebelumnya tidak diterapkan. Beliau dalam kesempatan wawancara juga memberikan pengertian kepada peneliti bahwa langkah ini sekaligus menjadi kunci dalam memuaskan pelanggan. Menurut beliau jika pelanggan merasa puas, maka tidak akan bosan membeli lagi alat-alat rebana kepada beliau. Bahkan bisa jadi pelangganya secara tidak langsung akan menjadi sale baginya. Hal ini seperti yang diungkapkan beliau pada saat wawancara:

“Kalau pelanggan merasa puas dan nyaman kan tidak bosan-bosan beli ke tempat saya lagi, syukur-syukur mereka mejadi sales gratis, merekomendasikan kenalan mereka untuk membeli di tempat saya”.

### 3. Kendala Dan Solusi Yang Dilakukan Oleh Pengrajin Rebana Di Desa Bategede

Bisnis tidak selalu berjalan dengan lancar dan selalu ada masalah yang menghampiri. Melalui wawancara dengan salah satu pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu Bapak Ahmad Rofiq menyebutkan salah satu kendala terbesar dalam pengrajin rebana adalah dibutuhkan SDM yang mumpuni di bisangnya, beliau berkata sebagai berikut:

“Kalau kendala produksi palingan ketika pengecekan barang, apakah suaranya nyaring atau tidak. Bagian ini kan tidak semua orang tahu apakah sudah sesuai standar atau tidak, jadinya yang melakukan pengecekan harus saya sendiri”.<sup>15</sup>

Pernyataan ini juga senada dengan kendala yang di hadapi oleh Bapak Mustain, beliau mengungkapkannya sebagai berikut:

“Ingat ya mas, rebana itu sebuah kesenian yang sudah membudaya di masyarakat dan kebetulan di pegang oleh aliran mayoritas. Karena ini adalah kesenian yang sudah membudaya jadinya tenaga kerja juga tidak boleh sembarangan karena yang di jaga adalah seni dan budaya. Nah bisa disimpulkan sendiri kan?”.

Selain permasalahan SDM, cuaca juga mempengaruhi dalam proses produksi. Seperti yang kita ketahui bahwa sinar matahari berperan penting dalam proses pengeringan kayu, cat dan kulit kambing. Cuaca yang terik atau panas akan mempercepat proses produksi, sedangkan musim penghujan akan membutuhkan waktu lebih lama bahkan bisa mengakibatkan alat rebana yang sudah siap jual tumbuh jamur. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Noor Said sebagai berikut:

“Prosesnya kan gini, kalau saya beli kayu yang baru dari gunung itu kan masih basah jadi butuh waktu sekitar satu minggu untuk bisa kering supaya bisa di produksi. Berbeda cerita di musim hujan mas, biasanya tetap beli cuma kita biarkan dulu dan pakai bahan yang masih ada, jika

---

<sup>15</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

memang sudah tidak ada stok ya beli bahan mentahnya. Sekarang kan sudah banyak yang jual setengah jadi”.<sup>16</sup>

Dalam penggunaan bahan baku kayu adalah menyesuaikan permintaan konsumen, apabila konsumen meminta barang dalam jumlah sedikit dan mendadak maka pengrajin akan membeli bahan baku yang sudah setengah jadi. Sedangkan apabila konsumen memesan dalam jumlah banyak (satu set) pengrajin memilih menggunakan bahan baku yang masih mentah karena keuntungan dapat diperoleh secara maksimal. Pembelian bahan baku setengah jadi hanya dilakukan jika permintaan sedikit karena akan lebih efektif. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Noor Said sebagai berikut:

“Lebih simpelnya si beli bahan yang sudah setengah jadi mas, memang agak mahal tetapi bisa lebih menghemat waktu dan tenaga. Kalau pesanan cuma sedikit kemudian kita pakai bahan mentah itu kan kita boros di waktunya, padahal keuntungan juga tidak seberapa”.<sup>17</sup>

Melihat banyaknya pengrajin rebana di Desa Bategede seharusnya pemerintah Desa juga lebih memperhatikan hal tersebut karena akan sangat mempengaruhi perekonomian di Desa Bategede. Sayangnya hal ini tidak terjadi, pemerintah Desa Bategede hampir dikatakan tidak peduli terhadap para penggelut bisnis rebana di Desa tersebut. Permasalahan ini diungkapkan oleh Bapak Mustain sebagai berikut:

“Kepala Desa kalau diajak diskusi masalah UMKM itu tidak nyambung mas. Saya pernah menawarkan ide soal pembentukan koperasi centra rebana tetapi tidak di respon. Padahal ide saya itu bagus, jadi koperasi nanti bertugas memasarkan barang dan membuat standar kualitas. Nah tugas pengrajin nanti tinggal fokus di produksi. Lewat koperasi kan juga bisa lebih memudahkan pengrajin apabila butuh pinjaman. Padaha

<sup>16</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

<sup>17</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.



anggaran dari pemerintah pusat ke UMKM itu kan banyak, tapi saya tidak pernah dapat”.<sup>18</sup>

Tidak adanya perhatian pemerintah Desa kepada pengrajin rebana di Desa Bategde juga diungkapkan oleh Bapak Ahmad Rofiq sebagai berikut:

“Saya tidak pernah dapat bantuan apapun dari pemerintah. Semua kegiatan usaha seperti modal ya dari kantong pribadi. Masalah ekspor impor, promosi dan lain sebagainya saya belajar sendiri mas. Selain meneruskan warisan orang tua ya”.<sup>19</sup>

Hal yang serupa juga dirasakan oleh Bapak Noor Said, meskipun sudah menjalankan bisnis rebana puluhan tahun tetapi tidak pernah mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Beliau menjelaskannya sebagai berikut:

“Saya sudah menjalani bisnis ini (rebana) sejak tahun 1990an, kalau dihitung sudah berapa kali pergantian kepala Desa itu. Tapi tidak ada satupun yang memberi saya modal, semuanya ya pakai uang sendiri. Kalau kekurangan modal pinjamnya ke saudara”.<sup>20</sup>

Tujuan utama dari sebuah bisnis adalah keuntungan, sedangkan keuntungan ditentukan oleh seberapa banyak perusahaan dapat menjual barangnya. Kesuksesan perusahaan dalam promosi akan berbanding lurus dengan volume penjualan. Hal inilah yang menjadi kendala pengrajin rebana di Desa Bategede, mereka masih belum memahami betul teknik iklan yang disediakan berbagai platform seperti *google ads*, *facebook ads*, *marketplace*, *instagram* dan sebagainya. Mereka hanya mengandalkan facebook sebagai media promosi, pernyataan ini disebutkan oleh Bapak Noor Said sebagai berikut:

“Kita cuma pakai facebook mas, pakai facebook pribadi terus gabung di grub jual beli seperti Bakulan Kudus, Jual Beli daerah Semarang, Surabaya dan lain sebagainya”.

<sup>18</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>19</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>20</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

Meskipun cuma lewat facebook, jika bisa dimanfaatkan dengan maksimal juga akan dapat meningkatkan penjualan. Seperti yang kita ketahui, facebook menyediakan iklan berbayar dengan target yang bisa di atur sesuai kebutuhan. Melalui iklan facebook tentu bisa dengan mudah menjangkau orang di seluruh wilayah di Indonesia bahkan Dunia. Sayangnya *facebook ads* tidak banyak diketahui oleh para pengrajin rebana di Desa Bategede, yang mereka ketahui hanyalah sekedar posting dan share di grub facebook. Ketika peneliti menemui Bapak Mustain dan bertanya tentang pengetahuan beliau seputar *facebook ads* beliau menjawab:

“Masak posting di facebook disuruh bayar? Yang biasa posting itu istri saya mas, gratis tidak usah bayar. Itupun tidak setiap hari soalnya setiap harinya sudah sibuk produksi, mikirin bayar karyawan, beli bahan, urusan rumah, anak sekolah dan lain sebagainya. Kalau orang tua seperti saya disuruh main facebook setiap hari sudah tidak ada waktu”.<sup>21</sup>

Minimnya pengetahuan tentang facebook ads juga diungkapkan oleh Bapak Ahmad Rofiq sebagai berikut:

“Saya tidak tahu begituan mas, saya pakainya malah blog di google. Jadi disitu saya berikan penjelasan tentang produk saya secara detail sampai harganya juga, supaya ketika ada yang mencari alat rebana di google nanti bisa menemukan produk saya”.<sup>22</sup>

Tidak dapat dipungkiri bahwa seluruh kegiatan usaha pada industri kecil seperti produksi, keuangan, dan pemasaran masih dipegang oleh satu orang. Hal ini dilakukan karena semua kegiatan itu masih memungkinkan untuk dilaksanakan oleh pemilik bisnis. Akan tetapi sebenarnya itu bukanlah pilihan yang bagus karena kegiatan usaha tidak dapat berjalan maksimal dan cenderung lambat untuk berkembang. Pernyataan ini diungkapkan oleh Bapak

<sup>21</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>22</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 22 Juli, 2020.

