

**STRATEGI PENJUALAN INDUSTRI KREATIF STUDI DI SENTRA KERAJINAN
KAYU JATI DESA SAMBONGANYAR BLORA
JAWA TENGAH**

Resha Indra Wijaya¹ dan Endang Wuryandini²
Email: indrajaya2132@gmail.com dyne64@yahoo.com
Universitas PGRI Semarang

ABSTRACT

The research background is that sales of teak wood crafts experience a decrease in turnover each month which is due to the sales network and product promotion only in the Ngawen Blora sub-district area. There are problems delivering goods to consumers due to unfavorable weather, such as rainy conditions. The aim of the research is to describe the sales strategy for the creative industry studied at the teak craft center in Sambonganyar village, Blora, Central Java. The research was conducted using a qualitative approach. Data collection techniques use combined observation, interviews, documentation and triangulation techniques. The validity of the data uses a data credibility test with technical triangulation, namely observation, interviews and documentation. Data analysis uses qualitative descriptive. The results of the research show that the sales strategy for the creative industry studied at the teak wood craft center in Sambonganyar village, Blora, Central Java, is carried out with several aspects, namely product, price, distribution and promotion. Teak wood craft products can be developed in various shapes and qualities according to the materials used and have the characteristics of products from Blora Regency, Central Java. Prices for craft products are adjusted to the quality of the teak wood used and the level of difficulty of the work. Distribution is carried out directly using its own fleet and renting a fleet for long-distance delivery in large quantities. Promotions are carried out directly to consumers, providing discounts, and establishing good communication with consumers.

Keywords: sales strategy, creative industry, teak wood crafts

ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi penjualan kerajinan kayu jati mengalami penurunan omset pada tiap bulannya yang disebabkan karena jaringan penjualan dan promosi produk hanya di wilayah kecamatan Ngawen Blora. Adanya kendala pengiriman barang disebabkan karena cuaca hujan. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi penjualan industri kreatif studi di sentra kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi gabungan dijadikan sebagai teknik pengumpulan data. Uji kredibilitas data dengan triangulasi teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif. Hasil penelitian diketahui strategi penjualan dilakukan dengan beberapa aspek, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk kerajinan kayu jati dapat dikembangkan baik bentuk yang bervariasi dan kualitas sesuai dengan bahan yang digunakan serta memiliki ciri khas produk Kabupaten Blora Jawa Tengah. Harga produk kerajinan disesuaikan dengan kualitas bahan kayu jati yang digunakan dan tingkat kesulitan pengerjaan. Distribusi dilakukan secara langsung menggunakan armada sendiri dan menyewa armada untuk pengiriman jarak jauh dalam jumlah besar. Promosi dilakukan secara langsung kepada konsumen, memberikan potongan harga, dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Kata kunci: strategi penjualan, industri kreatif, kerajinan kayu jati

PENDAHULUAN

Industri kreatif sebagai alternatif roda perekonomian yang terus berputar. Ada 14 sektor, yaitu iklan, arsitek, barang seni, kerajinan, busana, desain, video, film, permainan interaktif, musik dan pertunjukan, percetakan, komputer, televisi dan radio, dan pengembangan riset (Aditty, 2020:20). Aktivitas merancang dan mengembangkan gagasan atau ide disebut sebagai industri kreatif (Juniar, 2020:47). Alternatif dalam industri kreatif dalam jangka panjang untuk memecahkan masalah perekonomian negara. Menurut Berawi (Nuraini dan Rifzaldi, 2017:867) sebanyak Rp. 642 triliun disumbang oleh industri kreatif dari total produk domestik Indonesia. Sebanyak 32,4% berasal dari kuliner, 27,9% dari fashion, dan sebanyak 14,88% dari kerajinan. Industri kreatif merupakan sektor keempat terbesar dalam ketenagakerjaan sebanyak 10,7%.

Hasil wawancara awal kepada pemilik UD. *Meubel Arif Furniture*, dapat diketahui bahwa produk kerajinan kayu jati yang dihasilkan, meliputi: meja, kursi, lemari, bufet, dan daun pintu. Kendala yang dihadapi dalam memproduksi kerajinan, yaitu membutuhkan modal cukup yang besar, sehingga untuk membuat kerajinan yang berukuran besar juga membutuhkan modal yang besar. Beberapa peralatan yang digunakan untuk memproduksi kerajinan masih menggunakan alat konvensional. Harga yang ditawarkan kepada konsumen disesuaikan dengan harga di tempat pengrajin kayu jati yang lainnya. Kendala dalam mendistribusikan barang, yaitu ketika musim penghujan, sehingga banyak yang ditunda. Promosi yang dilakukan masih konvensional dengan menawarkan barang kerajinan secara langsung ketika konsumen datang.

