

**PENINGKATAN KAPASITAS KOMPETITIF PEMASARAN PADA
INDUSTRI RUMAHAN REBANA
(STUDI KASUS DI INDUSTRI RUMAHAN REBANA MBAH SUTIRAH
KALIWADAS)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Hesti Sastri Arba Agustin

NIM. 1917104014

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
JURUSAN KONSELING DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hesti Sastri Arba Agustin

NIM : 1917104014

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **Peningkatan Kapasitas Kompetitif Pemasaran Melalui Industri Rumahan Rebana (Studi Kasus di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 23 Oktober 2023

Menyatakan



Hesti Sastri Arba Agustin
NIM. 1917102047



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENINGKATAN KAPASITAS KOMPETITIF PEMASARAN
MELALUI INDUSTRI RUMAHAN REBANA (Studi Kasus di
Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)**

Yang disusun oleh Hesti Sastri Arba Agustin NIM. 1917104014 Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Jurusan Konseling dan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari Rabu tanggal 11 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Bimbingan dan Konseling oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Enung Asmaya, M.A.
NIP. 197605082002122004

Sekretaris Sidang/Penguji II

Nurul khotimah, M. Sos
NIP. 199408152023212041

Penguji Utama

Dra. Amirotn Sholikhah, M.Si.
NIP. 196510061993032002

Mengesahkan,

24-10-2023...

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 196912191998031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Assalamu'alaikum warahmatullahi wa Barakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulis skripsi dari:

Nama : Hesti Sastri Arba Agustin

NIM : 1917104014

Jenjang : S-1

Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah

Judul Skripsi : Peningkatan Kapasitas Kompetitif Pemasaran Melalui Industri Rumahan Rebana (Studi Kasus di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)

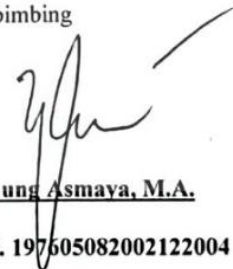
Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

Demikian atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 23 Oktober 2023

Pembimbing



Enung Asmaya, M.A.

NIP. 197605082002122004

ABSTRAK

PENINGKATAN KAPASITAS KOMPETITIF PEMASARAN PADA INDUSTRI RUMAHAN REBANA (Studi Kasus di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)

Hesti Sastri Arba Agustin

1917104014

hestisastri@gmail.com

Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Prwokerto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kapasitas pemasaran kompetitif pada industri rumah tangga alat musik rebana, khususnya pada kasus industri rumah tangga Mbah Sutirah di desa Kaliwadas. Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya industri rumah tangga di bidang yang sama yaitu produksi alat musik rebana di desa Kaliwadas sehingga menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah *field Research* atau penelitian lapangan dan dengan pendekatan penelitiannya yaitu kualitatif deskriptif serta metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan karyawan mengalami peningkatan setelah bekerja di home industri alat musik rebana milik Mbah Sutirah. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen telah berhasil meningkatkan kinerja pegawai dan memberikan insentif yang memadai. Selain itu, penjualan alat musik rebana juga meningkat selama 3 tahun terakhir, menunjukkan bahwa bisnis ini berhasil meningkatkan popularitas produknya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh home industri alat musik rebana milik Mbah Sutirah menunjukkan bahwa usaha ini telah memenuhi harapan konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, home industri alat musik rebana Mbah Sutirah telah mencapai peningkatan pendapatan karyawan, pertumbuhan penjualan yang signifikan, dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis telah berhasil mencapai tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan memberikan panduan untuk pengambilan keputusan di masa depan.

Kata Kunci: *Peningkatan, Kapasitas Kompetitif, Pemasaran, Industri Rumahan*

**PENINGKATAN KAPASITAS KOMPETITIF PEMASARAN PADA
INDUSTRI RUMAHAN REBANA (Studi Kasus di Industri Rumahan
Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)**

Hesti Sastri Arba Agustin

1917104014

hestisastri@gmail.com

**Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Prwokerto**

This research aims to determine the increase in competitive marketing capacity in the tambourine musical instrument home industry, especially in the case of the Mbah Sutirah home industry in Kaliwadas village. This research is motivated by the increasing number of home industries in the same field, namely the production of tambourine musical instruments in Kaliwadas village, causing increasingly tight competition between business actors. The type of research used by the author is field research and the research approach is descriptive qualitative and the data collection methods used by the author are observation, interviews and documentation.

The results of this research show that employee income has increased after working in Mbah Sutirah's tambourine musical instrument home industry. This shows that management has succeeded in improving employee performance and providing adequate incentives. In addition, sales of tambourine musical instruments have also increased over the last 3 years, indicating that this business has succeeded in increasing the popularity of its products and meeting consumer needs. Apart from that, consumer satisfaction with the products and services provided by Mbah Sutirah's tambourine musical instrument home industry shows that this business has met consumer expectations and created sustainable customer loyalty. Overall, Mbah Sutirah's tambourine musical instrument home industry has achieved an increase in employee income, significant sales growth and consumer satisfaction. This shows that the business has successfully achieved its goal of increasing sales and provides guidance for future decision making.

Keywords: *Competitive Capacity, Building, Marketing, Home Industry*

MOTTO

“Kepribadian sosial kita adalah ciptaan pikiran orang lain”

Marcel Proust¹



¹ <https://www.brilio.net/wow/105-motto-hidup-sosial-tingkatkan-rasa-kepedulian-211214o.html>.
di Akses pada tanggal 29 September 2023

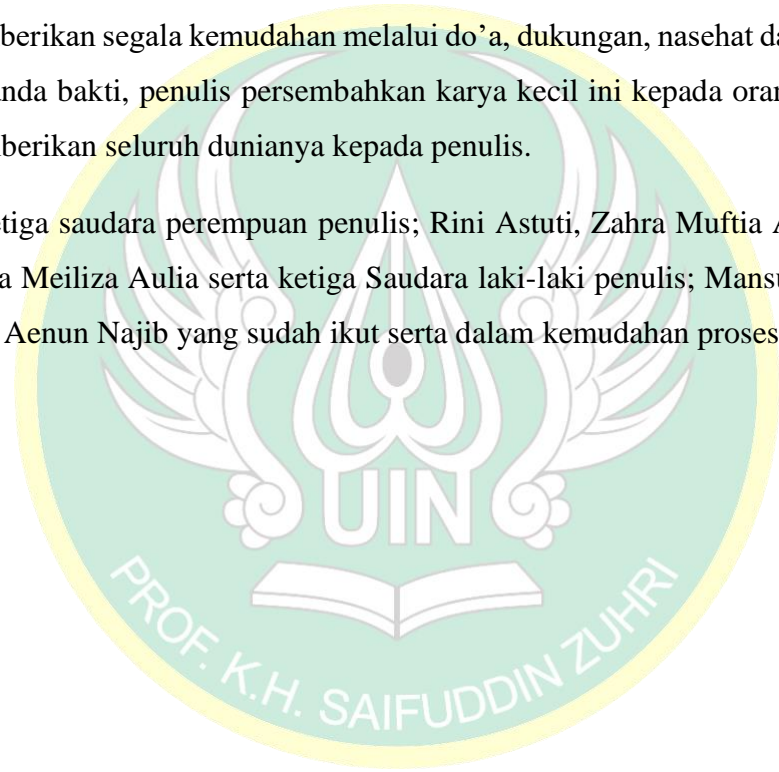
PERSEMBAHAN

Terucap rasa syukur atas segala nikmat yang Allah SWT berikan salah satunya adalah dengan cara menghadirkan lingkungan yang baik dan orang hebat yang mendorong serta mendukung penulis dalam setiap arah kebaikan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta dan terkasih, Bapak Taslam dan Ibu Wahyuni yang telah memberikan segala kemudahan melalui do'a, dukungan, nasehat dan material. Sebagai tanda bakti, penulis persembahkan karya kecil ini kepada orang tua yang telah memberikan seluruh dunianya kepada penulis.

Ketiga saudara perempuan penulis; Rini Astuti, Zahra Muftia Arafani dan Diva Ahria Meiliza Aulia serta ketiga Saudara laki-laki penulis; Mansur, Randika alamsyah, Aenun Najib yang sudah ikut serta dalam kemudahan proses penulis.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukru lillah, puji syukur penulis sanjungkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada baginda kita nabi agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang ini dengan adanya agama Islam.

Proses pelaksanaan penelitian telah banyak dibantu oleh orang-orang yang sangat luar biasa. Untuk penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih dan rasa hormat yang sedalam-dalamnya antara lain kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basith, M. Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Nur Azizah, M. Si., Ketua Jurusan Konseling dan pengembangan Masyarakat.
4. Enung Asmaya, M.A., Dosen skripsi yang telah meluangkan tempat, waktu, pikiran dan tenaga dalam mengarahkan serta membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ahmad Mutaqin, M. Si., Dosen Penasehat Akademik yang sudah memberikan arahan.
6. Para dosen dan staff administrasi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Bapak Taslam dan Ibu Wahyuni serta seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan segala doa tiada henti, kasih sayang berlimpah, dukungan secara rohani maupun jasmani sehingga penulis dapat merasakan kenikmatan dalam mencari ilmu.

8. Ibu Nyai Dra. Hj. Nadhiroh Noeris serta dzuriyah Pondok pesantren Alhidayah Karangsucu Purwokerto yang penulis harapkan ridho, ziyadah doanya serta barokah ilmunya.
9. Ibu Nyai Umi Solihatun dan Abah Kyai Abdul Karim serta asatid asatidzah Pondok Pesanteren Salafiyah dan Tahfidzul Qur'an Roudlotus Sholihah yang penulis harapkan pula barokah ilmu, ridho dan ziyadah doa'nya.
10. Sahabat perjuangan Kuliah Progam Studi Pengembangan Masyarakat Islam angkatan 2019 dan teman pondok pesantren Al Hidayah Karangsucu Terkhusus Ulya Nur M, Nurul Hidayati, Halimatus Sa'diyah, Widya Annisa, Widya Miftah, Reni Famelia Ashfa Zakiyatul Wardah, Nadira Nurmalasari, Hanna Liza, Ratna Yanti, Nur Halimah, Asfahani Zahrotu Nufus, Iffa Ghifriatuz Zahro, Nur Asyifa, Chimayah Abadiyah, Lulu Farhah, Adinda Fresky, Rahma Nur Adzani dan Sefti Sofiatu Dihni yang sudah rela menemani sekaligus memberikan dukungan kepada penulis sebelum dan selama proses berlangsung.
11. Sahabat terkasih penulis Rizka Lailatul I, Fifi Dwi Melati, Akhmad Kamaludin, Rezky Bahar Ulinuha, yang sudah memberikan segala suka maupun duka kepada penulis.
12. Sahabat, teman seligus keluarga Ellen Sis Putri Salsha Dilla yang telah mendukung melalui segala ucapan dan perbuatannya.
13. Teman sekaligus saudara tercinta Resmiyati, Aliya Syafa nafsi, Aldi Prasetio, Syifa Ramadhani yang telah memberikan dukungan melalui cerita suka dan dukanya.
14. Seluruh pihak yang terlibat dan telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sadar akan masih banyaknya kekurangan dalam karya yang penulis buat, maka dengan itu penulis sangat mengharapkan saran sekaligus kritik dari pembaca sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya. Tidak ada ungkapan lain dari penulis selain kalimat terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kenikmatan Allah SWT melalui hamba-hamba Nya yang lain. Semoga segala hal Baik berpihak

pada semua pihak yang membantu penulis dan dibalas oleh Allah SWT dengan segala kebaikan berlipat ganda.

Purwokerto, Oktober 2023

Penulis



Hesti Sastri Arba Agustin

NIM 1917104014

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Kaliwadas Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan Desa Kaliwadas

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Data Tenaga Kerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Tabel 4.5 Data Pekerjaan Sebelum Bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Tabel 4.6 Data Gaji Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Tabel 4.7 Data Alat Dan Bahan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Tabel 4.8 Data Permintaan Konsumen di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Tabel 4.9 Data Laporan Penghasilan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Peningkatan Kapasitas Kompetitif.....	19
1. Pengertian Peningkatan Kapasitas Kompetitif.....	19
2. Tujuan Peningkatan kapasitas kompetitif	25
3. Problematika Peningkatan Kapasitas Kompetitif.....	28
B. Pemasaran Industri Rumahan.....	31
1. Pengertian Pemasaran Industri Rumahan.....	31
2. Mekanisme Pemasaran Industri Rumahan	34

3. Peluang Pemasaran Industri Rumahan.....	43
4. Tantangan Pemasaran Industri Rumahan.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	53
B. Tempat dan Waktu penelitian	54
C. Subjek dan Objek Penelitian	54
D. Teknik Pengumpulan Data.....	55
E. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupatem Brebes	60
B. Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tahun 2019, Perekonomian Indonesia dianggap kuat bertahan dalam tantangan global yang terjadi pada tahun tersebut yang disebabkan oleh pandemi *Covid-19*, tanggapan tersebut dibuktikan dengan bantuan tidak langsung berupa permintaan pembeli meningkat serta pendanaan yang diatur dengan baik dan keadaan ekonomi yang stabil.² Namun Indonesia juga merupakan negara dengan permasalahan ketenagakerjaan yang dapat mempengaruhi kesempatan kerja semakin terbatas. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor sosial budaya, politik, demografi dan ekonomi. Keadaan tersebut biasanya disebabkan oleh kemiskinan kultural, artinya kemiskinan yang berasal dari diri individu itu sendiri. Karena semakin terbatasnya kesempatan kerja yang mempengaruhi perekonomian keluarga, maka masyarakat tidak bisa berpusat pada satu sektor yaitu pertanian. Oleh sebab itu, sektor industri menjadi salah satu solusi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat yang memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan sektor yang lain.

Industri rumahan yang semakin banyak dikalangan masyarakat adalah salah satu bukti dari bangkitnya perekonomian masyarakat. Pemerintah menganggap industri rumahan bisa membantu dalam pemaksimalan pemberdayaan masyarakat.³ Industri rumahan juga dianggap penting oleh pemerintah karena tiga alasan yaitu Pertama, disebabkan oleh industri kecil mengarah lebih bagus dalam mewujudkan tenaga kerja yang lebih aktif. Selanjutnya yang kedua, separuh dari aksinya, industri rumah tangga sering

² Ayu Purnamawati dan Gede Adi Yuniarti, *Perekonomian Indonesia*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), 1.

³ <http://new.widyamatararam.ac.id/content/news/industri-rumah-tangga-jadi-solusi-sulitnya-kondisi-ekonomi#>. Diakses pada tanggal 8 Februari 2023.

mendapatkan kenaikan produktivitasnya melalui kapitalisasi dan perubahan atau peralihan dari segi teknologi. Ketiga, industri ini dipastikan mempunyai keuntungan dan jumlah unit usaha lebih baik dibandingkan industri yang lebih besar dan sedang. Hal ini disebabkan oleh perekonomian industri kecil dianggap memiliki daya tahan yang kuat serta memiliki pengaruh hingga 99 persen dalam penumbuh kembangan di seluruh sektor industri.⁴

Industri rumahan yang dikembangkan secara maksimal maka bisa berdampak dengan meluasnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Keberhasilan industri ini tentu berkaitan dengan talenta, bakat, pengalaman, keterampilan yang dimiliki oleh pelaku industri.⁵ Bidang kerajinan dan seni juga turut andil dalam pembuktian peningkatan tersebut baik dari segi pelaku industri maupun dari sektor produksi.

Pelaku industri rumahan tentu memiliki tujuan yang sama, yaitu agar bisa mendapatkan keuntungan dengan modal seminimal mungkin. Tapi, agar bisa mendapatkan tujuan tersebut, setiap usaha kecil maupun besar pasti memiliki kendala seperti kendala dalam sumber daya. Sumber daya baik tentu sangat dibutuhkan oleh pengusaha agar bisa menghasilkan produk yang lebih berkualitas dari produk lainnya, baik itu sumber daya seperti barang ataupun jasa.

Sumber daya yang dijelaskan diatas berupa bahan tambahan, bahan baku, teknologi, peralatan dan mesin dan SDM.⁶ SDM berkualitas jelas menjadi faktor utama industri rumah tangga berhasil atau tidak dalam persaingan bisnis

⁴ Kiki Joesyiana, *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur)*. (Pekanbaru: Jurnal Valuta. 2017), 159.

⁵ Titi Indahyani, *Sukses Mengembangkan Desain Seni dan Kerajinan Menjahit Aplikasi Berbahan Dasar Limbah Kain (Kain Perca) Bagi Industri Industri Rumah Tangga*, (Jakarta Barat: Humaniora, 2010), 432-433.

⁶ Dinda Asprianti Putri, *Analisis Pendapatan Optimalisasi Produksi Saambal Banjar Industri Rumah Tangga Lizy di Kota Tarakan*, (Tarakan: Universitas Tarakan, 2022), 1-2.

yang semakin luas, ketat, kreatif dan inovatif. SDM yang bersaing perlu didukung dalam 3 unsur yaitu sumber daya organisasi, manajemen sumber daya manusia serta taktik dalam organisasi.⁷

Industri ini pula yang banyak diminati oleh masyarakat karena karna bisa dikelola di dalam rumah sehingga bisa diawasi setiap saat dan hanya membutuhkan modal sedikit karena umumnya masih menggunakan cara-cara manual.⁸ Namun ada beberapa pengusaha yang masih mempertimbangan peluang tersebut karena persaingan dalam industri rumahan semakin ketat baik dari segi pengembangan usaha,segi pemasaran maupun dari segi kualitas hasil produksi yang disebabkan oleh peningkatan ekonomi.

Pemilik usaha harus memiliki keunggulan dalam bersaing atau *Competitive Advantage* di tengah-tengah ketatnya persaingansehingga bisa bertahan dan berkembang dilingkungan bisnis yang cepat berubah dan kadang tidak dapat dikendalikan dengan cara merancang strategi dan menerapkan strategi yang sudah tersusun.

Masyarakat wilayah Desa Kaliwadas memiliki sumber daya alam yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Salah satu mekanisme pemanfaatan sumber daya di desa tersebut adalah pohon nangka,mangga,mahoni dan mimba yang bagian batangnya dapat berfungsi sebagai bahan untuk membuat kerajinan berupa alat rebana. Tiga tumbuhan tersebut adalah SDA yang termasuk meluap di semua daerah lebih-lebih di Desa Kaliwadas yang dapat tumbuh di iklim tropis maupun subtropis. Tiga pohon tersebut adalah salah satu pohon yang keberadaanya meluap dan banyak tersebar di semua daerah di Indonesia. Salah satu pengembangan tiga pohon tersebut yang bisa dilakukan di Desa Kaliwadas Bumiayu Brebes untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan memiliki nilai jual tinggi yaitu pengelolaan bagian batang yang bisa dimanfaatkan menjadi berbagai jenis

⁷Darmadi, *Strategi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2022), 85.

⁸Ainun Wardiyah dan Febi Aulia, *Strategi Pemasaran Industri Rumahan Keripik Singkong*, (Sumatera Utara: Jurnal Sketsa Bisnis, 2020), 38.

seperti membuat macam-macam furniture, bahan baku perkakas, bahan baku dalam pembuatan alat musik rebana dan manfaat lainnya.

Masyarakat tidak bisa jika hanya mengandalkan satu pendapatan yang mayoritas penduduknya adalah seorang petani, sehingga sebagian masyarakat lain mencari penghasilan lain agar bisa lebih meningkatkan perekonomian keluarganya seperti menjadi pengrajin alat rebana. Disamping itu, pembuatan alat rebana bisa memiliki nilai jual tinggi dan memberikan nilai ekonomi yang sangat baik. Sedangkan jika strategi yang dibuat dan diterapkan dalam pemasarannya tentu memberikan keuntungan yang baik dan bisa mempertahankan usaha tersebut tatkala persaingan bisnis yang bertambah kuat.

Berlandaskan uraian diatas dalam kemampuan persaingan yang semakin kuat maka para pengusaha harus lebih kreatif, inovatif serta terampil dalam membuat dan menerapkan strategi sehingga industri rumahan terutama dalam hal pemasaran bisa tetap bertahan dengan semakin banyaknya peminat industri rumahan di bidang yang sama yaitu membuat alat rebana. Wirausahawan adalah orang yang mempunyai keberanian dalam mengambil resiko untuk memulai bisnis meskipun kadang dalam keadaan tidak terkendali serta tidak pasti dan bisa memanfaatkan peluang bisnis. Contoh wirausahawan dengan manfaat bisa meningkatkan perekonomian keluarga, mengurangi pengangguran masyarakat sekitar, menciptakan masyarakat yang lebih produktif adalah dengan membuat ekonomi industri rumahan, industri rumahan, industri kreatif dan lain-lain.⁹

Berlandaskan latar belakang masalah diatas adalah peneliti menumpukan pada strategi pemasaran yang dibuat serta di gunakan dalam pemasaran produksi alat rebana. Peneliti terdorong dalam meninjau dan menguraikan lebih detail mengenai pening katan kapasitas kompetitif pemasaran melalui industri rumahan alat rebana di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes dengan melakukan pengkajian yang berjudul

⁹ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 57.

“Peningkatan Kapasitas Kompetitif Pemasaran pada Industri Rumahan Rebana (Studi Kasus di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)”.

B. Penegasan Istilah

Bagian penegasan istilah peneliti menjelaskan istilah-istilah apa saja yang diperlukan dalam penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menangkap makna atau maksud yang terkandung di dalamnya.

