

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, dengan kekayaan alamnya yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri kreatif dan agroindustri sebagai sumber pendapatan dan pengembangan ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk agroindustri yang cukup berkembang adalah industri kerajinan, yang di banyak daerah dipelopori oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kerajinan dari bahan alam, seperti tikar dari pelepah rumbia, menjadi salah satu komoditas unggulan dalam industri rumah tangga di berbagai daerah, termasuk Desa Garunggang, Kecamatan Banjang, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Menurut (Aniza, 2013) salah satu bentuk agroindustri di Indonesia adalah agroindustri kerajinan yang saat ini cukup berkembang di masing-masing daerah. Dengan ciri-ciri usaha yang bertumpu pada usaha rumah tangga atau industri kecil dan menengah dari berbagai daerah. sektor agroindustri akan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan sebagian besar penduduk Indonesia dan mengurangi kemiskinan.

Pentingnya peran sektor agroindustri bukan hanya dilihat dari ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi namun juga memiliki keterkaitan yang kuat dengan sektor lain. Keterkaitan tersebut tidak hanya keterkaitan produk, tetapi juga melalui keterkaitan lain, yaitu keterkaitan konsumsi, investasi dan tenaga kerja. Hal ini berimplikasi melalui pengembangan sektor agroindustri, akan tercipta kesempatan kerja dan sumber pendapatan masyarakat, sehingga rumah tangga petani tidak hanya

menggantungkan sumber penghidupan mereka pada sebidang tanah yang semakin menyempit, namun secara luas mampu mendukung pertumbuhan produktivitas (SINAGA and SUSILOWATI, 2007).

Kerajinan merupakan suatu benda hasil karya seni manusia yang berkaitan dengan keterampilan tangan. Selain memiliki nilai estetis bentuk benda kerajinan tersebut memiliki nilai ekonomi. Pada umumnya karya kerajinan terbuat dari material (bahan) yang mudah didapatkan lewat proses alamiah atau rekayasa. Dari kedua material tersebut hasilnya memiliki fungsi sebagai benda hias maupun benda pakai. Kerajinan merupakan budaya tradisional yang kini menjadi komoditi negara untuk meningkatkan devisa. Diantara sejumlah kerajinan Nusantara, ada kerajinan yang tetap mempertahankan bentuk dan ragam hias tradisionalnya, tetapi ada pula yang telah dikembangkan sesuai dengan tuntutan pasar. Bidang kerajinan pada saat sekarang ini telah masuk kepada handmade (buatan tangan), yang apabila digarap mampu memunculkan sebuah karya seni. Namun untuk mengembangkan seni kerajinan tangan, diperlukan penggarapan desain. Kerajinan tikar dari pelepah rumbia merupakan contoh nyata pemanfaatan potensi alam menjadi produk bernilai ekonomis tinggi. Namun, meskipun memiliki nilai estetika dan kegunaan yang tinggi, industri ini masih menghadapi sejumlah kendala dalam pemasaran produknya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya strategi pemasaran, yang menyebabkan harga jual yang rendah dan ketergantungan pada pengepul.

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM seperti industri kerajinan tikar perlu meningkatkan daya saingnya. Hal ini tidak

hanya untuk bertahan, tetapi juga untuk berkembang dan memberikan dampak yang signifikan bagi perekonomian lokal. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa strategi pemasaran yang efektif bukan hanya sekadar promosi, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti peningkatan kualitas produk, perluasan jaringan distribusi, dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai produk. Menurut (Arisa, 2017) strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

Pengembangan strategi pemasaran bagi industri kerajinan tikar dari pelepah rumbia perlu memperhatikan beberapa faktor, yaitu peningkatan produk harus menjadi fokus utama, baik dari segi kualitas maupun variasi desain, agar dapat menarik minat pasar yang lebih luas. Selanjutnya, memperkuat jaringan merupakan langkah penting untuk memperluas akses pasar dan mengurangi ketergantungan pada saluran distribusi yang terbatas. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, dan terpadu untuk pemasaran barang dan jasa. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran kebijakan, serta seperangkat aturan yang memandu pemasaran barang dan jasa.

Salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara penyebaran pemasaran itu sendiri atau yang lebih dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan salah satu metode pemasaran untuk menyebarkan informasi secara luas, mempromosikan produk dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan

preferensi pribadi untuk citra produk. Oleh karena itu, komposisi pemasaran dianggap sebagai salah satu aspek strategis pemasaran produk yang paling potensial (Selang, 2013).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia di Desa Garunggang, Kecamatan Banjang, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pasar dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran, diharapkan dapat dirumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saing produk kerajinan tersebut di pasar lokal maupun regional. Penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Kerajinan Tikar dari Pelepah Rumbia di Desa Garunggang kecamatan Banjang Kabupaten Hulu Sungai Utara”**.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan industri kerajinan lokal, serta memberikan rekomendasi kepada pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan melestarikan warisan budaya dan alam Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang menjadi fokus penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Kerajinan milik ibu Hamdanah, ibu Sa'adah, ibu Hamdiah, ibu Zainab dan ibu Siti Zubaidah di Desa Garunggang Kecamatan Banjang Kabupaten Hulu Sungai Utara dan memperjelas penelitian ini agar tidak terlalu melebar luas dari pembahasan, penulis memfokuskan masalah yang akan di teliti menurut (Philip Kotler 2013) strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia di Desa Garunggang, Kecamatan Banjang, Kabupaten Hulu Sungai Utara saat ini?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian karya tulis ilmiah ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia di Desa Garunggang, Kecamatan Banjang, Kabupaten Hulu Sungai Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia di tingkat lokal.
2. Menyediakan informasi tentang kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam pemasaran produk kerajinan tersebut.
3. Memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat membantu meningkatkan pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia.
4. Memberikan kontribusi bagi pengembangan industri kerajinan lokal serta pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.
5. Menjadi referensi bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan industri kerajinan lokal.