

PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KURSI BAN KARET  
DI TINJAU DARI STRATEGI PEMASARAN  
DI DESA PERSIAPAN KAWANGREJO  
KECAMATAN MUMBULSARI  
KABUPATEN JEMBER  
TAHUN 1999

STAMP: UNIVERSITAS JEMBER  
MULIA TERPES. ARANA  
UNIVERSITAS JEMBER

**SKRIPSI**



Oleh :

Sugianto  
NIM : 9402104245

Asal :  
: Hadiah  
: Permisian  
Terima Tel: 02 OCT 1999  
No. Buk: PT 1098431  
Klas: 608.31  
Sug: 100  
100

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
JULI 1999

## MOTTO :

" Seutama utama usaha penghasilan itu ialah jual beli yang jujur, dan penghasilan yang di dapat dari pekerjaan sendiri"

(HR. Ahmad dan Ahabrani)

" Sesungguhnya sebaik-baiknya hasil usaha ialah kasab usaha pedagang, yang bila berbicara tidak dusta, dan bila dipercapai tidak khianat, dan bila berjanji tidak cedera (menyalahi), dan bila membeli tidak mencela, dan bila menjual tidak memuji-muji barangnya, dan jika berhutang tidak memperlambat, dan bila menagih hutang tidak mempersukar."

(HR. Albaihaqi)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibunda tercinta yang senantiasa berjuang demi terwujudnya cita-cita amanda,
2. Keluarga di Kediri yang tersayang,
3. Keluarga Banyuwangi dan Situbondo yang bahagia,
4. Yang terkasih Triana Kurniawati,
5. Almamater yang aku banggakan.

PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KURSI BAN KARET DI TINJAU DARI  
STRATEGI PEMASARAN DI DESA PERSIAPAN KAWANGREJO KECAMATAN  
MUMBULSARI KABUPATEN JEMBER TAHUN 1999

SKRIPSI

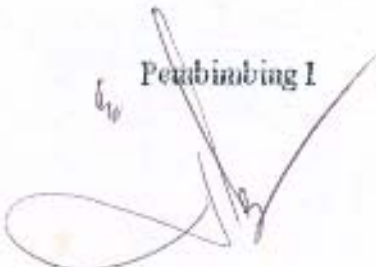
Diajukan untuk dipertahankan di depan Tim Penguji guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Jurusan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Luar Sekolah pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh :


Nama : Sugianto  
NIM : 9402104245  
Angkatan : 1994  
Daerah Asal : Kediri  
Tempat & Tgl Lahir : Kediri, 26 Desember 1974  
Jurusan / Program : Ilmu Pendidikan / Pendidikan Luar Sekolah

Disetujui oleh :

Pembimbing I

  
Dra. Marijono  
NIP. 130 687 782

Pembimbing II

  
Dra. Nanik Yulianti, MPd  
NIP. 131 759 523

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan diterima oleh  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Pada hari : Rabu,  
Tanggal : 14 Juli 1999  
Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua



Drs. Soedarmo  
NIP. 130 368 781

Sekretaris



Dra. Nanik Yulianti, MPd  
NIP. 131 759 523

Anggota :

1. Drs. Marijono  
NIP. 130 687 782

2. Dra. F. Harijati  
NIP. 130 359 302

(.....)

(.....)

Mengetahui

Dekan



Drs. Soekardjo BW  
NIP. 130 287 101

## Kata Pengantar

### BISMILLAHIRRAHMAANIRRAHIIM

Pada saat yang berbahagia ini tiada kalimat yang lebih indah untuk diucapkan selain puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Karena hanya atas karunia dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan Program Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Ilmu Pendidikan Pada fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Selama proses pembuatan hingga terselesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil dan bimbingan serta saran-saran yang tak terhingga nilainya. Karena itulah selayaknya penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Rektor Universitas Jember,
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember,
3. Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
4. Ketua Program Pendidikan Luar sekolah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
5. Drs. Marjono selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini.
6. Dra. Nanik Yulianti, Mpd selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini,
7. Bapak dan ibu Dosen, Staf Pengajar, serta semua karyawan Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember,
8. Bapak Rasmidi selaku pimpinan industri kecil Kursi Ban Karet,
9. Ibunda tercinta yang telah berjuang dan selalu berdo'a demi terwujudnya cita-cita serta kebahagiaan penulis,
10. Rekan-rekan dan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat memohon kehadiran Allah SWT. Semoga amal baiknya diberi imbalan yang lebih besar, amin.



Penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Jember, Juli 1999

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....   | i    |
| HALAMAN MOTTO.....  | ii   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....  | iii  |
| HALAMAN PENGAJUAN.....  | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | v    |
| KATA PENGANTAR .....  | vi   |
| DAFTAR ISI.....   | viii |
| DAFTAR TABEL.....   | xi   |
| PETA/DENAH.....   | xii  |
| ABSTRAK.....  | xiii |
| <br>  |      |
| Bab I Pendahuluan .....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 4    |
| 1.3 Lokasi Penelitian.....  | 5    |
| <br>  |      |
| Bab II Tinjauan Pustaka.....  | 6    |
| 2.1 Dasar Teori Pengembangan Industri Kecil.....                                      | 6    |
| 2.1.1 Pembinaan Manajemen .....   | 7    |
| 2.1.2 Pembinaan Permodalan .....  | 9    |
| 2.1.3 Pembinaan Teknik Produksi.....  | 12   |
| 2.2 Dasar Teori Strategi Pemasaran.....   | 15   |
| 2.2.1 Produk.....   | 16   |
| 2.2.2 Harga .....   | 17   |
| 2.2.3 Distribusi .....  | 19   |
| 2.2.4 Promosi.....  | 21   |
| 2.3 Dasar Teori Pengembangan Industri Kecil di tinjau dari<br>Strategi Pemasaran..... | 22   |



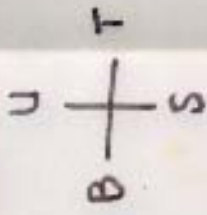
|   |        |
|---|--------|
| Bab III. Metode Penelitian.....                                     | 24     |
| 3.1 pendekatan dan Jenis Penelitian.....                            | 24     |
| 3.2 Kehadiran Peneliti.....   | 25     |
| 3.3 Data dan Sumber Data.....                                       | 26     |
| 3.4 Prosedur Pengumpulan dan Perekaman Data.....                    | 26     |
| 3.5 Analisa Data.....   | 28     |
| 3.6 Pengecekan Keabsahan Data.....                                  | 29     |
| 3.7 Tahap-Tahap Penelitian.....                                     | 30     |
| 3.7.1 Tahap Pralapanan.....   | 30     |
| 3.7.2 Tahap Pekerjaan Lapangan.....                                 | 31     |
| 3.7.3 Tahap Analisis Data.....                                      | 32     |
| <br>Bab IV. Temuan Data dan Penyajian Data.....                     | <br>34 |
| 4.1 Tahap Pralapanan.....   | 34     |
| 4.2 Tahap Pekerjaan Lapangan.....                                   | 34     |
| 4.2.1 Diskripsi Usaha Industri kecil Kursi Ban Karet.....           | 34     |
| 4.2.2 Proses Produksi Industri Kecil Kursi Ban Karet.....           | 37     |
| 4.2.3 Strategi Pemasaran.....                                       | 39     |
| 4.2.4 Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet.....              | 41     |
| 4.3 Tahap Analisis Data.....  | 42     |
| <br>Bab V. Pembahasan.....  | <br>44 |
| 5.1 Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet.....                | 44     |
| 5.1.1 Pembinaan Manajemen Industri Kecil Kursi Ban Karet.....       | 44     |
| 5.1.2 Pembinaan Permodalan Industri Kecil Kursi Ban Karet.....      | 45     |
| 5.1.3 Pembinaan Tehnik Produksi Industri Kecil Kursi Ban Karet..... | 45     |
| 5.2 Strategi Pemasaran Industri Kecil Kursi Ban Karet.....          | 46     |
| 5.2.1 Produk Industri Kecil Kursi Ban karet.....                    | 47     |
| 5.2.2 Harga.....  | 48     |
| 5.2.3 Distribusi.....   | 49     |
| 5.2.4 Promosi.....  | 50     |



|                                      |        |
|--------------------------------------|--------|
| Bab VI. Kesimpulan dan Saran.....    | 52     |
| 6.1 Kesimpulan.....                  | 52     |
| 6.2 Saran-saran.....                 | 52     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA .....             | <br>54 |
| <br>LAMPIRAN-LAMPIRAN                |        |
| 1. Matrik Penelitian .....           | 56     |
| 2. Instrumen Penelitian.....         | 57     |
| 3. Lembar Konsultasi.....            | 59     |
| 4. Surat Ijin Penelitian.....        | 61     |
| 5. Surat Keterangan Penelitian ..... | 62     |
| 6. Daftar Riwayat Hidup.....         | 63     |

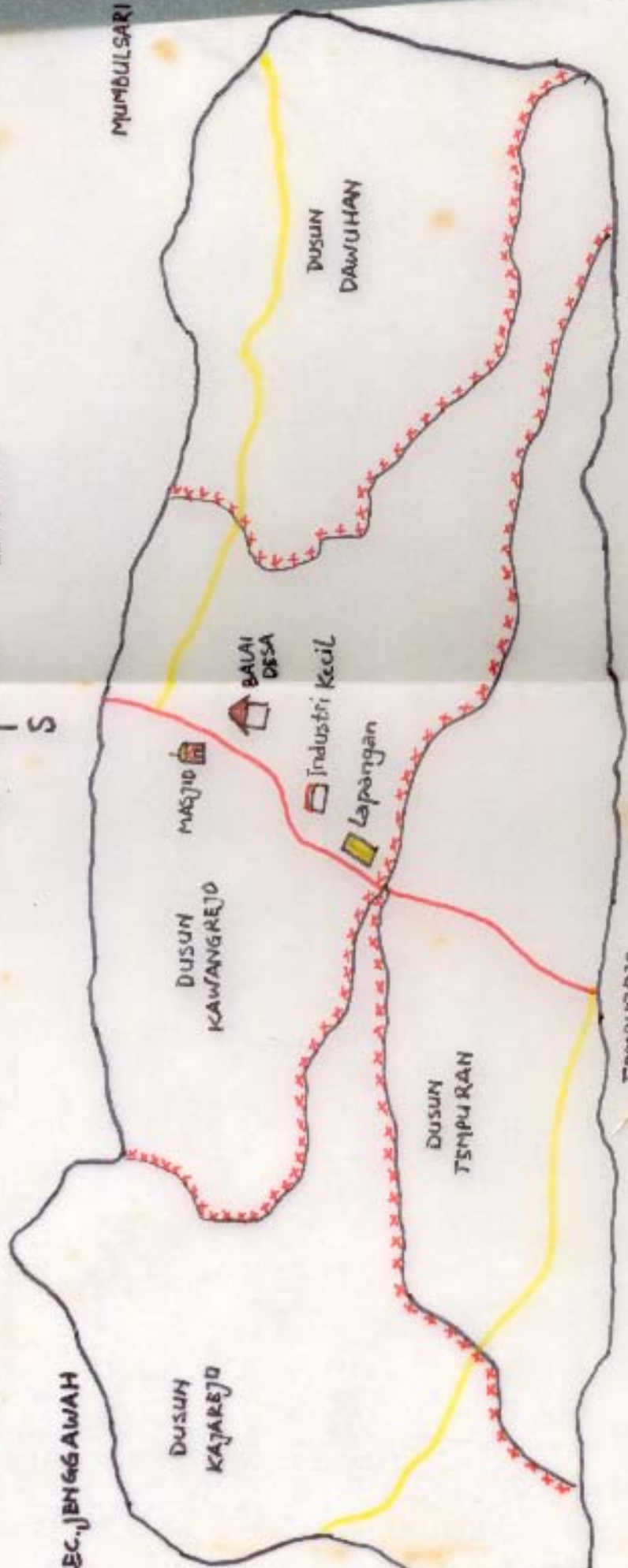
## DAFTAR TABEL

| No. | NAMA TABEL   | HALAMAN |
|-----|--|---------|
| 1.  | Struktur Organisasi Industri Kecil Kursi Ban Karet     | 36      |
| 2.  | Diagram Proses Produksi Industri Kecil Kursi Ban Karet | 37      |
| 3.  | Biaya-biaya Proses Produksi                            | 38      |
| 4.  | Daftar Harga Kursi Ban Karet                           | 39      |
| 5.  | Perkembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet            | 41      |
| 6.  | Perkembangan Manajemen Industri Kecil Kursi Ban Karet  | 42      |



LENGKONG

MUMBULSARI



- Jalan Protokol Desa
- Jalan Dusun
- - - - - Batas Dusun

KEC. JENGGAWAH

PETA DESA PERSIAPAN KAWANGREJO

Skala : 1 : 7610

## ABSTRAK

Sugianto, Juli 1999. Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet di tinjau dari Strategi Pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1999

Skripsi Program Pendidikan Luar Sekolah

Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Pembimbing I : Drs. Marjono

II : Dra. Nanik Yulianti, M.Pd

Kata Kunci : Pengembangan industri kecil di tinjau dari Strategi Pemasaran

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet di tinjau dari Strategi Pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1999"

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ingin mengetahui pengembangan industri kecil Kursi Ban Karet di tinjau dari Strategi Pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kecamatan Jember Tahun 1999.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Data dan sumber datanya meliputi data lapangan yang terbagi menjadi dua yaitu: data formal dan informal. Data formal bersifat sebagai pendukung, yaitu data statistik mengenai daerah penelitian di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember. Data informal yaitu data yang langsung diperoleh dari lapangan dan berupa data primer. Analisis data dengan menggunakan analisa induktif artinya meneliti dari yang khusus menuju yang umum atau dari satu hal yang diteliti dengan banyak hal yang harus dijawab, contoh kongkritnya Industri Kecil Kursi Ban Karet sebagai kelompok terkecil dari banyak industri kecil lainnya. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi artinya teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu guna keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Tahap-tahap penelitian kualitatif disesuaikan dengan berbagai pengalaman dan keadaan di Indonesia melalui tiga tahap yaitu : (1) tahap pralapangan, (2) tahap pekerjaan lapangan, (3) tahap analisa data.