1. Peningkatan Kapasitas Kompetitif

Secara bahasa peningkatan berarti proses, cara atau perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb).¹⁰ Sedangkan peningkatan secara istilah adalah penggambaran perubahan dari keadaan yang semakin baik dari waktu ke waktu. Peningkatan juga bisa didefinisikan sebagai perubahan dari aktivitas negatif ke aktifitas positif.¹¹

Kapasitas kompetitif secara bahasa terdiri dari 2 kata yaitu kapasitas (kemampuan, daya tampung atau kekuatan)¹² dan kompetitif (kompetisi atau daya saing)¹³. kapasitas kompetitif atau kemampuan bersaing dalam dunia bisnis berarti kemampuan yang dimiliki perusahaan atau industri dalam mengalahkan lawannya dari segi strategi sampai pola pemasaran. Sementara itu, pengertian kapasitas kompetitif secara istilah adalah kemampuan bersaing dengan pemilik industri lain dari segi strategi pemasaran, kualitas produksi dan pola pemasaran.¹⁴ Banyak diantara pengusaha yang tidak memiliki kemampuan bersaing dengan alasan kegiatan penyusunan startegi adalah hal yang membosankan sehingga

¹⁰ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1712.

¹¹ Yandry Pagappong, *Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang*, (Samarinda: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 2015), 3.

¹² Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 680.

¹³ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 790.

¹⁴ Syahdan, Husnan, *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*, (Nusa Tenggara Timur: Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, 2019), 45-47.

mereka hanya melakukan bisnis kemudian melakukan percobaan-percobaan yang menurut mereka berhasil. Namun, bisnis tanpa strategi ibarat kereta tanpa rel, mereka akan kehilangan arah.

Penelitian yang berjudul “Peningkatan Menulis Proposal Skripsi melalui Pembelajaran Kolaboratif Menulis Narasi dan Video bagi Mahasiswa Gizi UNNES” karya Natalia Desy Putriningtyas, Peningkatan diartikan sebagai meningkatkan kualitas mahasiswa dalam menulis proposal skripsi baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan.¹⁵

Kapasitas kompetitif dalam penelitian yang berjudul “Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pengelolaan Keuangan Usaha: Pandangan Islam”¹⁶ diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki pegawai dalam pencatatan keuangan bisnis sesuai dengan aturan sehingga persaingan antar industri bisa diatasi dengan baik. Indikator seseorang yang memiliki kemampuan dalam persaingan ada empat, yaitu: kemampuan, sikap, keterampilan dan kematangan emosional.¹⁷

Peningkatan dalam konteks penelitian ini adalah Peningkatan Kapasitas kompetitif Pemasaran melalui produk rebana yang diproduksi dalam industri rumahan di Desa Kaliwadas. Sedangkan, kapasitas kompetitif dalam penelitian ini adalah kapasitas kompetitif yang terjadi dalam sebuah industri rumahan alat rebana di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

2. Pemasaran Industri Rumahan

¹⁵ Natalia Desy Putriningtyas, *Peningkatan Menulis Proposal Skripsi melalui Pembelajaran Kolaboratif Menulis Narasi dan Video bagi Mahasiswa Gizi UNNES*, (Semarang: Jurnal Profesi Keguruan, 2022), 48.

¹⁶ Reny Oktafia dan Abdul Rahman Hidayat, *Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pengelolaan Keuangan Usaha: Pandangan Islam*, (Sidoarjo: Jurnal Mashariful-Syariah, 2018), 65-68.

¹⁷ Chamdan Purnama dan Suyanto, *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur)*, (Surabaya: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2010), 179.

Pemasaran berasal dari kata pasar yang berarti tempat jual beli sehingga pemasaran bisa diartikan sebagai cara atau proses jual beli.¹⁸ Jadi, pemasaran adalah aktivitas atau kegiatan penyebarluasan barang atau jasa di tengah-tengah masyarakat. Sedangkan pengertian pemasaran secara istilah adalah aktivitas bisnis yang direncanakan untuk memasarkan produk yang bisa memenuhi keinginan konsumen dan dapat mencapai target serta tujuan perusahaan.¹⁹ Definisi pemasaran dari segi fungsi yaitu proses untuk membuat, mendiskusikan serta memberikan nilai pada konsumen dan pengaturan hubungan antara penjual dengan pembeli agar masing-masing pihak mendapatkan keuntungan.²⁰

Pengertian industri rumahan secara bahasa terdiri dari 2 kata yaitu industri dan rumahan. Industri adalah segala aktivitas pengolahan barang yang dilakukan menggunakan peralatan dan sarana.²¹ Sedangkan rumahan atau rumah tangga²² adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan di dalam rumah. Industri rumah tangga dalam hal ini adalah segala aktifitas jual beli yang dilakukan di rumah. Sedangkan, pengertian industri rumahan secara istilah yaitu usaha kerajinan yang bisa dilakukan di rumah seorang pengusaha sebagai tempat produksi kerajinan tersebut²³ dan umumnya industri ini melibatkan langsung anggota keluarga sebagai pemilik atau memberikan jabatan lainnya.²⁴

Pemasaran adalah mengenali dan pemenuhan kebutuhan masyarakat serta konsumen dengan tujuan mendapat keuntungan. Misalnya perusahaan

¹⁸ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1129-1130.

¹⁹ Usman Moonti, *Bahan ajar Mata kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: Interpena, 2015), 1-2.

²⁰ Anang Firmansyah, *Pemasaran dasar dan Konsep*, (Pasuruan: Cv.Penerbit Qiara Media, 2019), 2.

²¹ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 585.

²² Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1325.

²³ Theresia Pradina, *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*, (Malang: Jurnal Jibeka, 2017), 46.

²⁴ Theresia Pradina, *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*, (Malang: Jurnal Jibeka, 2017), 50.

IKEA yang berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat yang membutuhkan perabotan dengan harga murah dengan kualitas produk terbilang bagus.²⁵ Tujuan dari pemasaran adalah memahami dan mengetahui kebutuhan konsumen dengan benar sehingga jasa atau produk bisa terjual sendiri sebab kesesuaian kebutuhan masyarakat.

Industri rumah tangga dalam penelitian yang berjudul “ Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur”²⁶diartikan sebagai salah satu sektor industri yang memproduksi barang agar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat atau kegiatan yang biasanya dilakukan oleh penduduk desa atau para petani. Sementara itu, industri rumahan dalam penelitian adalah industri rumahan alat musik rebana Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

Pemasaran industri rumahan dalam penelitian ini adalah pemasaran industri rumahan rebana yang berlokasi di Desa Kaliwadas Bumiayu Brebes.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas ,maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut: Bagaimana Kapasitas Kompetitif Pemasaran Pada Industri Rumahan Rebana (Studi Kasus Di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas)?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Mengetahui Kapasitas Kompetitif Pemasaran Pada Industri

²⁵ Anang Firmansyah, *Pemasaran dasar dan Konsep*, (Pasuruan: Cv.Penerbit Qiara Media, 2019), 3.

²⁶ Syahdan dan Husnan, *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*, (Lombok: Jurnal Manajemen dan Ilmu pendidikan, 2019), 49-50.

Rumahan Rebana (Studi Kasus Di Industri Rumahana Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas).

2. Manfaat penelitian

Manfaat yang diinginkan dengan adanya penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini dinantikan bisa menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan untuk semua orang terlebih terhadap pengusaha industri rumahana rebana serta masyarakat pengrajin alat rebana dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mengurangi tingkat pengangguran serta dapat menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi dengan kualitas yang baik.

b. Manfaat Praktis

a. Bagi pemilik usaha industri rumahana

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk memberikan arahan pada karyawan atau masyarakat yang bekerja dibidang industri rumahana terkait dengan perencanaan serta penerapan strategi pemasaran agar bisa bertahan dalam persaingan industri yang semakin ketat.

b. Bagi masyarakat pengrajin alat rebana

Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan untuk masyarakat pengrajin alat rebana agar dapat meningkatkan kreatifitas serta sebagai perbaikan perekonomian keluarga.

c. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengalaman, wawasan dan pengetahuan yang sudah dimiliki saat berada di bangku kuliah.

d. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini adalah agar bisa memberikan manfaat bagi yang membutuhkan terutama sebagai acuan akan referensi untuk peneliti lain.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan kegiatan peninjaun yang berisi bahasan informasi suatu topik yang relevan bagi peneliti sehingga dapat menjadi acuan dan membantu dalam membandingkan beberapa penelitian terdahulu.²⁷ Dalam hal ini peneliti membahas mengenai Kapasitas Kompetitif Industri Rumah Tangga Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

Tujuan memenuhi informasi tersebut supaya bisa menunjang penelitian yang sedang diteliti, peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap beberapa sumber yang didapat dari jurnal maupun skripsi yang berkaitan dengan topik tersebut.

Pertama, penelitian yang berjudul “Meningkatkan Kemampuan Membaca Peserta Didik melalui Teknik Permainan Menyusun Kata Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia di Kelas II Min 1 Bandar Lampung” karya Dhea Febriana Anggraini.²⁸ Latar belakang dalam penelitian ini yaitu kurangnya kemampuan membaca peserta didik di Sekolah tersebut, ada yang masih terbata-bata hingga kesulitan menyusun kata menjadi kalimat. Dari kekurangan tersebut bisa berdampak pada proses belajar peserta didik menjadi berkurang atau tidak lancar. Dari permasalahan tersebut, peneliti berusaha meningkatkan kemampuan membaca peserta didik menggunakan teknik permainan menyusun kata.

Hasil dari penelitian tersebut adalah pada pertemuan pertama peneliti dengan sebagian peserta didik berjalan dengan baik dan aktif sedangkan sebagian yang lain masih sibuk dengan kegiatannya masing-masing. Ada juga beberapa peserta yang harus dilatih secara khusus. Kemudian pada pertemuan kedua, ada peningkatan jumlah peserta yang paham. Selanjutnya pada pertemuan ketiga, sebagian besar peserta bisa memahami serta membuat

²⁷ Sugiyono *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 114.

²⁸ Dhea Febriana Anggraini, *Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis yang kompetitif dalam Berwirausaha pada Siswa Sma*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 1-99.

susunan kata menjadi kalimat. Siswa juga semakin aktif mengikuti arahanarahan yang diberikan oleh peneliti.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Dhea dengan penulis adalah lokasi penelitian yang dilakukan Dhea berada di Bandar Lampung, sedangkan lokasi penelitian penulis berada di Brebes kecamatan Bumiayu Desa Kaliwadas. Kemudian perbedaan yang lain adalah penelitian yang dilakukan Dhea lebih berfokus pada peningkatan kemampuan membaca peserta didik kelas 2 Min 1, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih berfokus pada peningkatan kemampuan dalam hal kompetitif pemasaran Industri Rumahan Rebana.

Persamaan penlitia yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhea adalah pembahasan mengenai kemampuan seseorang yang bisa meningkat seiring dengan proses yang mereka lakukan.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayah dan M. Tony Nawawi dengan judul “Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis yang kompetitif dalam Berwirausaha pada Siswa Sma”.²⁹ Yang melatar belakangi penelitian ini adalah banyaknya pengusaha muda yang melakukan bisnis tanpa strategi pemasaran yang matang dan strategi untuk jangka panjang sehingga bisnis yang dilakukan hanya bertahan sebentar, dikalahkan oleh pengusaha-pengusaha lain yang mulai banyak bermunculan. Karena hal itulah penelitian ini dilakukan agar para pengussha muda bisa melakukan bisnis dengan proses perencanaan sampai penerapan strategi yang lebih tertata dan bisa diterima akal. Hasil dari penelitian ini adalah keberhasilan penyampaian materi tentang perencanaan strategi untuk peningkatan kualitas produksi serta pemasaran bisnis, perencanaan bisnis secara kompetitif atau dengan daya saing. Kesimpulannya pelatihan ini berhasil dilakukan dengan penyampaian materi hingga praktek perencana strategi secara baik dan benar.

²⁹ Nur Hidayah dan M. Tony Nawawi, *Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis Yang Kompetitif Dalam Berwirusaha Pada Siswa Sma*, (Tarumanegara: Jurnal Of Service and Development, 2021), 119-121.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu subjek serta objek dalam penelitian berbeda. Objek dalam penelitian yang dilakukan Nur dan Tony adalah Siswa Sma, sedangkan objek penelitian yang dilakukan penulis adalah pemilik dan pengrajin industri rumahan rebana. Kemudian subjek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan di Daerah Tangerang, tepatnya di SMA Islam Assyakirin. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis dilakukan di Daerah Bumiayu. Persamaan dalam penelitian ini adalah kesamaan dalam pembahasan tentang strategi pemasaran dan daya saing yang akan terjadi jika bisnis akan dilakukan.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Reny Oktafia dan Abdul Rahman Hidayat dengan judul “Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pengelolaan Keuangan Usaha: Pandangan Islam”.³⁰ Alasan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk memotivasi para pemilik usaha kecil atau industri di Desa Sidoklumpuk Sidoarjo untuk terus menerus melakukan pengawasan dalam pengelolaan keuangan dengan tujuan mengurangi resiko kerugian dalam berbisnis. Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan kualitas anggota dalam hal keahlian maupun praktek mengenai pengelolaan uang yang sesuai dengan aturan.

Hasil dari penelitian ini adalah 95% anggota dalam pelatihan pengelolaan keuangan memahami serta menguasai materi yang sudah disampaikan pada saat dilakukannya pendampingan dalam kurun waktu 1 minggu dibagi dalam dua waktu. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas anggota meningkat dalam hal materi serta pengelolaan keuangan sesuai aturan yaitu dengan pendataan pengelolaan keuangan untuk jangka panjang dalam menjalankan usaha.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian ini lebihberfokus meneliti tentang pelatihan pengelolaan

³⁰ Reny Oktafia dan Abdul Rahman Hidayat, *Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pegelolaan Keuangan Usaha: Pandangan Islam*, (Sidoarjo: Jurnal Masharif al-Syariah, 2018), 67-71.

keuangan untuk kelompok usaha UMKM serta penelitian ini dilakukan di daerah Sidoarjo. Sedangkan tujuan penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada strategi pemasaran dan struktur organisasi dalam industri serta penelitian ini dilakukan dilokasi yang berbeda yaitu daerah Bumiayu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama menjelaskan tentang kapasitas dalam berbisnis. Pengusaha bukan hanya berfokus pada strategi pemasaran agar bisnis yang ia lakukan berhasil namun, pengusaha juga harus melakukan pengelolaan keuangan yang dilakukan dengan baik dan benar. Akan sia-sia jika perencanaan strategi serta target pemasaran sudah tepat sedangkan pengelolaan keuangan tidak dilakukan dengan benar atau asal-asalan.

Keempat, Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen”³¹ ditulis oleh Upit Mawar Dani. Latar belakang penelitian ini adalah semakin banyaknya produk-produk yang dipasarkan dengan tujuan pemenuhan kebutuhan masyarakat sehingga menyebabkan setiap pengusaha produk makanan harus bisa memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang menghasilkan ketertarikan konsumen semakin banyak.

Hasil dari penelitian tersebut adalah pemasaran berdampak positif dan seimbang dengan minat beli konsumen berdasarkan hasil uji kuesioner 67 orang. Artinya, semakin efektif penerapan pemasaran, maka bisa berdampak pada minat beli pada konsumen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian ini berlokasi di Green Cafe 15 A Kota Metro, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berlokasi di Kabupaten Brebes Desa Kaliwadas. Perbedaan lainnya adalah penelitian ini berfokus pada pemasaran produk makanan dan minuman, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada pemasaran alat rebana.

³¹ Upit Mawar Dani, *Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019), 1-51.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah topik yang dibahas sama, yaitu mengenai pentingnya pemasaran dalam setiap usaha dengan tujuan keuntungan lebih.

Kelima, penelitian skripsi dengan judul "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Olahan Industri Rumah Tangga "³² yang ditulis oleh Wisnu Firmansyah. Pada penelitian ini yang menjadi latar belakangnya yaitu: industri rumahan yang semakin banyak digemari oleh masyarakat yang minim ilmu pengetahuan sehingga menyebabkan para pengusaha lebih mementingkan keuntungan dibandingkan dengan kepentingan kandungan gizi pada makanan dan kualitas bahan sebelum maupun sesudah diproduksi yang akan diserahkan kepada pembeli. Oleh karena itu, penulis mengadakan penelitian yang membawakan topik tentang pengawasan terhadap pelaku usaha industri rumahan yang sesuai dengan peraturan Negara Indonesia dalam UUD tahun 1999 No. 8. Adapun hasil penelitian tersebut adalah cara perusahaan atau industri dalam membuat produk logistik mengakibatkan munculnya masalah dalam hukum yang berhubungan dengan barang atau produk tersebut berbahaya dan cacat yang membebani pembeli, baik dalam keadaan tanpa biaya maupun dengan biaya bahkan sampai merugikan jiwa Usaha yang sudah diberikan oleh pemerintah dalam wujud peraturan UU tahun 2009 No. 36 mengenai kesehatan yang harus lebih diperhatikan. Dengan hal ini, pemerintah melakukan berbagai macam usaha pembinaan pada masyarakat baik itu dalam peraturan, manajemen pemasaran dan teknis produksi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah mengenai penyebaran produk logistik yang wajib mempunyai lisensi usaha pada produk logistik sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis lebih berfokus pada strategi pemasaran produksi rebana.

³² Wisnu Firmansyah, *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Olahan Industri Rumah Tangga*, (Jember: Universitas Jember, 2020), 1-11.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Firmansyah dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah pembahasan terkait Industri rumah tangga yang semakin banyak diminati oleh masyarakat.

Keenam, Penelitian yang dikerjakan oleh Feby Aulia Safitri dan Ainun Mardiyah dengan judul “Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong”.³³ Alasan dilakukannya penelitian tersebut adalah cara atau strategi yang dikerjakan oleh pemilik usaha dalam menawarkan produk yang dihasilkan oleh penelitian ini menerapkan konsep yang berhubungan dengan pemasaran. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif, metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data secara primer maupun sekunder.

Hasil dari penelitian tersebut adalah aktivitas pemasaran keripik singkong sambal-sambal yaitu aktivitas yang cukup penting serta baik, khususnya untuk para pemilik industri keripik singkong sambal-sambal yang bertenpat di Kelurahan Sipolu-polu. Sebagian masyarakat di Desa tersebut menganggap produksi keripik singkong adalah hal yang sangat penting karena bisa meningkatkan perekonomian masyarakat. Bahkan kegiatan produksi keripik tersebut sebagai penghasilan utama dari masyarakat Kelurahan Sipolu-polu. Industri keripik singkong yang diproduksi masyarakat menyediakan berbagai bentuk kemasan yang dimulai dari ukuran kecil sampai ke kemasan ukuran besar dengan harga yang sudah ditentukan. Produksi keripik singkong sambal-sambal yang dikelola oleh masyarakat Sipolu-polu di edarkan pada pembeli, proses peredaran atau pemasaran produk tersebut memiliki beberapa tahap sehingga produk tersebut bisa sampai pada tahap konsumen akhir atau yang lebih dikenal oleh masyarakat sebagai pengguna akhir produksi-produksi tersebut. Ada beberapa pemilik usaha yang menjual hasil produksi langsung ke konsumen akhir, namun ada juga yang melalui perantara seperti

³³ Ainun Mardiyah, Feby Aulia Safitri, *Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong*, (Sumatera Utara: Jurnal Sketsa Bisnis, 2020), 37-41.

penjual eceran atau menjual produk ke sales kemudian dilanjutkan menjual ke sales dan pihak konsimen akhir.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Feby dan Aenun dengan penulis adalah produk yang yang dihasilkan berbeda. Jika Feby dan Aenun meneliti tentang Keripik singkong maka berbeda lagi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu tentang alat rebana. Lokasi penelitian juga berbeda yaitu jika Feby dan Aenun meneliti berlokasi di Sipolu-polu. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis berlokasi di Desa Kaliwadas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah membahas tentang industri rumah tangga dan strategi pemasaran dengan tujuan keuntungan industri tersebut.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Syahdan dan Husnan dengan judul “ Peran Industri Rumah Tangga (*Home Industry*) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur”.³⁴ Penelitian ini di latar belakang oleh masyarakat yang tidak bisa meningkatkan perekonomian keluarga hanya dengan berfokus pada 1 sektor saja. Umumnya satu sektor tersebut adalah masyarakat mengandalkan penghasilan dari sektor pertanian. Dari keadaan tersebut, peneliti menyarankan masyarakat agar mendapatkan peningkatan perekonomian keluarga melalui sektor industri. Alasannya adalah sektor industri salah satu cara dari pembangkitan ekonomi masyarakat Lombok Timur semakin membaik. Masyarakat Lombok Timur memiliki industri rumahan dibidang produksi kerupuk terigu yang dikelola oleh ibu rumah tangga.

Hasil dari penelitian tersebut adalah hasil dari produksi kerupuk terigu di Lombok Timur mendapatkan keuntungan cukup banyak sehingga bisa meningkatkan perekonomian keluarga. Dari penelitian itu juga bisa

³⁴ Syahdan, Husnan, *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*; (Nusa Tenggara Timur: Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, 2019), 45-47.

memperkuat pernyataan terkait industri rumah tangga yang berperan penting dalam perbaikan pendapatan keluarga.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Syah dan serta Husnan jelas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Jika penelitian yang dilakukan oleh Syahdan serta Husnan lebih berfokus pada pendapatan yang diperoleh dalam produksi industri rumahan. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada strategi serta pola pemasaran serta jabatan-jabatan dalam industri rumah tangga yang berperan penting dalam kemajuan industri rumah tangga tersebut. Selain itu, produk yang diteliti juga berbeda. Jika Syahdan dan Husnan meneliti tentang kerupuk terigu maka penulis meneliti tentang alat rebana.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti tentang industri rumahan yang semakin banyak dalam kehidupan masyarakat sekaligus berperan penting untuk pendapatan masyarakat yang lebih baik.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika ini bertujuan agar mempermudah pola penulisan agar bisa mengetahui isi dari tulisan yang dilakukan dari halwamn awal sampai akhir. Intinya sistematika penulisan ini berisi mengenai gambaran mengenai pokok pembahasan yang sudah diperlihatkan pada sub bab yang sudah ditulis. Mengenai sistematika kepenulisan tersebut pemaparannya adalah sebagai berikut:

Bab I **Pendahuluan** berisi Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Pembahasan

Bab II **Landasan Teori** berisi teori tentang Peningkatan hasil dan Pemasaran Industri Rumahan.