Mustain sendiri yang selain berperan sebagai kepala produksi, juga merangkap sebagai pengatur keuangan dan juga pemasaran. Akan tetapi terkadang juga dibantu oleh istrinya, beliau berkata sebagai berikut:

“Betul mas, semua yang pegang saya sendiri. Mau di carikan karyawan kayaknya belum butuh mas, soalnya saya masih bisa menanganinya. Untuk keuangan istri saya juga suka ngatur mas, maklum hakikatnya perempuan emang begitu”<sup>23</sup>

Dalam kontrol keuangan yang dibantu oleh seorang istri juga diungkapkan oleh bapak Noor Said sebagai berikut:

“Istri saya mas yang ngurusin uangnya, kalau yang pegang saya nanti takutnya boros. Mulai dari pembelian bahan sama uang hasil penjualan yang pegang ya istri saya”<sup>24</sup>

Peran seorang istri dalam mengatur keluar masuknya keuangan juga diakui oleh Bapak Ahmad Rofiq sebagai berikut:

“pas masih belum beristri yang pegang semuanya ya saya sendiri mas, tapi setelah menikah semua urusan keluar masuknya uang tak serahin sama istri biar dia yang ngatur. Perempuan biasanya lebih teliti kalau berurusah sama uang”<sup>25</sup>

Dari kejadian ini sudah menjelaskan bahwa dengan adanya pembagian tugas dalam bisnis, maka usaha akan berjalan lebih mudah. Seperti yang terjadi pada pengrajin rebana di Desa Bategede yang merasa pekerjaannya menjadi lebih ringan ketika istrinya ikut membantu tugas perusahaan.

<sup>23</sup> Mustain, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>24</sup> Noor Said, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

<sup>25</sup> Ahmad Rofiq, Wawancara oleh penulis, 19 Juli, 2020.

## C. Pembahasan Data Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk

Strategi pemasaran memiliki pengaruh yang besar dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Berdasarkan data yang telah peneliti impun, peneliti dapat meyampaikan bahwa pengrajin rebana Desa Bategede memiliki titik persamaan dan perbedaan dalam mengembangkan bisnisnya. Setelah melakukan penelusuran, peneliti menemukan beberapa strategi yang telah dilaksanakan oleh pengrajin rebana Desa Bategede. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan sampaikan secara terperinci sebagai berikut:

#### a. Pengenalan produk

Pengenalan merupakan sebuah langkah awal yang ditempuh oleh pengrajin rebana Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Ketiga pengrajin yang peneliti wawancarai menyampaikan pendapat yang serupa dalam melakukan langkah awal mengembangkan bisnis mereka. Akan tetapi mereka memiliki cara sendiri-sendiri dalam mengenalkan produksi mereka kepada masyarakat.

##### 1) Strategi pengenalan Bapak Musta'in

Peneliti menemukan data bahwa Bapak Musta'in telah melakukan strategi pengenalan kepada masyarakat dengan model yang terbilang unik. Langkah beliau telah beliau sampaikan sebagai berikut:

“Saya dalam memasarkan rebana ini selalu memberi tahu secara lisan ke lisan kepada siapapun bahwa saya memproduksi rebana mas, ya lumayan lah satu dua ada yang beli, pesan. Terus ada sedikit modal saya bisa menyetok barang dan mendirikan toko khusus untuk jual beli rebana. Sekarang ini kan HP sudah hampir semua orang punya. Ya saya memanfaatkan promosi-promosi lewat facebook, Instagram dan WA. Alhamdulillah bisa jalan sampai sekarang mas”.

Berdasarkan yang telah beliau sampaikan diatas, peneliti dapat menyampaikan metode pengenalan Bapak Musta'in, yaitu dengan model lisan ke lisan, pendirian toko, dan posting ke sosial media. Bahkan peneliti juga menemukan ada satu cara lagi yang terbilang nekad dari Bapak Musta'in, yaitu sistem nitip barang ke toko-toko rebana orang lain.

## 2) Strategi pengenalan Bapak Noor Sa'id

Data menunjukkan bahwa rebana Mawardi Bapak Noor Sa'id merupakan produk lama yang sebelumnya sudah memiliki nama, oleh karenanya Bapak Noor Sa'id masih tetap harus mempertahankan produknya agar selalu dikenal oleh masyarakat luas. Strategi pengenalan Bapak Noor Sa'id terlihat saat beliau menyampaikan sebagai berikut:

“Meskipun saya ini meneruskan usaha bapak, bukan berarti saya hanya membuat dan menyetok di toko, tapi ada beberapa hal yang saya kembangkan di perusahaan ini. Diantaranya itu mempromosikan produk lewat brosur-brosur, banner, plang, memposting di grup-grup facebook, di buka lapak juga ada. Ya biar masyarakat tahu lah, kalua rebana Mawardi ini tetap eksis... hehe”.

Melihat fakta demikian peneliti dapat menyampaikan bahwa usaha Bapak Noor Sa'id dalam mengenalkan produk adalah sebuah gagasan baru dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaannya. Beliau telah berusaha memaklumkan kepada masyarakat bahwa produk Mawardi masih tetap ada dengan menyebar brosur-brosur, mendirikan papan nama, dan memposting di sosial media dan pasar online.

## 3) Strategi pengenalan Bapak Ahmad Rofiq

Bapak Ahmad Rofiq tidak jauh berbeda dengan Bapak Noor Sa'id kakaknya. Ia adalah generasi penerus kerajinan rebana Mawardi. Akan

tetapi beliau lebih memilih berdiri mandiri dengan belajar dari pengalamannya ikut serta membuat rebana di perusahaan Mawardi Bapak Noor Sa'id. Strategi pengenalan Bapak Noor Sa'id dapat peneliti ambil dari penjelasan beliau sebagai berikut:

“Saya dulu ikut kakak saya mas, belajar rebana dan membuat rebana. Ditengah kesibukan saya membantu membuat kerajinan kakak saya, saya sering memposting rebana-rebana kakak say aitu. Setelah beberapa tahun Alhamdulillah saya bisa membuat produksi sendiri untuk tak jual sendiri. Saya sering mendapatkan pesanan lewat postingan-postingan di FB waktu itu. Setelah lumayan, saya kembangkan lagi mencari relasi-relasi pemain rebana dan toko-toko rebana ke mana-mana, kudus, demak, pati, rembang, blora, dan lain-lain, semarang juga pernah”.

Jadi dengan demikian peneliti dapat sampaikan bahwa pengenalan produk yang dilakoni oleh Bapak Noor Sa'id adalah dengan postingan di sosial media dan berkembang ke toko-toko rebana hingga produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas.

#### **b. Memprioritaskan kualitas**

Kualitas produk memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk yang beredar mengecewakan konsumen, maka dapat menjadikan penjualan menurun. Hal demikian ini diperhatikan betul oleh pengrajin rebana Desa Bategede. Berdasarkan data yang peneliti himpun, peneliti dapat menyampaikan bahwa pengrajin rebana Desa Bategede sangat memperhatikan kepuasan pelanggan. Baik Bapak Musta'in, Noor Sa'id maupun Ahmad Rofiq memiliki pendapat yang sama terkait dengan kualitas produk yang baik. Oleh karenanya ketiga pengrajin tersebut memperhatikan betul kualitas rebana yang mereka produksi.



### c. Memprioritaskan kecepatan

Berdasarkan data yang ada, peneliti menemukan kesamaan dalam strategi meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk rebana. Pendapat yang sama ini memiliki perbedaan masing-masing dalam menyampaikan, namun dalam pandangan peneliti sebenarnya mereka sama dalam satu hal yakni memprioritaskan kecepatan. Berikut adalah cara-cara yang pengrajin rebana Desa Bategede tempuh untuk dapat melayani dengan cepat konsumen yang membutuhkan.

#### 1) Bapak Musta'in

Beliau tergolong sebagai pengrajin yang memiliki prioritas pada kecepatan produksi. Hal ini terlihat dari cara beliau mengelola perusahaan dengan secara terus menerus memproduksi barang, baik pesanan maupun untuk stok, disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Beliau bahkan sampai mendirikan toko sendiri agar pelanggannya tidak kecewa bila sudah telanjut datang kepada beliau dan tidak mendapatkan barang.

Hal demikian ini dapat dijadikan sebagai bukti bahwa Bapak Musta'in memiliki prioritas terhadap kecepatan dalam melayani konsumen yang sedang membutuhkan alat-alat rebana. Tindakan semacam ini adalah bukti kuat bahwa kecepatan merupakan hal yang diprioritaskan dalam sistem bisnis beliau.