Temuan dan penyajian data terdiri dari tahap-tahap penelitian tersebut. Tahap pralapangan menyangkut soal rencana penelitian, memilih lapangan penelitian, perijinan dan pengisian penilaian lapangan. Tahap pekerjaan lapangan terdiri dari diskrripsi usaha industri kecil Kursi Ban Karet, proses produksi, strategi pemasaran (produk, harga,

distribusi dan promosi), perkembangan industri kecil Kursi Ban Karet. Tulang analisis data masuk dalam bab v yaitu pembahasan tentang strategi pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi

Kesimpulan dan saran menjelaskan komponen strategi pemasaran . (1) produk masih terbatas, kurang variasi, dan merk belum terdaftar, (2) harga mempunyai dua standarisasi yaitu harga pokok dan harga jual, harga pokok sama dengan biaya produksi ditambah upah tenaga kerja ditambah transportasi, sedang harga jual sama dengan harga pokok ditambah keuntungan 10 % di tambah transportasi, (3) distribusi dengan jasa perantara, sistem pengiriman dengan mobil dan becak, sistem distribusi dengan multi level marketing, (4) promosi menggunakan personal selling dan sales promotion.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan kehidupan masyarakat dewasa ini, pemerintah terus berusaha melaksanakan pembangunan nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Untuk mencapai sasaran tersebut maka pembangunan di bidang ekonomi lebih ditanamkan, karena pengaruhnya cukup besar dalam usaha mempertahankan stabilitas perekonomian nasional.

Laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi diharapkan akan berhasil diciptakan lapangan kerja yang besar. Namun demikian masih banyak hal yang perlu diperhatikan dalam menghadapi pertumbuhan tenaga kerja, terutama yang menyangkut masalah pengangguran dan korban PHK serta menipisnya lapangan kerja.

Dalam hal ini perlu suatu pemikiran tentang penyediaan tenaga kerja guna menampung jumlah tenaga kerja yang melimpah. Dari masalah tenaga kerja yang melimpah ini kemudian timbul usaha untuk mengembangkan kegiatan produktif di luar sektor pertanian, sedangkan alternatif kebijaksanaan yang ditempuh dalam menghadapi semakin banyaknya angkatan kerja adalah melalui kebijaksanaan sektoral dengan dipilihnya sektor industri sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia. Sektor industri mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memperluas penyediaan lapangan kerja. Sehingga hal ini akan menyerap tenaga penganggur atau pengangguran yang sebagian besar di sektor pertanian (Soemitro, 1993:44).

Menyadari betapa pentingnya usaha untuk memperluas kesempatan kerja maka kebijakan pengembangan industri kecil diharapkan dapat memberikan sumbangah yang besar dalam penyediaan lapangan kerja. Industri kecil mempunyai peranan penting dalam tekanan perekonomian Indonesia karena mempunyai daya serap yang tinggi terhadap tenaga kerja, sehingga membantu pemerintah dalam mengatasi pengangguran dan pendapatan untuk kesejahteraan masyarakat. Industri kecil pada umumnya

digolongkan sebagai golongan ekonomi lemah dan diusahakan oleh masyarakat banyak, kegiatan industri kecil tersebut dilakukan dalam ukuran yang kecil dan hanya memanfaatkan sumber-sumber dalam faktor produksi yang tersedia dengan modal kecil serta teknologi yang masih bersifat tradisional atau sederhana. Dilihat dari segi permasalahan yang dihadapi problem yang selalu membayangi industri kecil sangat kompleks sekali yang secara umum meliputi bidang permodalan, bidang manajemen usaha, pemasaran ketrampilan serta segi-segi lainnya yang merupakan kendala bagi pengembangan industri kecil. Untuk itu diperlukan suatu pembinaan dan pengembangan industri kecil. Oleh karena itu, usaha-usaha pembinaan dan pengembangan industri kecil ini adalah merupakan salah satu langkah yang diambil pihak pemerintah dalam rangka menunjang dan mempercepat pertumbuhan industri kecil yang memainkan peranan penting dalam tatanan perekonomian Indonesia (Syahrial Syarief, 1991 : 3).

Berkaitan dengan besarnya peranan dan kompleksnya permasalahan yang dihadapi oleh industri kecil tersebut merupakan suatu hal yang beralasan sekali untuk mencarikan jalan keluar sebagai langkah pembinaan yang tepat, sehingga setiap hambatan akan dapat diantisipasi dan setiap peranan yang dapat diharapkan dari industri kecil akan dapat ditingkatkan lagi di masa yang akan datang.

Sebagai akibat perubahan-perubahan yang terjadi dalam perekonomian masyarakat, terjadi pula dalam perusahaan kecil perubahan dalam faham mengenai kegiatan pemasaran seharusnya dilaksanakan, agar tercapai tujuan yang dikehendaki. Sejarah perkembangan konsep mengenai kegiatan pemasaran, secara kasar dapat dibagi dalam tiga tahap : (1) tahap Produksi, (2) tahap penjualan, dan (3) tahap pemasaran. (Radiosunu, 1982 : 3)

Berkaitan dengan sejarah perkembangan konsep mengenai kegiatan pemasaran berikut penjelasan dari ketiga konsep tersebut :

#### *Tahap Produksi.*

Tahap ini dimulai pada masa sebelum terdapat spesialisasi dan pembagian kerja. Produksi masih sangat terbatas sehingga belum dapat memenuhi permintaan pasar. Jadi masalah pokok yang dihadapi perusahaan pada masa itu terutama terletak



dibidang produksi. Perhatian lebih banyak dipusatkan pada masalah bagaimana meningkatkan produksi menekan biaya dan merencanakan proses produksi secara lebih baik. Pemasaran kurang atau tidak diperhatikan, karena tiap barang yang dihasilkan pasti ada pembelinya. Dalam tahap inilah lahir onsep produksi.

*Tahap penjualan.*

Adanya spesialisasi dan pembagian kerja, timbulnya pasar-pasar lokal dan perantara penjualan, serta ditemukan uang sebagai alat penukar, ditambah pula kemajuan pesat dibidang teknologi, komunikasi dan pengangkutan, telah memungkinkan dilaksanakannya produksi secara besar-besaran. Settle masalah produksi dapat dipecahkan, kini timbul masalah baru yaitu masalah penjualan. Semakin banyak pengusaha yang menyadari bahwa untuk mengatasi masalah tersebut, perhatian harus lebih banyak dicurahkan pada usaha meningkatkan permintaan pembelian melalui cara-cara promosi yang lebih agresif. Maka kedudukan konsep produksi dengan demikian digantikan oleh konsep penjualan.

*Tahap pemasaran.*

Sebagai akibat perubahan teknologi dan sosial yang sangat cepat akhir-akhir ini, persaingan yang semakin tajam dan kejenuhan pasar, usaha meningkatkan penjualan melalui promosi agresif tidak lagi memberikan hasil yang diharapkan. Settle disadari bahwa umumnya konsumen banya mau membeli barang dan/atau jasa yang sesuai dengan yang mereka butuhkan dan diinginkan, maka timbullah dikalangan beberapa pengusaha suatu konsep baru mengenai bagaimana seharusnya kegiatan pemasaran dijalankan agar tercapai tujuan perusahaan, yakni penjualan yang menghasilkan laba. Konsep tersebut kemudian dikenal dengan nama konsep pemasaran. (Radiosuna, 1982:4)

Penerapan konsep pemasaran memerlukan adanya perencanaan seksama, penyusunan strategi dan penguasaan tehnik-tehnik pemecahan masalah secara ilmiah. Segala kegiatan harus dipusatkan pada usaha pengembangan strategi penentuan sasaran dan pemilihan cara-cara pencapaiannya. Oleh karen itu, dalam pengembangan industri kecil, menengah dan besar, menggunakan konsep-konsep pemasaran tersebut. Hal ini sesuai dengan latar belakang permasalahan dalam penelitan ini, yaitu : "Pengembangan

Industri Kecil Kursi Ban Karet Di Tinjau dari Strategi Pemasaran Di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1999”

Di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember, berkembang industri kecil yang mengolah barang bekas dari roda ban karet untuk sebuah kursi. Dalam setiap usaha menghadapi berbagai masalah yang harus dipecahkan, termasuk industri kecil Kursi Ban Karet masih banyak hal-hal yang perlu mendapat perhatian diantaranya masalah manajemen, permodalan, teknik produksi, dan yang menjadi fokus penelitian kami, yaitu masalah strategi pemasaran.

Dalam menjalankan usahanya, industri kecil Kursi Ban Karet, hanya bisa mengharapkan adanya “order” dari pemesan yang biasanya banyak dipengaruhi kondisi-kondisi eksternal perusahaan maupun kondisi perekonomian secara makro yang kurang menentu saat ini. Standart produksi maupun penetapan harga produksi biasanya ditentukan berdasarkan negosiasi antara pihak pemesan dan pihak pengusaha. Keadaan ini membuat posisi pengusaha pada posisi yang kurang menguntungkan, karena pihak pemesan bisa saja menolak untuk menerima produk tersebut, bila tidak sesuai dengan standart produknya, akibatnya produksi tergantung adanya pesanan, belum sampai memenuhi standart pasar.

Oleh karena itu, dalam menghadapi kondisi tersebut, pengusaha harus mempunyai kiat yang bagus untuk memperoleh pangsa pasar yang penuh dengan produk industri modern. Hal ini peneliti mencoba menggali secara jeli beberapa masalah yang harus dipecahkan guna pengembangan industri kecil Kursi Ban Karet yaitu dengan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Bertitik tolak dari latar belakang penelitian maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya : “ Bagaimana pengembangan industri kecil ban karet ditinjau dari strategi pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember tahun 1999 ?

### **a. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mengenai pengembangan industri kecil kursi ban karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember, bertujuan ingin mengetahui pengembangan industri kecil ban karet ditinjau dari strategi pemasaran.

### **b. Manfaat Penelitian**

Suharsimi Arikunto mengemukakan bahwa " manfaat mencakup hasil apa yang diharapkan dan sejauh mana sumbangannya terhadap ilmu pengetahuan (1996 : 55)".

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah :

1. bagi peneliti akan menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman khususnya dalam penelitian dalam bidang ke-PLS-an,
2. bagi perguruan tinggi merupakan salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu dharma penelitian,
3. bagi pemerintah sebagai bahan informasi baik pemerintah pusat maupun daerah untuk menentukan kebijaksanaan dalam rangka pengembangan industri kecil kursi ban karet ditinjau dari strategi pemasarannya,
4. bagi masyarakat/keluarga pengrajin dapat memberikan sumbangan pemikiran guna meningkatkan usaha dan mengembangkan industrinya.

### **1.3 Lokasi Penelitian**

Sesuai dengan judul dalam penelitian ini maka lokasi yang menjadi penelitian adalah di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengembangan Industri Kecil

Seperti diketahui bahwa kebanyakan industri kecil adalah merupakan suatu usaha padat karya dan umumnya menggunakan teknologi yang relatif sederhana serta menggunakan peralatan produksi yang masih tradisional. Disamping itu industri kecil memiliki manajemen sederhana, modal relatif kecil, teknis produksi yang masih tradisional serta pemasaran yang belum luas dan belum terorganisir secara teratur halnya industri-industri besar. Ditinjau dari segi geografis industri kecil biasanya terletak didaerah pedesaan dan ditopang oleh tenaga kerja yang berasal dari masyarakat setempat. Hal ini memberikan gambaran pula bahwa tenaga kerja yang mengelola industri kecil kebanyakan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang masih sederhana. Tetapi berbagai keterbatasan dan kesederhanaan yang dimiliki industri kecil tidak berarti akan menimbulkan sesuatu yang tidak berarti di dalam kehadirannya, terutama di dalam perekonomian bagi negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia.

Indonesia dewasa ini meskipun industri kecilnya dikenal penuh dengan berbagai keterbatasan dan kesederhanaan justru memiliki andil yang tidak kecil didalam perekonomian untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Karena walaupun dengan berbagai keterbatasan namun industri kecil telah menyanggah predikat yang dominan dan sangat menentukan dalam pembangunan. Hal ini sudah barang tentu didasarkan pada fungsinya sebagai unsur komplementer sehingga dengan demikian tidak dapat diabaikan begitu saja, industri kecil merupakan industri supply (penunjang) atau industri mitra (kemitraan) yang paling efisien dan efektif bagi industri menengah dan besar.

Kahar melihat pengalaman industri kecil di Indonesia dalam dasa warsa ini memang sangat memprihatinkan. Semua ini sudah barang tentu akibat dari berbagai kekurangan tersebut dan dilain pihak industri kecil dihadapkan pada suatu persaingan

dengan industri besar yang mempunyai sistem produksi yang serba modern. Sehingga barang atau jasa yang diproduksi dari industri kecil kalah bersaing dengan berbagai barang yang merupakan produk industri besar dipasaran, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Persoalan ini timbul tiada lain karena di satu pihak industri besar yang memiliki sistem yang serba modern yang dapat menghasilkan barang dengan kuantitas dan kualitas yang lebih tinggi serta harga yang relatif murah. Sedangkan dipihak lain industri kecil yang penuh dengan keterbatasan hanya dapat memproduksi barang dengan kuantitas dan kualitas yang jauh di bawah standard serta tuntutan harga yang jauh lebih tinggi pula jika dibandingkan dengan produk industri besar.

Kemungkinan dilema di atas merupakan dasar pemikiran akan adanya sesuatu kekuwatiran bahwa suatu saat industri kecil akan tertekan dan bangkrut. Menyadari akan berbagai kepincangan yang terdapat pada industri kecil seperti telah diutarakan diatas maka berbagai bentuk dan jenis pembinaan untuk pengembangan industri kecil perlu dilaksanakan baik pemerintah maupun swasta.

Pembinaan dan pengembangan industri kecil ini dimaksudkan tidak hanya cukup sekedar mempertahankan industri kecil tetapi lebih jauh lagi bahwa pembinaan yang dimaksudkan adalah bagaimana pemeliharaan industri kecil itu agar bisa tumbuh serta dapat bekerjasama dengan industri menengah dan besar. Sehingga satu dengan yang lain dapat hidup dan berkembang serta berperan sesuai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Untuk merealisasi keadaan seperti diatas industri kecil masih perlu banyak penataan dan pembinaan manajemen, bantuan modal, bantuan teknik produksi serta pembinaan pemasaran (Djodjo Suradisatro, 1986 : 34-35).