Bab III **Metode Penelitian** berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Subyek dan Objek Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

Bab IV **Hasil Penelitian** berisi tentang pembahasan Kapasitas Kompetitif Pada Pemasaran Industri Ruumahan Rebana Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes (Studi Kasus di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah)

Bab V **Penutup** Terdiri dari Kesimpulan dan saran. Dimana dalam bagian akhir ini juga berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peningkatan Kapasitas Kompetitif

1. Pengertian Peningkatan Kapasitas Kompetitif

Peningkatan kapasitas kompetitif terdiri dari 3 kata yaitu peningkatan, kapasitas dan kompetitif. Peningkatan secara bahasa berarti proses, cara atau perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb).³⁵ Sedangkan secara istilah peningkatan adalah cara, proses serta tingkah laku yang bertujuan untuk memajukan atau menaikkan atau kegiatan yang mengarah ke sesuatu yang lebih bagus dari sebelumnya.³⁶ Selain itu, peningkatan juga bisa didefinisikan sebagai suatu proses perubahan dalam tingkah laku seseorang secara bertahap melalui berbagai cara atau proses seperti pelatihan atau penyampaian materi.

Ilmu hukum, dari segi ini menjelaskan tentang pelayanan publik peningkatan didefinisikan sebagai pelayanan publik yang belum maksimal dilakukan oleh pemerintah disebabkan peraturan pelaksana untuk menerapkan undang-undang belum sepenuhnya dibuat. Dengan adanya kerjasama pemerintah dengan masyarakat setempat maka perubahan terkait pelayanan publik lebih maksimal lagi, misalnya pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan pada masyarakat dengan baik. Kemudian masyarakat melakukannya dengan tertib.³⁷ Namun kerjasama ini terkadang tidak menemukan hasil atau tidak ada pengaruh antara keterkaitan masyarakat dengan pemerintah, misalnya ada beberapa tempat minim pelayanan publik berkualitas baik sehingga menimbulkan permasalahan masyarakat seperti lambannya respon pemerintah terkait pelayanan kesehatan atau bahkan kerusakan fasilitas publik dan permasalahan lainnya.

³⁵ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1712.

³⁶ Hamzah B. Uno, *Profesi Kependidikan. Problem, Solusi, dan Reformasi Pendidikan di Indonesia*. (Jakarta: Bumi aksara, 2018), 13.

³⁷ Muhammad Alfisyahrin, *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2017), 2-17

Ilmu pendidikan, dari sudut pandang ilmu pendidikan peningkatan didefinisikan sebagai penambahan atau perubahan perilaku siswa atau guru ke arah lebih baik. Peningkatan dalam hal ini dapat dibuktikan dengan beberapa cara. Misalnya peningkatan dalam hal kinerja guru, peningkatan dalam hal kemampuan murid saat pembelajaran berlangsung, peningkatan dalam hal peran orang tua untuk mencetak generasi sukses sesuai dengan tujuan masing-masing. Peningkatan bisa dianggap berhasil apabila selama proses belajar seorang guru maupun siswa menunjukkan perubahan yang signifikan. Misalnya siswa yang semula memiliki kemampuan akademis menjadi siswa yang memiliki kemampuan akademis dan non akademis.³⁸

Ilmu kemasyarakatan, dari segi ini menjelaskan terkait peningkatan diartikan sebagai bertambahnya kemakmuran kehidupan masyarakat. Mulai dari tingkat kemiskinan semakin rendah, dunia pendidikan semakin baik, fasilitas kesehatan dan fasilitas masyarakat lainnya dalam keadaan layak dan contoh-contoh lainnya yang menunjukkan kehidupan masyarakat semakin baik.³⁹ Peningkatan kemakmuran ini tentu dapat berdampak baik pada kehidupan yang berjalan dalam masyarakat.

Ilmu ekonomi, dari segi ini menjelaskan terkait peningkatan didefinisikan sebagai kenaikan standart kehidupan perekonomian masyarakat. Misalnya masyarakat pedesaan yang bekerja sebagai peternak sapi perah yang mengakibatkan penambahan pendapatan dari hasil produksi susu.⁴⁰ Peningkatan dalam segi ekonomi bisa ditandai dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Misalnya yang terjadi di negara China, pertumbuhan ekonomi di Negara tersebut semakin meningkat pada tahun 1970. Kejadian tersebut terjadi karena sistem ekonomi pasar yang terus mengalami perubahan yang berdampak pada perekonomian yang terus

³⁸ Ani Masrufah, *Faktor Pendukung Meningkatkan Prestasi Siswa*, (Sidoarjo: Jurnal Fakultas Teknik, 2010), 1-3.

³⁹ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2015), 137.

⁴⁰ Budi Hartono, *Upaya Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Peternak Sapi Perah*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 11-12

meningkat.⁴¹ Peningkatan dalam hal ini bisa sering terjadi hambatan-hambatan seperti terjadinya krisis ekonomi sehingga berdampak pada pelaku usaha yang lebih memilih gulung tikar.⁴²

Kapasitas kompetitif secara Bahasa terdiri dari 2 kata yaitu kapasitas (kemampuan, daya tampung atau kekuatan) dan kompetitif (kompetisi atau daya saing) . kapasitas kompetitif atau kemampuan bersaing dalam dunia bisnis berarti kemampuan yang dimiliki perusahaan atau industri dalam mengalahkan lawannya dari segi strategi sampai pola pemasarn. Definisi lainnya, kapasitas adalah daya tampung atau ketersediaan ruang untuk penyimpanan bahan.⁴³ Sedangkan pengertian kompetitif adalah kompetisi atau yang kita kenal dengan persaingan.⁴⁴ Sementara itu, pengertian kapasitas kompetitif secara istilah adalah kemampuan dalam membedakan perusahaan miliknya dengan perusahaan lain yang menjadi pesaing.⁴⁵

Definisi kapasitas kompetitif dari sudut pandang pengembangan masyarakat adalah kemampuan seorang individu ataupun kelompok bertujuan untuk perubahan perilaku, pola kerja dan sikap yang lebih maksimal berfokus pada persaingan pada hal positif dengan cara pemenuhan kebutuhan yang bisa menjamin kenyamanan bersama.⁴⁶ Dalam hal ini, kapasitas kompetitif dapat diwujudkan dalam hal saling menghargai serta mendapatkan keadilan sosial dalam bermasyarakat. Pengembangan masyarakat merupakan keterkaitan dalam memberdayakan masyarakat golongan bawah sehingga masyarakat golongan bawah mempunyai pilihan terhadap masa depan mereka masing-masing. Umumnya, masyarakat

⁴¹ Esther Kembauw dkk, *Pembangunan Perekonomian Maluku*, (Sleman: Deepublish, 2017), 64-65.

⁴² Awang Surya, *Analisis Faktor Penghambat Umkm di Kecamatan Cileungsi*, (Cileungsi: Jurnal Ekobis, 2021), 343.

⁴³ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 680.

⁴⁴ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 790.

⁴⁵ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 118-119.

⁴⁶ Saifuddin Yunus dkk, *Model Pemberdayaan Masyarakat*, (Banda Aceh: Bandar Publishing, 2017), 6-

golongan bawah adalah seperti petani yang memiliki lahan kecil, petani penggarap, para nelayan dengan penghasilan kecil, buruh, orang cacat, masyarakat yang dibatasi oleh umur, kondisi ras, etnis dan gender.⁴⁷

Pengertian kapasitas kompetitif dari segi perekonomian adalah kemampuan bersaing antara perusahaan dengan perusahaan lain atau antara industri dengan industri yang lain yang memproduksi barang sejenis.⁴⁸ Dari segi ini kemampuan bersaing menjadi modal utama dalam berbisnis, entah itu bisnis kecil ataupun bisnis besar sekalipun. Tujuan utama memproduksi barang yang sama adalah upaya saling memberikan kelebihan produk yang mereka produksi untuk mencapai tujuan yang sama.

Pengusaha biasanya terdorong untuk mengalahkan lawannya dengan kemampuan yang baik, visi dan misi yang jelas serta penerapan strategi dalam menarik konsumen sehingga dapat menimbulkan bisnis memiliki daya saing yang kuat dengan jangka waktu panjang. Namun ada juga beberapa perusahaan atau industri yang tidak memiliki kemampuan bersaing dengan alasan kegiatan penyusunan strategi adalah hal yang membosankan sehingga mereka hanya melakukan bisnis kemudian melakukan percobaan-percobaan yang menurut mereka berhasil. Namun, bisnis tanpa strategi ibarat kereta tanpa rel, mereka akan kehilangan arah.⁴⁹

Pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan kapasitas kompetitif dalam hal ini adalah perubahan kemampuan bersaing antar perusahaan atau industri yang bergerak semakin berkembang, baik itu berupa peningkatan kinerja karyawan maupun peningkatan dalam hal perencanaan pemasaran produk.

Peningkatan dalam segi berbisnis bisa memberikan dampak positif bagi yang terlibat dalam bisnis tersebut terutama dalam hal pemasaran produk. Misalnya peningkatan kualitas barang yang diproduksi semakin

⁴⁷ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2013), 4.

⁴⁸ Maryanto, *Dunia Usaha; Persaingan Usaha dan Perlindungan Usaha Kecil*, (Semarang: Unissula Press, 2020), 15-16.

⁴⁹ Ujang Sumarman dkk, *Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ipb Press, 2018), 12-13.

bagus namun harga masih terjangkau sehingga bisa menarik pembeli lebih banyak. Perumpamaan lainnya adalah peningkatan kualitas karyawan yang bekerja di bisnis tersebut. Semakin bagus kualitas seorang berupa ketelitian dalam bekerja, produktif, memiliki motivasi yang tinggi dan kualitas lainnya, maka semakin bagus pula peningkatan pendapatan yang diperoleh pengusaha bisnis tersebut serta karyawan.

Pendapatan yang diperoleh oleh sebuah industri dapat dipakai sebagai Penilaian kepemilikan kemampuan bersaing antar industri atau perusahaan dengan cara melihat atau mengobservasi kekuatan serta kelemahan yang mereka miliki.⁵⁰ Kekuatan tersebut bisa berupa penerapan visi dan misi perusahaan kecil, memiliki penilaian baik dari masyarakat, kualitas karyawan serta barang yang diproduksi sangat baik. Sedangkan kelemahannya seperti kualitas sumber daya manusia yang kurang memadai, kualitas barang yang diproduksi kurang berguna untuk kebutuhan masyarakat dan lain sebagainya. Keadaan tersebut mengharuskan pelaku usaha agar kreatif dalam merencanakan strategi pemasaran agar dapat menang bersaing dengan lawan usaha dibidang yang sama.

Rencana strategi dalam kemampuan bersaing bisa dibuat mulai dari target konsumen hingga pola pemasaran barang yang akan diproduksi. Pemasaran dalam sebuah industri bisa berhasil jika mampu memahami kemauan pembeli mulai dari permintaan hingga pertimbangan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Cara paling efektif agar konsumen tetap bertahan dengan barang yang kita produksi adalah nilai barang yang akan dibeli dan digunakan oleh konsumen, kenyamanan yang dirasakan konsumen serta layanan yang dilakukan dengan baik dan benar oleh pihak pengusaha maupun karyawan, misalnya interaksi yang dilakukan antara pelayan dengan pembeli.⁵¹

⁵⁰ Titin Kartini, *Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih*, (Langlangbuana: Jurnal Manajemen dan Bisnis,2017),65.

⁵¹ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 360-361.

Target pemasaran yang salah adalah salah satu dari kesalahan yang sering dilakukan oleh pemilik usaha kecil. Mereka memproduksi barang yang tidak dibutuhkan oleh konsumen sehingga menyebabkan kerugian besar serta segala usaha yang dilakukan tidak bernilai apa-apa. Misalnya usaha fotocopy yang ia lakukan adalah membuat iklan dengan tujuan menarik konsumen agar bersedia menggunakan jasa atau barang yang mereka produksi pada konsumen yang justru membutuhkan jasa print.⁵²

Pemilik industri harus cerdas dalam memperhatikan dan memperhitungkan peluang yang akan didapatkan jika strategi pemasaran bisa diterapkan dengan baik dan benar. Mengetahui kelemahan serta kekuatan perusahaan sendiri bisa menjadi tolak ukur untuk membandingkan dengan pesaing yang akan kitaalahkan. Mulai dari kualitas produk yang lebih baik, pelayanan yang dilakukan dengan benar oleh karyawan yang berpengalaman tinggi serta terampil, lokasi toko yang strategis untuk menarik konsumen dan lain-lain. Fokus keberhasilan strategi pemasaran yang dimiliki suatu industri adalah mengutamakan pelanggan. Sedangkan faktor kegagalan sebuah industri adalah tidak memfokuskan produksi pada keinginan dan kebutuhan konsumen sebab senjata dari strategi pemasaran yang dianggap ampuh adalah dengan melibatkan konsumen itu sendiri. Konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang memenuhi kebutuhan sampai keinginan unik mereka.⁵³

Peningkatan kapasitas kompetitif dapat dinyatakan berhasil apabila memenuhi indikator dari peningkatan kapasitas kompetitif. Indikator tersebut dibagi menjadi 2, yaitu;

Pertama, adanya perubahan yang bersifat dinamis. Artinya peningkatan kapasitas kompetitif umumnya terjadi ketika persaingan lebih sering mengikuti perkembangan atau perubahan dalam kehidupan masyarakat. Terutama dalam hal kebutuhan dan keinginan. Hal tersebut

⁵² Didin Fatihudin, Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Sleman: Deepublish, 2019), 80.

⁵³ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 362-363.

disebabkan oleh jika hal tersebut bersifat statis maka peningkatan kapasitas kompetitif akan dianggap lemah atau tidak berjalan dengan benar.

Kedua, peningkatan kapasitas kompetitif akan muncul apabila ada persamaan dan perbedaan ketika hal tersebut terjadi. Persamaan dalam hal ini adalah persaingan biasanya muncul ketika individu atau kelompok memiliki kesamaan yang dihasilkan. Entah itu dari proses ataupun dari hasil. Misalnya seorang siswa satu dengan yang lainnya memiliki kesamaan kemampuan di bidang matematika sehingga muncullah kapasitas kompetitif. Contoh lainnya adalah pelaku usaha satu dengan yang lain memproduksi barang atau jasa yang sama sehingga muncullah kapasitas kompetitif dengan tujuan menunjukkan kelebihan produk atau jasa masing-masing.

Perbedaan dalam hal ini artinya terjadinya perubahan dalam hasil yang didapat setelah kapasitas kompetitif muncul. Perubahan peningkatan kapasitas kompetitif cenderung berubah pada hal yang lebih baik atau perubahan tingkatan, yang semula dibawah menjadi diatas, yang semula buruk menjadi baik.

2. Tujuan Peningkatan Kapasitas Kompetitif

Peningkatan kapasitas kompetitif bertujuan untuk memperbaiki atau memaksimalkan kapasitas kompetitif individu, kelompok, perusahaan, industri dan lain sebagainya⁵⁴ sehingga dapat mengukur kelebihan atau kelemahan seseorang dengan tolak ukur kapasitas yang dimiliki masing-masing. Sudut pandang ekonomi, tujuan dari kapasitas kompetitif adalah dengan memproduksi barang oleh suatu industri atau perusahaan, artinya produk atau barang yang diproduksi memiliki keunggulan atau bahkan kelemahan sehingga pengusaha lain berusaha kompetitif agar bisa

⁵⁴ Didin Fatihudin, Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Sleman: Deepublish, 2019), 81.

mendapatkan keuntungan yang lebih baik atau justru usaha tersebut mendapatkan kerugian.⁵⁵

Faktor yang dapat membedakan industri kecil dengan para industri lainnya sehingga dapat memiliki posisi dengan ciri khas tersendiri dari segi konsumen adalah dengan pengembangan rencana strategis karena hak tersebut dapat menghasilkan kompetitif dalam sebuah industri. Kapasitas kompetitif tersebut bisa didapatkan dengan cara mengembangkan kemampuan kompetensi inti sehingga industri tersebut dapat lebih baik dalam melayani konsumen sesuai dengan target.

Kompetensi inti merupakan sekumpulan kapasitas dengan ciri khas tertentu yang dikembangkan oleh sebuah industri dalam bidang utama, seperti layanan pelanggan, kualitas barang dan sumber daya manusia, pembinaan tim, inovasi, cepat tanggap dan lain-lain yang dapat berdampak mengungguli atau mengalahkan pesaing. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, hal tersebut adalah jantung kapasitas industri agar dapat berkompetitif ditengah-tengah pasar. Pelanggan dan pasar serta pesaing dapat berubah sesuai dengan kondisi pasar, namun kompetensi inti sebuah industri bisa digunakan dalam jangka panjang. Lebih tepatnya, kompetensi dalam sebuah industri harus sulit ditiru oleh pihak pesaing dan fokus utama jelas manfaat yang didapatkan oleh konsumen. Kompetitif antar sebuah industri atau perusahaan dapat diukur dari kedekatan dengan konsumen, kecepatan, kelincahan, kemampuan berinovasi dan pelayanan lebih baik dibandingkan dengan pesaing.⁵⁶

Peningkatan kapasitas kompetitif dari segi sebuah bisnis adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan kemampuan dan daya saingnya di pasar. Tujuan dari peningkatan kapasitas kompetitif dapat

⁵⁵ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 116- 117.

⁵⁶ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 118.

bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan industri tersebut. Beberapa tujuan umum dari peningkatan kapasitas kompetitif antara lain:

Pertama, Meningkatkan pangsa pasar. Industri atau sebuah bisnis dapat berusaha meningkatkan kapasitas kompetitifnya untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Dengan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat, sebuah bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mengalahkan pesaingnya.⁵⁷

Kedua, Meningkatkan profitabilitas. Peningkatan kapasitas kompetitif juga dapat membantu sebuah bisnis meningkatkan profitabilitasnya. Dengan memiliki keunggulan kapasitas kompetitif yang membedakan pihak lawan, sebuah bisnis dapat menetapkan harga yang lebih tinggi atau mengurangi biaya produksi, yang pada hubungannya dapat meningkatkan margin keuntungan.⁵⁸

Ketiga, inovasi produk dan layanan. Peningkatan kapasitas kompetitif juga dapat mendorong bisnis untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan yang lebih baik. Dengan terus memperbaiki dan menghadirkan produk yang inovatif, bisnis dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya lebih baik dan membedakan dirinya dari pesaing.⁵⁹

Keempat, efisiensi operasional. Peningkatan kapasitas kompetitif juga dapat focus pada peningkatan efisiensi operasional. Dengan mengoptimalkan proses produksi, manajemen pasokan rantai, atau penggunaan teknologi, organisasi dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penghematan daya.

Kelima, pengembangan keunggulan kompetitif. Salah satu tujuan peningkatan kapasitas kompetitif adalah untuk mengembangkan

⁵⁷ Teece, *Kemampuan Dinamis dan Manajemen Strategis*, (Jakarta: Jurnal Manajemen Strategis, 1997), 509.

⁵⁸ Ady, *Strategi Kompetitif: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Yogyakarta: Kebebasan Media, 1980), 5.

⁵⁹ Prahad, *Kompetensi Inti Perusahaan*, (Harvard: Tinjauan Bisnis Harvard, 1990), 80.

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Organisasi dapat berusaha menciptakan factor-faktor yang sulit diungkapkan oleh pesaing, seperti merek yang kuat, keahlian khusus, atau hubungan pelanggan yang kuat.⁶⁰

3. Problematika Peningkatan Kapasitas Kompetitif

Permasalahan yang umum terjadi berkaitan dengan peningkatan kapasitas kompetitif dari sudut perekonomian adalah kegagalan dalam mengontrol perilaku usaha melalui regulasi yang jelas mengenai industri yang dikecualikan atau diproteksi dari pengaturan undang-undang. Penjelasan tersebut sangat ditentukan oleh kebijakan persaingan serta peraturan pelaksanaannya. Dikutip dari jurnal berjudul Kebijakan dan Hukum Persaingan Usaha yang sehat: Sinegritas Kawasan Asean di Era Globalisasi, permasalahan peningkatan kapasitas kompetitif dapat disebabkan oleh ketergantungan sumber daya alam dan sumber daya konsumen. Alasannya, peningkatan kapasitas kompetitif bisa gagal atau berhasil sesuai dengan arus sumber daya alam yang berperan sebagai bahan utama pembuatan barang yang akan diproduksi dan sumber daya konsumen yang suatu waktu lebih memilih industri lain yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pembeli.⁶¹

Permasalahan lainnya adalah faktor internal dari sebuah industri. Misalnya munculnya kompetitif secara buruk diantara karyawan yang bekerja sehingga dapat berpengaruh dalam pengurangan solidaritas antar karyawan dan produktifitas. Dari hal tersebut tentu menjadi berdampak pula pada kualitas barang yang diproduksi dan meluas pada semakin buruknya kualitas sebuah industri diantara para pesaing. Bahkan dari kejadian tersebut bisa berdampak pada pihak lawan menjadi lebih unggul.⁶²

⁶⁰ Hibah, *Teori Keunggulan Kompetitif Berbasis Sumber Daya*, (Bandung: Manajemen, 1991), 114.

⁶¹ M. Muchtar Rivai, Darwin Erhandy, *Kebijakan dan Hukum Persaingan Usaha yang Sehat: Sinergitas Kawasan Asean di Era Globalisasi*, (Jakarta: Jurnal Liquidity, 2013), 196.

⁶² Fahadil Amin Al Hasan, Muhammad Irfan Maulana, *Meningkatkan Kualitas Sumber daya Insani di Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Global*, (Depok: Jurnal Sosio Didaktika, 2016), 28-29.

Penjelasan lebih rinci terkait pemaparan tentang Problematika yang terkait dengan peningkatan kapasitas kompetitif dapat melibatkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Berikut adalah beberapa permasalahan umum yang sering muncul:⁶³

Pertama, sumber daya terbatas. Sebuah bisnis mungkin menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dalam hal keuangan, tenaga kerja, atau infrastruktur. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan kapasitas kompetitif, karena memerlukan investasi yang signifikan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan organisasi.