#### 2) Bapak Noor Sa'id

Tidak jauh berbeda dengan Bapak Musta'in, Bapak Noor Sa'id juga memiliki prioritas terhadap kecepatan, bukti nyata yang peneliti saksikan secara langsung adalah adanya beberapa pegawai yang bekerja kepada beliau. Selain itu beliau juga selalu menyetok alat-alat rebana yang sedang laku di pasaran untuk menambah daya tarik kepada konsumen. Jadi peneliti dapat menyampaikan bahwa kecepatan yang menjadi prioritas Bapak Noor Sa'id adalah kecepatan dalam memberikan pelayanan dan ruang kepada

konsumen menentukan pilihan yang disukai, sehingga konsumen akan membeli alat-alat rebana karya Bapak Noor Sa'id.

Selain itu, dilihat dari sisi keberaniannya Bapak Noor Sa'id terbilang berani dalam menjamin kepuasan konsumen dengan memberikan garansi. Keberanian Bapak Noor Sa'id ini merupakan nilai lebih bagi beliau dalam segi pelayanan kepada konsumen. Merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen yang sedang mencari-cari kebutuhan alat rebananya. Berdasarkan keberanian beliau ini, serta tindakan beliau memproduksi produk, peneliti berpandangan bahwa pelayanan beliau kepada konsumen merupakan pelayanan yang cepat dan memuaskan.

### 3) Bapak Ahmad Rofiq

Prioritas kecepatan yang dilakoni oleh Bapak Ahmad Rofiq tampak jelas dari tindakan beliau menjalin relasi dengan beberapa pengrajin rebana dan kakaknya. Tindakan seperti ini dapat menjadi bukti kuat bahwa beliau merupakan tipe pengrajin yang memprioritaskan kecepatan dalam melayani konsumen. Terlepas dari itu, Bapak Ahmad Rofiq sendiri memiliki pandangan yang terbilang menakjubkan dalam melayani pembeli. Hal ini sesuai dengan ungkapan beliau sebagai berikut:

“Pemasaran saya kan lebih banyak di online mas, nah kebanyakan itu sukanya pesan model, baru saya buat. Saya ada stok barang tapi sedikit, soalnya saya kan sendirian membuatnya. Kalau ada banyak pesanan sampai saya kewalahan, ya saya menghubungi kakak saya, bila dia kebetulan tidak ada, mau tidak mau menghubungi pengrajin-pengrajin lain. Saya minta mentahannya, dan tak desain sesuai pesanan. Soalnya kalau saya produksi terus, takutnya nanti tidak ada yang membeli, nimbun kelamaan. Kalau

kelamaan nimbun kan bisa jadi malah tidak laku. Ya kalau pas ada waktu saya tetep produksi, tapi tidak banyak-banyak, buatnya kan malah bisa santai, bagus dan rapi”.

Peneliti berpandangan Bapak Ahmad Rofiq merupakan tipe pengrajin yang memiliki prioritas kecepatan dan kehati-hatian. Ungkapan beliau menunjukkan betapa beliau sangat berhati-hati dalam menyetok barang dan mengedepankan kebutuhan konsumen dalam pelayanan. Strategi beliau yang demikian ini patut menjadi rujukan bagi pelaku-pelaku usaha pemula agar ada keseimbangan antara pemasukan dan pendapatan. Sesuai dengan teori pemasaran Bapak Ahmad Rofiq adalah pelaku usaha yang memperhatikan betul variabel-variabel dalam pemasaran.

Melihat titik persamaan dari pelaku-pelaku usaha pengrajin rebana Desa Bategede, peneliti menemukan metode pemasaran yang kiranya dapat menjadi rujukan oleh para pelaku usaha lain, yakni metode pengenalan kepada siapapun dan dimanapun. Karena berangkat dari kenal itulah keberhasilan dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Kebanyakan orang yang membutuhkan sesuatu akan mencari, peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pengrajin rebana Desa Bategede sehingga perusahaan mereka masih tetap berjalan meskipun sudah bertahun-tahun lamanya.

Secara keseluruhan, strategi mapun target pasar pengrajin rebana Desa Bategede tidak ada perbedaan, akan tetapi bila ditelisik lebih dalam lagi ada perbedaan mencolok yang mereka prioritaskan. Perbedaan inilah yang membuat pengrajin rebana Desa Bategede masih tetap berjalan dengan baik dalam rentang waktu yang sangat lama sekali. Sehingga tidak ada kesan saling menjatuhkan satu sama lain karena semuanya telah memiliki pasar utama yang berbeda-beda. Keseimbangan seperti ini musti dilestarikan agar dalam dunia usaha sama-sama mendapatkan profit yang dapat menunjang kehidupan hidup.

Peneliti memiliki beberapa pandangan terkait pengembangan strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede berdasarkan beberapa sumber teori, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

#### a. Segmentasi, Targeting dan Positioning

Dalam kegiatan bisnis segmentasi digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, nerumuskan pesan, komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, mendesain produk dan lain-lain.

Segmentasi tidak dibutuhkan selama tidak ada persaingan, tetapi globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi seperti ini tidak ada produsen yang bebas dari persaingan.

Philip Kotler menggabungkan proses penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen dalam bentuk STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning).

- 1) *Segmentasi* pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar.
- 2) *Targetting* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar.
- 3) *Positioning* adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen.<sup>26</sup>

Proses STP yang diterapkan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede adalah sebagai berikut:

##### 1) Segmentasi

Rebana adalah sebuah kesenian yang sudah membudaya di Indonesia, sedangkan agama yang mempunyai budaya ini adalah agama Islam. dengan demikian pengrajin rebana di Desa Bategede mempunyai segmen pasar pada penduduk di wilayah Indonesia yang beragama Islam.

##### 2) Targeting

Dalam Islam ada banyak aliran dengan budaya yang berbeda-beda. Seperti halnya orang Islam yang beraliran Ahlusunnah Waljamaah (NU) mempunyai budaya kesenian rebana sebagai alat

---

<sup>26</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 65-66.

untuk mengiringi lantunan sholawat dalam beberapa acara besar seperti pengajian, maulid Nabi Muhammad SAW dan sebagainya. Kebetulan aliran NU merupakan aliran terbesar di Indonesia, sehingga hampir setiap Desa ada organisasi kemasyarakatan beraliran NU seperti IPNU-IPPNU, Majelis Dzikir bahkan sekolah atau madrasah juga banyak menganut ke-NU-an.

Dengan demikian target pasar para pengrajin rebana di Desa Bategede adalah organisasi kemasyarakatan yang beraliran NU.

### 3) Positioning

Sebuah harapan dari para pengrajin rebana di Desa Bategede adalah menjadikan Desa Bategede sebagai centra pengrajin rebana. Dengan demikian ketika ada calon konsumen yang membutuhkan alat rebana akan langsung tertuju pada Desa Bategede.

## b. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh firm untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. *Marketing Mix* adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seseorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu: *Product, price, promotion, dan place*.<sup>27</sup>

### 1) Product (Produk)

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian pembeli, pemakai atau konsumen yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pemakainya. Strategi produk yang diterapkan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede adalah setiap barang (rebana) pasti mempunyai ciri khas suara tersendiri di telinga konsumen. Uniknya sebuah ciri khas suara ini tidak

---

<sup>27</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 65-66.

dapat ditiru oleh pengrajin lain karena ini adalah sebuah kesenian yang sudah turun temurun.

Dalam pembuatan produk rebana juga tidak boleh sembarangan, karena ada nilai seni disana.

## 2) *Price (Harga)*

Sebuah kualitas suatu barang selalu menentukan harga suatu barang. Dalam penentuan harga oleh pengrajin rebana di Desa Bategede dipengaruhi oleh 2 hal. **Pertama** jenis kayu yang digunakan, apabila bahan baku yang digunakan adalah menggunakan kayu mahoni atau kayu jati harganya akan lebih tinggi. Sedangkan jika menggunakan bahan baku yang berkualitas lebih rendah seperti kayu nangka maka harga akan lebih murah. **Kedua** jenis kulit yang digunakan, apabila menggunakan kulit kambing yang berumur muda harganya lebih murah karena akan lebih mudah rusak (kulitnya mudah robek). Sedangkan jika menggunakan kulit kambing yang berumur tua harganya lebih mahal karena akan lebih awet.

## 3) *Place (Tempat)*

Pelanggan alat musik rebana Desa Bategede hampir berada di seluruh Indonesia, sedangkan Desa Bategede termasuk dalam Desa pinggiran sehingga akan lambat untuk bisa sampai ke konsumen di luar daerah. Strategi distribusi yang dipakai oleh pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu dengan membuka cabang di luar daerah serta menitipkan barang di toko yang banyak terdapat pelanggan di sana.

Untuk pembukaan cabang di luar daerah sistemnya yaitu melakukan stok barang di rumah kerabat yang berada di luar daerah, sedangkan kerabat tersebut menggunakan brand produk dari pengrajin rebana di Desa Bategede. Tugas dari tempat cabang hanya melakukan kontrol barang, apakah sudah memenuhi permintaan atau justru kelebihan barang. Strategi menitipkan barang di toko juga hampir sama, yaitu menitipkan produk di toko yang sudah menjadi partner dan hanya akan mendapat uang ketika barang sudah laku. Tugas toko yang menjadi partner juga



hanya sekedar mengontrol barang yang tersedia, bedanya toko tersebut tidak menggunakan brand dari pengrajin rebana Desa Bategede.