### **2.1.1 Pembinaan Manajemen**

Manajemen disini diartikan sebagai suatu kemampuan atau keterampilan dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Hal ini berarti manajemen merupakan suatu usaha penentuan kebijaksanaan, pemilihan dan penggerakkan orang-orang yang akan melaksanakan kebijaksanaan serta memberikan upah balas jasa yang cukup sesuai dengan pekerjaan yang dilaksanakannya.

Dari pengertian diatas, apabila kita terapkan dalam usaha industri kecil pada dasarnya mencakup usaha pimpinan secara bersama atau sendiri menentukan peranan produksi pengaturan modal, pemilihan orang yang bertanggung jawab atas pelaksanaan, penorapan kebijaksanaan pemasaran serta penderyagunaan keuntungan yang diperoleh guna meningkatkan kualitas, kuantitas serta kelanjutan usaha. Jika kita perhatikan cakupan diatas maka manajemen merupakan fungsi-fungsi yang berkaitan satu dengan yang lainnya serta mempunyai peranan yang penting terhadap kelangsungan dengan tujuan usaha industri kecil tersebut; dalam rangka peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan kelompok usaha industri kecil yang bersangkutan.

Tentang fungsi manajemen ini Jhon Mee mengklasifikasikan dalam empat bagian yaitu : (1) *Planning* (perencanaan), (2) *Organizing* (pengorganisasian), (3) *Motivating* (pemberian motivasi), (4) *Controlling* (pengawasan) (Djodjo Suradisastra, 1986 : 36)

Untuk lebih jelasnya perlu diuraikan keempat bagian yang menjadi fungsi manajemen diatas :

#### *a. Planning (perencanaan)*

Perencanaan yang dimaksud adalah sebagai proses secara keseluruhan tentang penentuan dan pemikiran kebijaksanaan secara matang mengenai hal-hal yang akan dilaksanakan pada masa tertentu dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa bagi siapapun yang akan mencapai tujuan-tujuan tertentu terlebih dahulu harus merencanakan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan sebagai pedoman kerja.

Dalam industri kecil rencana-rencana yang harus diadakan adalah meliputi rancangan pengeluaran anggaran untuk memenuhi kelancaran proses. Rencana biaya yaitu rencana pengeluaran anggaran untuk memenuhi kelancaran proses industri kecil. Rencana pembelian untuk menentukan kelancaran penyediaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi. Rencana produksi dimana pimpinan dan staff menentukan titik tolak perencanaan produksi. Perencanaan penggunaan tenaga kerja yaitu merupakan suatu upaya penempatan tenaga manusia dalam kegiatan produksi dan kegiatan yang lain, rencana penjualan harus seimbang dengan rencana produksi. (Djodjo Suradisastra, 1986 : 37)

Menurut H. Koontz dalam bukunya Sondang P. Siagian, Fungsi-Fungsi Manajemen, menyebutkan bahwa : Perencanaan adalah menentukan lebih dahulu apa yang harus dilakukan. Masalah perencanaan itu timbul bila dalam menjalankan tindakan terdapat berbagai alternatif. Jadi perencanaan pada hakekatnya adalah pemilihan, alternatif diantara tindakan-tindakan yang dapat diambil.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan untuk mengantisipasi ketidakpastian dan perubahan-perubahan pada masa yang akan datang, untuk memusatkan perhatian pada tujuan, untuk mendapatkan penghematan atau menekan pemborosan dan untuk dipakai sebagai pedoman diperlukan perencanaan yang efektif dan efisien. (1989: 5)

#### *b. Organizing (pengorganisasian)*

Organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama, dimana kerja sama tersebut direncanakan dalam bentuk struktur organisasi atau gambaran skematis tentang hubungan kerja, dalam mencapai tujuan tertentu. (Sondang P. Siagian, 1989:7)

Pengorganisasian yang dimaksud adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan, hal ini berarti pengorganisasian merupakan langkah awal setelah perencanaan. (Djodjo Suradisastra, 1986 :37)

Oleh karena itu hubungan interaksi antar individu tersebut dapat terstruktur dengan jelas namun dapat pula dalam bentuk spontan lepas dan sebagainya. Hubungan yang terstruktur dinamakan hubungan formal, sedangkan hubungan tidak terstruktur dinamakan hubungan informal. Jadi dapat dikatakan hubungan formal adalah hubungan resmi/kedinasan sedangkan hubungan informal adalah hubungan pribadi/tidak resmi/diluar kedinasan, maka ketubuhan organisasi sangat ditentukan oleh efektifitas kedua jenis hubungan tersebut.

#### *c. Motivating (pemberian motivasi)*

Penggerakkan atau motivating diartikan sebagai suatu keseluruhan proses pemberian motif atau dorongan bekerja kepada bawahan sehingga mereka mau bekerja



dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan harmonis. Hal ini berarti bahwa dalam motivasi terdapat adanya usaha pemberian motivasi kepada staff. Motivasi yang diperlukan adalah motif yang senada dengan motif bawahan untuk menggabungkan dirinya dengan organisasi yang bersangkutan. (1986: 37).

Fungsi motivasi adalah fungsi manajemen yang meliputi kegiatan-kegiatan mengarahkan para pegawai agar bekerja lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu setiap pemimpin berkomunikasi dan memotivasi bawahannya, juga setiap pemimpin harus mengetahui dan memahami teori-teori kepemimpinan dan menerapkannya dalam kegiatan-kegiatannya sehari-hari. (Sondang P. Siagian, 1989:9)

Dengan demikian motivasi merupakan tugas setiap pemimpin dan ini harus dilakukan agar bawahan mampu meningkatkan produktivitas kerjanya. Pemahaman tentang teori-teori motivasi mutlak diperlukan oleh setiap pemimpin.

#### *d. Controlling (pengawasan)*

Pengawasan yang dimaksud adalah proses pengamatan dari pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini berarti hubungan dengan perencanaan dan pengawasan mempunyai kaitan yang erat terutama dalam hal pengawasan pekerjaan yang dilaksanakan dalam organisasi.

Pengawasan dalam usaha industri kecil; dilaksanakan sejak adanya perencanaan, pembagian tugas personil, penentuan dan penggunaan modal kerja, proses produksi, pemasaran, keuangan dan pengembangan usaha. Pada akhirnya memulai pengawasan yang tertib dan teliti akan tercapai tujuan yang diharapkan pengusaha dan anggotanya yaitu meningkatkan pendapatan dan tingkat kesejahteraan keluarga dan masyarakat. (Djodjo Suradisastira, 1986 :37)

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang meliputi kegiatan yang memerlukan standart pengukur, mengukur kegiatan dan memperbaiki penyimpangan-penyimpangan yang didapati agar rencana dapat dijalankan dengan baik, jadi pengawasan bukan sekedar mencari kesalahan saja, tetapi meliputi pula tindakan-tindakan perbaikan bila diketemukan penyimpangannya.



### 2.1.2 Pembinaan Permodalan

Permodalan berhubungan dengan semua aspek keuangan dari sebuah perusahaan. Permodalan terdiri atas penyediaan dan pemanfaatan uang, hak-hak atas modal, uang tunai dan setiap dana yang dipergunakan untuk menjalankan sebuah perusahaan. Pemberian modal yang tepat adalah penting bagi suksesnya pengusaha. (Mockiyat, 1989 : 6)

Pengusaha kecil pada umumnya mempunyai pendidikan dan kewiraswastaan terbatas. Mereka pada umumnya tidak dapat membedakan antara dana untuk usaha dan dana untuk kepentingan pribadi, sehingga usahanya tidak dapat berjalan dengan lancar. Banyak diantara kredit yang dengan susah payah mereka peroleh disalurkan kepengeluaran yang bersifat konsumtif. Akibatnya seringkali kita mendengar, bahwa pengusaha kecil tidak mampu untuk mengembalikan hutang mereka pada waktunya, alias kredit macet.

Berbicara dalam bidang kredit, William Soeryajaya mengatakan bahwa pada umumnya pengusaha kecil sukar untuk memperoleh modal kerja dan modal investasi karena terbentur pada prosedur yang bersifat Bank Teknis. Karena itu mereka lebih suka mengadakan pinjaman kepada kreditur swasta yang memberikan hutang relatif mudah, meskipun membayar bunga yang relatif tinggi (1989 : 51)

Heru Sutojo, menjelaskan pula bahwa masalah-masalah yang dihadapi oleh pengusaha atau sektor usaha kecil dibidang modal/keuangan/akuntansi dan pemasaran. Begitu juga dengan Syahril Syarif menjelaskan bahwa lemahnya permodalan industri kecil adalah disebabkan : (1) bentuk perusahaan yang pada umumnya perseorangan, sebagai modal dasar relatif kecil hanya berasal dari kekayaan sendiri, (2) tidak mampu membuat perencanaan kebutuhan modal, (3) kekurangan modal kerja, (4) praktis tidak adanya modal investasi untuk rehabilitas dan penggantian modal, (5) kadang-kadang tidak dapat diinterogasikan dengan bidang-bidang lain dalam perusahaan. (1991 : 72)

Dalam mengatasi dana bagi pengusaha kecil untuk memperkuat permodalannya pemerintah melakukan intervensi dengan menyediakan kredit program yang bunganya bersubsidi. Kebijakan perkreditan yang ditempuh pemerintah telah memberikan

sumbangan yang cukup berarti dalam membantu pengembangan sektor usaha kecil, terutama melalui penyaluran berbagai skim kredit. Kebijakan per Kreditan ini ditujukan untuk lebih menjamin tersedianya dana bagi pembiayaan usaha kecil.

Pengalaman pelaksanaan kebijakan kredit tersebut selama ini khususnya kredit kecil, telah memberikan sumbangan yang cukup berarti dalam penyerapan tenaga kerja. Peningkatan produksi dan pendapatan bagi sektor tersebut (Heru Sutoyo, 1994 : 95)

Djodjo Suradisastra menjelaskan bahwa kelompok industri kecil dan kerajinan pada umumnya melaksanakan usaha dengan modal kecil. Ini dapat di mengerti karena mereka umumnya golongan memiliki penghasilan rendah serta pendidikan yang rendah. Keuletan dan ketekunanlah yang menjadikan mereka pengusaha industri kecil dan kerajinan. Rendahnya pendapatan yang mereka terima mengakibatkan sulitnya mereka untuk menabung dan memperbesar produksinya.

Dilaksanakan oleh LP3ES terhadap industri kecil dan kerajinan 68 % mengatakan kekurangan modal. Menuju kearah perluasan industri dan kerajinan untuk mengatasi kekurangan modal tersebut pemerintah mengadakan langkah-langkah kusus yang dimaksud untuk membantu para pengusaha industri kecil dari golongan menengah serta bawah untuk membangun usahanya dan kerajinannya. Kredit Investasi Kecil (KIK), Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP), Kredit CandaK Kulak (KCK) untuk dilangsungkan. (1986:30)

### **2.1.3 Pembinaan Teknis Produksi**

Proses produksi merupakan proses pengolahan suatu barang menjadi barang lain sehingga siap untuk dipasarkan. Adapun tujuan dari pengolahan produksi adalah untuk memenuhi pesanan sesuai dengan selera konsumen (Djodjo Suradisastra, 1986:38)

Pasilitas produksi yang digunakan oleh sebagian besar industri kecil kebanyakan masih tradisional atau sederhana. Baru 16% industri yang memakai teknologi modern atau termasuk dalam kelompok industri kecil moderen. Dalam kondisi demikian, masih diperlukan banyak latihan guna meningkatkan ketrampilan pekerja. Pembinaan untuk meningkatkan ketrampilan teknis ini perlu ditunjang oleh instansi pemerintah secara terkoordinasi, karena pengusaha kecil sendiripun sebenarnya telah

proses dan lain-lain. Hal ini sudah merupakan komitmen pemerintah dalam rangka mengembangkan industri kecil. Sebagaimana oleh William Suryadjaya dalam makalah seminarnya berjudul "Pengertian dan permasalahan pokok dalam pengembangan Usaha Kecil di Indonesia, bahwa " Dalam pengembangan Usaha Kecil diperlukan bimbingan teknologi praktis untuk meningkatkan mutu produksi, hasil produksi dan produktivitas kerja (1988 : 52)

Hasil penelitian dari lembaga penelitian ilmu sosial menunjukkan bahwa industri kecil dan kerajinan di banyak tempat dan di negara kita pada umumnya menggunakan teknologi dalam negeri yang primitif yang bersifat padat karya dan berciri *out put* rendah, produktivitas rendah dan upah yang rendah. Dengan keadaan seperti ini jelas sulit untuk bersaing dengan industri kecil dan kerajinan yang di dukung oleh teknologi atau alat-alat modern yang padat modal, produktivitas tinggi dan pertumbuhan yang dinamis. Karena itu, golongan dua ini lebih mudah monopoli produksi dan distribusi yang menyebabkan aktivitas-aktivitas produktif menjadi sangat menguntungkan, terlebih lagi karena produksi pada modal ini hanya sedikit menyerap tenaga kerja. Berbeda dengan industri kecil yang sebagian besar terdiri dari pengusaha kecil pribumi, pada umumnya pemasukan hasil penjualan produksi merosot, karena banyaknya tenaga kerja yang ditampung. Umumnya mereka berpendidikan rendah sulit memasuki perusahaan padat modal dengan teknologi tinggi yang memang memerlukan tenaga-tenaga terdidik dan terampil (*skill*).

Untuk lebih meningkatkan industri kecil sehingga gap atau jurang pemisah antara industri kecil dengan industri sedang dan besar dapat diatasi hendaknya di tempuh dua jalan. Pertama, dengan cara mengembangkan cara-cara tradisional selama ini dilakukan industri kecil, satu aspek yang sangat penting adalah mengembangkan teknologi yang ada pada satu daerah untuk diperkenalkan penggunaannya seluas mungkin pada masyarakat sekitarnya. Tujuannya adalah agar mereka dapat mencontoh, mengadaptasi antara kelompok industri yang satu dengan yang lainnya. Cara yang kedua adalah dengan mentransfer atau mengambil alih teknologi dari negara-negara industri. Untuk

Suatu sifat yang kompleks baik dapat di raba maupun tidak dapat di raba termasuk bungkus, warna, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya (1984 : 94)

Jadi jelas di sini bahwa produk sebagai salah satu faktor marketing mix pada batas tertentu memberikan penentu terhadap tercapainya tujuan organisasi yang salah satunya adalah kepuasan konsumen. Produk akan sangat berperan besar pada perusahaan jika dengan produk itu konsumen merasa puas yakni keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi. Sebaliknya produk tidak akan berarti jika dengan dihasilkannya masih belum dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mencari dan meneliti apa yang menyebabkan konsumen tidak puas. Apakah produk merknya yang kurang menarik, apakah kemasannya yang kurang bagus atau harga yang kurang murah dan sebagainya.