Sumber daya terbatas adalah konsep yang menyatakan bahwa jumlah sumber daya yang tersedia untuk digunakan oleh perusahaan atau individu adalah terbatas. Ini berarti bahwa perusahaan harus memilih dengan bijaksana bagaimana mengalokasikan sumber daya yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan mereka.

Sumber daya yang terbatas dapat mencakup berbagai hal, seperti uang, tenaga kerja, waktu, bahan baku, dan fasilitas produksi. Perusahaan harus membuat keputusan yang bijaksana dalam mengelola sumber daya ini agar dapat mengoptimalkan penggunaannya. Dalam konteks anggaran industri, pemahaman tentang sumber daya terbatas sangat penting. Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan sumber daya keuangan yang dimiliki dan memutuskan bagaimana mengalokasikannya secara efektif. Mereka harus memprioritaskan pengeluaran yang paling penting dan menghindari pemborosan sumber daya yang terbatas.

Pemahaman tentang sumber daya terbatas juga membantu perusahaan dalam mengambil keputusan investasi yang bijaksana. Mereka harus mempertimbangkan penggunaan sumber daya finansial yang terbatas untuk memilih investasi yang memberikan pengembalian yang paling optimal. Dalam kesimpulannya, pemahaman tentang sumber daya terbatas adalah penting dalam konteks anggaran industri. Perusahaan harus

⁶³ Bany, *Manajemen Strategis dan Keunggulan Kompetitif*, (Tangerang:jurnal Ekonomi,2012),6.

bijaksana dalam mengelola sumber daya yang terbatas agar dapat mencapai tujuan finansial mereka dengan efektif dan efisien.⁶⁴

Kedua, perubahan teknologi. Perkembangan teknologi yang cepat dapat menjadi tantangan dalam meningkatkan kapasitas kompetitif. Bisnis perlu terus mengikuti perkembangan teknologi juga memerlukan investasi besar dan perubahan dalam proses bisnis yang ada.

Perubahan teknologi adalah perubahan atau perkembangan dalam cara-cara baru untuk melakukan sesuatu yang melibatkan penggunaan teknologi. Perubahan ini dapat mencakup pengembangan baru dalam perangkat keras, perangkat lunak, atau proses produksi yang memungkinkan perusahaan atau individu untuk bekerja lebih efisien atau menciptakan produk baru dan inovatif.

Perubahan teknologi dapat memiliki dampak yang signifikan pada perusahaan dan industri. Misalnya, dengan adanya teknologi baru, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengurangi biaya produksi, atau meningkatkan kualitas produk mereka. Teknologi juga dapat membuka peluang baru untuk menciptakan produk atau layanan yang sebelumnya tidak mungkin. Namun, perubahan teknologi juga dapat menjadi tantangan bagi perusahaan yang tidak siap menghadapinya. Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat tertinggal dan kehilangan daya saing mereka. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Perubahan teknologi juga dapat memiliki dampak sosial dan ekonomi yang luas. Misalnya, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara orang berkomunikasi, berbelanja, dan bekerja. Ini telah menciptakan peluang baru dalam industri seperti e-commerce dan pekerjaan jarak jauh. Namun, ini juga telah menyebabkan perubahan dalam lapangan kerja tradisional dan meningkatkan kekhawatiran tentang privasi dan

⁶⁴ Muhammad Amir Solihin *dkk*, *Pengelolaan Sumberdaya Alam Secara Terpadu Untuk Memperkuat Perekonomian Lokal*, (Jakarta: Jurnal Lokal Ekonomi, 2007), 50.

keamanan data. Dalam kesimpulannya, perubahan teknologi adalah perubahan dalam cara-cara baru untuk melakukan sesuatu yang melibatkan penggunaan teknologi. Perubahan ini dapat memiliki dampak yang signifikan pada perusahaan dan industri, dan penting bagi perusahaan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan beradaptasi dengan perubahan tersebut.⁶⁵

Ketiga, persaingan yang intensif. Persaingan yang kuat di pasar dapat menjadi tantangan dalam meningkatkan kapasitas kompetitif. Pelaku bisnis harus mampu membedakan dirinya dari pesaing dan menawarkan nilai tambah yang unik kepada pelanggan. Perselingan yang semakin intensif juga dapat mempengaruhi harga dan keuntungan.

Keempat, perubahan kebutuhan pelanggan. Perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat mempengaruhi kapasitas kompetitif suatu organisasi. Pelaku bisnis perlu memahami dengan baik kebutuhan pelanggan dan mampu menyesuaikan produk dan layanan mereka agar tetap relevan dan memenuhi harapan atau keinginan serta kebutuhan konsumen

A. Pemasaran Industri Rumahan

1. Pengertian Pemasaran Industri Rumahan

Pemasaran berasal dari kata pasar yang berarti tempat jual beli sehingga pemasaran bisa diartikan sebagai cara atau proses jual beli.⁶⁶ Definisi pemasaran secara istilah menurut Philip Kotler yaitu proses manajerial dan sosial antara kelompok dengan individu bertujuan untuk mendapatkan kebutuhan serta keinginan masing-masing menggunakan cara membuat serta mempertukarkan nilai serta produk dengan pihak yang bersangkutan.⁶⁷

American Marketing Association (AMA) 1960 mendefinisikan pemasaran sebagai hal yang berkaitan dengan kemampuan dalam aktivitas

⁶⁵ Amar Ahmad, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi dan Berbagai Standarnya*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), 138.

⁶⁶ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1129-1130.

⁶⁷ Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta Timur: Penerbit Erlangga, 2008), 5.

bisnis yang menyalurkan sebuah jasa serta barang hingga sampai ke tangan konsumen atau pelanggan. Namun, pada tahun 1988 AMA membuat perubahan terkait definisi pemasaran. Pemasaran pada tahun tersebut didefinisikan sebagai suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemasaran, penentuan harga barang dan jasa serta yang terakhir adalah terkait dengan penyaluran ide yang sudah direncanakan.⁶⁸

Masyarakat umumnya memahami pemasaran sebagai aktivitas jual beli dan periklanan. Namun sebenarnya pemasaran atau *marketing* adalah membuat penjualan atau terjualnya produk secara melimpah dengan terus menerus. Lebih jelasnya, pemasaran adalah segala usaha untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan para konsumen terhadap jasa dan produk. Untuk mengetahui keinginan serta kebutuhan pembeli, maka setiap perusahaan perlu mengadakan riset pemasaran, sebab dengan mengadakan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan pembeli yang sebenarnya.

Kunci kesuksesan pemasaran terletak pada kapasitas pemahaman tentang permintaan, keinginan dan kebutuhan target pasar sebelum pelaku usaha dibidang yang sama lebih dulu melakukannya; penawaran jasa dan produk yang membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pesaing serta menyediakan kenyamanan terkait pelayanan dan nilai dari sudut pandang konsumen agar tetap dipihak pesaing.

Pengertian industri rumahan secara bahasa terdiri dari 2 kata yaitu industri dan rumahan. Industri adalah segala aktivitas pengolahan barang yang dilakukan menggunakan peralatan dan sarana.⁶⁹ Sedangkan industri rumahan atau rumah tangga adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan di dalam rumah.⁷⁰ Selanjutnya pengertian industri rumahan secara istilah adalah terdapat dalam Undang-Undang Tahun 2014

⁶⁸ Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta): Penerbit Andi, 2015), 6-9.

⁶⁹ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 585.

⁷⁰ Deny Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1325.

no 3 mengenai perindustrian, terutama pasal 1 ayat 2, industri merupakan seluruh aktivitas ekonomi yang berguna untuk SDA serta SDM dalam hal peningkatan perekonomian masyarakat sekitar dan atau mengelola bahan dasar sehingga bisa menghasilkan produk yang lebih baik atau bermanfaat dan memiliki nilai yang berkualitas bagus.⁷¹

Dari segi usaha pengelompokan jumlah pegawai, industri bisa juga digolongkan dalam industri kecil, industri menengah, industri kecil dan industri rumah tangga. Industri kecil biasanya memiliki lima sampai sembilan belas orang, industri besar lebih dari 100 orang, industri menengah biasanya terdapat 20-99 orang dan industri rumahan atau *home industry* sejumlah 1-4 orang.

Industri rumah tangga adalah aktivitas bisnis yang bisa dilakukan dirumah dan sering kali struktur jabatan dikelola oleh keluarga sendiri serta modal yang dibutuhkan relatif lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar maupun industri kecil sampai besar.⁷² Dengan adanya industri rumahan berdampak pada presentase angka kemiskinan di Indonesia terutama di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

Tahun 2018, kemiskinan di Indonesia menurun secara perlahan yang semula 9,82% menjadi 9,66% dalam kurun waktu 7 bulan, yaitu dihitung dari bulan Maret sampai September. Penurunan ini bukan hanya dirasakan oleh masyarakat desa tapi juga dirasakan oleh masyarakat yang tinggal di kota. Hal ini terjadi disebabkan oleh program-program yang dilakukan pemerintah. Misalnya ketersediaan pelayan kesehatan gratis dengan syarat yang sudah ditentukan sampai dengan pembukaan lapangan kerja oleh

⁷¹ Sri Indah Nikensari, *Ekonomi Industri: Teori dan Kebijakan*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 1-3.

⁷² Ainun Mardiyah dan Feby Aulia, *Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong*, (Sumatera Utara: Jurnal Sketsa Bisnis, 2020), 38.

pemerintah yang dibantu pula oleh para pengusaha. Salah satunya industri rumah tangga.⁷³

Industri rumahan yang semakin banyak perlu ditangani secara teliti dan dirancang pertumbuhannya agar bisa menambah kesempatan kerja sehingga angka kemiskinan semakin mengalami penurunan. Industri ini jelas solusi tepat bagi masyarakat desa maupun kota dengan tujuan bisa memperbaiki perekonomian keluarga.

Industri rumahan sangat berperan penting bagi masyarakat karena bisa membuat kepincangan pendapatan antara masyarakat desa dan kota bisa berkurang. Di sisi lain, keadaan industri rumahan di Desa Kaliwadas Bumiayu Brebes berkembang pesat dibuktikan dengan banyaknya produksi industri rumahan yang sejenis yaitu alat musik rebana dan alat musik lainnya.

2. Mekanisme Pemasaran Industri Rumahan

Industri yang menganut konsep pemasaran akan mendahulukan kebutuhan atau keinginan konsumen, mengharapkan keuntungan dengan cara menguji produk yang dapat memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumen dan pembuatan produk baru umumnya perencanaan pemasaran dilakukan untuk jangka panjang. Pemasaran pada sebuah industri rumahan berpengaruh untuk setiap aktivitas pasar, mulai dari produksi, keuangan sampai perekrutan karyawan dan konsumen. Kemudian, pemasaran dalam sebuah industri juga bisa mempengaruhi kesuksesan industri tersebut. Disisi lain, pelaku usaha industri harus memiliki pemahaman terkait dengan pentingnya mengembangkan strategi pasar yang signifikan karena berhasil atau gagalnya pemasaran terdapat pada hal ini. Upaya lain dalam kesuksesan pemasaran industri rumahan yaitu dengan adanya kecerdikan,

⁷³ Gusti Ayu Purnamawati dan Gede Adi Yuniarti, *Perekonomian Indonesia*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), 105-107

keaktivitas serta pemahaman atas kebiasaan hidup pelanggan terkait barang yang diproduksi dalam industri rumahan tersebut.⁷⁴

Proses pemasaran industri rumahan dilakukan dengan cara mencari sumber-sumber tertentu kemudian mengubahnya menjadi produk yang berguna bagi konsumen, penentuan harga barang, pariwisata barang yang diproduksi melalui media-media yang menunjang peningkatan penjualan barang dan langkah terakhir adalah memilih tempat penjualan yang lebih strategis.

Penjelasan lebih rincinya terkait dengan proses pemasaran yaitu:

pertama, perusahaan mencari referensi atau dengan kata lain berupa aktivitas riset pasar atau segala hal yang berkaitan dengan produk yang akan diproduksi oleh perusahaan atau industri dengan tujuan untuk memaksimalkan penyaluran ide perencanaan pemasaran. Dengan hal ini pula, perusahaan atau industri dapat menyesuaikan strategi-strategi pemasaran sesuai dengan lingkungan masyarakat yang sering berubah-ubah. Ini berarti industri atau perusahaan harus memiliki atau mengharuskannya untuk selalu dapat menyusun perencanaan pemasaran.

Upaya lain dalam hal aktivitas riset pasar, Pemilik usaha bisa mendeteksi karakteristik demografis utama serta tren pasar dalam kehidupan konsumen. Kegiatan umumnya berisi pengumpulan informasi yang menjadi dasar rencana pemasaran. Secara lebih khususnya, kegiatan riset pasar berisi tentang pengumpulan informasi pasar, analisis pasar dan interpretasi data secara sistematis menyangkut industri, konsumen dan pesaing suatu industri. Tujuan utama dari pencarian referensi ini adalah mencari cara untuk menarik pelanggan semakin banyak dan baru.⁷⁵ Intinya, poin ini akan membahas pentingnya melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan

⁷⁴ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 362-363.

⁷⁵ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 369.

preferensi potensi pelanggan. Ini melibatkan identifikasi pasar sasaran, menganalisis pesaing, dan memahami tren pasar yang relevan.

Kedua, Segmentasi pasar.⁷⁶ poin ini akan menjelaskan konsep segmentasi pasar, yaitu membagi pasar menjadi kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik demografi, geografis, perilaku, atau psikografis. Ini membantu bisnis rumahan untuk mengidentifikasi segmen pasar yang paling cocok untuk produk atau layanan mereka. Ini melibatkan pemilihan nama merek, desain logo, dan pesan merek yang sesuai dengan nilai dan tujuan bisnis rumahan. Hal ini meliputi pemilihan saluran distribusi yang tepat, pengelolaan persediaan, dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan.

Segmentasi pasar merupakan strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Intinya, segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli berbeda yang mungkin memerlukan jasa dan produk yang berbeda pula. Dengan melaksanakan segmentasi pasar kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya perusahaan di bidang pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien. Kebutuhan dan keinginan pembeli yang bervariasi menjadi pedoman bagi rancangan strategi pemasaran. Pembeli biasanya memperlihatkan preferensi dan prioritas produk yang berbeda-beda. Mereka pada umumnya menginginkan produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen dengan harga yang mampu bersaing. Perbedaan-perbedaan inilah yang menciptakan segmen pasar. Bagi setiap segmen yang ingin dimasuki perusahaan, perlu dikembangkan strategi penempatan produk. Setiap produk yang beredar dipasarkan menduduki tempat tertentu dalam segmen pasarnya. Segmentasi pasar berguna bagi perusahaan untuk memiliki suatu produk istimewa yang dapat

⁷⁶ Tiris Sudarartono, *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil*, (Bandung: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2019), 57.

memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi targetnya. Kriteria segmentasi pasar adalah berbeda dengan pelaku bisnis lain agar memiliki ciri khas tersendiri, dapat dicapai, dianggap berarti dalam berbisnis, dianggap layak dan yang terakhir dapat memberikan keuntungan.⁷⁷

Ketiga, pemilihan sasaran pemasaran produk atau jasa yang berarti mengevaluasi serta mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat dalam pemasaran sehingga bisa menghasilkan gagasan-gagasan baru. Misalnya mengukur atau menilai produk yang akan diproduksi sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen.

Keempat, Branding dan identitas merek: poin ini akan membahas pentingnya membangun merek yang kuat dan mengembangkan identitas merek yang konsisten.

Kelima, *marketing mix* atau proses hasil penggabungan rencana untuk menghasilkan analisis yang diinginkan dalam sasaran pemasaran. Pada poin ini, perusahaan atau sebuah industri berfokus pada pengaruh barang yang akan diproduksi sesuai dengan permintaan sasaran pasar serta menjelaskan tentang penentuan harga, produk, promosi dan tempat. *Marketing mix* mengharuskan sebuah industri atau perusahaan agar dapat memutuskan jumlah keseluruhan dana yang dibutuhkan mulai dari bahan mentah sampai bahan jadi. Selain itu, sebuah industri juga diharuskan agar dapat mengalokasikan total dana pemasaran pada sarana *marketing mix*. Pada poin ini pula sebuah industri berusaha mengikuti strategi perusahaan yang digerakkan oleh pelanggan, industri tersebut akan menemukan bahwa sasaran mereka mempengaruhi setiap bagian dari keseluruhan industri. Pembangunan citra sebuah industri juga termasuk dalam promosi, misalnya produk yang dijual serta musik yang dimainkan di sistem pengeras suara sampai lokasi, dekorasi toko dan tata letak barang. Hal ini bisa menjadi nilai lebih dari sudut pandang pelanggan serta menjadi kelebihan dari industri tersebut jika

⁷⁷ Tiris Sudarartono, *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil*, (Bandung: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2019), 58.

dibandingkan dengan para pesaingnya karena citra yang dibuat agar industri dapat menarik para pelanggan yang berperan sebagai target pasar sebab inilah yang menjadi faktor sebuah industri sejahtera. Tanpa gambaran yang jelas mengenai pasar sasaran dan citra yang dibuat agar menarik para pelanggan itu, suatu industri akan berusaha menjangkau hampir semua orang yang berperan sebagai target pasar dan biasanya justru berakhir dengan tidak menarik target pasar satu pun. Terkadang target pasar baru muncul dengan sendirinya dan sering mengejutkan perusahaan kecil.⁷⁸

Keenam, Strategi pemasaran: Materi ini akan membahas berbagai strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh bisnis rumahan, seperti pemasaran melalui media sosial, pemasaran konten, pemasaran email, atau pemasaran influencer. Ini juga akan membahas pentingnya mengembangkan rencana pemasaran yang terarah dan mengukur keberhasilan kampanye pemasaran.

Ketujuh, pengembangan sistem perencanaan, pada bagian ini pelaku usaha diharuskan bisa memiliki kemampuan dalam pengembangan setiap perencanaan pemasaran, mulai dari penetapan harga dengan perencanaan keuangan yang unggul sampai pemilihan lokasi serta tata letak yang tepat.

Penetapan harga barang yang diproduksi adalah peran utama dalam pemasaran sebuah industri. Ketika penetapan harga, pelaku usaha harus mempertimbangkan harga pesaing, namun upaya lebih baiknya adalah dengan tidak menyerang atau menyamakan dengan pesaing. Walaupun harga adalah peran utama dalam pemasaran, tetapi bukanlah satu-satunya pertimbangan.

Ada dua faktor penting ketika pembelajaran tentang pengaruh penetapan harga terhadap pesaing yaitu sifat dasar barang yang bersaing dan lokasi usaha pesaing. Dalam banyaknya peristiwa, kecuali jika

⁷⁸ Thomas W. Zimmerer dkk, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 364.

perusahaan bisa secara nyata memberikan nilai tambah atau khusus pada kualitas dan kuantitas produknya, harga barang yang sejenis harus ditetapkan sama dengan harga pesaing di lokasi terdekat. Misalnya, jika penjual baju dengan kualitas bahan yang sama memberikan biaya tambahan lima ratus perak perbuah yang tidak dilakukan oleh pesaing di lokasi terdekat, maka pelanggan dengan mudah akan pindah ke tempat yang lebih murah. Tanpa keunggulan citra industri rumahan yang memiliki ciri khas tersendiri, mulai dari kenyamanan lokasi saat pelanggan ingin membeli barang sampai kualitas barang yang diproduksi dari industri rumahan tersebut. Namun, sebelum penyesuaian dengan harga pesaing, pelaku usaha harus mengetahui motif pesaing dalam menentukan harga barang yang akan dipasarkan. Tanpa dasar yang kuat terkait penyeimbangan harga dengan pesaing bisa secara tidak sadar dapat membawa bencana finansial bagi industri rumahan tersebut dan keadaan ini biasanya dialami oleh pelaku bisnis dengan strategi pemasaran yang lemah.

Berusaha menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing adalah upaya paling mematikan bagi sebuah industri rumahan. Hal tersebut dapat berdampak pada penurunan laba sehingga industri rumahan akan hancur secara perlahan dan bahkan selamanya atau dengan kata lain industri rumahan tersebut mendapatkan kehancuran sampai pada titik yang tidak menguntungkan hanya karena ingin bersaing dengan pelaku usaha lain. Proses dan hambatan terkait penetapan harga, pada akhirnya harga yang sesuai untuk suatu produk akan bergantung pada satu faktor yaitu nilai yang diambil dari sudut pandang konsumen.⁷⁹

Pemilihan lokasi serta tata letak yang tepat juga termasuk dalam upaya pengembangan sistem perencanaan pemasaran industri rumahan. Dalam hal ini pelaku bisnis harus memiliki kreatifitas dalam penentuan

⁷⁹ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Jilid I*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 67-69.

lokasi yang strategis. Penentuan lokasi umumnya berhubungan juga dengan barang yang dibutuhkan serta diinginkan konsumen dan tata letak furniture dalam toko.

Tata letak yang dimaksud dalam hal ini bisa berpengaruh penting dalam kenyamanan konsumen ketika membeli barang yang diproduksi. Hal ini juga dapat berpengaruh pada keinginan konsumen untuk kembali lagi dan merasakan kepuasan ketika membeli barang tersebut di tempat kita. Dari hal tersebut tentu mempengaruhi laba yang didapatkan oleh suatu industri atau perusahaan.⁸⁰

Kedelapan, Penjualan dan Distribusi. poin ini akan membahas strategi penjualan dan distribusi yang efektif untuk bisnis rumahan.

Kesembilan, Pelayanan pelanggan. Poin ini akan membahas pentingnya memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini melibatkan komunikasi yang efektif, penyelesaian masalah, dan pengelolaan umpan balik pelanggan.