Hasil penjualan produk kerajinan kayu jati di sentra kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah, menunjukkan bahwa industri kreatif di sentra kerajinan kayu jati, sudah beroperasi sebagai industri kreatif lokal yang baik. Hal ini terbukti dari penjualan barang kerajinan kayu jati yang diminati oleh para pembeli atau konsumen. Akan tetapi, penjualan kerajinan kayu jati mengalami penurunan omset pada tiap bulannya. Hal ini disebabkan karena jaringan penjualan dan promosi produk kerajinan hanya di wilayah kecamatan Ngawen Blora. Penjualan produk juga terkendala masalah pembayaran yang disebabkan kredit. Selain itu, adanya cuaca pada musim hujan yang tidak mendukung membuat distribusi barang menjadi tersendat.

Industri kreatif, harus memiliki suatu strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan kayu jati. Strategi penjualan produk tersebut dengan mengembangkan produk, harga yang lebih terjangkau, penyaluran barang cepat dan mudah,

dan melakukan promosi produk. Hal ini diharapkan agar meningkatkan jumlah omset penjualan produk kerajinan kayu jati.

Hasil penelitian Maya, Siska (2016) menunjukkan terjadinya peningkatan 34% melalui penjualan dengan *e-commerce* tahun 2014-2015. Pada tahun 2015-2016 terjadi peningkatan sebesar 25%. Pengusaha *e-commerce* melakukan kemudahan dalam transaksi pembelian produk. Pada sektor makanan atau kuliner, pakaian, dan barang rumah tangga sangat diminati. Hal ini sesuai dengan kupasan penelitian ini terkait strategi penjualan industri kreatif kerajinan kayu jati.

Hasil penelitian oleh Sari, Elma Novita (2021) menunjukkan bahwa dengan menjaga kualitas pelayanan dan kuantitas produk buah, peningkatan promosi, perbaikan manajemen penjualan, hubungan baik dengan konsumen dan menambah variasi produk di pasar sentra kota Palopo menjadi strategi dalam peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil inilah, maka peneliti meningkatkan strategi penjualan dengan kualitas produk, meningkatkan promosi, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hal ini sesuai dengan kupasan penelitian ini terkait strategi penjualan kerajinan kayu jati.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan harapan memperoleh deskripsi mendalam terkait subjek penelitian, serta memahami makna perilaku subjek tersebut. Penelitian dilakukan di sentra kerajinan kayu jati Kabupaten Blora Jawa Tengah pada bulan Februari 2023. Penelitian melibatkan karyawan dan pemilik usaha. Penelitian ini berfokus pada strategi penjualan kerajinan kayu jati. Strategi penjualan dapat diketahui dengan indikator: produk, harga, distribusi, dan promosi. Menurut Arikunto (2013:172) sumber data adalah subjek data itu didapatkan. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:308) sumber data primer merupakan sumber data utama yang diberikan kepada peneliti. Sumber data primer adalah segala sesuatu berkaitan strategi penjualan (produk, harga, distribusi, dan promosi) yang diperoleh dari karyawan dan pemilik usaha. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen wawancara terkait strategi penjualan kerajinan kayu jati. Data penelitian berupa hasil studi strategi penjualan kerajinan kayu jati Kabupaten Blora Jawa Tengah. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi gabungan. Peneliti menggunakan lembar observasi dan lembar wawancara sebagai instrumen penelitian. Uji kredibilitas data dengan triangulasi digunakan untuk menguji keabsahan data. Pengecekan data menggunakan

trianggulasi teknik pengumpulan data. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Tahapan yang digunakan, yaitu: 1) studi pendahuluan; 2) analisis data; dan 3) simpulan.

HASIL PENELITIAN

Penjualan kerajinan kayu jati mengalami penurunan omset pada tiap bulannya yang disebabkan karena jaringan penjualan dan promosi produk hanya di wilayah kecamatan Ngawen Blora. Produksi kerajinan kayu jati membutuhkan modal cukup yang besar, sehingga untuk membuat kerajinan yang berukuran besar juga membutuhkan modal yang besar. Beberapa peralatan yang digunakan untuk memproduksi kerajinan masih menggunakan alat konvensional. Terdapat adanya kendala pengiriman barang karena kondisi cuaca saat musim hujan. Strategi penjualan kerajinan kayu jati dengan indikator: produk, harga, distribusi, dan promosi.

Strategi penjualan kerajinan kayu jati, dilakukan dengan mengembangkan produk baik bentuk yang bervariasi dan kualitas produk sesuai dengan bahan yang digunakan serta memiliki ciri khas produk Kabupaten Blora Jawa Tengah. Produk kerajinan kayu jati merupakan hasil industri kreatif sendiri. Produk kerajinan kayu jati mengalami perkembangan bentuk atau model yang dapat dipesan konsumen. Produk memiliki ciri khas daerah Blora Jawa Tengah yang terjaga kualitas dan kuantitasnya. Produk yang dihasilkan antara lain: lemari, meja, kursi, meja rias, bufet, pintu kusen, jendela, dan rumah kayu.