Secara tegas juga harus dipikirkan tentang strategi produk ini. Sebab meskipun oleh manajemen pemasaran modern kita diharapkan berorientasi pada konsumen yakni semua apa yang dilakukan harus memuaskan konsumen, dalam hal produk juga harus punya strategi sendiri, pun dalam harga, promosi dan distribusinya.

#### **b. Harga**

Kotler mengatakan bahwa dalam harga akan dibahas enam langkah yaitu : (1) menentukan tujuan barang; (2) menentukan permintaan; (3) memperkirakan biaya; (4) menganalisis harga; (5) memilih metode; (6) menentukan harga.

Pertama perusahaan harus menentukan tujuan organisasi perusahaan. Bila tujuan perusahaan sudah ditentukan maka ini akan memudahkan pada perencanaan pemasarannya, strategi pemasaran dan selanjutnya marketing mixnya, sehingga masing-masing komponen dalam marketing mix mudah diambil keputusannya termasuk harga.

Kotler membahas empat tujuan usaha yang utama yang dapat di raih oleh perusahaan melalui harga, yakni : bertahan hidup (survival), maksimalisasi laba jangka pendek, unggul dalam bagian pasar dan unggul dalam kualitas produk (1992 : 138)

Bertahan hidup sebaiknya diterapkan perusahaan jika dalam keadaan pertama kali beroperasi atau perusahaan dalam kapasitas produksi berlebihan namun tak bisa

menutupi biaya-biaya. Untuk bisa bertahan harga di banting agar bisa membayar biaya-biaya dan perusahaan juga tetap bertahan.

Maksimalisasi laba jangka pendek adalah tujuan kedua setelah perusahaan berpikir telah bisa bertahan hidup. Mulailah perusahaan mensikikan harga dan mulai mengendalikan harga dipasaran. Jadi di sini perusahaan harus mulai menekan konsumen agar harga yang naik itu tetap di beli oleh konsumen. Sehingga perusahaan mendapatkan laba yang maksimal untuk jangka pendek.

Unggul dalam bagian pasar tergantung segmentasi pasar yang diterapkan oleh perusahaan, luaskah ? atau hanya beberapa segmen pasar saja yang dituju oleh perusahaan. Semakin perusahaan mengambil segmen pasar sempit maka perusahaan akan lebih mudah untuk menjadi yang terbaik dan yang terunggul.

Unggul dalam kualitas produk berarti perusahaan berusaha bagaimana produk yang dihasilkan adalah produk yang paling bagus mutunya dibandingkan produk perusahaan pesaing. Kalau bisa dengan kualitas yang lebih baik dengan harga yang paling rendah. Hal ini berarti akan lebih mudah bila perusahaan membuat peta para pesaing sehingga organisasi mengetahui dimana peluang harus dimasuki dan dengan harga berapa.

Kedua, menentukan permintaan. Permintaan ini akan dipengaruhi oleh harga yang ditentukan oleh perusahaan. Dalam hal ini Kotler mengemukakan pendapatnya :

Setiap harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menarik sejumlah permintaan yang berlainan sehingga dengan demikian akan membawa akibat yang berbeda dengan sasaran-sasaran pemasaran. Hubungan antara harga jml dengan permintaan dikenal dengan apa yang di sebut kurva permintaan (demand schedule) (1992 :140)

Ketiga, dari persoalan harga adalah mengestimasi biaya. Secara umum biaya dapat dibagi menjadi dua yakni biaya tetap (fixed cost) yang keberadaannya tidak terpengaruh oleh naik turunnya barang (jasa yang diproduksi oleh perusahaan). Sedangkan biaya variabel (variabel cost) yang harus dikeluarkan produsen, sesuai

dengan naik turunnya produk yang diproduksi. Artinya semakin kecil barang / jasa yang diproduksi organisasi semakin kecil pula harga variabel yang dikeluarkan.

Kemudian bagaimana perusahaan agar bisa menutup jumlah biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel ? Kata Kotler bahwa perusahaan sewajarnya memasang harga jual yang paling sedikit akan menutup seluruh jumlah biayanya. (1992 :144)

Disamping perusahaan harus menetapkan harga yang lebih besar dibanding total biaya yang dikeluarkan, juga perusahaan akan diuntungkan oleh berbagai pengalaman dalam kurun waktu tertentu. Artinya semakin perusahaan terus-menerus mengeluti bidangnya / suatu produk tertentu, maka perusahaan banyak kesempatan untuk belajar dari pengalamannya. Dengan berbekal pengalaman yang didapatkan dari waktu ke waktu maka perusahaan akan semakin jeli, efisien, efektif, produktif dan mengetahui biaya mana yang harus ditekan. Begitu juga produksinya pun akan semakin naik sehingga omzet penjualan akan semakin naik pula. Dalam keadaan demikian perusahaan akan semakin punya kemampuan untuk memberikan harga yang relatif lebih murah pada konsumen pada masa yang akan datang.

Keempat dari permasalahan harga adalah menganalisis harga dan tawaran pesaing. Harga yang diturunkan pesaing membuat suatu perusahaan harus lebih jeli dan teliti terhadap produk pesaing, sebab harga tersebut ikut mempengaruhi terhadap harga yang dimunculkan oleh suatu perusahaan, juga perusahaan perlu mempelajari harga jual dan mutu produk dari setiap pesaing. Kotler mengatakan bahwa, itu bisa di tempuh dengan berbagai cara. Membandingkan harga, mutu memperoleh daftar harga pesaing, membeli barang pesaing dan sebagainya (1992 : 146)

### c. Distribusi Pemasaran

Barangkali akan mengalami kesulitan perusahaan yang memproduksi barang atau jasa dalam jumlah besar tanpa memanfaatkan saluran-saluran pemasaran. Tidak mungkin perusahaan terjun sendiri ke konsumen akhir atau ke konsumen pemakai. Walaupun itu dilakukan pada batas-batas tertentu akan merugikan organisasi dan merupakan tindakan yang kurang efisien dan kurang efektif. Sehingga perusahaan

sebaiknya memulai menggunakan jasa perantara baik sebagai distributor, agen dan retailer dalam mencapai sasaran perusahaan.

Lalu mengapa produsen atau organisasi perusahaan memerlukan pelimpahan sebagian tugas penjualan kepada perantara ?

Menurut Kotler, produsen menjual dengan memanfaatkan jasa perantara ada beberapa keuntungan antara lain :

1. banyak produsen kekurangan sumber keuangan untuk melaksanakan pemasaran langsung.
2. produsen yang mampu membentuk saluran pemasaran sendiri sering mendapatkan keuntungan yang lebih besar dengan cara meningkatkan investasi dalam bisnis produknya.
3. penggunaan perantara akan sangat mengurangi pekerjaan perusahaan sehingga mencapai efisiensi sangat tinggi dalam membuat barang hingga banyak tersedia dan bisa memberi pasar sasaran. (1992 : 173)

Beberapa perusahaan melakukan pelimpahan untuk menjual produknya dengan cara mendirikan perusahaan baru yang bergerak khusus dalam bidang pelayanan pemasaran produk-produk yang sejenis. Dan ini juga sebagai perluasan atas bidang usahanya.

Namun dalam bidang jasa atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, disarankan untuk tidak mempercayakan pendistribusian produknya melalui jasa perantara. Di samping produk jasa pendek jaringan menuju konsumen, dikuatirkan perantara kurang bisa memberikan pelayanan (service) sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi yakni pelayanan yang telah di bangun kokoh oleh organisasi tersebut.

Secara garis besarnya produk berupa barang sangat mementingkan keberadaan jasa perantara, sementara produk yang bersifat jasa kurang mementingkan jasa perantara ini. Untuk produk barang yang menggunakan jasa perantara sering punya keberatan dalam soal harga yakni semakin barang turun ke tangan jasa perantara harga cenderung ikut naik sesuai dengan harapan laba dari masing-masing tangan perantara. Kalau barang yang diproduksi berjumlah besar kemaknaan harga dari masing-masing perantara ini

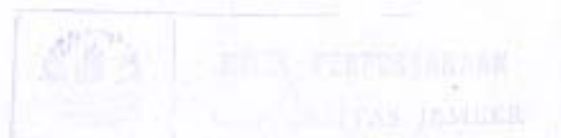
kurang terasa, namun bagi produk barang yang berjumlah kecil akan terasa sekali perubahan kemikikan tersebut.

#### **d. Promosi**

Promosi adalah bagian dari marketing mix yang keempat yang kedudukannya juga cukup penting dan strategis. Suatu organisasi usaha sangat membutuhkan jasa promosi ini. Oleh karena itu diharapkan jasa promosi ini juga punya strategi dan taktiknya yang semuanya harus dilakukan secara efisien dan efektif. Efisien berarti promosi yang di pakai disesuaikan dengan kekuatan organisasi usaha dalam soal pembiayaannya. Sedangkan efektif adalah mencari alat atau wadah yang jitu untuk mencapai sasaran perusahaan.

Perusahaan yang mampu menjual dan secara bersamaan dapat meningkatkan volume penjualan serta dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan, maka perusahaan tersebut dapatlah dikatakan berhasil dalam menghadapi persaingan. Agar volume penjualan dapat meningkat perusahaan menjalankan berbagai kegiatan seperti memperbaiki produk, memperluas penyaluran dan menambah service. Perusahaan juga berusaha menstimulir dengan cara mengerahkan komunikasi persuasive kepada pembeli. Kegiatan ini di sebut promosi. Hal ini sesuai dengan William G. Nikoles dalam buku *Azas-Azas Marketing*, karangan Basu Swasta, yang menyatakan bahwa ; "Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (1984 : 237). Pendapat tersebut diperkuat oleh Philip Kotler bahwa yang di maksud dengan promosi adalah "Berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. (1984 : 101)

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan promosi adalah merupakan arus informasi atau persuasif satu arah dan hanya dilakukan oleh suatu organisasi atau individu tertentu. Peranan promosi sangat diperlukan untuk menaikkan jumlah permintaan akan produk, maksudnya adalah dengan kegiatan promosi





dengan harga tertentu perusahaan mengharapkan dapat menaikkan volume penjualan produk yang selanjutnya dapat meningkatkan permintaan.

Kegiatan promosi menurut Radiosunu pada umumnya di bagi dalam empat kegiatan yaitu :

- a. periklanan atau ide, barang atau jasa yang bersifat non pribadi dengan pembayaran yang dilakukan oleh sponsor yang diketahui.
- b. personal selling adalah prosentase lisan dalam bentuk percakapan dengan seorang atau lebih calon pembeli dengan maksud mengadakan penjualan.
- c. sales promotion adalah kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong efektifitas distributor dan pembelian konsumen, seperti peragaan pameran, demonstrasi dan berbagai macam usaha penjualan yang tidak bersifat routine.
- d. publisitas adalah stimulus permintaan terhadap sesuatu produk service atau bussiness unit yang bersifat non pribadi dengan cara menempatkan berita tentang produk atau service tersebut di surat-surat kabar, majalah, radio, atau televisi tanpa pembayaran dari sponsor (1987 : 65)

### 2.3 Dasar Teori Pengembangan Industri Kecil ditinjau dari Srtategi Pemasaran

Dalam sistem manajemen disebutkan sistem yang terkecil di dalam hierarkhi sistem pemasaran ialah sistem manajemen. Komponen sistem manajemen terdiri dari departemen-departemen di dalam perusahaan. Jumlah komponen sistem manajemen berbeda antara perusahaan kecil, sedang dan besar. Pada umumnya, dalam sistem manajemen industri kecil hanya terdapat tiga komponen, (1) produksi, (2) keuangan dan (3) penjualan / pemasaran. Semakin besar dan moderu suatu perusahaan semakin banyak komponen sistem manajemennya, yakni selain ketiga komponen tersebut, terdapat pula antara lain Enjiniring, Pembelian, Akuntansi, Pengiklanan, Hukum dan personalia. Komponen-komponen ini dihubungkan oleh tiga macam arus : (1) arus kekuasaan, (2) arus barang dan (3) arus informasi. (Radiosunu, 1982 : 28)

Salah satu kelemahan perusahaan kecil seperti yang telah dijelaskan oleh Bambang Tri Cahyono dalam bukunya *Manajemen Industri Kecil* disebutkan bahwa :

Kekurangsesuaian koordinasi antara produksi dan pemasaran, maksudnya kurang seimbangnya dan kurang terkoordinasinya kedua fungsi penting tersebut merupakan salah satu kelemahan perusahaan kecil untuk berkembang. (1983 : 10)

Radiosunu dalam bukunya "Konsep, Sistem dan Fungsi Manajemen Pemasaran " menjelaskan salah satu tujuan spesifik yang ingin dicapai kebanyakan perusahaan adalah pertumbuhan atau pengembangan penjualan dan laba. Perusahaan menentukan tingkat pertumbuhan yang diinginkan, dan merumuskan strategi untuk mencapainya. Strategi menyangkut pemilihan arah umum tindakan yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan. Sebuah perusahaan, baik perusahaan besar, sedang dan kecil sangat memerlukan strategi dan teknik pemasaran, karena perusahaan akan menghasilkan produk/barang yang harus di jual untuk memenuhi target. Perusahaan akan menderita kerugian apabila produknya tidak laku, bahkan perusahaan akan gulung tikar. Disinilah terlihat betapa pentingnya pemasaran, sedangkan menjual produk hanya merupakan sebagian saja dari pemasaran yang mencakup banyak macam kegiatan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan industri kecil sudah menjadi agenda yang harus segera mendapat perhatian yang serius, karena terkait erat dengan pertumbuhan dan kesejahteraan sosial. Oleh karena itu industri kecil harus mampu bertahan dan berkembang untuk merebut pangsa pasar global yang semakin transparan ini. Maka diperlukan strategi dan taktik untuk meningkatkan perkembangan dimasa yang akan datang, salah satunya strategi pemasaran ini.