Ada beberapa mekanisme pemasaran secara umum digunakan dalam industri rumahan, antara lain:

Pertama, Pemasaran online. Dalam era digital saat ini, pemasaran online menjadi salah satu mekanisme yang efektif untuk industri rumahan. Ini melibatkan penggunaan platform online seperti website, media sosial, dan pasar untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan. Keuntungan dari pemasaran online adalah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan bisnis. Jaringan internet di masa sekarang bisa menjadi solusi dalam aktivitas pemasaran yang sangat bagus karena bisa diakses oleh semua orang dimanapun dan kapanpun tanpa batas waktu. Sehingga dapat dikatakan bahwa

⁸⁰ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Jilid I*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008),40.

pemasaran online, baik itu barang dan jasa dapat menjadi peluang yang cukup menjajikan untuk dikembangkan.⁸¹

Kedua, Pemasaran melalui jaringan sosial. Mekanisme ini melibatkan pemanfaatan jaringan sosial dan hubungan pribadi untuk mempromosikan produk atau layanan. Hal ini dapat dilakukan melalui rekomendasi dari teman, keluarga, atau kenalan, atau melalui grup atau komunitas online yang relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran tidak hanya seperti menggunakan internet dan teknologi, akan tetapi harus menggunakan taktik dan strategi komunikasi.

Taktik dan strategi disusun berdasarkan kapabilitas yang dimiliki dan target yang ingin dicapai. Dengan menggunakan kapabilitas media sosial secara optimal sehingga menghasilkan target secara maksimal. Mengetahui dan mendalami kapabilitas media dianggap berperan penting karena dapat digunakan sebagai alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran, keadaan tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk alat pemasaran sekaligus mengetahui hasil yang dapat dicapai jika kegiatan pemasaran menggunakan media sosial.⁸²

Ketiga, Pameran atau bazaar. Industri rumahan juga dapat memanfaatkan pameran atau bazaar sebagai mekanisme pemasaran. Ini melibatkan partisipasi dalam acara-acara lokal atau regional di mana produk atau layanan dapat dipamerkan dan dijual langsung kepada calon pelanggan. Pameran atau bazaar ini dapat memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan membangun hubungan. Bagi anak muda yang sedang berbisnis, bazar bermanfaat dalam meningkatkan rasa percaya diri karena bisa menegnak karakter macam-macam konsumen. Disisi lain, bazar juga menjadi kesempatan

⁸¹ Moh Rifqi, Kamilil Muhimmah, *Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya untuk meningkatkan volume penjualan*, (Probolinggo: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, 2020), 204-205

⁸² La Moriannyah, *Pemasaran Melalui Sosial: Antecedents dan Consequences*, (Depok: Universitas Indonesia, 2019), 187- 188.

dalam peran pemasaran secara langsung untuk menjual produk dan berinteraksi dengan penjual lain. Bazar juga dapat semakin meningkatkan minat para anak muda yang masih pemula dalam hal berbisnis. Kegiatan ini juga mendorong anak muda yang akan berbisnis atau pebisnis pemula untuk merasakan bagaimana seorang pelaku bisnis dapat memulai usaha dari penjualan produk kecil-kecil hingga dapat dikenal publik secara luas.⁸³

Keempat, Pemasaran melalui kemitraan. Mekanisme ini melibatkan kerja sama dengan bisnis atau individu lain untuk mempromosikan produk atau layanan. Hal ini dapat dilakukan melalui program afiliasi, kolaborasi dengan influencer atau blogger, atau kolaborasi dengan toko atau bisnis lokal untuk menjual produk atau layanan. Kemitraan pemasaran diutamakan pada pemahaman pelanggan dan komitmen pelanggan, seperti halnya lingkup bisnis dan pangsa pasar. Kemitraan pemasaran telah menghasilkan minat riset yang besar. Banyak penelitian membuktikan dan memberikan pemahaman baru serta meyakinkan tentang kemitraan pemasaran. Hal yang perlu dilakukan dalam pemasaran melalui kemitraan, *pertama* kemitraan pemasaran adalah sebuah hubungan yang menyeluruh antara pemasar, pemasok dan pelanggan yang melahirkan kerja sama yang baik. Konsep kemitraan pemasaran berbeda dengan konsep pemasaran, konsep kemitraan memisahkan kegiatan pelanggan dan kegiatan pasar. *Kedua*, kemitraan pemasaran merupakan proses interaktif bukan pertukaran dan transaksi sebagaimana prinsip pemasaran. *Ketiga*, kemitraan pemasaran merupakan kegiatan yang saling ketergantungan dan kerjasama antara produsen dan pelanggan.⁸⁴

⁸³ Sri Wahyuni Wildad, *Analisis Program Bazar Kampus Sebagai Sarana Menumbuhkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Dalam Berwirausaha*. (Lumajang: STIKP PPGRI, 2022), 64-65.

⁸⁴ Endang Ruswati, *Pengaruh Pemasaran Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi, 2011), 17-18.

3. Peluang pemasaran Industri rumahan

Peluang pemasaran industri rumahan dapat mencakup berbagai bidang, seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, layanan kecantikan, produk digital dan lain sebagainya. Untuk memulai bisnis industri rumahan, pelaku bisnis dapat melakukan riset pasar untuk mengetahui permintaan dan tren terkini dalam industri yang Anda minati. Selain itu, pelaku bisnis juga perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, seperti memanfaatkan media sosial, membangun jaringan dengan potensi pelanggan, dan mempromosikan produk atau layanan secara kreatif. Penting juga untuk mempertimbangkan aspek hukum dan perizinan yang terkait dengan industri rumahan. Dengan perencanaan yang matang dan dedikasi yang kuat, pelaku bisnis dapat mengoptimalkan peluang pemasaran industri rumahan.

Industri rumahan sangat berpotensi mengembangkan kualitas kenyamanan kehidupan masyarakat di beberapa daerah di Indonesia, mulai dari fasilitas yang tersedia semakin baik sampai angka kemiskinan yang semakin menurun. Keberhasilan peluang pemasaran dapat mengakibatkan daerah yang memiliki industri rumahan juga dianggap berhasil. Keberhasilan dari pemasaran industri tersebut dipengaruhi oleh keberhasilan dalam merencanakan strategi pemasaran yang dibuat atau dirancang oleh pemilik usaha, manajer keuangan, manajer personalia, manajer operasional, manajer pemasaran dan staff atau karyawan.

Keberhasilan dalam menjalankan bisnis industri juga bisa dilihat dari kualitas sumber daya manusia (SDM).⁸⁵ Hal ini bisa dilihat dari kreativitas, inovasi dan produktivitas masyarakat saat bekerja dalam bidangnya masing-masing.

Kegagalan pekerja dalam hal industri sering terjadi sebab beberapa hal seperti rendahnya motivasi pekerja sehingga menyebabkan

⁸⁵ Eri Susan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2019), 955.

keinginan membolos kerja semakin tinggi, penurunan konsentrasi para pekerja sehingga mengakibatkan kecelakaan dalam kerja yang berdampak pada kerugian dan lain-lain.⁸⁶

4. Tantangan Pemasaran Industri Rumahan

Tantangan pemasaran industri rumahan dapat dipahami melalui beberapa landasan teori yang relevan. Salah satu landasan teori yang dapat digunakan adalah teori pemasaran. Teori pemasaran membahas tentang bagaimana suatu produk atau jasa dapat dipasarkan kepada konsumen dengan efektif. Dalam konteks industri rumahan, tantangan pemasaran dapat mencakup keterbatasan sumber daya, akses pasar yang terbatas, dan persaingan yang ketat.

Selain itu, teori manajemen juga dapat menjadi landasan untuk memahami tantangan pemasaran industri rumahan. Teori manajemen membahas tentang bagaimana suatu organisasi dapat dijalankan dengan efektif dan efisien. Dalam industri rumahan, tantangan pemasaran dapat mencakup manajemen waktu, manajemen produksi, dan manajemen keuangan. Selain itu, teori ekonomi juga dapat memberikan landasan untuk memahami tantangan pemasaran industri rumahan. Teori ekonomi membahas tentang bagaimana alokasi sumber daya yang terbatas dapat dilakukan secara efisien. Dalam industri rumahan, tantangan pemasaran dapat mencakup harga yang kompetitif, permintaan yang fluktuatif, dan biaya produksi yang tinggi. Dengan memahami landasan teori ini, pemilik industri rumahan dapat mengidentifikasi dan mengatasi tantangan pemasaran yang dihadapi dengan lebih efektif.

Industri atau perusahaan memiliki visi misi yang bertujuan untuk mengembangkan produk atau jasa agar dapat tetap berkembang ditengah-tengah banyaknya permasalahan-permasalahan dalam pemasaran sehingga muncullah tantangan-tantangan baru dengan tujuan

⁸⁶ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Corporate Sosial Responsibility*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 7.

peningkatan perkembangan pemasaran industri tersebut. Tantangan-tantangan tersebut bisa berupa banyaknya industri-inudustri baru muncul dengan bidang yang sama, promosi produk yang diharuskan lebih menarik dari pelaku industri lain, keseimbangan pemasukan serta pengeluaran dana yang digunakan, fasilitas memadai yang diberikan pelaku industri, strategi pemasaran yang berperan penting dalam keuntungan dan kerugian pemasaran, mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk tersebut dan tantangan-tantangan lainnya.

Ulasan lebih jelasnya terkait poin-poin tantangan pemasaran adalah sebagai berikut:

Pertama, kemunculan pelaku industri dibidang yang sama.⁸⁷ Semakin banyak industri baru yang muncul maka semakin ketat persaingan dalam berbisnis. Pelaku usaha akan terus berusaha meningkatkan dan mengembangkan kualitas sebuah industri atau perusahaan agar bisa tetap di peringkat pertama dalam pemasaran.⁸⁸

Pelaku bisnis dibidang yang sama merujuk pada individu atau perusahaan yang beroperasi atau bergerak dalam industri atau sektor yang sama. Mereka memiliki fokus bisnis yang serupa dan bersaing langsung satu sama lain dalam hal produk, layanan, pasar, dan pelanggan. Dalam setiap industri, terdapat banyak pelaku bisnis yang beroperasi. Misalnya, dalam industri makanan dan minuman, pelaku bisnis yang sama dapat mencakup restoran, kafe, warung makan, atau produsen makanan dan minuman. Dalam industri teknologi, pelaku bisnis yang sama dapat mencakup perusahaan perangkat keras, perusahaan perangkat lunak, penyedia layanan internet, atau perusahaan telekomunikasi.

Pelaku bisnis dalam industri yang sama saling bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar dan pelanggan. Mereka dapat bersaing dalam hal harga, kualitas produk atau layanan, inovasi, branding,

⁸⁷ Melati, *Manajemen Pasar*, (Sleman: Deepublish, 2021), 116.

pemasaran, dan strategi bisnis lainnya. Pelaku bisnis yang sukses dalam industri yang sama biasanya memiliki keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari pesaing lainnya. Selain bersaing, pelaku bisnis dalam industri yang sama juga dapat bekerja sama atau berkolaborasi dalam beberapa hal. Mereka dapat membentuk kemitraan atau aliansi strategis untuk menggabungkan sumber daya dan keahlian mereka guna mencapai tujuan bersama. Kolaborasi semacam ini dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, pelaku bisnis dalam industri yang sama perlu terus mengikuti perkembangan industri, tren pasar, dan kebutuhan pelanggan. Mereka harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan berinovasi untuk tetap relevan dan kompetitif. Pelaku bisnis yang berhasil dalam industri yang sama biasanya memiliki pemahaman yang mendalam tentang industri mereka, memahami pelanggan mereka, dan mampu menghadirkan nilai tambah yang unik.

Kedua, promosi produk yang menarik dan kreatif. Pada tahap ini pelaku usaha menggunakan konsep pemasaran untuk melakukan promosi suatu produk sehingga pelaku usaha bukan hanya sekedar menunggu konsumen atau pembeli saja, namun sebuah industri sudah mulai melakukan usaha promosi secara lebih maksimal agar produk yang akan dijual dapat dikenal luas oleh konsumen.⁸⁹ Keadaan ekonomu pada abad 4 SM di Mesopotamia kuno, masyarakat mulai memproduksi kosmetik, tekstil dan produk yang mengandung alkohol. Pada saat itu, masyarakat Mesopotamia menggunakan branding sebagai alat pengawasan kualitas barang yang diproduksi dengan penyampaian nilai barang kepada pembeli serta dilakukannya pengawasan ketat pada saat proses produksi. Kemudian pada tahun 200 sebelum masehi, penggunaan merek dan kemasan telah dilakukan di China sebagai label

⁸⁹ Melati, *Manajemen Pasar*, (Sleman: Deepublish, 2021), 23.

kualitas barang. Tepatnya pada tahun 1960, pada masa dinasti Song masyarakat China konsumen biasa bisa menikmati barang yang diproduksi pada masa itu. Hal ini disebabkan oleh permintaan konsumen yang semakin meningkat, sehingga bukan hanya konsumen elit yang dapat memiliki barang sesuai keinginan masing-masing. Munculnya istilah konsumen di Wilayah China berdampak pada perbedaan standar sosial masyarakat. Dimana merek produk dijadikan acuan dalam perbedaan status sosial.⁹⁰

Kesimpulannya Promosi produk merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan dan mempengaruhi konsumen agar tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Promosi produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan, membangun citra merek, dan mencapai tujuan pemasaran lainnya. Promosi produk dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti iklan televisi, iklan cetak, iklan online, promosi penjualan, publisitas, dan kegiatan pemasaran langsung. Tujuan dari promosi produk adalah untuk menciptakan kesadaran tentang produk, membangun minat konsumen, mendorong pembelian, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Penjelasan lebih rincinya tentang Promosi produk yang menarik dan kreatif dapat membuat produk pelaku bisnis lebih dikenal dan membedakan dari pesaing. Beberapa strategi promosi yang dapat pelaku bisnis terapkan antara lain: *Pertama*, Menggunakan konten kreatif: Membuat konten yang menarik dan kreatif dapat menarik perhatian konsumen. Misalnya, membuat video promosi yang lucu atau mengadakan kontes online dengan hadiah menarik. *Kedua*, Memanfaatkan media sosial: Media sosial adalah platform yang efektif untuk mempromosikan produk pelaku bisnis secara kreatif. Pelaku bisnis dapat menggunakan gambar, video, dan cerita untuk menarik perhatian konsumen. *Ketiga*, Menggunakan influencer: Bekerjasama

⁹⁰ Syarifuddin dkk, *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv. Istana Agency, 2022) 15-18.

dengan influencer yang memiliki pengikut yang banyak dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang produk pelaku bisnis. Influencer dapat membantu mempromosikan produk pelaku bisnis melalui postingan di media sosial atau ulasan di blog mereka. *Keempat*, Membuat kampanye promosi yang berkesan: Membuat kampanye promosi yang unik dan berkesan dapat membuat barang yang diproduksi lebih dikenal. Misalnya, membuat iklan yang mengundang emosi atau melibatkan konsumen dalam kegiatan promosi. *Kelima*, Menyelenggarakan acara promosi: Mengadakan acara promosi seperti diskon besar-besaran, demonstrasi produk, atau pertunjukan dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk membeli barang yang sudah diproduksi. Dalam mempromosikan produk, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami target pasar dan mencari strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi mereka. Dengan menggunakan strategi promosi yang menarik dan kreatif, Anda dapat meningkatkan kesadaran tentang produk Anda, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Ketiga, anggaran industri atau perusahaan.⁹¹ Pengeluaran dan pemasukan yang tak seimbang dapat mempengaruhi untung ruginya sebuah industri sehingga bagian manajemen keuangan diharuskan dapat memperbaiki atau memberikan solusi yang tepat terkait dengan kebutuhan usaha terkait. Mulai dari proses produksi sampai hasil produksi.⁹²

Anggaran industri adalah rencana keuangan yang dibuat oleh perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya keuangan yang dimiliki guna memenuhi kebutuhan operasional dan pengembangan bisnis. Anggaran industri mencakup semua aspek keuangan perusahaan,

⁹¹ Melati, *Manajemen Pasar*, (Sleman: Deepublish, 2021), 20.

⁹² Melati, *Manajemen Pasar*, (Sleman: Deepublish, 2021), 13.

termasuk pendapatan, pengeluaran, investasi, dan proyeksi keuangan untuk periode tertentu.

Tujuan utama dari anggaran industri adalah untuk mengatur pengeluaran perusahaan agar tetap sesuai dengan pendapatan yang dimiliki, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan finansialnya. Dalam anggaran industri, perusahaan akan mengidentifikasi dan memperkirakan semua sumber pendapatan yang diharapkan, seperti penjualan produk atau jasa, dan juga menghitung semua pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis, seperti biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi.

Anggaran industri juga digunakan untuk merencanakan investasi perusahaan dalam pengembangan bisnis atau pengadaan aset baru. Perusahaan akan menentukan jumlah dana yang dialokasikan untuk investasi dan memperkirakan pengembalian yang diharapkan dari investasi tersebut. Selain itu, anggaran industri juga mencakup proyeksi keuangan untuk periode tertentu. Perusahaan akan membuat estimasi pendapatan dan pengeluaran di masa depan berdasarkan analisis pasar dan perkiraan pertumbuhan bisnis. Proyeksi ini akan membantu perusahaan dalam membuat keputusan strategis, seperti menentukan target penjualan atau mengevaluasi kinerja keuangan.

Anggaran industri biasanya disusun secara tahunan, tetapi juga dapat dibuat untuk periode yang lebih pendek, seperti triwulan atau bulanan. Selama periode tersebut, perusahaan akan memantau dan mengevaluasi realisasi anggaran untuk melihat apakah tujuan keuangan telah tercapai atau perlu dilakukan penyesuaian. Dalam kesimpulannya, anggaran industri adalah rencana keuangan yang dibuat oleh perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya keuangan secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan finansial. Anggaran industri mencakup semua aspek keuangan perusahaan, termasuk pendapatan, pengeluaran, investasi, dan proyeksi keuangan untuk periode tertentu.

Keempat, fasilitas pekerja. Para pekerja diberikan fasilitas agar dapat mempermudah dalam bekerja sehingga hasil produksi lebih maksimal dari segi kualitas dan kuantitas.⁹³

Fasilitas pekerja adalah segala bentuk pemberian dan penyediaan sarana serta prasarana yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas kerja mereka. Fasilitas ini dapat berupa berbagai macam bentuk, mulai dari yang bersifat fisik hingga yang bersifat non-fisik. Beberapa contoh fasilitas pekerja yang umum diberikan oleh perusahaan antara lain: *Pertama*, tempat kerja yang nyaman: Perusahaan menyediakan ruang kerja yang nyaman dan memadai, seperti meja, kursi, dan perlengkapan kerja lainnya. Fasilitas ini bertujuan agar karyawan dapat bekerja dengan optimal tanpa merasa tidak nyaman. *Kedua*, fasilitas kesehatan: Perusahaan dapat memberikan fasilitas kesehatan seperti asuransi kesehatan, program pemeriksaan kesehatan rutin, atau fasilitas klinik karyawan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesehatan karyawan agar tetap fit dalam menjalankan tugasnya. *Ketiga*, fasilitas rekreasi: Beberapa perusahaan menyediakan fasilitas rekreasi seperti gym, lapangan olahraga, atau ruang relaksasi bagi karyawan. Fasilitas ini bertujuan untuk membantu karyawan menghilangkan stres dan meningkatkan kebugaran fisik mereka. *Keempat*, fasilitas pendidikan dan pelatihan: Perusahaan dapat memberikan fasilitas pendidikan dan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kompetensi dan pengetahuan mereka. Fasilitas ini dapat berupa beasiswa, program pelatihan, atau akses ke sumber daya pendidikan. *Kelima*, fasilitas transportasi: Beberapa perusahaan menyediakan fasilitas transportasi seperti bus antar-jemput karyawan atau subsidi transportasi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan karyawan dalam perjalanan menuju dan dari tempat kerja. *Keenam*, fasilitas makanan dan minuman: Perusahaan

⁹³ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Corporate Sosial Responsibility*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 16-17.

dapat menyediakan kantin atau subsidi makanan bagi karyawan. Hal ini bertujuan untuk memastikan karyawan mendapatkan asupan nutrisi yang cukup selama bekerja. *Ketujuh*, fasilitas perawatan anak: Beberapa perusahaan menyediakan fasilitas penitipan anak atau subsidi perawatan anak bagi karyawan yang memiliki anak kecil. Fasilitas ini bertujuan untuk membantu karyawan dalam mengatasi tantangan perawatan anak sambil tetap fokus pada pekerjaan.

Fasilitas pekerja merupakan salah satu bentuk investasi perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan karyawan. Dengan adanya fasilitas ini, diharapkan karyawan dapat bekerja dengan lebih baik, meningkatkan produktivitas, dan merasa dihargai oleh perusahaan.

Kelima, strategi pemasaran. Industri maupun perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan keuntungan yang dimiliki oleh industri tersebut, agar tujuan tersebut tetap didapatkan bertahan dalam jangka panjang maka pelaku usaha harus mempunyai usaha menguasai pasar. Tujuan ini dapat dimiliki apabila bagian pemasaran dalam sebuah industri melakukan strategi pasar yang efektif untuk jangka panjang agar bisa menggunakan kesempatan dalam hal pemasaran sehingga posisi sebuah industri dapat bertahan dan terus dikembangkan.⁹⁴

Keenam, sasaran pasar. Aktivitas pemasaran yang paling utama adalah dengan menentukan sasaran pasar atau target pasar yang tepat sehingga bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Pelaku usaha diharuskan menentukan pasar mana yang akan dipegang oleh suatu industri, apakah industri atau produsen, pasar pedagang atau pasar lainnya. Pelaku usaha mengidentifikasi pasar yang sesuai dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh sebuah industri atau perusahaan.⁹⁵

⁹⁴ Sofjan Sauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 167.

⁹⁵ Sofjan Sauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 162-163.

Sasaran pasar adalah kelompok konsumen yang menjadi fokus utama dari strategi pemasaran sebuah produk atau layanan. Sasaran pasar ini ditentukan berdasarkan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan konsumen yang diidentifikasi oleh perusahaan. Dalam menentukan sasaran pasar, perusahaan perlu melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami siapa target konsumen yang paling potensial untuk membeli produk mereka.