Pengrajin rebana di Desa Bategede memilih tempat produksi mereka di kampung halaman sendiri. Dengan demikian biaya produksi akan lebih murah dan mudah karena tidak perlu membayar sewa tempat produksi sebab dilakukan di rumah sendiri dan bahan baku lebih mudah di dapat karena dekat dengan perhutanan

#### 4) Promotion (Promosi)

Promosi yang dilakukan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk segera membeli produk mereka. Pengrajin rebana di Desa Bategede menerapkan berbagai macam cara promosi untuk meningkatkan penjualan mereka, yaitu:

##### a) Dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Di Desa Bategede bisnis rebana ini sudah turun temurun. Brand produk ini sudah banyak di kenal dengan ciri khas dan kualitas yang sudah melekat di mata konsumen. Hal ini dijadikan sebagai aset penting oleh para pengrajin rebana di Desa Bategede sebagai sarana promosi yang nantinya akan disampaikan kepada orang-orang terdekat oleh para konsumen.

##### b) Periklanan

Promosi periklanan yang dilakukan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede biasanya melalui media internet seperti Facebook dan melalui website.

##### c) Promoso penjualan

Promosi yang biasa dilakukan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede adalah dengan memberi potongan harga kepada langganan dan kepada konsumen yang akan menjual produk kembali.

### c. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam sebuah perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan juga meminimalkan kelemahan (*weaknes*) dan ancaman (*threat*).

Berdasarkan identifikasi berbagai faktor internal dan eksternal maka kita dapat menyusun faktor-faktor strategis perusahaan dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi:<sup>28</sup>

#### 1) Strategi SO

Strategi SO yaitu memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi SWO, ST, atau WT untuk mencapai situasi dimana mereka dapat melaksanakan strategi SO.

#### 2) Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

#### 3) Strategi ST

Strategi ST yaitu menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

#### 4) Strategi WT

Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan unruk mengurangi kelemahan internal serta

---

<sup>28</sup> Riszky Ramadhan Nourlette dan Shinta Wahyu Hati, "Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis", *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1, (2017), 88-89.

menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan.

Matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif-alternatif strategis.

<p><b>Internal</b></p>	<p><b><i>STRENGTHS – S</i></b></p> <p>a) Bahan baku mudah didapatkan</p> <p>b) Perusahaan sudah berdiri puluhan tahun</p> <p>c) Memiliki jaringan yang kuat dan terintegrasi</p> <p>d) Dalam produksi alat rebana selalu mengikuti trend di masyarakat</p>	<p><b><i>WEAKNESSES – W</i></b></p> <p>a) Dalam produksi alat rebana membutuhkan keahlian khusus dalam proses finishing.</p> <p>b) Lokasi jauh dari perkotaan sehingga sedikit kesulitan menjangkau konsumen.</p> <p>c) Masih adanya sumber daya manusia yang kurang kompeten.</p>
<p><b>Eksternal</b></p>	<p><b><i>SO</i></b></p> <p>a) Memelihara mutu produk</p> <p>b) Meningkatkan promosi produk alat rebana</p> <p>c) Memberikan potongan harga</p> <p>d) Memelihara kualitas pelayanan</p>	<p><b><i>WO</i></b></p> <p>a) Melakukan kontrol kualitas produk secara langsung</p> <p>b) Membuka cabang di perkotaan yang dekat dengan konsumen</p> <p>c) Memberikan</p>
<p><b><i>OPPORTUNITIES - O</i></b></p> <p>a) Menjadi pusat pengrajin rebana di Indonesia</p> <p>b) Menembus pasar Luar Negeri</p> <p>c) Persepsi konsumen terhadap merk</p>		

tinggi d) Membentuk koperasi produsen, untuk memperkuat usaha		pelatihan secara berkala untuk meningkatkan SDM
<b>THREATS – T</b> a) Semakin banyak pesaing baru b) Tenaga kerja sulit di dapatkan c) Harga jual produk semakin turun	<b>ST</b> a) Meningkatkan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen b) Melakukan inovasi alat produksi c) Memperkuat jaringan bisnis dengan menambah relasi	<b>WT</b> a) Memaksimalkan promosi di media sosial b) Memberikan bonus pada karyawan yang bisa mencapai target c) Menetapkan strategi penentuan harga yang tepat

Berdasarkan analisis tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

### 1) Strategi SO

Strategi SO yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu:

- Memelihara mutu produk. Dengan menjaga mutu dari produk diharapkan konsumen akan merekomendasikan produknya kepada orang lain. Dengan demikian produk dari pengrajin rebana di Desa Bategede bisa menjadi prioritas konsumen.
- Meningkatkan promosi produk alat rebana. Meskipun lokasi pengrajin rebana di Desa Bategede berada di pinggiran kota, dengan adanya promosi melalui media sosial informasi produk akan cepat sampai pada konsumen di seluruh Indonesia bahkan Luar Negeri.

- c) Memberikan potongan harga. Untuk menjaga konsumen supaya tetap membeli produk maka konsumen diberikan potongan harga. Selain itu hal ini juga diharapkan bisa menarik konsumen baru.
- d) Memelihara kualitas pelayanan. Hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen terus di jaga oleh pengrajin rebana di Desa Bategede. Dengan demikian calon konsumen akan mendapat kenyamanan sehingga mereka akan lebih tertarik dengan produknya.

## 2) Strategi WO

Strategi yang mungkin dapat dilakukan yaitu:

- a) Melakukan kontrol kualitas produk secara langsung. Untuk tetap menjaga kualitas produk maka pemilik perusahaan pengrajin rebana di Desa Bategede melakukan kontrol kualitas secara langsung. Dengan demikian kemungkinan penurunan kualitas akan lebih kecil.
- b) Membuka cabang di perkotaan yang dekat dengan konsumen. Konsumen dari pengrajin rebana di Desa Bategede memang rata-rata dari luar kota, sehingga apabila konsumen ingin membeli produk akan sulit karena lokasi yang jauh. Supaya konsumen tidak mudah lari ke produsen lain maka pengrajin rebana di Desa Bategede membuka cabang di luar daerah yang dekat dengan konsumen.
- c) Memberikan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan SDM. Karena SDM sangat mempengaruhi output dari produk, maka SDM harus terus ditingkatkan. Pemilik perusahaan terkadang mempraktekkan pembuatan produk kepada karyawan yang baik dan benar, dengan harapan karyawan akan lebih cepat berkembang dan produk yang dihasilkan lebih berkualitas.

## 3) Strategi ST

Strategi ST yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu:

- a) Meningkatkan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen. pesaing baru tidak selalu

menjadi ancaman bagi perusahaan, karena dengan adanya pesaing baru maka perusahaan akan dituntut untuk membuat produk lebih baik lagi. Dengan meningkatkan kualitas produk kepercayaan konsumen kepada produk kita akan lebih tinggi dan mereka akan terpengaruh untuk kembali membeli.

- b) Melakukan inovasi alat produksi. Karena dalam proses produksi merupakan pekerjaan yang berat sehingga perlu dilakukan inovasi alat produksi untuk lebih meringankan pekerjaan. Pengrajin rebana di Desa Bategede selalu mengupgrade proses produksi dengan pengalaman yang sudah matang.
- c) Memperkuat jaringan bisnis dengan menambah relasi. Pesaing baru terkadang menawarkan harga yang lebih murah demi menarik konsumen, sehingga relasi bisnis sangat dibutuhkan untuk dapat mendiskusikan harga jual yang tepat tanpa saling menjatuhkan satu sama lain.

#### 4) Strategi WT

Strategi WT yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu:

- a) Memaksimalkan promosi di media sosial. Media sosial menjadi sarana promosi yang lebih efektif dan efisien. Biasanya pengrajin rebana di Desa Bategede melakukan promosi di facebook dengan share ke grup jual beli yang sudah mereka ikuti, selain itu mereka juga membuat blog untuk mempermudah calon konsumen untuk mencari informasi tentang produk mereka.
- b) Memberikan bonus pada karyawan yang bisa mencapai target. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan karyawan supaya tidak keluar serta menarik karyawan lain untuk bisa lebih berkembang.
- c) Menetapkan strategi penentuan harga yang tepat. Penentuan harga sangat penting karena selain mempengaruhi minat pembeli namun juga akan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Dengan



harga yang tepat perusahaan akan tetap bisa bertahan dan konsumen tidak merasa dirugikan.

Dari ke empat strategi tersebut menurut peneliti yang paling tepat diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu strategi SO dan ST, karena pengrajin rebana di Desa Bategede mempunyai kelebihan di bidang internal perusahaan.