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, meresum, menyajikan dan menganalisa data penyelidikan. Selanjutnya menurut Hadari Nawawi (1992 : 66) yang menyebutkan bahwa metode adalah merupakan cara untuk mencapai tujuan. Mengingat tujuan utama dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah, maka langkah-langkah yang akan di ambil harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan. Penggunaan metode yang tepat di dalam penelitian berarti : (1) menghindari cara berfikir dan cara pemecahan yang spekulatif, (2) meningkatkan obyektivitas dalam menggali kebenaran ilmu pengetahuan dan (3) menghindari cara pemecahan masalah atau cara bekerja trial and error.

Sesuai dengan permasalahan penelitian ini yang ingin mengetahui bagaimana pengembangan industri kecil kursi Ban Karet di tinjau dari strategi pemasaran di Desa Persempu Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1998, maka untuk mencapai situasi yang demikian metode yang dipergunakan adalah seperti di bawah ini.

#### 3.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yang berusaha menunjuk kepada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah laku mereka yang terobsesi, yang dalam hal ini adalah pemilik perusahaan / pengusaha. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Robert Bogdan dan Steven J. Taylor dalam Lexy J. Moleong bahwa :

"Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesa, tetapi perlu memandang sebagai bagian dari suatu kenyataan (1993 : 3)

Penelitian kualitatif sebagai obyeknya adalah manusia atau segala sesuatu yang dipengaruhi oleh manusia. Obyek yang diteliti sebagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya. Sehingga untuk mendapatkan data-data yang akurat maka penulis harus masuk ke dalam karcak. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Herbert Blumer bahwa :

“Sang peneliti (observer, pengamat) mencemburkan diri dalam kehidupan masyarakat dan situasi di mana mereka mengadakan riset. Para peneliti berbicara dengan bahasa mereka, bergaul dengan mereka, menyatu dengan mereka dan sama-sama terlibat dalam pengalaman yang sama. Hubungan yang demikian lama memungkinkan peneliti untuk melihat adanya dinamika dalam bentuk konflik dan perubahan sehingga memandang definisi hubungan kelompok dan individu dalam suatu proses (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1993 : 32)

Dari berbagai macam uraian yang ada maka dalam penelitian ini peneliti berusaha membaur dengan pemilik industri kecil kursi Ban Karet tersebut, masyarakat sekitarnya dan di percaya untuk memasarkan produk dari industri kecil tersebut yaitu Kursi Ban Karet. Sehingga akan dapat memperoleh data yang diinginkan. Oleh karena itu data yang dikumpulkan bersifat deskriptif yang pada umumnya berbentuk uraian atau kalimat-kalimat yang merupakan informasi mengenai keadaan sebagai adanya tentang sumber data, dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti. (Hadari Nawawi, 1992 : 32)

### 3.2 Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai pengumpul data, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian kualitatif peneliti berusaha berinteraksi dengan subyek penelitian secara alamiah dengan tidak ada kejadian yang mencolok dan pemaksaan-pemaksaan terhadap subyek penelitian untuk mendukung penelitian ini.

Oleh karena itu kehadiran peneliti di tengah-tengah subyek penelitian diusahakan agar jangan sampai mengubah keadaan yang sebenarnya atau meninggalkan keadaan yang sebenarnya.

### 3.3 Data dan Sumber Data

Di dalam penelitian ini, data yang berusaha di gali meliputi data lapangan, yang terbagi menjadi dua yaitu : data formal dan data informal. Data formal disini hanya bersifat pendukung, hal ini data statistik mengenai daerah penelitian di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember, yang diperoleh dari pemerintah daerah setempat sebagai informan. Data informan di sini adalah data yang langsung diperoleh dari lapangan secara langsung dan berupa data primer. Mengingat penelitian kualitatif obyeknya adalah manusia atau segala sesuatu yang dipengaruhi oleh manusia. Obyek itu di teliti dalam kondisi sebagaimana sewajarnya atau naturalistik. Oleh karena itu, penelitian kualitatif diartikan sama dengan penelitian naturalistik (Hadari Nawawi, 1992 : 208)

Sumber data yang menghasilkan data dalam kondisi yang sewajarnya (natural setting) itu diperoleh dari responden, dan informan yang dalam penelitian ini termasuk didalamnya adalah pimpinan perusahaan industri kecil Kursi Ban Karet, kepala kantor dinas Perindustrian dan Kepala desa Persiapan Kawangrejo kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember. Sesuai dengan sifat penelitian kualitatif itu sendiri yang berusaha menampilkan keadaan sebenarnya dari lapangan, maka peneliti akan mengadakan berbagai macam pendekatan baik kepada subyek atau masyarakat daerah sekitar penelitian sesuai dengan langkah yang di bentuk.

### 3.4 Prosedur Pengumpulan dan Perekaman Data

Dengan mengingat sifat penelitian kualitatif maka di sini peneliti berusaha menggali data yang berhubungan dengan permasalahan semaksimal mungkin sumber data dalam kondisi yang sewajarnya (Natural Setting). Penelitian kualitatif bermaksud mengungkapkan masalah nyata di lingkungan sumber datanya. Oleh karena itu, penelitian ini harus dilakukan dalam situasi yang sebenarnya dan wajar, tanpa harus dipersiapkan dirubah ataupun dikondisikan khusus untuk keperluan penelitian (Hadari Nawawi, 1992 : 210)

Dalam penelitian ini prosedur yang digunakan untuk memperoleh data dengan menggunakan, observasi lapangan, interview, angket dan dokumentasi. Berikut ini gambaran secara riil untuk melakukan penelitian :

a. observasi

Untuk mengumpulkan data yang ada dilapangan dengan berperm serta (partisipan) maka peneliti berusaha mencatat data-data yang mendukung dengan semaksimal mungkin. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Lexy J. Moleong Bahwa :“ Alat penelitian penting yang biasanya digunakan ialah catatan lapangan (field notes). Catatan lapangan tidak lain dari pada catatan yang dibuat oleh peneliti sewaktu mengadakan pengamatan, wawancara atau menyaksikan suatu kejadian tertentu. Biasanya catatan lapangan itu dibuat dalam bentuk kata-kata kunci, singkatan, pokok-poko utama saja, kemudian dilengkapi dan disempurnakan apabila sudah pulang ke tempat tinggal (1993 : 100).

b. interview

Interview atau wawancara adalah pengadministrasian angket secara lisan dan langsung dilakukan terhadap masing-masing anggota sampel. interview merupakan suatu percakapan yang dilakukan untuk mengumpulkan data tentang berbagai hal dari seseorang atau sekumpulan orang. Data yang dikumpulkan antara lain latar belakang, pengalaman, pendapat, keinginan dan hal-hal yang diketahui responden (Sumanto, 1990:87)

c. angket

Angket dalam penelitian ini membantu untuk melengkapi data yang telah di raih dengan interview maupun observasi lapangan. Membuat angket yang bagus memang memerlukan ketrampilan khusus dan waktu yang lama. Oleh karena itu dalam penelitian ini berusaha memberikan pertanyaan yang sifatnya mudah di jawab oleh responden dengan jawaban yang berkenaan langsung dengan permasalahan yang dihadapi.

#### d. dokumentasi

Sedangkan untuk lebih mendekati pada akurasi data maka penulis menggunakan alat perekam dan foto. Penggunaan alat perekam akan sangat mendukung apabila peneliti tidak mempunyai kesempatan untuk mencatat data-data yang ada di lapangan pada saat tertentu. Dalam hal ini akan meningkatkan ketepatan catatan lapangan serta menghemat waktu (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992 : 113)

### 3.5 Analisa Data

Dalam beberapa hal analisis data merupakan proses terus menerus dilakukan di dalam penelitian yang berlangsung dengan observasi partisipan. Di sini peneliti mencatat tema-tema yang dianggap penting dan memformulasikan hipotesa selama penelitian (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992 : 132)

Akan tetapi di sini perlu dijelaskan bahwa tidak setiap penelitian memerlukan hipotesa, yang pada umumnya hanya patut dipergunakan bila hasil penelitian tersebut dimaksudkan untuk menyusun suatu teori atau hukum / kaidah yang berlaku universal atau paling tidak untuk suatu populasi yang besar. Dalam hal ini penelitian yang tidak merumuskan hipotesis biasanya bermaksud menjawab atau memecahkan masalah dan sub masalah-sub masalah yang diantaranya ada juga peneliti yang merumuskan sebagai tujuan penelitian (Hadari Nawawi, 1992 : 3)

Menurut Blanche Geor, dalam pengamatan berperan serta analisa data itu sedikit banyak merupakan suatu proses yang berkelanjutan. Selama penelitian berlangsung peneliti selain mencatat tema-tema penting dan merumuskan hipotesa, juga menyelidiki persoalan dan bidang minat yang luas yang ada dalam pemikiran. (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992 : 139)

Teknik penganalisaan data yang dalam penelitian ini dengan menggunakan analisa induktif dengan alasan :

- a. proses induktif lebih dapat menemukan kenyataan-kenyataan ganda yang terdapat dalam data.

- b. dapat membuat hubungan antara peneliti dengan responden lebih eksplisit, dapat di kenal dan akontabel.
- c. dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan.
- d. dapat lebih menguasai latar secara penuh dan dapat membuat keputusan tentang dapat tidaknya penganalisaan kepada latar lainnya.
- e. analisa induktif dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik. (Lexy J. Moleong, 1993 : 5)

### 3.6 Pengecekan Keabsahan Data

Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu guna keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, dalam hal ini Denzim membedakan 4 (empat) macam triangulasi yaitu :

- a. triangulasi dengan sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat dalam metode kualitatif,
- b. triangulasi dengan metode yang menurut Patton ada 2 (dua) macam strategi yaitu : (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan penelitian dengan metode pengumpulan data (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
- c. triangulasi dengan penyelidikan lainnya. Dalam hal ini peneliti berusaha mengadakan studi pustaka yang sesuai dengan permasalahan.
- d. triangulasi dengan teori. Dalam ini peneliti berusaha untuk membandingkan kenyataan yang ada dilapangan dengan teori-teori yang mendukung. (Lexy J. Moleong, 1993 :139)



### 3.7 Tahap-Tahap Penelitian

Berbeda dengan penelitian lainnya, di dalam penelitian kualitatif yang di dalamnya peneliti ikut berperan serta, metodologi yang digunakan tetap bersifat luwes sampai awal penelitian yang dilakukan. Dan di sini sekaligus pengamat juga harus mengikuti suatu metodologi, pokok-pokok pendekatannya tetap dapat berubah pada waktu penelitian sudah dilakukan (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992 : 54)

Menurut Robert Bogdan yang disimpulkan kembali oleh Lexy J. Moleong (1993 : 84-105), maka tahap-tahap penelitian kualitatif yang disesuaikan dengan berbagai pengalaman dan keadaan di Indonesia melalui tahap-tahap sebagai berikut :

#### 1. Tahap Pralapangan

Menyangkut kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan peneliti sebelum memasuki lapangan, kegiatan tersebut antara lain :

- a. dalam suatu menyusun rencana penelitian,

Dalam hal ini sering disebut dengan usulan penelitian.

- b. memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini tentu saja harus ada kesesuaian dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu wilayah Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember yang merupakan wilayah terdapatnya industri kerajinan Kursi Ban Karet.

- c. mengurus perizinan.

Dalam suatu penelitian perlu diketahui oleh peneliti siapa saja yang berkuasa dan berwenang untuk memberikan ijin bagi pelaksanaan penelitian. Hal ini sangat penting untuk mengenal data formal yang berasal dari instansi pemerintah.

- d. menjajaki dan menilai lapangan.

Penjajakan dan penilaian lapangan akan terlaksana dengan baik apabila penelitian sudah membaca terlebih dahulu dari perpustakaan atau mengetahui melalui orang lain tentang situasi dan kondisi daerah tempat penelitian, yang dalam hal ini

mengambil Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember sebagai lokasi penelitian

e. memilih dan manfaat informan.

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian yang berkaitan dengan industri kecil Kursi Ban Karet.

f. menyiapkan perlengkapan penelitian.

Peneliti berusaha sejauh mungkin menyiapkan segala alat dan perlengkapan sebelum terjun ke lapangan.

g. persoalan etika penelitian

Hal ini kemungkinan akan timbul apabila peneliti tidak mengindahkan nilai masyarakat dan pribadi yang ada di lapangan.

2. Tahap Pekerja Lapangan.

Uraian di sini akan menyangkut tiga bagian yaitu :

a. memahami latar penelitian dan mempersiapkan diri,

1. pembatasan latar dan peneliti

Ketika peneliti memasuki lapangan harus memahami latar terlebih dahulu di samping persiapan diri yang matang.

2. penampilan

Peneliti akan berusaha menyesuaikan penampilan dengan kebiasaan yang ada pada lokasi.

3. pengendalian hubungan peneliti di lapangan.

Oleh karena penelitian ini menggunakan metode pengamatan beerperan serta, maka peneliti akan berusaha mengadakan hubungan yang akrab dengan subyek, sehingga hal ini akan mempermudah tukar menukar informasi.

4. jumlah waktu studi,

Penelitian yang dilakukan dalam menggali data dalam masalah ini adalah 2 bulan.

b. memasuki lapangan.

1. keakraban hubungan.

Peneliti berusaha membina hubungan dengan pemilik industri kecil Kursi Ban Karet juga karyawan industri kecil tersebut,

2. mempelajari bahasa.

Dalam melakukan penelitian tentunya ada bahasa yang digunakan dan maknanya tidak dapat dijelaskan secara verbal sehingga peneliti akan berusaha memahami konteks dan penggunaannya,

3. peran peneliti

Peneliti akan berusaha berperan serta dalam penelitian ini sejauh mana ada hubungan dengan penggalan data.

c. berperan serta sambil mengumpulkan data

Pada tahap ini akan di bagi menjadi :

1. pengarah data studi.

Dalam penelitian ini adalah mengenai pengembangan industri kecil Kursi Ban Karet ditinjau dari Strategi penunsaan di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mambulsari Kabupaten Jember.

2. mencatat data.

Dengan mengumpulkan field notes data yang diperoleh di lapangan berusaha di catat oleh peneliti yang juga di bantu dengan alat perekam sebagai akurasi data yang diperoleh.