Analisis ini meliputi faktor demografis, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan lokasi geografis, serta faktor psikografis, seperti minat, gaya hidup, dan nilai-nilai konsumen. Setelah mengidentifikasi sasaran pasar, perusahaan dapat mengembangkan strategi promosi yang sesuai untuk menjangkau dan mempengaruhi kelompok konsumen ini. Strategi promosi harus disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi sasaran pasar agar efektif dalam mencapai tujuan pemasaran. Misalnya, jika sasaran pasar adalah remaja yang aktif di media sosial, maka strategi promosi yang menggunakan media sosial dan influencer mungkin lebih efektif daripada iklan cetak tradisional. Sebaliknya, jika sasaran pasar adalah orang dewasa yang lebih menyukai informasi tertulis, strategi promosi yang menggunakan iklan cetak atau publisitas mungkin lebih cocok. Dengan memahami sasaran pasar dengan baik, perusahaan dapat mengarahkan upaya promosi mereka dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran tentang produk, membangun minat konsumen, dan mendorong pembelian, sehingga mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan.⁹⁶

⁹⁶ Kurnia Dewi *dkk*, *Manajemen Kewirausahaan*, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2020), 82.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis meneliti dengan menggunakan penelitian jenis *field research*. Karena penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian dengan mengumpulkan data-data empiris agar mendapatkan informasi yang relevan dengan latar belakang yang diambil. Pada dasarnya penelitian kualitatif ini adalah suatu proses penyelidikan, yang mirip dengan pekerjaan detektif dengan sumber data utamanya adalah kata-kata serta tindakan. Sedangkan dari segi data tertulis seperti foto dan data tambahan lainnya. Tujuan utama penelitian kualitatif dalam karya ini adalah untuk memahami dampak dari munculnya industri rumahan pada kehidupan masyarakat desa Kaliwadas dan sekitarnya. Artinya adalah penelitian dilakukan karena adanya pengalaman dari penulis yang terjun langsung ke daerah serta lokasi penelitian tersebut di Rehana Mbah Sutirah, tepatnya terletak di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Dengan melakukan berbagai pendekatan yang disesuaikan dengan latar belakang permasalahan yang terjadi.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap industri rumahan rehana Rehana Mbah Sutirah Desa Kaliwadas tersebut bersifat kualitatif deskriptif, dimana penulis mengumpulkan data-data yang telah diperoleh dengan tujuan agar penulis mendapatkan informasi yang akan diteliti dengan baik dan benar, mampu menelaah bagaimana kasus tersebut terjadi, serta mampu memaparkan atau menjelaskan uji keabsahan data dalam data yang telah diteliti sebagai bukti kuat penelitian tersebut terjadi. Selain itu

agar peneliti bisa menjelaskan suatu peristiwa, gejala dan kejadian yang sedang terjadi.⁹⁷

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan informasi dengan cara mendatangi lokasi tersebut di desa Kaliwadas, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes dengan tujuan agar dapat menggambarkan peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran melalui industri rumahan rebana yang terjadi di Rebana Mbah Sutirah.

B. Tempat dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang menjadi pusat pelaksanaan observasi untuk mendapatkan informasi dan data-data yang relevan dengan mendatangi ke lokasi penelitian di Rebana Mbah Sutirah, tepatnya di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Pengolahan serta pengambilan data dari bulan Agustus sampai dengan Oktober 2023.

Sebagai hasil pertimbangan bahwa penulis memilih lokasi penelitian ini adalah:

1. Banyaknya pelaku usaha industri rumahan di bidang yang sama yaitu alat rebana.
2. adanya dampak yang diperoleh oleh masyarakat Desa Kaliwadas dan sekitarnya dengan adanya industri rumahan rebana tersebut

C. Subjek dan Objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Fokus subjek dalam penelitian ini adalah 4 orang yaitu Ibu Sutirah sebagai pemilik usaha industri rumahan rebana Mbah Sutirah, Ibu Halimah sebagai salah satu karyawan yang bekerja di industri rumahan rebana Mbah Sutirah, Bapak Nida sebagai konsumen di industri rumahan rebana Mbah Sutirah. Adapun alasan dipilihnya Ibu Sutirah sebagai subyek penelitian ini adalah lokasi industri tersebut berada

⁹⁷ Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015), 14-15.

ditengah-tengah banyaknya produksi industri rumahan rebana yang semakin dimintai oleh pelaku usaha lainnya. Sementara itu, alasan peneliti memilih Ibu Halimah sebagai narasumber adalah karena beliau sudah bekerja di tempat tersebut tidak lama setelah industri ini didirikan oleh Ibu Sutirah. Kemudian, alasan peneliti memilih Bapak Nida sebagai narasumber adalah menurut info yang diberikan oleh Ibu Sutirah, konsumen tersebut yang paling sering memesan alat musik rebana di tempat tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu tentang peningkatan kemampuan kompetitif pemasaran melalui industri rumah tangga yang dilatar belakangi oleh banyaknya industri rumahan yang memproduksi barang yang sama sehingga menimbulkan persaingan semakin ketat.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan yang penulis lakukan dalam mengumpulkan informasi dan data yang sesuai di lapangan. Penulis melakukan teknik pengumpulan data dengan tiga metode yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya peninjauan atau pengamatan.⁹⁸ Sedangkan secara istilah observasi adalah suatu kegiatan yang diarahkan untuk memperhatikan fenomena secara fakta, mencari fenomena yang terjadi untuk mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Tujuan observasi ini agar dapat melihat secara langsung dan mengamati apa yang sebenarnya terjadi di lapangan mengenai objek yang akan diteliti.⁹⁹ Sementara itu, Menurut Nasution (1998) yang dikutip oleh Sugiyono menyatakan bahwa Observasi adalah dari dari semua ilmu pengetahuan yang ada. Para ilmuwan hanya dapat

⁹⁸ Deny Sugono, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1084.

⁹⁹ Ni'matuzzahroh dkk, *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), 3.

bekerja sesuai data maupun fakta yang ada secara nyata yang diperoleh dalam melakukan observasi.¹⁰⁰

Observasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan teknik penelitian observasi tak berstruktur karena peneliti belum mengetahui secara pasti bahwa apa yang akan diteliti benar-benar berpengaruh terhadap penelitian yang dimaksud atau belum. Karena peneliti melakukan penelitian berdasarkan analisis pengamatan yang di lihat di lingkungan sekitar.

Penulis melakukan teknik penelitian secara observasi dengan cara mendatangi lokasi penelitian secara langsung untuk mengamati dan mendapatkan informasi yang telah diteliti. Peneliti melakukan observasi di Rehana Mbah Sutirah agar mendapatkan data yang akan penulis teliti tentang “Peningkatan Kapasitas Kompetitif Pemasaran pada Industri Rumahan Rehana (Studi Kasus Di Industri Rumahan Rehana Mbah Sutirah Kaliwadas)”.

b. wawancara

Wawancara merupakan metode yang dilakukan oleh peneliti untuk mendaptkan informasi sesuai dengan data yang ada di lapangan dan dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai sikap, perilaku, pengalaman terhadap fenomena sosial. Di dalam wawancara tidak hanya untuk berbagi informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan cara bertanya secara *face to face* atau secara lisan agar bisa mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan. Wawancara juga mengasumsikan bahwa setiap orang mampu dan memiliki kemampuan dalam menyampaikan pendapat. Karena setiap orang memiliki sudut pandang dan pemikiran yang berbeda-beda atas fakta sosial yang dihadapu. Selain itu pewawancara harus memiliki kompetensi dalam

¹⁰⁰ Sugiyono, Metode dan Pengembangan Research and Development, (Bandung: Alfabet, 2015), 233.

melakukan pengalaman yang mendalam agar memperoleh data yang jelas sesuai dengan informasi yang diinginkan serta dibutuhkan penulis.¹⁰¹

Menurut Esterbugh (2002) sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono menyatakan bahwa Wawancara adalah pertemuan antara dua orang atau lebih yang bertukar informasi dan ide melalui kegiatan tanya jawab sehingga dapat menghasilkan makna yang dapat ditarik kesimpulan dari topik tersebut.¹⁰²

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan wawancara semiterstruktur karena teknik pelaksanaannya lebih bebas sehingga dapat menimbulkan keterbukaan antar keduanya terkait topik yang sedang dibahas. Penggunaan teknik ini lebih fleksible menyesuaikan alur yang dibahas karena pihak yang diajak wawancara sedang dimintai pendapat sehingga akan timbul ide-ide yang dapat diutarakan.¹⁰³ Wawancara dalam hal ini dilakukan terhadap pemilik usaha industri rumahan alat rebana di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

c. Dokumentasi

Metode penelitian selain wawancara dan observasi adalah menggunakan cara dokumentasi. Dimana dokumentasi bisa melalui fakta yang bisa dibuktikan dengan bentuk surat, hasil rapat, jurnal kegiatan ataupun dengan foto. Dari data tersebut penulis tentu mendapatkan banyak informasi sebagai bahan penelitian yang akan disusun.¹⁰⁴

Intinya, dokumentasi merupakan catatan terkait peristiwa yang telah melewati proses observasi sehingga membutuhkan bukti yang kuat

¹⁰¹ Indra Bastian, dkk, *Metode Wawancara*, (UGM: Yogyakarta, 2015), 1.

¹⁰² Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015), 231.

¹⁰³ Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015), 233.

¹⁰⁴ Suharto, *Perekayasa metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2018), 67.

dengan melakukan dokumentasi sebagai pelengkap dalam melakukan penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data dilakukan pada saat melakukan penelitian sehingga dapat menemukan potensi maupun masalah yang akan digunakan sebagai bahan pengembangan perencanaan. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, pada saat wawancara peneliti sudah memiliki jawaban pada saat melakukan wawancara. Sampai pada peneliti mendapatkan jawaban yang sekiranya memuaskan sehingga terjamin kredibilitasnya untuk dianggap benar.¹⁰⁵

Setelah melakukan analisis dari data-data yang telah diperoleh maka penulis perlu melakukan teknik analisis data diantara komponennya sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Teknik ini digunakan jika peneliti mendapatkan data yang apabila terdapat keasingan dan belum diketahui arah yang dimaksud dalam topik tersebut. Sebab, reduksi data artinya meringkas, memfokuskan pada hal yang penting-penting saja, mempunyai gagasan utama dan penentuan tema serta penyusaian pola.¹⁰⁶

Penelitian yang dilakukan, penulis mereduksi data dengan cara mengkaji tahapan-tahapan bagaimana meningkatkan kapasitas kompetitif pemasaran melalui industri rumahan rebana di Rebana Mbah Sutirah Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

b. Display Data

Display data dalam bentuk penelitian kualitatif yaitu membuat diagram, memaparkan data yang sudah di dapatkan,

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015), 237.

¹⁰⁶ Sirajudin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 80.

merangkum data serta mengaitkan data yang saling terhubung. Cara ini bermanfaat untuk memudahkan pemahaman materi dan pengaturan data yang sudah didapat dan dipahami.¹⁰⁷ Dalam prakteknya, penulis melakukan display atau penyajian data dengan cara menggunakan proses yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran pada industri rumahan rebana di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Kesimpulan-kesimpulan yang ada akan muncul dengan bergantung pada banyak tidaknya hasil penelitian yang dilakukan saat dilapangan tersebut.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Sirajudin Saleh, Analisis Data Kualitatif, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 81.

¹⁰⁸ Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015), 240.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes

1. Demografi Desa Kaliwadas

Desa kaliwadas adalah keluarahan atau desa yang terletak di Kecamatan Bumiayu dengan luas wilayah sekitar 250,50 ha, total lahan pemukiman sekitar 51,91 ha dan luas pertanian sekitar 198,64 ha. Desa Kaliwadas juga memiliki kekayaan alam yang melimpah dengan adanya berbagai jenis kayu yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai bahan baku untuk alat musik rebana. Untuk memberikan gambaran terkait jenis-jenis pekerjaan yang dilakukan oleh penduduk Desa Kaliwadas maka dapat dilihat dari tabel berikut:

TABEL 4.1

Jumlah Penduduk Desa Kaliwadas Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentse
1.	Laki-laki	4.072	51,4%
2.	Perempuan	3.846	48,6%
	Total	7.918	

Sumber : Data Dokumentasi Tahun 2023

Dari tabel di atas dipaparkan bahwa jumlah penduduk Desa Kaliwadas didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 4.072 jiwa dibandingkan dengan jumlah perempuan sejumlah 3.846 jiwa. Dari total keseluruhan jumlah penduduk Desa Kaliwadas tersebut terdapat selisih 226 jiwa. Jadi dapat disimpulkan bahwa angka kelahiran jenis kelamin laki-laki lebih tinggi atau lebih pesat dibandingkan dengan angka kelahiran perempuan.

2. Pendidikan Masyarakat Desa Kaliwadas

Pendidikan adalah hal yang penting dalam kehidupan masyarakat agar dapat mengembangkan sekaligus mensejahterakan rakyat disekitar. Pendidikan berdampak positif dalam kualitas sumber daya manusia yang semakin bagus sehingga mampu membentuk kecerdasan. Oleh sebab itu, agar dapat memperjelas tingkat Pendidikan yang ada di Desa Kaliwadas bias dilihat pda tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan Desa Kaliwadas

No.	Tingkat Pendidikan	L	P	Jumlah	Presentase
1.	Tidak/Belum Sekolah	592	578	1.170	14,8%
2.	Belum Tamat Sd /Sederajat	341	365	706	8,9%
3.	Tamat Sd/Sederajat	1.041	1.203	2.244	28,3%
4.	SLTP/Sederajat	922	751	1.678	21,2%
5.	SLTA/Sederajat	1.026	790	1.816	22,9%
6.	Diploma I/II	3	6	9	0,1%
7.	Akademik/Diplo II/S. Muda	22	42	64	0,8%
8.	Diploma IV/Strata I	119	108	227	2,9%
9.	Strata II	6	3	9	0,1%
10.	Strata III	-	-	0	0
JUMLAH		4.072	3.846	7.923	

Sumber: Data Dokumentasi Tahun 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa tingkat Pendidikan masyarakat Desa Kaliwadas tinggi, hal ini dapat disimpulkan masyarakat mampu menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu berkembang pesat dari segi Pendidikan dan segi lainnya. Umumnya masyarakat Desa Kaliwadas sudah memenuhi 12 tahun wajib belajar sesuai dengan anjuran yang diberikan pemerintah pusat maupun daerah. Sementara itu, masyarakat Desa Kaliwadas yang sudah memenuhi wajib belajar selama 12 tahun berjumlah 5.535. selain itu, menurut tabel yang diatas penduduk Desa Kaliwadas paling banyak menempuh pada

tingkat sekolah dasar atau sederajat dengan jumlah 2.244 dan paling sedikit menempuh pada tingkat diploma 1 atau 2 dan strata dua dengan jumlah 9 jiwa. Dari hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat Pendidikan di Desa Kaliwadas masih dalam proses pembangunan atau dengan kata lain masih rendah.

Agama menjadi poin penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama masyarakat Desa Kaliwadas yang menganut agama Islam. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya Masjid dan Mushola disekitar Rumah warga.

3. Kondisi Sosial Ekonomi Desa Kaliwadas

Kesejahteraan masyarakat dapat diukur dari jenis pekerjaan yang mereka miliki atau lakukan dalam kehidupan sehari-hari dalam mendapatkan pendapatan guna mencukupi segala kebutuhan sekunder maupun sekunder. Dari total keseluruhan penduduk Desa Kaliwadas terdapat 7.918 jiwa dan terbagi ke dalam berbagai jenis pekerjaan yang mereka lakukan. Dari adanya keberagaman jenis pekerjaan yang dilakukan oleh penduduk Desa Kaliwadas maka nantinya akan terlihat bagaimana tingkat perekonomian penduduknya dalam mencukupi segala kebutuhan untuk keluarganya.

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Usaha	Jumlah Jiwa	presentase
1.	Mengurus Rumah Tangga	1.538	24,1%
2.	Pegawai Negeri Sipil	68	1,1%
3.	Tentara Nasional Indonesia	5	0,1%
4.	Perdagangan	56	0,9%
5	Petani	108	1,7%
6.	Peternak	4	0,1%
7.	Industri	13	0,2%
8.	Transportasi	8	0,1%

9.	Karyawan Swasta	472	7,4%
10.	Karyawan Bumn	4	0,1%
11.	Karyawan Honorer	4	0,1%
12.	Buruh Harian Lepas	664	10,4%
13.	Buruh Tani	51	0,8%
14.	Buruh Nelayan	1	0,0%
15.	ART	2	0,0%
16.	Tukang Jahit	6	0,1%
17.	Wartawan	1	0,0%
18.	Dosen	1	0,0%
19.	Guru	70	1,1%
20.	Pengacara	1	0,0%
21.	Dokter	5	0,1%
22.	Bidan	9	0,1%
23.	Perawat	5	0,1%
24.	Pelaut	1	0,0%
25.	Sopir	28	0,4%
26.	Pedagang	502	7,9%
27.	Kepala Desa	1	0,0%
28.	Wiraswasta	1.267	19,9%
29.	Perangkat Desa	10	0,2%
30.	Belum Tidak Bekerja	1.391	21,8%
31.	Pelajar/Mahasiswa	1.593	25,0%
32.	Pengrajin Rebana	73	1,1%
	JUMLAH	6.369	

Sumber : Data Dokumentasi Tahun 2023

Data diatas tersebut dapat disimpulkan bahawa jenis pekerjaan yang menempati urutan pertama sampai kelima yaitu mengurus rumah tangga dengan jumlah sebanyak 1.538, sementara itu jumlah kedua terbanyak adalah pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 1.493 jiwa, wiraswasta sebanyak 1.267 Jiwa, Buruh harian lepas sejumlah 664 Jiwa dan pedagang sejumlah 502 jiwa. sementara itu, masyarakat yang bekerja sebagai pengrajin rebana sejumlah 73 jiwa dan sebagian lainnya masuk dalam jenis pekerjaan buruh harian lepas, wiraswasta dan karyawan swasta.

B. Gambaran Umum Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

1. Sejarah Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Produksi alat musik berbahan dasar kulit hewan dan kayu adalah keterampilan yang menghasilkan berbagai macam karya atau benda, salah satunya adalah alat musik rebana. Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah adalah salah satu industri rumahan rebana yang berlokasi di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Industri rumahan yang didirikan dan dikelola langsung oleh Ibu Sutirah pada tahun 1988, tepatnya pada saat beliau berumur 25 Tahun. Industri ini sudah berjalan lebih dari 30 Tahun dan dilegalkan oleh pemerintah pada tahun 2000. Ibu Sutirah memulai bisnis rumahan rebana ini pada saat beliau memiliki 1 anak.

Usaha Industri Rumahan Rebana ini adalah pekerjaan yang sudah dilakukan Ibu Sutirah dari Smp, secara kebetulan Ibu Sutirah pada saat itu ikut dengan saudara sepupu dari Ibunya untuk bekerja di industri Rumahan Rebana dan didukung pula oleh lingkungan yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pengrajin alat rebana dan pemilik toko rebana. Dari pengalaman tersebut memberikan gambaran bagi Ibu Sutirah untuk memulai bisnis secara mandiri dalam bidang produksi bahan dan alat musik rebana. Luas pemasaran Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah sudah sampai pada daerah Sumatera.

Industri Rumahan Rebana ini semula hanya memiliki nama Industri Rumahan Rebana namun diganti menjadi Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah. Nama tersebut diubah sebagai pengingat perjuangan awal ketika Ibu Sutirah memulai bisnis produksi alat musik rebana. Industri yang dikelola oleh Ibu Sutirah ini hanya berfokus pada produksi alat rebana dan penjualan bahan mentah untuk konsumen. Kelebihan yang dimiliki oleh industri rumahan ini adalah memenuhi keinginan pelanggan, membuat inovasi baru dan penyediaan bahan mentah seperti

kayu siap potong. Dari kelebihan tersebut menjadi kunci lamanya usaha ini bertahan diantara pelaku usaha lainnya di bidang yang sama. Industri ini berdampak pada peluang usaha sekaligus perluasan lapangan kerja untuk masyarakat Desa Kaliwadas.

2. Profil Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Industri rumahan rebana Mbah Sutirah adalah industri yang bergerak di bidang produksi sekaligus penyedia bahan mentah dan pemasaran. Industri ini merupakan industri yang bergerak dibidang pergerakan jasa dan barang yang berdiri pada tahun 1988, industri ini juga memberikan solusi bagi masyarakat sekitar dan pelanggan. Solusi tersebut dapat berupa penambahan pendapatan masyarakat yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat serta berupa pemenuhan permintaan pelanggan dengan tujuan peningkatan kualitas barang yang dibutuhkan maupun yang diinginkan. Industri Rumahan Rebana ini memiliki 8 karyawan.

Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah dari dulu hingga sekarang berfokus pada Supplier dan produsen alat musik tradisional serta modern sekaligus alat musik khas agama Islam yaitu alat musik rebana, selain itu Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah juga memberikan pelayanan terkait kebutuhan permintaan masing-masing konsumen.

Tujuan utama industri yang dijalankan oleh Ibu Sutirah adalah agar industri ini dapat menjadi peringkat pertama dalam hal kualitas barang hingga kualitas sumber daya manusia sekaligus peringkat pertama dalam proses pelayanan secara integritas dan secara profesional. Hal tersebut seperti dikatakan oleh Ibu Sutirah Sendiri bahwa:

“Salah satu usaha kami agar dapat menjaga pelanggan tetap memilih kami adalah dengan menilai serta memilih kualitas barang yang pantas sampai ke tangan konsumen dengan baik. Jika dalam proses pemilihan bahan terdapat celah maka kami akan menyingkirkan bahan tersebut dan memilih bahan lain yang lebih bagus”.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Wawancara: Ibu Sutirah Pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 10 September 2023 pukul 10.00

3. Identitas Pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Pemilik Industri Rumahan Rebana di Jl Raya Kaliwadas Rt 01/Rw02 Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes adalah Ibu Sutirah. Beliau lahir pada tahun 1963, tepatnya sudah berumur 60 tahun. Bu Sutirah memiliki suami bernama Kohari dan memiliki 1 anak perempuan bernama Sarniti. Saat ini beliau masih sering terjun langsung untuk mengawasi atau bahkan terkadang ikut membantu pekerja lain dalam proses pembuatan alat rebana. Industri ini sudah berdiri lebih dari 30 tahun.