## 2. Langkah Inovatif Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk

Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru. Inovasi dapat diartikan sebagai konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Inovasi juga dapat disebut sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Secara garis besar, peneliti melihat bahwa pelaku usaha pengrajin rebana Desa Bategede melakukan langkah inovatif sebagai progres perusahaan agar semakin maju dan menjadi lebih besar. Dapat peneliti sampaikan demikian karena merujuk kepada pelaku usaha yang senada menyampaikan langkah-langkah pembaharuan dalam usahanya untuk meningkatkan daya jual dan daya saing. Pembaharuan dari para pelaku usaha pengrajin rebana Desa Bategede memiliki corak dan langkah yang berbeda-beda dalam menerapkan inovasinya. Secara jelas akan peneliti bahas satu persatu langkah inovasi pengrajin rebana Desa Bategede sebagai berikut:

### a. Langkah inovatif Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna

Peneliti mendapat kejelasan bahwa Bapak Musa'in telah berpengalaman dalam bidang pemasaran alat-alat rebana, karena beliau sudah lama sekali berkecimpung

dalam kerjainan rebana. Akan tetapi perubahan pasar yang tidak dapat di kontrol kerap sekali mengharuskan beliau untuk melakukan langkah inovasi agar volume penjualannya meningkat dan produknya dapat bersaing di pasaran.

#### 1) Promosi di media sosial

Langkah ini bagi beliau merupakan langkah inovatif, karena sebelumnya beliau belum pernah menggunakan media sosial. Langkah ini menurut beliau membantu meningkatkan penjualan produk yang cukup banyak. Beliau merasakan sendiri perbedaan antara sebelum dan sesudah memanfaatkan media sosial bagi volume penjualan beliau. Peneliti belum menemukan secara pasti jumlah yang telah beliau jual dengan perantara sosial media, namun keterangan beliau sudah dapat menjadi cukup kuat sebagai ukuran bahwa media sosial merupakan inovasi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk beliau di pasaran.

#### 2) Update barang produksi sesuai minat pasar

Langkah beliau dalam meng update barang produksi sesuai minat pasar terlihat jelas dari alat-alat rebana yang beliau produksi. Langkah ini dapat tergolong sebagai inovatif karena dengan mengikuti perkembangan minat pasar, maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Sehingga dengan terus mengikuti minat pasar, Bapak Musta'in harus selalu membuat inovasi baru terhadap produknya. Maka dengan demikian dapat dikatakan pula update barang produksi merupakan salah satu bentuk inovasi dalam produk perusahaan.

#### 3) Mengenalkan produk dengan sistem nitip barang di toko orang lain

Langkah ini tergolong inovatif karena menurut penjelasan dari Bapak Musta'in sendiri, beliau mengambil langkah ini ketika jumlah penjualannya terlihat menurun. Menurut beliau langkah ini adalah langkah baru yang mengandalkan nekat besar. Karena

dalam prakteknya, langkah ini memerlukan modal yang lumayan besar, dan membutuhkan kesabaran untuk menunggu produksinya laku terjual. Bapak Musta'in mengambil langkah ini dengan tujuan untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas sekaligus mendongkrak volume penjualannya. Beliau dalam hal ini menjelaskan:

“la mau bagaimana lagi mas, waktu itu saya berfikir bagaimana agar barang saya ini bisa ada dimana-mana. Ya saya beranikan diri nekat memproduksi barang sebaik mungkin, dan tak titikan ke toko-toko, padahal tidak ada pesanan lo waktu itu. Alhamdulillah sedikit-sedikit laku mas, ya kadang laku banyak kadang sedikit, maktum lah naik turun itu”.

Langkah Bapak Musta'in ini merupakan bentuk inovatif yang penuh dengan spekulasi. Karena beliau tidak mengontrol sendiri bagaimana produk beliau di toko yang dititipi di promosikan. Akan tetapi keberanian beliau yang demikian ini ternyata membuahkan hasil yang maksimal, sehingga dapat menjadi acuan bagi pengusaha yang memiliki mental tinggi dan perkiraan yang baik. Akan tetapi untuk menghindari kerugian, ketelitian dalam memilih toko dalam tindakan ini sangat diperlukan. Karena bila toko yang dititipi ternyata tidak menjadi rujukan konsumen, maka kecil kemungkinan produksi akan terjual.

#### 4) Memasarkan hasil produksi di tempat permanen dan strategis

Langkah ini tergolong langkah terbaru bagi Bapak Musta'in, karena beliau dalam menjual rebana sebelumnya hanya mengandalkan toko-toko orang lain yang di titipi untuk menjual dan pesanan-pesanan dari konsumen. Namun seiring perkembangan usaha beliau ini, akhirnya mendapatkan profit yang dapat digunakan untuk memikat konsumen dengan mendirikan toko. Menurut beliau, langkah demikian ini akan menjadikan konsumen lebih yakin pada

perusahaan bahwa kerajinan rebana yang saya dirikan ini benar-benar berkualitas. Beliau juga memberi imbuhan bahwa dengan adanya toko di tempat strategis, maka rebana Nailil Muna akan mudah dikenali oleh masyarakat luas. Sehingga harapan beliau tokonya akan menjadi rujukan bagi konsumen rebana yang hendak mencari kebutuhan alat rebananya. Beliau dalam hal ini menyampaikan:

“kalau ide mendirikan toko sebenarnya sudah dari dulu ingin saya lakukan mas, tapi terkendala modal. Alhamdulillah sekarang ini saya sudah bisa mendirikan toko sendiri, tempatnya juga strategis. Ya syukur sekali lah. Aku optimis saja, dengan adanya toko ditempat strategis ini masyarakat akan tahu, oh ini menjual alat-alat rebana, kan nanti kalau ada konsumen yang membutuhkan rebana bisa datang langsung ke toko untuk milih-milih barang”.

Inovasi Bapak Musta'in yang demikian ini, merupakan bentuk terakhir usaha beliau dalam memasarkan produknya. Akan tetapi bukan berarti Bapak Musta'in hanya berpaku pada langkah-langkah ini saja. Sebagai pengusaha, beliau tidak boleh bergerak di satu lingkup, melainkan harus selalu mencari ruang untuk meningkatkan daya jual produk.

#### **b. Langkah inovatif Bapak Noor Sa'id pengrajin rebana Mawardi**

Kerajinan rebana Mawardi milik Bapak Noor Sa'id sebelum dijalankan oleh beliau sudah memiliki pemasaran yang cukup luas. Akan tetapi Bapak Noor Sa'id dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk masih terus melakukan terobosan-terobosan baru. Persaingan yang semakin ketat di pasaran, membuat Bapak Noor Sa'id tidak tinggal diam dalam menunjuang peningkatan volume penjualan dan daya saing. Berdasarkan wawancara yang peneliti himpun, dapat peneliti sampaikan beberapa Langkah

inovatif Bapak Noor Sa'id dalam mengelola pemasarannya, yaitu sebagai berikut:

1) Menembus pasar digital

Langkah baru dalam memasarkan produk oleh Bapak Noor Sa'id adalah dengan memasarkan produk lewat internet. Ada tiga media yang sering digunakan oleh beliau dalam memasarkan produksinya, yaitu melewati facebook, WA dan toko online. Beliau mengakui telah berhasil menjual ribuan produk rebana lewat pasar digital ini. Langkah ini beliau jalankan sejak tahun 2014 lalu. Menurutny, pasar digital memudahkannya dalam menjalankan bisnis kerajinan alat-alat rebana. Berikut keterangan beliau dalam wawancara:

“sekitar 2014 mas saya baru paham dunia online, saya juga ikut memanfaatkan produk-produk rebana ini, lewat facebook, WA dan toko online buka lapak. Alhamdulillah dengan perantara ini saya bisa menjual ratusan eh ribuan mas mas malah”.

Bapak Noor Sa'id sempat menjelaskan kepada peneliti bahwa trik beliau dalam promosi di pasar digital adalah dengan memberikan keterangan-keterangan yang lengkap pada alat-alat rebana yang beliau produksi. Beliau juga memberikan keterangan alat-alat rebananya cocok digunakan untuk model rebananan apa. Hal ini dapat beliau tampilkan karena beliau sendiri memiliki keterampilan dalam bidang rebananan. Beliau dalam wawancara menyampaikan sebagai berikut:

“untuk menambah minat pada konsumen, sesekali saya memberikan keterangan alat mana yang digunakan untuk rebana-rebanayang berbeda-beda. Rebana alat rebana mana yang digunakan untuk rebana Albanjarian, atau Khabib Syekh an. Sehingga mungkin ini yang menjadi nilai lebih para konsumen tertarik untuk membeli”.

Pasar digital merupakan media yang sangat digemari oleh banyak kalangan. Saat ini banyak sekali konsumen yang membeli barang-barang lewat media digital. Langkah Bapak Noor Sa'id dalam mengelola pemasarannya sudah sangat tepat, akan tetapi beliau masih perlu mengembangkan lagi kemampuannya dalam berdagang melalui media digital. Kesempatan media digital terbuka bagi siapapun yang memiliki minat dagang dalam media digital. Kelebihan dari media digital adalah dapat mengenalkan produk kepada masyarakat yang sangat luas tanpa batas.