3. analisa lapangan

Peneliti akan berusaha mengadakan analisa data selama di lapangan walaupun analisis data secara intensif barulah dilakukan setelah berakhirnya pengumpulan data.

### 3. Tahap Analisa Data

Pada tahap ini di mulai dengan merubah sebarang data yang ada, yang dijarah dari berbagai sumber yang dalam penelitian ini meliputi catatan lapangan, dokumen

resmi, gambar, foto, dan hasil rekaman. Tahap ini terbagi menjadi beberapa tahap lagi yaitu :

a. pemrosesan satuan.

Yang dimaksud di sini adalah satuan yang merupakan alat untuk menghaluskan pencatatan data.

b. kategorisasi

Yang merupakan kumpulan dari seperangkat data yang telah ditafsirkan atas dasar pikiran, intuisi, pendatan atau kriteria tertentu.

c. penafsiran data.

Yang bertujuan untuk mencari hubungan antara kenyataan yang ada di lapangan dengan teori yang relevan dengan permasalahan. Tahap analisa data adalah merupakan tahap yang terakhir dilakukan dalam penelitian ini.

## IV. TEMUAN DATA DAN PENYAJIAN DATA

### 4.1 Tahap Pralapangan

Dalam tahap ini Pemilihan lapangan penelitian yang disesuaikan dengan permasalahan yang dituliskan dalam bab I yaitu, Bagaimana pengembangan industri kecil Kursi Ban Karet yang ditinjau dari Strategi pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1999, yang merupakan wilayah terdapatnya industri kecil ini.

Tahap selanjutnya berkaitan perizinan, peneliti sudah mengenal daerah penelitian sejak menjadi mahasiswa yang mengadakan Kuliah Kerja Nyata di daerah ini, termasuk Kepala Desanya juga Bapak Rasmidi selaku pimpinan dari industri kecil Kursi Ban Karet, tentang perizinan ini, peneliti memberikan surat keterangan dari Fakultas untuk diserahkan kepada Kepala Desa setempat.

Pengajuan dan penilaian lapangan, peneliti melihat dari pengalaman peneliti sendiri yang sebagai pemasaran dalam industri kecil Kursi Ban Karet tersebut, tampak dari penilaian sementara yang dilakukan peneliti, menyangkut hal bagaimana pengembangan industri kecil bisa berkembang dengan baik kalau pemasaran berjalan dengan baik.

### 4.2 Tahap Pekerjaan Lapangan

Data yang ditemukan dalam tahap pekerjaan lapangan ini, yang berkenaan permasalahan yang digambarkan dalam bab sebelumnya, akan dijelaskan berikut ini :

#### 4.2.1 Deskripsi Usaha Industri Kecil Ban Karet

##### Gambaran Umum berdirinya Industri Kecil Kursi Ban Karet

Berdirinya industri kecil Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari ini di mulai oleh seseorang yang bekerja sebagai tukang batu dan kayu. Dari kehidupan yang serba pas-pasan ini Bapak Rasmidi atau lebih dikenal dengan bapak Lilik mencoba mencari penghasilan tambahan dengan menekuni dalam pembuatan mebel dari bahan kayu hutan, dari bidang ini terlihat Bapak Rasmidi menemukan kretifitas baru, termasuk mendesain mebel tersebut, karena bapak Rasmidi pernah bekerja di mebel Kuta Bali selama 7 tahun.

Di saat Pak Rasmidi sedang mencoba menemukan kreatifitas baru, adik kandung Pak Rasmidi membeli 1 set kursi Ban Karet dari Kota Jombang sekitar tahun 1996, lalu Pak Rasmidi mengetahui bahan baku di daerah sini sangat banyak dan sedikit punya ketrampilan membuat kursi dari bahan kayu, dengan mencoba membuat kursi yang rangkaiannya masih mencoutoh dari kursi punya adiknya tersebut, dengan peralatan yang seadanya. Akhirnya kursi tersebut bisa jadi dan dipakai sendiri sampai sekarang, setelah masyarakat banyak yang tahu akhirnya banyak yang memesannya.

Pada pertengahan Agustus 1997 pernah diikutkan pameran sebagai produk unggulan desa Persiapan Kawangrejo dalam rangka pameran di tingkat kecamatan Mumbulsari yang dihadiri oleh Bapak Winarno selaku Bupati Daerah Tingkat II Jember. Pada akhir tahun 1997, pernah diikutkan pameran oleh Mahasiswa EKN Universitas Jember di Gedung Soetardjo, sambutan dari pengunjung memberikan harapan baru, terbukti dari hasil pameran tersebut ada yang memesan sampai 10 orang.

#### Struktur Organisasi

Struktur organisasi di dalam industri kecil yang kegiatan usahanya belum begitu luas, maka persoalan organisasi masih sederhana. Struktur organisasi yang dimaksudkan untuk menciptakan hubungan kerjasama yang baik antar individu di dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Bentuk dari organisasi industri kecil pada umumnya adalah usaha dagang (UD). Sebagai badan usaha yang belum berbadan hukum, maka industri tersebut memiliki struktur organisasi yang masih sangat sederhana dengan sistem manajemen tunggal, seperti gambar berikut :

## Struktur Organisasi Industri Kecil Kursi Ban Karet



Gambar 1

Sumber : industri kecil kursi Ban Karet Desa Persiapan Kawangrejo

Pimpinan adalah pemilik perusahaan, dia bertanggung jawab atas maju mundurnya perusahaan secara umum. Pimpinan unit adalah seorang yang diberi tugas untuk memimpin beberapa tukang beserta pembantunya, ia bertanggung jawab atas proses produksi baik dalam hal mutu maupun ketepatan waktu dalam proses penyelesaian produk. Ahli desain (desainer) adalah orang yang bertugas untuk membuat desain-desain baru sekaligus merancang sistem proses produksi terhadap model yang ia ciptakan. Tukang adalah tenaga ahli dengan dibantu oleh salah satu atau dua orang pembantu.

### Segmen Pasar

Konsumen yang menjadi sasaran industri kecil yaitu masyarakat secara luas, yang sementara ini masih terbatas di daerah kabupaten Jember dan sekitarnya. Mereka membeli hasil produk sebatas untuk memenuhi kebutuhan sekunder rumah tangga, yang mempunyai nilai tersendiri termasuk seni ukiran dan bahan baku dari ban bekas. Untuk lebih memudahkan dalam memperoleh produk ini, konsumen bisa langsung ke industri kecil Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember, dari

wilayah kota ke arah selatan kurang lebih 12 km, atau memesan langsung lewat Koperasi Pegawai Negeri Jember bisa kredit atau tunai.

Dalam memperluas pangsa pasar, industri Ban Karet dicoba ke daerah wilayah Situbendo dan Probolinggo bagian pesisir dengan tujuan bisa ekspansi ke daerah Pulau Garam Madura.

#### Pesaing

Sudah menjadi konsekuensi logis jika suatu sistem pemasaran perusahaan selalu dikelilingi dan dipengaruhi oleh sekelompok pesaing. Maka pesaing ini perlu diidentifikasi, dimonitor dan dicari sisi kelemahan untuk memperoleh dan mempertahankan kesetiaan pelanggan pada perusahaan yang bersangkutan.

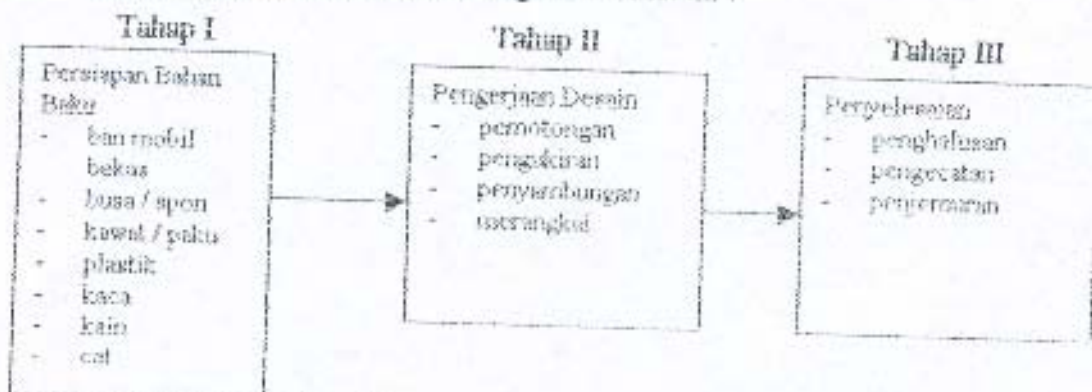
Demikian halnya dengan industri kecil Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo ini, sudah ada jenis lain yang hampir sama dengan produk dari sini termasuk yang dipasarkan lewat Departemen Store Matahari Jember. Ternyata produk yang ada di Departemen Store Matahari itu barang kiriman dari luar Jember yakni dari Bandung.

Sebagaimana perusahaan atau industri kecil lain, industri kecil kursi Ban Karet ini mempunyai strategi untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih bagus dengan memperhatikan tiga hal yakni : (1) memperhatikan kepuasan pelanggan, (2) meningkatkan mutu atau kualitas produk, (3) memperluas jangkauan pasar.

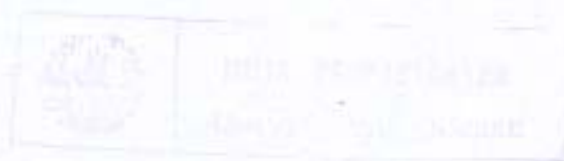
#### 4.2.2 Proses Produksi Industri Kecil Kursi Ban Karet

##### Tahap Proses

Dalam proses produksi, industri kecil menggunakan sistem yang masih sederhana, melalui tiga tahapan yakni : Seperti diagram berikut ini :



sumber : industri kecil Kursi Ban Karet





Biaya- biaya dalam proses produksi yang dikeluarkan untuk 1 kursi dalam setiap sekali produksi dapat di rinci dalam tabel berikut :

Tabel 1 Biaya-Biaya Dalam Proses Produksi

| No | Pengeluaran      | Harga (Rp) |
|----|------------------|------------|
| 1. | Ban mobil bekas  | 15.000     |
| 2. | Busa dan plastik | 12.500     |
| 3. | Paku dan kawat   | 5.000      |
| 4. | Cat              | 23.750     |
| 5. | Kain dan kaca    | 17.000     |

Sumber : industri kecil Kursi Ban Karet

### Tenaga Kerja

Tenaga kerja sebagai tukang yang direkrut dari para pemuda di Desa tersebut yang dianggap memiliki kemauan dan kemampuan untuk diajak bekerja sesuai dengan standart yang ditetapkan industri kecil tersebut. Saat diadakan penelitian lapangan jumlah tenaga kerja ada 6 orang yang direkrut dari masyarakat setempat. Salah satu misi industri kecil ini adalah untuk membina pemuda putus sekolah atau yang menganggur agar memiliki kotrampilan dan menambah penghasilan. Industri kecil juga merekrut pemuda-pemuda yang belum mempunyai keahlian untuk dilatih dengan ditempatkan sebagai pembantu tukang-tukang tersebut. Umumnya mereka telah mampu untuk diserahi tanggung jawab sebagai tukang setelah dilatih sedikitnya 4-5 minggu walaupun dengan kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu, dalam setiap pelatihan tersebut diawasi secara langsung oleh tukang tersebut.

Keanggotaan tukang pada dasarnya tidak terikat secara formal, ikatan yang ada hanya secara kekeluargaan . Tukang-tukang tersebut mempunyai kebebasan untuk terus bekerja pada jam berapapun asal pekerjaan bisa dengan baik dapat selesai. Hal ini tergantung pada kemampuan dan kemauan mereka sendiri untuk menyelesaikan target produksi yang telah dibebankan kepadanya sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Pada tingkat penggajian didasarkan pada keahlian masing-masing dan disesuaikan dengan pekerjaan disawah tempat mereka tinggal, namun mereka masih diberi makan siang dan minum kopi/ snak disore hari. Biasanya upah sampai 50.000 per minggu.

#### Peralatan

Pernalatan yang digunakan dalam proses produksi masih sangat sederhana antara lain dan peralatan tersebut masih bersifat sederhana, antara lain : (1) gergaji, (2) sabil kecil, (3) palu, (4) pompa, (5) tang/catat, (6) gunting, (7) sepet/cal, (8) meteran.

Masalah yang dihadapi oleh industri kecil Kursi Ban Karet yang berkaitan dengan peralatan adalah masih sederhana dan tradisional peralatan yang digunakan, sehingga dalam proses produksi kurang cepat dan lancar.

#### 4.2.3 Strategi Pemasaran

Dalam strategi pemasaran terdapat empat komponen yang harus dipenuhi antara lain : produk, sistem harga, distribusi, dan promosi. Dapat dijelaskan berikut ini :

##### Produk

Strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan, strategi tersebut merupakan rencana jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan personalia pemasaran.

Produk industri kecil Kursi ban Karet sangat terbatas, hanya memiliki 2 macam produk, keserasian warna yang kurang serasi dan belum memiliki merk sendiri yang terdaftar pada instansi yang terkait.

##### Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar dari suatu barang. Bagi industri kecil Kursi Ban Karet harga pokok ditentukan berdasarkan biaya produksi ditambah upah tenaga kerja ditambah transport. Sedangkan bagi perantara, harga jual ditentukan berdasarkan harga pokok ditambah biaya pengiriman ditambah keuntungan 10 % dari harga pokok.

Tabel 2 Daftar harga Kursi Ban Karet

| No | Tahun      | Per Unit | Harga (Rp)        |
|----|------------|----------|-------------------|
| 1. | 1997       | 1 Set    | 150.000 - 200.000 |
| 2. | 1998       | 1 Set    | 200.000 - 275.000 |
| 3  | 1999 ..... | 1 set    | 250.000 - 325.000 |

Sumber : Industri Kecil Ban Karet

Dari keterangan diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

HP = Biaya Produksi + Upah tenaga kerja + transport

HJ = HP + 10% keuntungan + transport

Keterangan :

HP = Harga Pokok

HJ = Harga Jual

Harga bisa berubah setiap waktu tergantung pada keadaan perekonomian saat ini, akan tetapi perubahan harga justru semakin meningkat, bukan malah menurun, ini disebabkan krisis ekonomi yang mempengaruhi harga bahan baku menjadi naik, sehingga harga jual kursi semakin meningkat dengan kewajaran pasar dan melihat konsumen. Akan tetapi harga dipasaran tergantung pada perantara yang berperan sebagai distributor dari industri kecil Ban Karet ini.