4. Data Tenaga Kerja Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Para pekerja pengrajin rebana di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah dengan jumlah 8 orang adalah 7 orang masyarakat asli Desa kaliwadas dan 1 orang dari karawang. Para pekerja tersebut bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah antara 5 tahun sampai 35 tahun. Segala aktivitas pekerjaan dilakukan di Rumah Ibu Sutirah selaku pemilik industri rumahan rebana tersebut.

Penelitian mengambil beberapa data yang berhubungan tentang hal yang berkaitan dengan subjek penelitian ini. Setelah dilakukannya observasi, wawancara dan dokumentasi selanjutnya peneliti mendapatkan data tenaga kerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah sebanyak 8 Orang, yakni diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Tenaga Kerja Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Lama Bekerja	Posisi
1	Asep	35	L	SMA	5 Tahun	Cat Kayu

2	Jaelani	35	L	SMA	10	Bubutan
3	Halimah	37	P	SMA	10	Pemasangan Kulit Pada Kayu
4	Ujang	30	L	SMA	7	Ngamplas
5	Prima	22	L	Tidak Pernah Sekolah	7	Pasang Kulit
6	Muhamm ad Zaki	40	L	SMA	35	Cat Kayu
7	Prapti	40	P	SMA	35	Pendempulan
8	Nuri	40	L	SMA	5	Pembakaran

Sumber: Data Dokumentasi 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa tenaga kerja di Industri Rumahan Rebana bukan hanya bisa dilakukan oleh laki-laki saja. Faktanya, pekerjaan ini dapat dilakukan juga oleh perempuan sehingga menambah pendapatan perekonomian keluarga dan dari kebanyakan tenaga kerja yang terdata di atas sudah mampu menempuh bangku sekolah selama 12 tahun sesuai dengan anjuran pemerintah. Namun,ada 1 tenaga kerja yang tidak menempuh pendidikan dengan alasan yang tidak diketahui.

5. Proses Pembuatan Alat Musik Rebana Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah memproduksi alat musik rebana setiap hari di Rumah Ibu Sutirah. Ibu Sutirah menyediakan bahan mentah sekaligus barang jadi sesuai dengan kebutuhan konsumen serta menyediakan cadangan bahan mentah maupun bahan jadi seperti kayu yang sudah dipotong, hadroh, keprak, bas dan lain- lain. Hal tersebut bertujuan jika keadaan tidak memungkinkan seperti permintaan tambahan jumlah alat yang diinginkan konsumen atau faktor cuaca yang dapat menghambat proses produksi sehingga dapat mengirimkan barang cadangan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Hal tersebut dikatakan oleh Ibu Sutirah dalam wawancara, Beliau mengatakan bahwa:

“Jelas kami harus menyediakan stock cadangan sebagai solusi ketika keadaan ngga memungkinkan. Kadang-kadang ada beberapa

konsumen yang menghubungi kita secara mendadak terkait jumlah atau permintaan lain”.¹¹⁰

Pembayaran dilakukan diawal ketika pelanggan menginginkan logo baru agar pihak produksi dapat membuat barang sesuai pesanan. Namun jika pelanggan menginginkan logo pada alat musik rebana seperti biasa maka pembayaran dapat dilakukan ketika barang sudah jadi tapi kadang ada beberapa konsumen yang lebih memilih membayar diawal sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak industri dengan pelanggan. Tujuan dengan adanya pembayaran diawal adalah untuk mengurangi kerugian dengan alasan pembatalan secara mendadak ketika produk sudah dibuat. Hal tersebut juga bisa mengakibatkan kerugian lain seperti barang yang sudah jadi tidak dapat dijual pada konsumen lain karena perbedaan kebutuhan konsumen.

Bahan yang didapatkan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah bisa dikatakan mudah dimiliki dan terjangkau sebab bahan yang dibutuhkan masih banyak disekitar Desa Kaliwadas seperti kayu mangga, kayu mahoni, kayu sonokeling, kayu Jati , kayu nangka dan kayu mimba. Sementara itu, kesediaan bahan kulit juga dapat dengan mudah didapatkan karena mayoritas penduduk bekerja sebagai ternak kambing dan sapi. Tahapan dalam membuat alat musik rebana adalah sebagai berikut:

A. Kayu

1. Pemilihan kayu

Kayu yang digunakan dalam Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah adalah kayu mangga, kayu mahoni, kayu sonokeling, kayu Jati , kayu nangka dan kayu mimba. Namun yang paling sering digunakan oleh produksi Mbah Sutirah adalah kayu mahoni. Hal tersebut terjadi karena banyaknya pohon mahoni di sekitar tempat produksi atau Rumah Ibu Sutirah. Alasan lain dalam memilih kayu tersebut adalah kayu

¹¹⁰ Wawancara: Ibu Sutirah, Pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, Tanggal 10 September 2023 pukul 10.00.

tersebut memiliki permukaan kayu yang keras sehingga baik dalam pembentukan alat rebana sekaligus lebih awet dan tahan lama. Kayu tersebut biasanya didapatkan Ibu Sutirah dari masyarakat sekitar tempat produksi Industri Rumahan.

2. Dibubut sesuai permintaan

Kayu yang sudah dipilih dan memiliki kualitas bagus maka proses selanjutnya adalah pembentukan kayu disesuaikan dengan ukuran dan permintaan konsumen.

3. Proses penjemuran

Kayu yang sudah dipotong selanjutnya akan dijemur di bawah terik sinar matahari. Penjemuran ini bertujuan agar dapat menghilangkan jamur yang terdapat pada permukaan dasar kayu, tujuan lainnya adalah agar kayu tidak rapuh ketika diproses dalam tahap pengukiran dan tujuan utama dari penjemuran kayu tersebut adalah agar meminimalisir sekaligus menghilangkan kadar air yang terdapat pada kayu tersebut. Proses penjemuran kayu ini tidak dapat dilewati bahkan dihilangkan karena dapat mempengaruhi kayu berkualitas baik menjadi buruk. Waktu yang dibutuhkan dalam proses penjemuran kayu agar hasil maksimal paling cepat adalah 1 minggu jika cuaca mendukung dan 1 minggu lebih jika cuaca sering hujan atau mendung. Penjemuran kayu dapat berpengaruh dalam penggambaran motif pada kayu. Kayu yang beluk kering secara maksimal dapat berdampak kayu rapuh atau bahkan mudah pecah ketika penggambaran motif.

4. Pembakaran

Pembakaran kayu dilakukan untuk memaksimalkan kayu yang sudah dijemur semakin kering sekaligus bertujuan agar melindungi kayu dari serangan serangga, rayap, kebakaran, kerusakan akibat air dan serangan hama. Proses ini dilakukan tidak dalam jangka waktu panjang, yaitu 1 hari.

5. Pendempulan

penghalusan pada permukaan kulit dan kayu terdapat lubang maka hal yang harus dilakukan adalah menambahkan dempul. Penggunaan dempul bertujuan untuk menutupi lubang yang terdapat pada bagian dasar kayu.

6. Dijemur kembali agar dempul kering

Proses ini bertujuan memudahkan pengrajin saat akan mengecat kayu dan bentuk alat musik rebana lebih rapih dan bagus.

7. Pengamplasan kayu

Kulit dan kayu yang kering selanjutnya akan dihaluskan permukaannya. Hal ini bertujuan agar mempermudah proses pengecatan. Alat yang digunakan dalam tahap ini adalah mesin amplas agar dapat mempersingkat waktu pembuatan dan tidak menghambat pada proses pemasaran.

8. Proses pengecatan

Kayu yang dibakar akan diampelas kembali dengan tujuan penghilangan warna hitam pada alat rebana yang sudah dibakar. Sebelum proses pengecatan dimulai kayu atau alat rebana dioles plitur agar permukaan dasar pada kayu lebih cerah dan bagus. Kayu yang sudah diampelas dan di oles plitur kemudian akan dicat sesuai dengan warna yang diinginkan konsumen. Setelah cat selesai dilakukan. Kayu atau alat rebana tanpa kulit harus dijemur kembali agar cat dapat kering dengan rata dan menghasilkan cat bagus secara maksimal. Waktu yang dibutuhkan untuk menjemur kayu yang dicat ketika cuaca terik adalah tiga hari.

B. Kulit

1. Proses perendaman

Kulit yang sudah dipilih kualitasnya, proses selanjutnya adalah dengan merendam kulit selama 4 hari di sungai dan selokan selama 4

hari. Proses ini bertujuan mnegurangi bau pada kulit sekaligus mempermudah dalam pemotongan kulit sesuai bentuk kulit.

2. Pembersihan kulit

Kulit yang sudah direndam lalu dibersihkan bulu-bulunya sampai kulit berwarna putih dan bertujuan pula membersihkan sisa kotoran-kotoran yang masih menempel.

3. Penjemuran kulit

Tujuan penjemuran kulit sama dengan penjemuran kayu yaitu untuk menghilangkan jamur atau kotoran yang terdapat pada kulit. Waktu yang dibutuhkan untuk menjemur kulit ketika cuaca bagus adalah sekitar 1 minggu penjemuran dengan hasil kulit maksimal. Pada tahap ini kulit harus dalam keadaan terbentang pada pada besi serta dijapit dengan tujuan pengurangan kadar minyak atau lemak yang ada pada kulit dan sekaligus mempermudah ketika kulit akan dipasang pada alat rebana.

4. Finishing atau Tahap Akhir

Kayu yang sudah kering kemudian diukur dengan kulit setengah kering. Kemudian jika ukuran kayu dengan kulit sudah sesuai, langkah selanjutnya adalah mangkis atau menyesuaikan ukuran dengan kayu yang sudah terbentuk alat musik rebana. Setelah proses tersebut, langkah selanjutnya adalah kulit dan kayu dipres sampai kencang. Kemudian yang terakhir adalah dipaku.

C. Hasil Penelitian

Peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran secara umum akan berhasil jika dapat memenuhi 2 indikator kapasitas kompetitif, yaitu adanya perubahan yang bersifat dinamis dan peningkatan kapasitas kompetitif akan muncul apabila ada persamaan dan perbedaan ketika hal tersebut terjadi. Indikator ini menjadi penentu keberhasilan persaingan bisnis industri

rumahan dibidang yang sama yaitu alat musik rebana. Hal ini juga dapat meningkatkan keunggulan dalam hal kapasitas kompetitif.

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan, maka penelitian akan memberikan penjelasan dari adanya hasil penelitian tersebut yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran pada industri rumahan rebana mbah sutirah.

1. Informasi karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Hasil wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti kepada pemilik Industri Rumahan Rebana yaitu Ibu Sutirah, maka terdapat 6 karyawan yang sebelumnya belum pernah bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, sedangkan 2 tenaga kerja yang tersisa memang sudah bekerja di tempat tersebut sejak awal. Keadaan ini berpengaruh pada peningkatan penambahan pendaatan yang mereka dapatkan sebelum dan sesudah bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah. Namun ada juga yang pendapatannya tetap sama dari tahun ke tahun

TABEL 4.5

Data Pekerjaan Sebelum Bekerja Di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

No	Nama	Pekerjaan Sebelumnya	Gaji Perbulan	Gaji Pertahun	Presentase
1	Asep	Buruh Harian Lepas	330.000	4.680.000	12,0%
2	Jaelani	Buruh Harian Lepas	330.000	4.680.000	12,0%
3	Halimah	Buruh Harian Lepas	300.000	4.212.000	10,8%
4	Ujang	Buruh Harian Lepas	300.000	4.212.000	10,8%
5	Prima	Buruh Harian Lepas	330.000	4.680.000	12,0%
6	Muhammad Zaki	Buruh Harian Lepas	520.000	6.240.000	15,9%

7	Prapti	Buruh Harian Lepas	520.000	6.240.000	15,9%
8	Nuri	Buruh Harian Lepas	300.000	4.212.000	10,8%
	Total		2.930.000	39.156.000	

Sumber: data dokumentasi 2023

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan dan berdasarkan data yang didapatkan, maka pendapatan tersebut dianggap sudah dapat memenuhi kebutuhan harian pegawai. Namun penghasilan tersebut tidak dapat diperoleh secara pasti karena terkadang tidak adanya pekerjaan yang diperoleh. Masalah tersebut mengharuskan para pegawai memiliki pekerjaan yang sudah pasti terkait penghasilan yang didapatkan sehingga 8 pegawai tersebut memilih bekerja sebagai pengrajin alat musik rebana di Industri Rumahan Reabana Mbah Sutirah. Hal ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.6

Data Gaji Karyawan Di Industri Rumahan Mbah Sutirah

No	Nama Karyawan	Gaji			Presen tase	Waktu Bekerja	Tahun
		2021	2022	2023			
1	Asep	6.240.000	6.240.000	6.240.000	2,4%	07.30-16.00	5
2	Jaelani	62.400.000	62.400.000	6.240.000	2,4%	08.00-16.00	10
3	Halimah	6.240.000	6.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.00	10
4	Ujang	6.240.000	6.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.01	7
5	Prima	162.240.000	162.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.02	7
6	Muhammad Zaki	6.240.000	6.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.03	35
7	Prapti	6.240.000	6.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.04	35
8	Nuri	6.240.000	6.240.000	6.240.000	12,5%	07.30-16.05	5

Total	262.080 .000	262.080 .000	49.920. 000			
-------	-----------------	-----------------	----------------	--	--	--

Sumber: data dokumentasi tahun 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa gaji karyawan sebelum dan sesudah bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah mengalami peningkatan sebanyak 1.560.000 sampai yang paling besar yaitu 57.720.000. peningkatan ini tentu berpengaruh besar terhadap perekonomian keluarga mereka sendiri, pernyataan terkait penghasilan yang mereka dapatkan bisa membantu perekonomian keluarga diucapkan oleh salah satu karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah bernama Ibu Halimah, beliau berkata bahwa:

“Gaji yang dikasih sudah memenuhi kebutuhan harian keluarga saya dibanding dengan sebelum saya beekrja di sini mb. Kalo sebelumnya kan penghasilannya ngga pasti soalnya kan nunggu dipanggil orang dulu”¹¹¹

Pernyataan tersebut semakin memperkuat tabel data tersebut yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga tenaga kerja yang bekerja di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah. Namun hal tersebut tentu sebanding dengan kinerja karyawan yang diharuskan melakukan pekerjaan sesuai posisi atau tugas masing-masing.

Karyawan yang bekerja di tempat tersebut tidak melakukan atau mengikuti pelatihan resmi dari pemerintah karena rata-rata para tenaga kerja di Desa Kaliwadas sudah memiliki pengetahuan dasar bagaimana alat musik dibuat. Hal ini juga terjadi pada Ibu Halimah yang sudah mengetahui dasar pembuatan alat musik rebana ketika beliau masih kecil sering mengikuti salah satu anggota keluarga di bidang yang sama.

Kualitas sumber daya manusia adalah salah satu hal penting dalam keberhasilan sebuah bisnis karena itu Ibu Halimah mengatakan bahwa :

“Bertanggung jawab dengan bagian masing-masing terus kalo ditempat kerja harus jujur”.¹¹²

¹¹¹ Wawancara: Ibu Halimah sebagai Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 12 Oktober 2023 pukul 16.35

¹¹² Wawancara: Ibu Halimah sebagai Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 12 Oktober 2023 pukul 16.35

Pernyataan tersebut secara tidak langsung mengatakan bahwa agar SDM dapat lebih baik dalam segi perilaku dan tanggung jawab pada tugas masing-masing. Kemudian, kualitas SDM semakin meningkat atau minimal tidak menurun adalah kesenangan tersendiri bagi seorang pekerja, termasuk Ibu Sutirah yang sudah bekerja selama 10 Tahun lamanya. Beliau mengatakan bahwa:

“Semakin banyak barang dapat saya kerjakan maka tingkat produktivitas saya semakin tinggi dibandingkan ketika saya mengerjakan sedikit barang”.¹¹³

Semakin banyak barang yang diproduksi dengan kualitas baik maka semakin menyakinkan bahwa tenaga kerja yang bekerja di tempat tersebut berpengaruh besar pada tingkat penjualan. Ibu Halimah juga mengatakan bahwa “kalo kerja saya ngga bagus ya nanti hasil barangnya juga ngga bagus. Terus kan mesti berpengaruh dengan penjualannya mb”.¹¹⁴

2. Data alat dan bahan Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Bahan atau alat yang digunakan tentu berpengaruh pula dalam proses produksi sekaligus menjadi pacuan peningkatan kualitas alat yang digunakan dalam proses tersebut. Berikut adalah data alat dan bahan yang digunakan dalam 3 tahun terakhir di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah:

Tabel 4.7

Data Alat Dan Bahan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

No	Nama Barang	Merek			Harga			Total	Prese ntase
		2021	2022	2023	2021	2022	2023		
1	Kayu	Kayu Mahoni	Kayu Mahoni	Kayu Mahoni	6.000.000	6.000.000	6.000.000	18.000.000	33,3 %
2	Kulit	Kulit Kambi	Kulit Kambi	Kulit Kambi	150.000	150.000	150.000	450.000	33,3 %

¹¹³ Wawancara: Ibu Halimah sebagai Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 12 Oktober 2023 pukul 16.35

¹¹⁴ Wawancara: Ibu Halimah sebagai Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 12 Oktober 2023 pukul 16.35

		ng Basah	ng Basah	ng Basah					
3	Alat Bubut	Mesin Bubut Rakitan	Mesin Bubut Rakitan	Mesin Bubut Rakitan	8.000.000	8.000.000	8.000.000	24.000.000	33,3%
4	Alat Pembakar	3 Nozzle	3 Nozzle	3 Nozzle	280.000	280.000	280.000	840.000	33,3%
5	Dempul	Biovarnish	Biovarnish	Biovarnish	52.000	52.000	52.000	156.000	33,3%
6	Alat Pahat Baja	Wood working	Wood working	Wood working	117.000	117.000	117.000	351.000	33,3%
7	Ampelas	Amplas Meteran	Amplas Meteran	Amplas Meteran	380.000	380.000	390.000	1.150.000	33,9%
8	Cat	Propan Dan Falcon	Propan Dan Falcon	Propan Dan Falcon	182.000	182.000	182.000	546.000	33,3%
9	Kuas	Kuas Gagan g Kayu	Kuas Gagan g Kayu	Kuas Gagan g Kayu	11.000	11.000	11.000	33.000	33,3%
10	Paku	Paku Bintang Dan G.R.C	Paku Bintang Dan G.R.C	Paku Bintang Dan G.R.C	15.000	15.000	15.000	45.000	33,3%
11	Palu	Palu Bodem	Palu Bodem	Palu Bodem	130.000	130.000	130.000	390.000	33,3%
	Total				15.317.000	15.317.000	15.327.000	45.961.000	33,3%

Sumber: Data Dokumentasi Tahun 2023

Data diatas dapat dijelaskan bahwa bahan yang digunakan Ibu Sutirah dalam proses pembuatan rebana tidak mengalami perubahan dari segi merek namun ada perubahan dari segi harga sebab faktor kenaikan yang terjadi. Bahan dan alat yang digunakan oleh Ibu Sutirah dipilih berdasarkan kecocokan dengan barang yang akan diproduksi sehingga barang memiliki ketahanan jangka panjang.

3. Data Permintaan Konsumen

Perubahan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang berubah-ubah juga dapat menjadi masalah bagi peku bisnis. Karena hal tersebut dapat menimbulkan kerugian dari segi bahan dan anggaran. Namun hal ini tidak terjadi dalam Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, sebab Ibu Sutirah lebih sering memenuhi keinginan pelanggan. Jika terjadi perubahan permintaan pelanggan pada saat barang diproduksi maka pelanggan harus menambah biaya sesuai dengan kesepakatan bersama.

Industri Rumahan Rebana yang dimiliki Ibu Sutirah tidak terlalu berpengaruh dalam hal harga. Hal ini disebabkan oleh antar penjual dan konsumen sudah saling memahami terkait kondisi yang ada. Misalnya permintaan pelanggan terkait ukiran dalam alat musik rebana ingin lebih rumit maka pelanggan tidak menolak ketika harga yang ditentukan Ibu Sutirah lebih tinggi dengan alat musik rebana biasa. Konsumen yang berubah status menjadi pelanggan ini juga memahami terkait kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi cepat lambatnya laju produksi barang. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ibu Sutirah mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah saya tidak pernah menerima keluhan dari pelanggan ketika barang yang diproduksi terlambat diantar atau terlambat jadi yang disebabkan oleh cuaca hujan dalam waktu lama. Saya akan berkomunikasi dengan pelanggan dan sampai saat ini pelanggan mengerti dengan kondisi disini.”¹¹⁵

Pernyataan tersebut semakin diperkuat dengan apa yang dirasakan konsumen, Bapak Nida mengatakan bahwa “Selama ini kami merasa puas, satu barangnya juga sama2 berkualitas seperti toko lain yang kedua orangnya ramah. Saya juga merasa puas dengan pelayanan yang Ibu Sutirah berikan karena dari pihak penjual memberikan masa tempo lamanya proses, dan selesai juga pada waktunya kecuali pada saat cuaca sering hujan “

¹¹⁵ Wawancara: Ibu Sutirah, Pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, Tanggal 10 September 2023 pukul 10.00.