Peneliti melihat, ada sesuatu yang masih kurang sempurna dalam usaha Bapak Noor Sa'id memasarkan produknya melewati media digital. Beliau hanya menggunakan tiga media saja, padahal toko-toko online sebenarnya masih sangat banyak sekali. Bila Bapak Noor Sa'id mampu mengelola pasar digitalnya dengan baik, maka akan menjadi peluang besar bagi beliau untuk meningkatkan daya jual produksi dan dapat meningkatkan ekonomi di masyarakat sekitar. Jadi beliau tidak hanya berperan sebagai pemilik usaha dari sisi ini, melainkan dapat menjadi penghantar ketersediaan lapangan pekerjaan dan kesejahteraan masyarakat.

## 2) Update model barang produksi sesuai minat pasar

Bapak Noor Sa'id tidak berbeda dengan Bapak Musta'in dalam meningkatkan daya jual rebana produksinya. Beliau sempat menjelaskan kepada peneliti bahwa minat pasar merupakan katrol yang paling besar dalam meningkatkan daya jual produk. Oleh karenanya beliau selalu menjalankan langkah ini agar daya jual dan daya saing karyanya dipasaran tetap bertahan.

Beliau juga memberi penjelasan kepada peneliti bahwa langkah beliau dalam membaca minat pasar, tidak hanya berpaku pada satu model rebana, namun beliau juga selalu memantau rebana model apa yang sedang ramai diminati. Keahlian beliau dalam



bermain rebana adalah bagian dari penentu keberhasilan dalam membaca minat pasar. Akan tetapi meskipun demikian, beliau tidak pernah meninggalkan untuk selalu menawarkan model-model rebana yang klasik, dengan tujuan pribadi beliau melestarikan budaya lama yang menurut beliau lebih enak didengarkan sebagai seorang ahli dalam bidang rebana.

Data yang peneliti peroleh dari lapangan menunjukkan Bapak Noor Sa'in merupakan pengusaha yang penuh dengan kerja keras. Terbukti dengan beliau selalu memperhatikan betul perkembangan minat pasar yang selalu berubah-ubah. Hal demikian ini tidak mudah dilakukan, karena dalam membaca minat pasar, pelaku usaha harus tahu bagaimana pasar itu bergerak. Sehingga perlu adanya kontrol dalam proses produksi, agar dalam pemasaran tidak memiliki hambatan yang dapat menimbulkan kerugian.

Bapak Noor Sa'id dalam hal ini memiliki keahlian yang sangat baik, karena terlihat beliau juga menerapkan sistem update barang dalam produksinya. Beliau telah menempuh jalan yang tepat dalam dunia usaha, karena langkah beliau dalam update barang tidak hanya memperhatikan barang yang laku di pasaran, akan tetapi lebih dari itu beliau juga selalu mengawasi betul kualitas alat rebana yang beliau kelola sudah sesuai dengan peminat atau belum. Tindakan ini perlu dijalankan terus menerus bagi beliau, karena seperti yang telah disampaikan di awal tadi, bahwa minat konsumen merupakan acuan utama dalam meningkatkan daya jual dan daya saing produk.

### 3) Memberikan garansi dalam promosi produk

Untuk menambah minat pada konsumen yang sedang mencari-cari kebutuhan alat rebananya, Bapak Noor Sa'id mengunggulkan kualitas rebana yang beliau produksi. Langkah ini merupakan terobosan baru beliau untuk memberikan pengertian kepada

masyarakat bahwa rebana Mawardi memiliki kualitas yang baik. Berkat keberanian beliau ini, para konsumen banyak yang merasa puas dengan rebana yang beliau produksi. Menurutnya rasa kepuasan konsumen tersebut dapat dilihat dari daya beli yang tidak hanya satu kali. Bahkan konsumen beliau kebanyakan menjadi pelanggan yang selalu merujuk kepada beliau untuk melengkapi kebutuhan alat rebana. T tutur beliau dalam wawancara:

“penting sekali mas garansi itu. Karena kan untuk menjaga kualitas, pembeli juga merasa puas. Kalau pembeli puas kan mereka akan datang lagi bila membutuhkan alat rebana. Alhamdulillah banyak mas pelanggan-pelanggan saya yang sering ke saya untuk mencari alat rebana. Alhamdulillah mereka tidak kapok datang ke saya lagi”.

Inovasi ini sudah sangat sering dilakukan oleh penjual barang-barang elektronik. Peneliti sangat mengagumi tindakan Bapak Noor Sa'id ini, karena keberanian beliau ini penuh dengan resiko. Peneliti sampaikan demikian karena melihat produk yang sedang dipasarkan oleh Bapak Noor Sa'id. Rebana merupakan alat yang penggunaannya di pukul, maka besar kemungkinan akan terjadi kerusakan. Selain itu, alat rebana adalah bagian dari musik, dalam hal ini tujuan konsumen membeli adalah kualitas suaranya.

Bapak Noor Sa'id telah berani memberikan garansi yang menurut peneliti terlalu lama, karena jeda 5 bulan dalam penggunaan alat rebana tergolong waktu yang lama. Keberanian Bapak Noor Sa'id memberikan garansi tidak mudah untuk ditirukan oleh pengusaha-pengusaha lain. Sehingga pemberian garansi ini merupakan inovasi terbaru yang diterapkan dan menjadi nilai lebih Bapak Noor Sa'id bagi konsumennya. Peneliti melihat dengan demikian wajar jika rebana Mawardi masih ada meskipun sudah berjalan sangat lama sekali. Bahkan peneliti juga memandang tindakan beliau ini akan membuat rebana Mawardi menjadi lebih terkenal dari sebelumnya.

### c. Bapak Ahmad Rofiq selaku pengrajin rebana Ahmad Rofiq

Langkah inovatif Bapak Ahmad Rofiq dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing di pasar lebih kepada basis online. Beliau menekuni usaha rebananya terbilang muda di Desa Bategede, namun terbilang cukup lama bila melihat usahanya yang masih tetap bertahan dalam kurun waktu 19 tahun, terhitung sejak awal berdiri. Langkah inovatif yang beliau terapkan bertahap sesuai kebutuhan pemasaran. Berikut ini peneliti paparkan data tentang Langkah inovatif Bapak Ahmad Rofiq dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing sesuai dengan tahapannya berdasarkan hasil wawancara:

#### 1) Promosi produk melalui banner/plang nama dan brosur

Bapak Ahmad Rofiq memiliki cara yang terbilang inovatif bagi perusahaannya, yakni promosi barang melalui banner, plang nama, dan brosur. Langkah ini tergolong inovatif bagi beliau karena sebelumnya beliau telah mulai bergerak dalam bisnisnya melalui media online. Usaha beliau agar dapat mendongkrak volume penjualan dan daya saing di pasar ini telah membuahkan hasil yang memuaskan. Karena dengan adanya perangkat tersebut, warga sekitar dan masyarakat secara umum menjadi tahu bahwa beliau adalah seorang pengrajin rebana. Berangkat dari sinilah kinerja Bapak Ahmad Rofiq dalam menjual produksinya dapat terlihat. Berikut tutur beliau dalam wawancara:

“Pertama dulu itu iseng-iseng posting di facebook mas, ikut menjual produk Mawardi. Lambat laun saya memproduksi sendiri dan mandiri menjalankan usaha ini. Saya mulai mengenalkan produksi saya lewat brosur, papan nama, dan banner. Alhamdulillah sejak itu ada perkembangan”.

Bapak Ahmad Rofiq merasakan langkah inovasi beliau ini dari sisi minat konsumen pada produknya. Semenjak beliau memasang perangkat

promosi dan aktif menjalankan bisnisnya secara mandiri, mulai dari lingkungan tetangga rumah hingga merambat ke luar desa bermunculan calon-calon konsumen baru. Meskipun dalam hal ini tidak langsung membeli, melainkan tanya-tanya tentang produk beliau terlebih dahulu. Ungkap beliau dalam wawancara mulai seujuk itu bisnisnya mendapatkan orderan-orderan. Beliau menjelaskan dalam wawancara:

“trobosan baru itu ternyata berdampak baik mas, ada dari tetangga tanya-tanya dulu, bahkan ada beberapa dari desa lain yang memesan kepada saya. Sedikit-sedikit lah mas”.

Peneliti melihat inovasi Bapak Ahamd Rofiq ini tidak berbeda dengan strategi pemasaran yang lain, karena dalam sistem perdagangan pemasangan plang nama, penyebaran brosur dan pamplet merupakan hal yang wajar bagi para pelaku usaha. Akan tetapi peneliti dapat sampaikan demikian karena melihat langkah beliau ini merupakan langkah baru yang sebelumnya beliau belum pernah. Selain itu langkah ini juga memiliki pengaruh yang besar terhadap volume penjualan beliau.