#### Distribusi

Daerah pemasaran produk dari industri kecil Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari ini meliputi daerah sekitar Jember Bondowoso, Situbondo, dan Banyuwangi. Pada bagian lain, memasarkan produk tersebut lewat Koperasi Pegawai Negeri Universitas Jember dan Koperasi Wali Kota Administratif Jember, dengan sistem dan aturan yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Sistem pengiriman barang/produk ke konsumen dilakukan melalui perantara yang menjualkan produk tersebut, misalnya lewat koperasi, kelompok arisan atau melalui even-even pameran yang diselenggarakan dari instansi atau dinas pemerintah dan swasta. Sedangkan alat transportasi dalam jarak dekat memakai becak, untuk jarak jauh memakai mobil.

Distribusi ini menggunakan jasa perantara, keuntungan pertama, menggunakan jasa perantara ini, industri kecil akan terpenuhi target produksi dan penjualannya. Keuntungan kedua industri kecil bisa menghemat pengeluaran keuangan untuk biaya operasional distribusi.

#### Promosi

Pengenalan produk industri kecil Kursi Ban Karet ini dilakukan oleh pimpinan dan perantara dengan cara sebagai berikut : (1) *personal selling* dengan penjualan langsung atau tatap muka, pimpinan dan perantara mempunyai peluang untuk mengembangan

hubungan yang bersahabat dengan pelanggan atau konsumen. (2) *sales promotion* dengan kegiatan pemasaran yang mengikuti event-event pameran produk industri kecil.

#### 4.2.4 Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet

Dalam orientasi sebuah perusahaan atau usaha tentu mengharapkan sebuah pengembangan yang baik dari sebelumnya. Oleh karena itu industri kecil kursi Ban Karet ini juga mengalami perkembangan yang bisa dipaparkan sebagai berikut :

(1) pembinaan permodalan, (2) masalah tenaga kerja, (3) pembinaan produksi, (4) jenis produk, (5) pembinaan manajemen.

Pembinaan Permodalan yang ada sekarang semakin bertambah, akan tetapi yang menjadi kendala untuk berproduksi dalam skala besar belum mampu disebabkan modal tersebut modal kerja yang berjalan. Oleh karena itu, upaya peningkatan bantuan modal kerja perlu diusahakan lebih efektif. Dalam permodalan terdiri dari modal awal dan investasi. Investasi yang dimaksud keberadaan dari nilai jumlah peralatan yang dimiliki.

Tenaga kerja khusus dalam bidang produksi semakin bertambah, yang sebelum ada peningkatan permintaan jumlah produk, tenaga kerjanya hanya 2 orang, akan tetapi sekarang perlu penambahan tenaga kerja sampai 6 orang.

Jumlah produksi yang semakin meningkat, dari 1-2 set per minggu menjadi 4-6 set per minggunya. Jumlah produksi ini dipengaruhi oleh penjualan produk yang seimbangan. Artinya jumlah produksi akan meningkat apabila jumlah penjualan produk meningkat.

Jenis produk ada 2 macam yaitu, (1) meja kursi untuk ruang tamu, (2) kursi untuk meja makan.

Tabel 3 Perkembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet :

| No | Uraian          | Tahun 1997         | Tahun 1998         | Tahun 1999 ...     |
|----|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1. | Modal awal      | 200.000,-          | 650.000,-          | 875.000,-          |
| 2. | Investasi       | 160.000,-          | 175.000,-          | 175.000,- ....     |
| 3. | Tenaga kerja    | 1-2 orang          | 3-5 orang          | 4-6 orang          |
| 4. | Jumlah produksi | 1-2 set per minggu | 2-4 set per minggu | 4-6 set per minggu |
| 5. | Penjualan       | 48 - 55 Set/Thn    | 75 - 97 Set/Thn    | 80 - .....set/Thn. |
| 6. | Jenis produk    | 1 macam            | 2 macam            | 2 u macam          |

Sumber : Industri Kecil Kursi Ban Karet

Tabel 4 Perkembangan Manajemen Industri Kecil Kursi Ban Karet

| No | Komponen    | Tahun 1997 | Tahun 1998 | Tahun 1999 |
|----|-------------|------------|------------|------------|
| 1. | Perencanaan | -----      | X          | X          |
| 2. | Organisasi  | -----      | -----      | X          |
| 3. | Motivasi    | X          | X          | X          |
| 4. | Pengawasan  | -----      | -----      | -----      |

Sumber : Industri Kecil Kursi Ban Karet

Keterangan :

----- = belum ada

X = sudah ada

Pembinaan manajemen yang ada dalam industri kecil belum terencana dengan baik, terbukti dari perencanaan masih bersifat sementara dan belum mempunyai anggaran belanja maupun perencanaan pencatatan pengeluaran atau pemasukan.

Pembinaan manajemen yang menyangkut organisasi masih bersifat sementara dan tidak teratur dengan baik. Struktur organisasi bersifat manajemen tunggal artinya pimpinan memegang peranan yang sangat penting.

Pembinaan manajemen yang menyangkut motivasi masih bersifat internal artinya motivasi yang berasal dari diri sendiri (industri kecil) dan belum ada motivasi yang mendukung perkembangan dari industri kecil ini.

Pembinaan yang menyangkut pengawasan masih diawasi oleh diri sendiri yaitu pimpinan industri kecil Ban Karet sendiri dan bahkan tidak ada pengawasan yang melekat pada industri kecil dari sebuah instansi tertentu.

#### 4.3. Tahap Analisis Data

Tahap ini menjelaskan seluruh rangkaian yang ditemukan dalam lapangan yang sudah diolah dengan pemrosesan satuan kategorisasi dan penafsiran data. Dalam analisis data ini mengolah catatan lapangan gambar, dokumen resmi foto dan hasil rekaman.

Dalam pengembangan industri kecil memang tidak lepas dari sumber daya manusia yang ada, masalah manajemen pembinaan modal, teknik produksi, dan strategi pemasaran. Manajemen belum terencana dengan baik. Organisasi pembentukannya masih sementara,

belum ada pengawasan atau control, akan tetapi motivasi hanya terkait erat dengan keadaan yang ada, belum motivasi yang benar-benar di dukung oleh semua pihak.

Pembinaan permodalan belum ada modal kerja yang lunak dari pemilik modal atau Bank yang memberi kredit untuk pengembangan industri kecil ini. Selama ini permodalan hanya diperoleh dari saku sendiri dan penggunaannya masih tercampur dengan dana milik pribadi, juga belum tercatat dengan baik. Teknik produksi masih sederhana dengan peralatan yang seadanya, belum tersentuh peralatan yang modern, juga teknik yang digunakan tidak pernah inovatif. Strategi pemasaran masih terpaku pada pemesanan, sehingga proses produksi kurang lancar.

Hasil dari analisis data ini akan dijelaskan dalam bab pembahasan, karena penelitian ini menggunakan data kualitatif diskriptif.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan tentang "Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember di tinjau dari Strategi Pemasaran sebagai berikut :

Pengembangan industri kecil Kursi Ban Karet ini memerlukan bantuan untuk bisa berkembang dan mempertahankan eksistensinya dalam langkah yang kondusif. Pembinaan manajemen belum terpadunya fungsi dari manajemen tersebut yaitu perencanaan yang baik, organisasi yang teratur, motivasi yang kondusif, dan pengawasan yang sehat.

Strategi Pemasaran terdiri dari empat komponen. Pertama, produk dari industri kecil Kursi Ban Karet masih terbatas hanya 2 macam, kekurangannya warna kurang menarik karena sulit untuk menserasikan dengan warna ban karetnya, produk belum mempunyai merk yang terdaftar dalam instansi terkait. Kedua, harga memiliki 2 macam standarisasi, pertama harga bagi produsen ditentukan berdasarkan biaya produksi ditambah upah tenaga kerja ditambah transportasi sama dengan harga pokok. Sedangkan bagi perantara ditentukan berdasarkan harga pokok di tambah 10% keuntungan di tambah transportasi sama dengan harga jual. Ketiga, distribusi yang dilakukan oleh industri kecil Kursi Ban Karet yaitu distribusi yang menggunakan jasa perantara, sistem distribusi menggunakan multi level marketing atau sistem jaringan seperti masuk dalam kelompok arisan atau lewat koperasi. Alat pengiriman menggunakan becak kalau jarak dekat sedang jarak jauh menggunakan mobil dari perantara sendiri. Keempat, promosi yang dilakukan oleh industri kecil Kursi Ban Karet menggunakan 2 macam yaitu : (1) personal selling, dan (2) sales promotion.

### 6.1 Saran-saran

Melalui penulisan ini, peneliti mencoba memberi saran-saran yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada industri kecil Kursi Ban Karet agar dapat menekan biaya produksi, memperoleh bantuan modal, serta pembinaan pemasaran yang efektif. Saran-

suatu yang akan dikemukakan dapat dipadukan sebagai bahan pemikiran untuk diperluas lagi guna kepentingan dan kemajuan industri kecil Karsi Ban Karet serta prospek pengembangan industri kecil di masa yang akan datang.

Adapun saran-saran yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. produk kembalinya ditambah dengan desain baru sehingga konsumen akan punya pilihan untuk membelinya dan mencari alternatif warna yang sesuai dengan Ban Karetnya,
2. larangan perlu ada pertimbangan lebih lanjut, berkenaan dengan masalah kenaikan produk tersebut. Sebaiknya industri kecil lebih fleksibel dalam menentukan harga dan tanggung terhadap kepuasan konsumen,
3. distribusi lebih ditingkatkan lagi terutama menyangkut sistem perantara, sehingga mempunyai sendiri distributor yang handal,
4. promosi hendaknya perlu ada pemungkas yang serius karena promosi merupakan kegiatan pengemaran produk yang efektif dan mempunyai jangkauan pemasaran yang lebih luas,
5. sebaiknya perusahaan lebih giat lagi mengadakan pelatihan kepada para pekerjanya/tukang sehingga kemampuan atau skill masing-masing pekerja dapat lebih ditingkatkan sehingga profesionalismenya dapat terbentuk dengan baik, baik itu dalam pemahaman teknik pembuatan, desain, maupun pemahaman nilai seni (art value) sehingga dapat menekan sedini mungkin kesalahan dalam proses produksi sebagai akibatnya para tukang mempunyai daya kreatifitas yang tinggi (inovatif dan kreatif)



## DAFTAR PUSTAKA

- ....., 1994, **Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa**, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- ....., 1995, **Undang-Undang Republik Indonesia, No. 9 Tentang Usaha Kecil**, Biro Bina Perekonomian, Jakarta.
- Alma Buchori, 1992, **Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa**, Alfabeta, Jakarta.
- Arikunto Suharsimi, 1989, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis**, Bina Aksara Jakarta.
- Bogdan Robert dan Taylor Steven J, Alih Bahasa oleh Arief Furchan, 1992, **Pengantar Metode Penelitian Kualitatif**, Usaha Nasional Surabaya.
- Djodjo Hadi Kusumo Sumitro, 1976, **Indonesia Dalam Pembangunan Masa Kini Dan Masa Datang**, LP3ES Jakarta
- Glueck William F dan Jouch Lawrence R., 1993, **Manajemen Pemasaran Strategi Dan Program**, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, 1989, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Penerbit Intermedia, Jakarta.
- ....., 1992, **Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian Jilid I** Penerbit Erlangga Jakarta.
- Moekiyat, 1989, **Tanya jawab Azas-Azas Manajemen Dalam Bidang Khusus**, CV Mandar Maju, Bandung.
- Moleong Lexy J, 1993, **Metodologi Penelitian Kualitatif**, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nawawi Hadari dan Hadari Martini, 1992, **Instrumen Penelitian Bidang Sosial**, Gajah Mada University Yogyakarta.
- Rudiono, 1982, **Konsep, Sistem dan Fungsi Manajemen Pemasaran**, Penerbit, FE UGM, Yogyakarta.

- Sumanto, 1990, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Penerbit Andi Offset Yogyakarta.
- Surandisastra Djodjo, 1986, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Karunika Universitas Terbuka, Jakarta.
- Sutojo Heru, 1994, *Profil Usaha Kecil Dan Kebijakan Kredit Di Indonesia*, Lembaga Manajemen FE UI, Jakarta.
- Siagian Sondang P, 1989, *Fungsi-Fungsi Manajemen*, Bina Aksara, Jakarta
- Swasta Basu D.H, 1984, *Axas-Axas Marketing*, Penerbit, Liberty, Yogyakarta.
- ....., 1990, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Syarif Syahrial, 1991, *Industri Kecil Dan Kesempatan Kerja*, Pusat Penelitian Universitas Andalas, Padang.
- Tambunan Tulus, 1993, *Kontribusi Industri Skala Kecil Terhadap Ekonomi Lokal*, Majalah Prisma No. 3 Jakarta.
- Tri Cahyono Bambang dan Sugiyo Adi, 1983, *Manajemen Industri Kecil*, Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Winardi, 1989, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*, Penerbit, Mandor Maju Bandung.
- Zain Winarno, 1986, *Pokok-Pokok Dan Masalah Pemikiran Mengenai Industrialisasi*, LP3ES, Jakarta.