Kendala yang dihadapi dalam produksi, yaitu kurangnya bahan seperti: kayu jati, planer, dan pengawet kayu, serta peralatan yang kurang memadai seperti: mesin pemotong, benso, jonter, dan mesin pengamplas. Selain itu, sering terjadi pemadaman arus listrik. Mengatasi kendala tersebut dilakukan beberapa cara, yaitu: mendatangkan bahan kayu jati dari daerah lain di luar Kabupaten Blora, meminjam peralatan dari UD lain, dan menggunakan genset ketika terjadi pemadaman arus listrik. Produk kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah memiliki kualitas dan kuantitas yang baik. Bahan yang digunakan untuk produksi kerajinan menggunakan bahan kayu jati yang berkualitas, sehingga memiliki ketahanan. Produk kerajinan kayu jati juga memiliki variasi bentuk.

Selain pengembangan produk, juga dilakukan strategi penetapan harga produk kerajinan sesuai dengan kualitas bahan kayu jati yang digunakan dan tingkat kesulitan pengerjaan. Penetapan harga produk kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah disesuaikan dengan kualitas bahan kayu jati yang digunakan, ukuran produk, bentuk produk sesuai permintaan konsumen, dan tingkat kesulitan pengerjaan. Kendala penetapan harga, yaitu pasar jual yang semakin banyak, biaya produksi, dan harga bahan yang mahal.

Mengatasi kendala tersebut dapat dilakukan dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas bahan, sehingga konsumen dapat membeli dengan harga terjangkau.

Selanjutnya, strategi penjualan kerajinan kayu jati dilakukan dengan melakukan distribusi produk. Distribusi kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah dilakukan secara langsung menggunakan armada sendiri dan menyewa armada dalam pendistribusian produk jumlah yang besar. Kendala yang sering dihadapi dalam pendistribusian produk, yaitu jarak yang jauh sampai ke luar Kabupaten Blora dan cuaca saat musim hujan. Mengatasi kendala tersebut dilakukan dengan menyewa armada yang lebih besar untuk pengiriman jarak jauh dan menggunakan terpal saat musim hujan.

Selanjutnya, strategi penjualan kerajinan kayu jati dengan melakukan promosi produk. Promosi dilakukan secara langsung ke konsumen, memberikan harga sesuai kualitas bahan kayu jati, memberikan promo harga, dan memberikan pelayanan yang baik. Kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi produk yaitu kurangnya kreativitas dalam mempromosikan produk dan konsumen menawar dengan harga terlalu murah. Mengatasi kendala tersebut dilakukan dengan memberikan potongan harga dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi penjualan kerajinan kayu jati dilakukan dengan peningkatan beberapa beberapa aspek, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk kerajinan kayu jati dapat dikembangkan baik bentuk dan kualitas sesuai dengan bahan yang digunakan serta memiliki ciri khas produk Kabupaten Blora Jawa Tengah. Harga produk kerajinan disesuaikan dengan kualitas bahan kayu jati yang digunakan dan tingkat kesulitan pengerjaan. Distribusi dilakukan secara langsung menggunakan armada sendiri dan menyewa armada untuk pengiriman jarak jauh dalam jumlah besar. Promosi dilakukan secara langsung kepada konsumen, memberikan potongan harga, dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sari, Elma Novita (2021) bahwa dengan menjaga kualitas pelayanan dan kuantitas produk, peningkatan promosi, perbaikan manajemen penjualan, dan menjaga hubungan ke konsumen, serta penambahan variasi produk merupakan strategi penjualan. Hal ini sesuai dengan kupasan hasil penelitian ini terkait strategi penjualan industri kreatif kerajinan kayu Blora Jawa Tengah.

SIMPULAN

Strategi penjualan industri kreatif studi di sentra kerajinan kayu jati desa Sambonganyar Blora Jawa Tengah dilakukan dengan beberapa aspek, yaitu produk, harga,

distribusi, dan promosi. Produk kerajinan kayu jati dapat dikembangkan baik bentuk yang bervariasi dan kualitas sesuai dengan bahan yang digunakan serta memiliki ciri khas produk Kabupaten Blora Jawa Tengah. Harga produk kerajinan disesuaikan dengan kualitas bahan kayu jati yang digunakan dan tingkat kesulitan pengerjaan. Distribusi dilakukan secara langsung menggunakan armada sendiri dan menyewa armada untuk pengiriman jarak jauh dalam jumlah besar. Promosi dilakukan secara langsung kepada konsumen, memberikan potongan harga, dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adittyta, Sefta. (2020). *Jaringan Sosial Ekonomi Industri Kreatif Es Duren Double'd di Kota Palembang*. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya Palembang.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Juniar, Eki Rizky. (2020). *Pemberdayaan Industri Kreatif Berbasis Modal Sosial (Studi Kasus: Rumah batik Palbatu, Tebet, Jakarta Selatan)*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Maya, Siska. (2016). *Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah melalui E-Commerce Studi Kasus: Mitra UKM Perusahaan X. Journal of Applied Bussiness and Economics. Vol.2, No.3 Maret 2016*.
- Nuraini dan Rifzaldi Nasri. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif dengan Pendekatan Tripple Helix (Studi Kasus Pada Industri Kreatif di tanggerang Selatan)*. *Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis 2017*. ISBN: 978-602-361-067-9.
- Sari, Elma Novita. (2021). *Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Sentral Kota Palopo*. Skripsi. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.