Bukti nyata yang peneliti gunakan sebagai acuan sebagai pendapat peneliti bahwa langkah ini memiliki pengaruh yang besar adalah dari jalinan relasi beliau yang semakin meluas, dan dari volume penjualan yang meningkat, meskipun Bapak Ahmad Rofiq enggan untuk menyampaikan secara jelas kepada peneliti jumlah pastinya. Bahkan peneliti melihat, selain daripada pemasangan plang nama dan penyebaran brosur/pamlet ada hal menarik yang peneliti pandang mempengaruhi daya tarik kepada konsumen, yaitu kesediaan beliau dalam melayani calon konsumen yang bertanya-tanya tentang rebana kepada beliau, padahal beliau tauh sendiri belum tentu membeli.

Perilaku beliau yang demikian ini perlu dipertahankan agar calon pembeli merasa nyaman terhadap perlakuan beliau dalam bertransaksi. Karena

menurut pengalaman peneliti banyak sekali kejadian yang bila ada pedagang atau penjual barang yang berperilaku jelek, maka konsumen akan enggan berlangganan kepada penjual itu. Mungkin berkat itulah Bapak Ahmad Rofiq berhasil memikat pelanggannya sehingga beliau masih bertahan sampai sekarang selain beliau menyebarkan brosur dan memasang papan nama.

## 2) Memperluas target pasar dan menjalin relasi promosi

Target pasar Bapak Ahmad Rofiq yang semula adalah online, beranjak menjadi model konvensional atas kebutuhan penjualan. Beliau mengelola langkah baru dalam dunia usahanya, yakni dengan menyambung relasi dengan toko-toko rebana yang bersedia dititipi rebana produksinya untuk kemudian hasilnya dibagi. Langkah ini hampir sama dengan yang dilakukan oleh Bapak Musta'in pengrajin rebana Nailil Muna. Bapak Ahmad Rofiq dalam wawancara menyampaikan:

“Perluasan itu perlu dilakukan mas, agar produksi saya ini dapat terus berjalan. Usaha yang saya lakukan diantaranya mengunjungi toko-toko rebana untuk dititipi barang. Dulu pertama saya datang ke depan menara itu mas, kalo sekarang Alhamdulillah ada relasi di Kalimantan”.

Ada inovasi baru yang Bapak Ahmad Rofiq bangun untuk memperluas pasarnya. Yakni beliau memanfaatkan konsumennya untuk ikut serta dalam mempromosikan produknya dan memberikan imbalan kepada siapapun yang membawa pelanggan kepadanya. Usaha ini tidak sia-sia, menurut penjelasan dari beliau antusias konsumennya sangat membantu meningkatkan volume penjualan. Berikut adalah penjelasan Bapak Ahmad Rofiq:

“agar penjualan saya bertambah lancar, saya juga bekerja sama dengan konsumen-konsumen saya untuk membantu mencari pelanggan baru mas. Setiap ada yang berhasil mengantarkan

pelanggan baru kepada saya tak kasih imbalan sebagai rasa terimakasih”.

Peneliti melihat tindakan Bapak Ahmad Rofiq ini meniru model jual beli *Multi Level Marketing* (MLM), akan tetapi ini bukan sesuatu yang dilarang, malah justru model beliau ini secara tidak langsung sangat berjasa kepada para konsumennya. Karena Bapak Ahmad Rofiq melakukan demikian ini sebenarnya hanya sekedar rasa terimakasih kepada orang yang telah membantu menjualkan rebana produksi beliau. Hal ini juga yang peneliti pandang sebagai tolong menolong dalam kebaikan. Bapak Ahmad Rofiq perlu melanggengkan tindakan ini, karena selain beliau mendapatkan laba, beliau juga dapat memberikan ruang kerja kepada orang lain.

Menjalin relasi untuk mempromosikan produk merupakan suatu yang lumrah dalam dunia perdagangan, akan tetapi Bapak Ahmad Rofiq menjalankan dengan model yang berbeda, inovasi ini dapat ditiru dengan mudah oleh siapapun, karena model seperti ini tidak menguntungkan satu pihak, melainkan banyak pihak. Peneliti sampaikan demikian karena dalam prakteknya yang mendapatkan manfaat dari praktek ini adalah Bapak Ahmad Rofiq sendiri mendapatkan laba dari penjualan produk, penyalur pembeli dari imbalan yang diberikan, dan pembeli mendapatkan manfaat barang yang dibeli.

### 3) Menjalin relasi pengrajin lain dalam menciptakan produk

Selanjutnya adalah langkah inovasi yang berhubungan dengan pengadaan barang. Bapak Ahmad Rofiq adalah pengrajin rebana yang mengunggulkan kecepatan dan kerapian dalam memproduksi. Oleh karenanya beliau tidak mau membuat pelanggan menunggu terlalu lama. Langkah beliau untuk mensiasati ini adalah menjalin kerjasama dengan kakaknya dan pengrajin lain apabila dalam pengadaan barang terjadi kewalahan. Bapak Ahmad



Rofiq menyampaikan kepada peneliti bahwa untuk membuat pelanggan merasa nyaman beliau sangat memprioritaskan kecepatan dan kerapian. Karena menurut beliau dengan bekerja cepat maka volume penjualan akan naik dengan cepat. Beliau dalam wawancara menyampaikan:

“Saya kan pengrajin individu mas, rumahan, jadi sering saya kuwalahan saat memproduksi barang. Saya tidak mau pelanggan saya kecewa terlalu lama menunggu, nah untuk mensiasati itu saya harus bekerja sama dengan pengrajin lain termasuk kakak saya. Biasanya saya mengambil mentahan dari mereka, terus tak olah sesuai permintaan. Kalo seperti ini kan penjualan saya bisa meningkat”.

Usaha ini menurut beliau juga termasuk bagian dari inovasi baru yang sebelumnya tidak diterapkan. Beliau dalam kesempatan wawancara juga memberikan pengertian kepada peneliti bahwa langkah ini sekaligus menjadi kunci dalam memuaskan pelanggan. Menurut beliau jika pelanggan merasa puas, maka tidak akan bosan membeli lagi alat-alat rebana kepada beliau. Bahkan bisa jadi pelanggannya secara tidak langsung akan menjadi sale baginya. Hal ini seperti yang diungkapkan beliau pada saat wawancara:

“Kalau pelanggan merasa puas dan nyaman kan tidak bosan-bosan beli ke tempat saya lagi, syukur-syukur mereka mejadi sales gratis, merekomendasikan kenalan mereka untuk membeli di tempat saya”.

Peneliti melihat inovasi ini adalah bagian dari bentuk prioritas kepada kecepatan kepada konsumen. Inovasi ini beliau terapkan peneliti pandang sebagai bentuk agar semua pihak merasakan keuntungan bersama. Kembali lagi peneliti menemukan fakta bahwa ternyata Bapak Ahmad Rofiq dalam berbisnis selalu mengedepankan keuntungan bersama. Peneliti dapat sampaikan demikian karena jelas sekali terlihat bagaimana praktek yang terjadi. Ketika Bapak Ahmad

Rofiq membeli kehabisan stok, sedangkan pesanan melimpah, beliau akan menghubungi relasinya. Beliau dalam bertransaksi dengan relasi tentu tidak secara gratis, melainkan ada laba tersendiri bagi relasi yang membantu memproduksi.

Secara tidak langsung, praktek demikian itu ada keuntungan bersama dalam berbisnis. Mental bisnis Bapak Ahmad Rofiq sangat mencolok sekali dipandang dari sisi ini. Karena beliau jelas tampak tidak mengambil keuntungan sendiri, melainkan beliau masih mau memberikan kesempatan kepada orang lain untuk sama-sama mendapatkan laba, serta beliau enggan membiarkan konsumennya terlalu lama menunggu. Hal ini patut sekali ditiru oleh semua pelaku usaha dalam membangun usahanya agar tidak mencari keuntungan sendiri dalam berusaha, melainkan sekaligus membantu pebisnis lain yang sekiranya membutuhkan.

Terlepas dari data wawancara, peneliti memiliki sisi pandang lain berdasarkan observasi yang telah peneliti temukan di lapangan, yaitu bahwa pengrajin rebana di Desa Bategede selalu melakukan inovasi secara bertahap dengan tujuan produk bisa bersaing dengan yang lain, sehingga penjualan akan meningkat. Pengrajin rebana di Desa Bategede tampak telah menjalankan 3 inovasi sebagai. Berikut adalah penjelasannya:

#### **a. Inovasi produk**

Awalnya rebana hanya terdiri dari terbang, tam dan jidur. Supaya permainan musik rebana tidak monoton dan tetap di gemari oleh masyarakat maka pengrajin rebana di Desa Bategede mengikuti trend rebana dengan memproduksi alat baru seperti ketipung, keteplak, dan marawis.

#### **a. Inovasi alat produksi**

Pada tahun 1970 sampai tahun 1990 proses produksi dalam pemotongan kayu dan pembobokan masih menggunakan alat tenaga manusia (manual). Karena permintaan yang semakin tinggi dan proses manual dirasa terlalu lama maka solusinya adalah dengan menambah mesin sebagai tenaga pembantu. Hingga kini

pengrajin rebana di Desa Bategede menggunakan mesin pemotong kayu dan mesin bubut bertenaga diesel.