## Matrik Penelitian

| LITIAN  | PERMASALAHAN  | VARIABEL  | INDIKATOR   | SUMBER DATA   | METODE PENELITIAN  |
|---|---|---|---|---|--|
| Industri Karet Di Karat Di Strategi Desa Kawangrejo Mambalisari Taban | Bagaimana pengembangan Industri Karet Kecil Karat Dan Strategi Karet di tingkat dari strategi penasarannya? | Pengembangan Industri Kecil<br><br>Strategi pemasaran | 1. Peminatan Manajemen (Perencanaan) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisasi</li> <li>- Pengorganisasian</li> <li>- Motivasi (Pembuatan Motivasi)</li> <li>- Controlling (Pengarasan)</li> <li>- Perbaikan</li> <li>- Perencanaan</li> </ul> 2. Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknik</li> <li>- Promosi</li> </ul> 3. Produk <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga</li> <li>- Distribusi Pemasaran</li> <li>- Promosi</li> <li>- Periklanan</li> <li>- Personal Selling</li> <li>- Sales Promotion</li> <li>- Profitabilitas</li> </ul> | 1. Responden Penelitian 1. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengusaha Industri Kecil Karat Dan Karat Di Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo Kawangrejo Mambalisari</li> <li>- Kabupaten Jember</li> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kepala Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo</li> <li>- Kabupaten</li> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kabupaten Jember</li> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kepala Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo</li> <li>- Kepala</li> <li>- Departemen Perindustrian Jember</li> <li>- Dokumentasi</li> </ul> 2. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kepala Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo</li> <li>- Kepala</li> <li>- Departemen Perindustrian Jember</li> <li>- Dokumentasi</li> </ul> 3. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kepala Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo</li> <li>- Kepala</li> <li>- Departemen Perindustrian Jember</li> <li>- Dokumentasi</li> </ul> | Penelitian <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian dan Takipkan Desa</li> <li>- Persepsi Kawangrejo</li> <li>- Kecamatan Mambalisari</li> <li>- Metode Pengumpulan Data</li> <li>- Observasi Lapangan</li> <li>- Interview</li> <li>- Angket</li> <li>- Dokumentasi</li> <li>- Analisa Data</li> <li>- Menggunakan Metode</li> <li>- Analisa Induktif</li> <li>- Pengambilan Kesimpulan</li> <li>- Menggunakan Metode Triangulasi</li> </ul> |

### TUNTUNAN INTERVIEW

| No | DATA YANG DIPEROLEH   | INFORMAN           |
|----|---|--------------------|
| 1  | 2   | 3                  |
| 1  | Sejarah berdirinya industri kecil Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember. | Pemilik Perusahaan |
| 2  | Diservikasi usaha yang telah dilakukan industri kecil Kursi Ban Karet.  | Pemilik Perusahaan |
| 3  | Masalah yang timbul di dalam industri kecil Kursi Ban Karet.  | Pemilik Perusahaan |
| 4  | Kemungkinan melakukan ekspansi atau pengembangan usaha di masa yang akan datang.                                      | Pemilik Perusahaan |

### TUNTUNAN DOKUMENTASI

| No | DATA YANG DIPEROLEH   | KANTOR  |
|----|---|---|
| 1  | 2   | 3   |
| 1  | Peta atau daerah industri kerajinan Kursi Ban Karet di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember. | Kantor Kepala Desa Persiapan Kawangrejo dan lokasi industri kecil |
| 2  | Rencana penjualan di masa yang akan datang  | Kantor Pimpinan Perusahaan  |
| 3  | Model dan bentuk Kursi Ban Karet  | Kantor dan Ruang kerja karyawan                                   |

## TUNTUNAN OBSERVASI

| No | DATA YANG DIPEROLEH  | KEGIATAN                        |
|----|--|---------------------------------|
| 1  | 2  | 3                               |
| 1  | Ingin mengetahui keadaan daerah sekitar industri kecil Kursi Ban Karet.  | Proses Produksi                 |
| 2  | Ingin mengetahui proses pemasaran produk industri kecil Kursi Ban Karet. | Proses Penjualan dan Pengiriman |

## INSTRUMEN PENELITIAN

### I. Pengantar

Judul penelitian adalah "Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet Ditinjau Dari Strategi Pemasaran Di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari kabupaten Jember Tahun 1999. Hal ini sesuai dengan maksud penelitian yaitu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang penulis miliki yaitu Kewiraswastaan dalam Pendidikan Luar Sekolah dan bukan semata-mata ingin mengetahui rahasia dari perusahaan.

Selubungan dengan tema dan judul serta maksud penelitian, maka penulis memohon dengan hormat bantuan bapak/ibu/saudara untuk memberikan jawaban pada setiap soal/angket yang telah peneliti sediakan. Setiap jawaban yang telah bapak/ibu/saudara berikan merupakan bantuan yang sangat besar bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi keberhasilan penelitian yang peneliti lakukan. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Kami

SUGIANTO

### II. Petunjuk pengisian

1. Tulislah identitas bapak/ibu/saudara ditempat yang tersedia dan jawablah sesuai dengan apa adanya.
2. Karena di sini hanya angket terbuka, maka bapak/ibu/saudara dapat mengisi langsung pada tempat yang telah disedia.

### **III. Identitas Sumber Data (Responden)**

1. Nama Perusahaan :
2. Nama Pemilik :
3. Jenis kelamin :
4. Umur :
5. Pendidikan :
6. Alamat :

## ANGKET PENELITIAN

### I. Aspek Perkembangan Dan Pengembangan Industri Kecil Kursi Ban Karet.

1. Bagaimana proses sejarah berdirinya industri kecil Kursi Ban Karet ?
2. Mengapa anda menekuni dibidang industri kecil ini?
3. Dari mana anda memperoleh pengetahuan dan ketrampilan membuat Kursi Ban Karet ini?
4. Sejak berdirinya perusahaan ini hingga sekarang, mohon anda ceritakan mengenai perkembangan mengenai jumlah karyawan, peralatan yang dpergunakan, teknik pembuatan dan kapasitas produksinya?
5. Pernahkah ada rencana untuk mengadakan perluasan perusahaan baik dalam aspek pasar, sumber daya, teknologi maupun struktur organisasi perusahaan?
6. Dalam pengembangan selama ini, dimana titik kesulitan yang dihadapi oleh usaha anda ini?

### II. Strategi Pemasaran

#### A. Produk Kursi Ban Karet

1. Bagaimana proses produksi, mulai dari proses pemesanan hingga menjadi produk siap pakai untuk dipasarkan, dan berapa lama pembuatannya?
2. Bagaimana cara untuk menentukan desain/model/bentuk produk Kursi Ban Karet ?
3. Bagaimana cara perusahaan dalam menentukan jumlah produk Kursi Ban Karet?



## B. Harga Produk Kursi Ban Karet

1. Bagaimana cara perusahaan untuk menentukan standart harga produk Kursi Ban Karet ?
2. Bagaimana hubungan antara strategi pemasaran produk Kursi Ban Karet dengan keuntungan yang didapatkan ?
3. Apakah ada seorang perantara untuk menjualkan produk Kursi Ban Karet dan Standart harga apakah ditentukan oleh perusahaan ?
4. Apakah setiap jenis Kursi harganya sama atau sesuai dengan kebutuhan?

## c. Promosi Produk Kursi Ban Karet

1. Bagaimana cara perusahaan melakukan proses promosi sebagai salah satu strategi pemasaran Produk Kursi tersebut ?
2. Menurut anda, apakah selama ini mempunyai strategi pemasaran secara khusus untuk memasarkan produk tersebut ?
3. Apabila perusahaan anda memiliki suatu konsep prosesi produk Kursi, tindakan apa bila konsep tersebut digunakan oleh perusahaan lain ?
4. Apakah pernah diikuti sebuah pameran atau expo untuk memperkenalkan produk anda ?

## d. Sistem Distribusi Produk Kursi Ban Karet

1. Kemana perusahaan anda memasarkan produksinya ?
2. Bagaimana penjualan penjualan produk Kursi Ban karet ?
3. Dalam memasarkan produk Kursi, apakah perusahaan mengirim langsung ke lokasi pasar, tidakkah mungkin pihak pemesan (konsumen) yang mendatangi perusahaan anda ?
4. Bagaimana konsep pengiriman produk Kursi Ban Karet hingga ke tangan konsumen (pembeli)

e. Pesaing/ Persaingan Produk Kursi

1. Apakah selama ini terjadi persaingan diantara perusahaan Kursi Ban Karet dalam pemasaran produk Kursi tersebut ?
2. Bagaimana langkah yang pernah dilakukan perusahaan anda dalam menghadapi persaingan produk Kursi tersebut ?
3. Apakah ada kiat-kiat khusus yang harus dilakukan oleh perusahaan anda untuk memenangkan persaingan produk Kursi tersebut ?

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Sugianto  
 Nim / Jurusan / Angkatan : 9402104245 / IP / 1994  
 Judul Skripsi : PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KURSI DAN KARET  
 DUNIAJAI DARI STRATEGI PEMERIKSaan DI DESA PERGLAPAN KAWANGREJO  
 KECAMATAN MUMBULSARI KABUPATEN JEMBER TAHUN 1999

Pembimbing I : Drs. Marjono  
 Pembimbing II :

KEGIATAN KONSULTASI :

| No. | Hari tanggal     | Materi Konsultasi     | By Pembimbing |
|-----|------------------|-----------------------|---------------|
| 1.  | 19 Oktober 1998  | Pengajuan judul       | Dr.           |
| 2.  | 25 Oktober 1998  | Materi Penditikan     | Dr.           |
| 3.  | 20 Nopember 1998 | Bab I                 | Dr.           |
| 4.  | 05 Desember 1998 | Bab II                | Dr.           |
| 5.  | 11 Januari 1999  | Bab III               | Dr.           |
| 6.  | 15 Februari 1999 | Proposal penelitian   | Dr.           |
| 7.  | 17 Mei 1999      | Revisi Bab I, II, III | Dr.           |
| 8.  | 25 Juni 1999     | Bab IV                | Dr.           |
| 9.  | 28 Juni 1999     | Bab IV                | Dr.           |
| 10. | 08 Juli 1999     | Bab IV, V, VI         | Dr.           |
| 11. |                  |                       |               |
| 12. |                  |                       |               |
| 13. |                  |                       |               |
| 14. |                  |                       |               |
| 15. |                  |                       |               |

- CATATAN : 1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi  
 2. Lembar ini harus dibawa sewaktu ujian PRA SKRIPSI dan UJIAN SKRIPSI

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Sugianto  
 NIM / Jurusan / Angkatan : 0402104245 / LP / 1994  
 Judul Skripsi : PERUBAHAN LINGKUNGAN KAWIL KUCIL DAN KAWIL  
 DEPLORAT DARI STRATEGI PEMERINTAH DI DESA PESISIRAN KAWANGREJO  
 KABUPATEN MOMBULGAH KABUPATEN JEMBER TAHUN 1999

Pembimbing I :  
 Pembimbing II : Dra. Nani L. Yuliani, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI :

| No. | Hari tanggal     | Materi Konsultasi   | D. Pembimbing |
|-----|------------------|---------------------|---------------|
| 1.  | 20 Oktober 1998  | Pengajuan judul     |               |
| 2.  | 27 Oktober 1998  | bab I & II          |               |
| 3.  | 26 November 1998 | Bab I               |               |
| 4.  | 08 Desember 1998 | Bab II              |               |
| 5.  | 14 Januari 1999  | Bab III             |               |
| 6.  | 18 Februari 1999 | Proposal Penelitian |               |
| 7.  | 19 Mei 1999      | Revisi Bab I & II   |               |
| 8.  | 8 Juli 1999      | Bab III & VI        |               |
| 9.  | 10 Juli 1999     | Revisi Bab IV & VI  |               |
| 10. |                  |                     |               |
| 11. |                  |                     |               |
| 12. |                  |                     |               |
| 13. |                  |                     |               |
| 14. |                  |                     |               |
| 15. |                  |                     |               |

CATATAN : 1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi  
 2. Lembar ini harus dibawa sewaktu ujian PBA SKRIPSI dan UJIAN SKRIPSI.

PEMERINTAH KABUPATEN DAERAH TINGKAT II JEMBER  
DESA PERSIAPAN KAWANGREJO KECAMATAN MUMBULSARI JEMBER  
SURAT KETERANGAN

Nomor : 071/320/08/ 1999

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs. Kamsidi  
NIP : ---  
Jabatan : Kepala Desa Persiapan Kawangrejo  
Kecamatan Mumbulsari Jember

Dengan ini menerangkan bahwa :

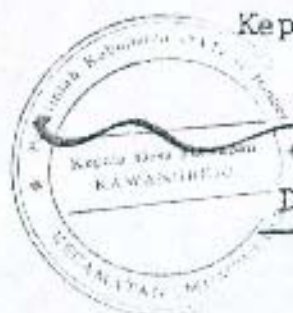
Nama : Sugianto  
NIM : 9402104245  
Status : Mahasiswa Program Pendidikan Luar Sekolah  
Jurusan Ilmu Pendidikan FKIP  
Universitas Jember.

Yang bersangkutan adalah benar-benar telah selesai mengadakan penelitian di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari mulai tanggal, 16 Maret 1999 sampai 20 Juni 1999 dengan judul penelitian : "Pengembangan Industri Kecil Kursi Bam Karet di tinjau dari Strategi Pemasaran di Desa Persiapan Kawangrejo Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember Tahun 1999."

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Jember, 20 Juni 1999

Kepala Desa Kawangrejo.



*[Handwritten Signature]*  
Drs. K A M S I D I.

Nomor : 0535 /PT.32.H5.FKIP/I.7  
Maksud : Proposal  
Perihal : Ijin Penelitian

Jember, 16-3-1999

Pada : Yth.Sdr. Kepala Desa Persiapan  
Kawangrejo  
di - Mumbulsari

Dengan ini Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember menerangkan bahwa Mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Saprianto  
Nim : 40214215  
Program/Jurusan : PIS / II

Berkenaan dengan penyelesaian studynya , maka mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul :

PENYEMPATAN TEMPAT TUGAS KERJA MASYARAKAT DI TINJAU DARI STRATEGI PEMASARAN DI DESA PERSIAPAN KAWANGREJO KECAMATAN MUMBULSARI KABUPATEN JEMBER TAHUN 1999

pada lembaga yang saudara pimpin.  
Sehubungan dengan hal tersebut diatas kami mohon dengan hormat saudara berkenan dan sekaligus kami mohon bantuan informasinya.  
Atas perkenan dan perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS

1. Nama : Sugianto  
2. Tempat/Tgl Lahir : Kediri, 26 Desember 1974  
3. Agama : Islam  
4. Nama Ayah : Kaserin  
5. Pekerjaan : Swasta  
6. Nama Ibu : Raminah  
7. Pekerjaan : Swasta  
8. Alamat :  
a. Asal : Dsn Plosolanang RT: 03 RW: 01 Gambyok Grogol  
Kediri 64151  
b. Jember : Jl. Kalimantan I Gang Citra 131 Jember 68121

### B. Riwayat Pendidikan

- |                                       |             |      |
|---------------------------------------|-------------|------|
| 1. SD Negeri Gambyok II Grogol Kediri | Lulus Tahun | 1987 |
| 2. SMP Negeri 2 Grogol Kediri         | Lulus Tahun | 1990 |
| 3. SMA Negeri Grogol Kediri           | Lulus Tahun | 1993 |