#### b. Inovasi harga

Awalnya, harga yang ditawarkan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede hanya satu jenis dengan kualitas yang sama. Seiring berkembangnya alat musik rebana pesaing baru pun mulai bermunculan. Pesaing baru biasanya akan menawarkan harga yang lebih murah dengan harapan konsumen akan beralih kepadanya. Melihat permasalahan ini, pengrajin rebana di Desa Bategede mulai memutar otak bagaimana caranya supaya harga bisa ikut bersaing sedangkan keuntungan tetap didapatkan. Untuk mengatasi masalah ini pengrajin rebana di Desa Bategede melakukan inovasi harga dengan cara menawarkan produk yang sama akan tetapi harga mengikuti kualitasnya

Pengrajin rebana di Desa Bategede membagi harga dan kualitas menjadi 3 bagian yaitu kualitas A, kualitas B dan kualitas C. Kualitas A mempunyai harga paling tinggi karena produk yang diberikan juga dengan bahan dengan kualitas terbaik. Kualitas B mempunyai harga menengah karena bahan baku yang digunakan juga masih standar, kualitas B merupakan yang paling banyak diminati. Sedangkan kualitas C mempunyai harga paling rendah dengan produk yang cenderung lebih cepat rusak karena bahan yang digunakan juga tidak terlalu bagus.

Berdasarkan data dan analisis, peneliti dapat merangkum inovasi-inovasi serta pengaruhnya terhadap volume penjualan dan daya saing produk pengrajin rebana Desa Bategede sebagai berikut:

NO	Nama Pengrajin	Inovasi	Indikator Keberhasilan
1.	Musta'in	1. Promosi di media sosial 2. Update barang produksi sesuai minat pasar 3. Mengenalkan produk dengan	1. Pesanan meningkat 2. Tetap berproduksi 3. Semakin banyak yang bertanya

		sistem nitip barang di toko orang lain 4. Memasarkan hasil produksi di tempat permanen dan strategis	produk
2.	Noor Sa'id	1. Menembus pasar digital 2. Update model barang produksi sesuai minat pasar 3. Memberikan garansi dalam promosi produk	1. Masih tetap berproduksi 2. Pesanan meningkat 3. Semakin banyak yang bertanya produk
3.	Ahmad Rofiq	1. Promosi produk melalui banner/plang nama dan brosur 2. Memperluas target pasar dan menjalin relasi promosi 3. Menjalin relasi pengrajin lain dalam menciptakan produk	1. Pesanan meningkat 2. Semakin banyak yang bertanya produk 3. Produksi berjalan

### 3. Kendala Dan Solusi Yang Dilakukan Oleh Pengrajin Rebana Di Desa Bategede

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengrajin rebana di Desa Bategede yaitu pengrajin rebana "Nailil Muna, pengrajin rebana Ahmad Rofiq dan pengrajin rebana Noor Said, kendala yang dihadapi selama bisnis berjalan adalah sebagai berikut:

#### a. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam proses produksi, pemilik usaha rebana di Desa Bategede harus terjun langsung untuk melakukan pengecekan dan finishing karena belum adanya tenaga kerja mumpuni di bidangnya. Selain itu seluruh tugas

mulai dari produksi sampai pemasaran masih dipegang sendiri oleh pemilik usaha. Hal ini tentu memaksa sang pemilik bekerja lebih ekstra karena sumber daya manusia yang masih terbatas.

#### **b. Aspek Pemasaran**

Pengrajin rebana di Desa Bategede belum banyak mengenal *internet marketing*. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha yang merangkap seluruh kegiatan usaha sehingga tidak punya banyak waktu untuk mempelajari *internet marketing*. Permasalahan ini membuat penjualan alat rebana di Desa Bategede menjadi tidak stabil.

#### **c. Aspek Cuaca**

Cuaca menjadi kendala dalam proses produksi terutama dalam pengeringan kayu dan kulit yang menjadi bahan utama. Sinar matahari berperan penting dalam proses penjemuran kayu dan kulit supaya menghasilkan produk yang berkualitas. Kayu yang terlalu banyak mengandung air menyebabkan alat rebana mudah tumbuh jamur.

#### **d. Aspek Pemerintah**

Pemerintah Desa Bategede tidak terlalu memperhatikan para pengrajin rebana di Desa Bategede, padahal bantuan secara finansial maupun pemberian pelatihan akan sangat berperan penting terhadap pertumbuhan bisnis.

Melihat kendala-kendala yang sudah dialami oleh pengrajin rebana di Desa Bategede, solusi yang mereka lakukan adalah sebagai berikut:

#### **c. Aspek Suber Daya Manusia**

Pemilik bisnis rebana di Desa Bategede harus memberikan pelatihan kepada tenaga kerja secara berkala. Selain itu, pelaku usaha juga harus melakukan pengkaderan supaya ketika sewaktu-waktu pemilik usaha sedang ada kendala maka sudah ada yang menggantikan.

#### **d. Aspek Pemasaran**

Pengrajin rebana di Desa Bategede harus mulai memperluas wawasan tentang *internet marketing*, seperti facebook ads, iklan instagram, google ads, marketplace dan sejenisnya. Setelah pengrajin reban menguasai

*internet marketing*, permintaan akan jauh lebih stabil dan cenderung terus mengalami peningkatan.

**e. Aspek Cuaca**

Dalam menghadapi cuaca penghujan, pengrajin rebana di Desa Bategede membeli bahan baku yang sudah setengah jadi, seperti kayu yang *sudah* di bubut dan kulit kambing yang sudah kering. Bahan baku kayu yang terlalu tinggi kadar airnya dan kulit kambing yang terlalu banyak kadar minyaknya akan menyebabkan produk yang dihasilkan menjadi kurang bagus.

**f. Aspek Pemerintah**

Pemerintah *bisa* membentuk koperasi centra rebana yang nantinya akan bertugas untuk pemasar barang, kontrol kualitas, memberikan pelatiha, pemberian pinjaman dan lain sebagainya. Apabila bisnis rebana di Desa Bategede tentu akan meningkatkan perekonomian masyarakat dengan adanya lowongan pekerjaan.

Berdasarkan data dan hasil analisis, peneliti dapat merangkum kendala dan solusi yang dihadapi oleh pengrajin rebana Desa Bategede sebagai berikut:

Kendala	Keterangan	Solusi	Keterangan
Sumber Daya Manusia	Dalam proses produksi alat rebana membutuhkan keterampilan, ketelitian dan pengalaman. Sedangkan hal tersebut belum banyak dimiliki oleh tenaga kerja pada pengrajin rebana di Desa Bategede karena banyaknya karyawan yang keluar masuk.	Pemberian pelatihan kepada karyawan secara berkala dan pengkaderan karyawan pada bidang tertentu.	Dengan adanya pelatihan tenaga kerja akan menjadikan karyawan lebih berkualitas, sedangkan pengkaderan bertujuan untuk persiapan perluasan usaha.
Pemasaran	Dalam proses pemasaran	Mengikuti pelatihan-	Ketika pengrajin



	<p>pengrajin rebana di Desa Bategede belu banyak mengenal <i>Internet Marketing</i>, dengan adanya permasalahan ini menjadikan pengrajin rebana di Desa Bategede kesulitan dalam penjualan barang yang berakibat permintaan tidak stabil (naik turun).</p>	<p>pelatihan tentang pemasaran seperti <i>Internet Marketing</i>.</p>	<p>rebana di Desa Bategede sudah menguasai ilmu <i>Internet Marketing</i>, tingkat penjualan produk rebana akan cenderung stabil dan meningkat.</p>
Cuaca	<p>Sinar matahari berperan penting dalam proses produksi, yaitu sebagai media untuk pengeringan bahan kayu, kulit kambing dan cat. Kadar air yang tinggi dan kadar minyak yang banyak menjadikan alat rebana kurang berkualitas, sehingga pada musim penghujan akan menjadi terkendala dalam proses produksi.</p>	<p>Pada musim penghujan membeli bahan baku setengah jadi, karena sekarang sudah banyak yang menyediakan.</p>	<p>Dengan membeli bahan baku setengah jadi akan mempercepat proses produksi, terutama di musim penghujan. Akan tetapi tingkat keuntungan penjualan produk akan menurun.</p>
Pemerintah	Pemerintah Desa	Pemerintah	Dengan

	Bategede kurang memperhatikan perkembangan pengrajin rebana di sana, padahal pengrajin rebana di Desa Bategede membutuhkan perhadian pemerintah dalam pemberian pelatihan pinjaman, dan lain sebagainya.	Desa Bategede membentuk koperasi centra rebana	terbentuknya koperasi, pengrajin rebana tinggal fokus pada produksi sedangkan dalam kontrol kualitas dan pemasaran akan diserahkan pada koperasi.
--	--	--	---