Terkait harga yang diberikan konsumen juga tidak mempermasalahkan hal tersebut karena harga tersebut sebanding dengan apa yang mereka minta pada saat awal kesepakatan dan Bapak Nida sebagai konsumen merasa jika dibandingkan dengan tempat lain maka tempat Ibu Sutirah dari segi harga dan barang yang diproduksi lebih bagus. Bapak Nida juga sering merekomendasikan tempat Ibu Sutirah pada teman, keluarga dan lain-lain. Permintaan tersebut sesuai dengan data permintaan konsumen pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Data Permintaan Konsumen di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

No	Konsumen	Jumlah Barang	Nama Barang	Harga	Permintaan
1.	Kelompok hadroh	7	4 Genjring, 1 bas, 1 keprak dan 1 kecrik	3.000.000/Paket	Polos
2.	Toko rebana	20	Rebana	150.00/buah	Polos

Sumber: data dokumentasi tahun 2023

4. Data Penghasilan Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

Penghasilan yang didapatkan di Industri rumahan Rebana Mbah Sutirah mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel laporan yang ada di bawah ini:

Tabel 4.9

Data Laporan Penghasilan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah

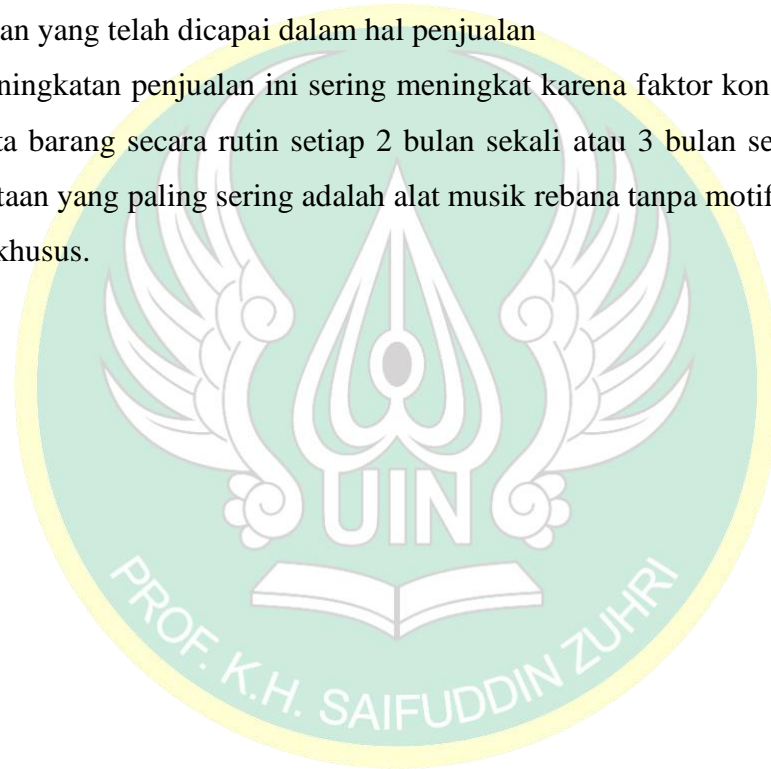
No	Konsumen	Penghasilan			Total	Presentase
		2021	2022	2023		
1	Kelompok Hadroh	18.000.000	19.000.000	21.000.000	58.000.000	36,2%

2	Toko Rebana	19.000.000	20.000.000	21.000.000	60.000.000	35.0%
	Total	37.000.000	39.000.000	42.000.000	118.000.000	

Sumber: Data Dokumentasi Tahun 2023

Data di atas membuktikan bahwa penjualan alat musik rebana yang dikelola Ibu Sutirah mengalami kenaikan setiap tahunnya. Laporan peningkatan penjualan setiap tahun yang dikelola oleh Ibu Sutirah adalah sebuah data yang menyajikan informasi mengenai pertumbuhan penjualan produk dari 3 tahun lalu. Laporan ini dibuat untuk memebrikan gambaran tentang kinerja bisnis dan kemajuan yang telah dicapai dalam hal penjualan

Peningkatan penjualan ini sering meningkat karena faktor konsumen yang meminta barang secara rutin setiap 2 bulan sekali atau 3 bulan sekali dengan permintaan yang paling sering adalah alat musik rebana tanpa motif atau ukiran secara khusus.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan laporan, dapat disimpulkan bahwa pendapatan karyawan meningkat setelah bekerja di industri rumahan rebana Mbah Sutirah. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen telah berhasil meningkatkan kinerja karyawan dan memberikan insentif yang memadai. Selain itu, penjualan alat musik rebana juga mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini berhasil meningkatkan popularitas produknya dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Selanjutnya, konsumen merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh industri rumahan rebana Mbah Sutirah. Ini menunjukkan bahwa bisnis ini berhasil memenuhi harapan konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, industri rumahan rebana Mbah Sutirah berhasil mencapai peningkatan pendapatan karyawan, penjualan yang signifikan, dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini sukses dalam mencapai tujuan peningkatan penjualan dan memberikan panduan untuk pengambilan keputusan di masa depan.

B. SARAN

Saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran pada industri rumahan rebana (Studi Kasus Di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas yaitu:

1. Bagi Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas:
 - a. Diharapkan dapat menambah karyawan sebagai upaya untuk memperluas lapangan pekerjaan
 - b. Memiliki branding atau identitas merek sebagai upaya untuk lebih memberikan daya tarik bagi konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya:
 - a. Lebih mendalami lagi tentang peningkatan kapasitas kompetitif pemasaran pada industri rumahan rebana yang ada sehingga akan lebih jelas hasil yang diperoleh.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi yang nantinya akan dijadikan sebuah bahan penelitian yang serupa dan sebagai pengetahuan bagi orang yang membacanya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ady, *Strategi Kompetitif: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Yogyakarta: Kebebasan Media, 1980).
- Ahmad Amar, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi dan Berbagai Standarnya*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), 138.
- Alfisyahrin Muhammad, *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2017).
- Amin Al Hasan Fahadil and Irfan Maulana Muhamad, *Meningkatkan Kualitas Sumber daya Insani di Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Global*, (Depok: Jurnal Sosio Didaktika, 2016), 28-29.
- Amir Solihin Muhammad dkk, *Pengelolaan Sumberdaya Alam Secara Terpadu Untuk Memperkuat Perekonomian Lokal*, (Jakarta: Jurnal Lokal Ekonomi, 2007), 50.
- Asprianti Putri Dinda, *Analisis Pendapatan Optimalisasi Produksi Saambal Banjar Industri Rumah Tangga Lizy di Kota Tarakan*, (Tarakan: Universitas Tarakan, 2022), 1-2.
- B. Uno Hamzah, *Profesi Kependidikan. Problem, Solusi, dan Reformasi Pendidikan di Indonesia*. (Jakarta: Bumi aksara, 2018).
- Bany, *Manajemen Strategis dan Keunggulan Kompetitif*, (Tangerang:jurnal Ekonomi,2012),6.
- Bastian Indra, dkk, *Metode Wawancara*, (Yogyakarta: UGM, 2015), 1.
- Darmadi, *Strategi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2022), 85.
- Desy Putriningtyas Natalia, *Peningkatan Menulis Proposal Skripsi melalui Pembelajaran Kolaboratif Menulis Narasi san Video bagi Mahasiswa Gizi UNNES*, (Semarang:Jurnal Profesi Keguruan, 2022), 48.
- Dewi Kurnia dkk, *Manajemen Kewirausahaan*, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2020).
- Fatihudin Didin and Firmansyah Anang, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Sleman: Deepublish, 2019).

- Febriana Anngraini Dhea, *Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis yang kompetitif dalam Berwirausaha pada Siswa Sma*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 1-99.
- Firmansyah Anang, *Pemasaran dasar dan Konsep*, (Pasuruan: Cv.Penerbit Qiara Media, 2019).
- Firmansyah Wisnu, *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Olahan Industri Rumah Tangga*, (Jember: Universitas Jember, 2020), 1-11.
- Hartono Budi, *Upaya Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Peternak Sapi Perah*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 11-12
- Hibah, *Teori Keunggulan Kompetitif Berbasis Sumber Daya*, (Bandung: Manajemen, 1991).
- Hidayah Nur and Tony Nawawi .M, *Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis Yang Kompetitif Dalam Berwirausaha Pada Siswa Sma*, (Tarumanegara: Jurnal Of Service and Development, 2021), 119-121.
<http://new.widyamatararam.ac.id/content/news/industri-rumah-tangga-jadi-solusi-sulitnya-kondisi-ekonomi#>. Diakses pada tanggal 8 Februari 2023.
- Indah Nikensari Sri, *Ekonomi Industri: Teori dan Kebijakan*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).
- Indahyani Titi, *Sukses Mengembangkan Desain Seni dan Kerajinan Menjahit Aplikasi Berbahan Dasar Limbah Kain (Kain Perca) Bagi Industri Industri Rumah Tangga*, (Jakarta Barat: Humaniora, 2010).
- Joesyiana Kiki, *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur)*. (Pekanbaru: Jurnal Valuta. 2017), 159.
- Kartini Titin, *Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih*, (Langlangbuana: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2017), 65.
- Kembauw Ether dkk, *Pembangunan Perekonomian Maluku*, (Sleman: Deepublish, 2017).
- Maryanto, *Dunia Usaha; Persaingan Usaha dan Perlindungan Usaha Kecil*, (Semarang: Unissula Press, 2020), 15-16.

- Masrufah Ani⁰, *Faktor Pendukung Meningkatkan Prestasi Siswa*, (Sidoarjo: Jurnal Fakultas Teknik, 2010), 1-3.
- Mawar and Dani Upit, *Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019), 1-51.
- Melati, *Manajemen Pasar*; (Sleman: Deepublish, 2021).
- Moonti Usman, *Bahan ajar Mata kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: Interpena, 2015).
- Moriansyah La, *Pemasaran Melalui Sosial: Antecedents dan Consequences*, (Depok: Universitas Indonesia, 2019), 187- 188.
- Muchtar Rivai. M and Erhandy Darwin, *Kebijakan dan Hukum Persaingan Usaha yang Sehat: Sinergitas Kawasan Asean di Era Globalisasi*, (Jakarta: Jurnal Liquidity, 2013), 196.
- Ni'matuzzahroh dkk, *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), 3.
- Oktafia Reny and Rahman Hidayat Abdul, *Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pengelolaan Keuangan Usaha: Pandangan Islam*, (Sidoarjo: Jurnal Masharifal-Syariah, 2018), 65-68.
- Pagappong Yandry, *Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Iilir Samarinda Seberang*, (Samarinda: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 2015), 3.
- Pradina Theresia, *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*, (Malang: Jurnal Jibeka, 2017), 46.
- Prahad, *Kompetensi Inti Perusahaan*, (Harvard: Tinjauan Bisnis Harvard, 1990).
- Purnama Chamdan and Suyanto, *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur)*, (Surabaya: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2010), 179.
- Purnamawati Ayu and Adi Yuniarti Gede, *Perekonomian Indonesia*, (Depok: PT. Raja Grasindo Persada, 2021).

- Rifqi Moh and Muhimmah Kamilil, *Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya untuk meningkatkan volume penjualan*, (Probolinggo: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, 2020), 204-205
- Ruswati Endang, *Pengaruh Pemasaran Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi, 2011), 17-18.
- Sabran Bob, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta Timur: Penerbit Erlangga, 2008).
- Sauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- Setyaningrum Ari dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015).
- Sirajudin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017).
- Sudarartono Tiris, *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil*, (Bandung: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2019), 57.
- Sugiyono, *Metode dan Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabet, 2015).
- Sugono Deny, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008).
- Suharto Edi, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Corporate Sosial Responsibility*, (Bandung: Alfabeta, 2019).
- Sumarman Ujang dkk, *Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ipb Press, 2018), 12-13.
- Surya Awang, *Analisis Faktor Penghambat Umkm di Kecamatan Cileungsi*, (Cileungsi: Jurnal Ekobis, 2021), 343.
- Susan Eri, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2019), 955.
- Syahdan and Husnan, *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*, (Nusa Tenggara Timur: Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, 2019), 45-47.
- Syarifuddin dkk, *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv. Istana AGENCY, 2022).

- Teece, *Kemampuan Dinamis dan Manajemen Strategis*, (Jakarta: Jurnal Manajemen Strategis, 1997), 509.
- W. Zimmerer Thomas dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008).
- Wahyuni Wildad Sri, *Analisis Program Bazar Kampus Sebagai Sarana Menumbuhkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Dalam Berwirausaha*. (Lumajang: STIKP PPGRI, 2022), 64-65.
- Wardiyah Ainun and Aulia Feby *Strategi Pemasaran Industri Rumahan Keripik Singkong*, (Sumatera Utara: Jurnal Sketsa Bisnis, 2020), 38.
- Wawancara: Ibu Sutirah Pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 10 September 2023 pukul 10.00.
- Wawancara: Ibu Halimah sebagai Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah, 12 Oktober 2023 pukul 16.35
- Yunus Saifuddin dkk, *Model Pemberdayaan Masyarakat*, (Banda Aceh: Bandar Publishing, 2017).
- Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2015).
- [https://www.brilio.net/wow/105-motto -hidup-sosial-tingkatkan-rasa-kepedulian-211214o.html](https://www.brilio.net/wow/105-motto-hidup-sosial-tingkatkan-rasa-kepedulian-211214o.html). di Akses pada tanggal 29 September 2023.



Lampiran 1. Hasil Wawancara

HASIL WAWANCARA TERSTRUKTUR

A. Ditujukan kepada Ibu Sutirah selaku pemilik Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas

1. Apakah industri ini menggunakan perencanaan pemasaran untuk jangka panjang?

Iya jelas mb, yang penting punya bahan dan stock alat musik rebana cadangan. Jadi kami merasa lebih tentram.

2. Bagaimana anda memperbarui rencana bisnis yang dijalankan disebabkan oleh perubahan-perubahan yang dialami dalam industri ini? Entah itu faktor internal atau eksternal. (faktor internal: kualitas produk ataupun kualitas sdm, faktor eksternal: perubahan permintaan kebutuhan konsumen).

Dengan cara terus meningkatkan kualitas barang yang diproduksi. Dari awal proses alat musik rebana dibuat. Harus dibuat dengan teliti. Kalo ada bahan yang ngga bagus langsung kita buang.

3. Bagaimana anda menghadapi peluang pada bisnis rumahan rebana ini?

Terus melakukan promosi melalui hp dan sosial media seperti whatsapp. Tapi metode dari mulut pelanggan ke konsumen yang baru juga dipake dalam bisnis ini.

4. Bagaimana anda menghadapi ancaman pada bisnis rumahan rebana ini?

Dengan cara memberikan hal berbeda kepada konsumen. Misalnya seperti yang kami sediakan untuk konsumen yaitu stock bubutan atau kluwungan atau kayu yang sudah terbentuk.

5. Bagaimana upaya anda dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja di industri rumahan rebana ini? Apakakah dengan diadakannya pelatihan atau dengan upaya lainnya?

Saya ngga memberikan pelatihan kepada para pekerja di sini. Karena mereka sudah tau dasar-dasar dari pekerjaan ini dan mereka juga sudah bekerja disini selama bertahun-tahun ketika dulu mereka lulus SMP. Pekerjaan ini juga mudah menurut mereka

6. Bagaimana upaya anda dalam meningkatkan kualitas barang yang industri ini produksi?

Memenuhi keinginan pelanggan. Jadi semakin terpenuhi keinginan pelanggan yang berbeda-beda maka kami juga selalu berusaha memproduksi barang yang bagus. Usaha lainnya adalah dengan meneliti setiap bahan yang akan dibuat untuk alat musik rebana.

7. Bagaimana cara anda meningkatkan kemampuan persaingan ditengah-tengah banyaknya pelaku usaha dibidang yang sama?

Meningkatkan kualitas barang yang diproduksi. Kalo kualitas pekerjaanya sudah pasti bagus karena udah bekerja lama di sini.

8. Bagaimana anda memperluas pemasaran industri rumahan rebana ini?

Memberikan kepuasan kepada pelanggan. Lalu pelanggan memberikan penilain secara alami pada calon konsumen. Metode ini sangat bagus karena hal ini pula bisnis industri rumahan ini sudah berjalan selama 30 tahun lebih.

9. Bagaimana industri ini memajemen strategi pemasaran sehingga bisa mengungguli pesaing?

Memiliki ciri khas tersendiri seperti mempunyai simpanan bahan dan barang. Terus pelayanan yang bagus, jadi konsumen lebih ingin terus bertahan dibanding memilih pindah ke pihak pesaing. Para pesaing juga udah punya pelanggannya masing-masing.

10. Apakah yang membedakan industri ini dengan pelaku ussha lain di bidang yang sama?

Memberikan hal berbeda jika dibandingkan dengan pesaing lain. Misalnya itu tadi, kita punya stock kayu yang sudah terbentuk

menjadi alat rebana lalu dijual pada konsumen yang membutuhkan. Toko-toko yang di samping jalan raya itu yang biasanya beli ke sini.

B. Ditujukan kepada Ibu Halimah Selaku Karyawan di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas

1. Bagaimana Anda menilai kinerja Anda sendiri di industri rumahan rebana?

Karena sudah tau dasarnya y menurut saya pribadi bagus-bagus aja mb

2. Apa saja indikator kinerja yang Anda rasakan penting dalam pekerjaan Anda di industri rumahan rebana?

Tanggung jawab dengan bagian masing² terus klo ditempat kerja y kudu jujur mb.

3. Bagaimana Anda mengukur produktivitas Anda sendiri di industri rumahan rebana?

Semakin banyak barang yang dapat saya kerjakan maka tingkat produktivitas saya semakin tinggi dibanding ketika saya mengerjakan sedikit barang

4. Bagaimana kinerja Anda berdampak pada kesuksesan produksi di industri rumahan rebana?

Lah kalo kerja saya ngga bagus y nanti hasil barangnya juga ngga bagus terus kan berpengaruh dengan penjualane mb

5. Apakah Anda telah mengikuti program pengembangan karyawan yang ditawarkan oleh industri rumahan rebana? Jika ya, bagaimana program tersebut mempengaruhi kinerja Anda?

Ngga, kan saya udh tau dasarnya dari dulu dari keluarga saya sendiri

6. Apa yang menjadi fokus utama Anda dalam meningkatkan kinerja Anda di industri rumahan rebana?

Yang penting tanggung jawab aja udh sama bagian sendiri dulu

7. Bagaimana manajemen memberikan umpan balik kepada Anda terkait kinerja Anda di industri rumahan rebana?

Gaji yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan harian keluarga saya dibanding dengan sebelum saya bekerja di sini mb. Kalo sebelumnya kan penghasilannya ngga pasti soalnya kan nunggu dipanggil orang dulu

10. Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan atau pendidikan yang ditawarkan oleh industri rumahan rebana untuk meningkatkan keterampilan dan kinerja Anda?

Ngga ada pelatihan, kebetulan ada keluarga saya yang bekerja dibagian ini terus saya sering ikut ketempat kerjanya dulu pas saya msih sd smp jadi sudah ada gambaran

C. Ditujukan kepada Bapak Nida selaku konsumen di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Kaliwadas

1. Apakah Anda puas dengan kualitas produk rebana yang bisnis Ibu Sutirah hasilkan?

Selama ini kami merasa puas, satu barangnya juga juga sama2 berkualitas seperti toko lain yang kedua orangnya ramah

2. Bagaimana pendapat Anda mengenai harga jual produk rebana Ibu Sutirah?

Ya standar menurun saya karena barangnya juga tergantung tingkatan kualitasnya juga, dan malah sedikit bersahabat ketika saya nyoba di tempat lain

3 Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan yang Ibu Sutirah berikan, seperti proses pemesanan dan pengiriman?

Puas karena dari pihak penjual memberikan masa tempo lamanya proses, dan selesai juga pada waktunya

4. Apakah Anda merasa bahwa produk rebana Ibu Sutirah memenuhi harapan Anda?

Alhamdulillah puas karena disana juga sudah terlihat kualitasnya dengan melihat dari bahan2nya

5 Apakah Anda akan merekomendasikan industri rumahan rebana Ibu Sutirah

Kepada orang lain? Alasannya apa?

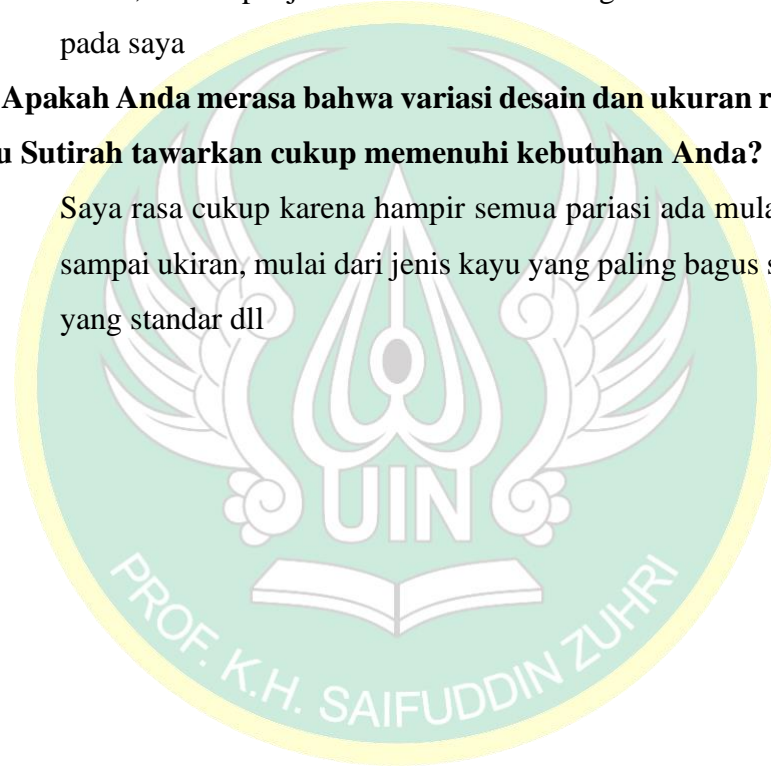
Dari kami pribadi hanya akan memberikan saran aja, karena sudah mengetahui barangnya, tapi tetep kami akan memberikan kebebasan kepada orang yang ingin membeli rebana dengan memilih toko yang di inginkan, karena secara umum toko2 di kaliwadas mengenai kualitas bahannya sudah termasuk bagus

6. Apakah ada saran atau masukan untuk meningkatkan kualitas produk rebana Ibu Sutirah?

Tidak, karena penjual sudah lebih tau mengenai kualitas rebana dari pada saya

7. Apakah Anda merasa bahwa variasi desain dan ukuran rebana yang Ibu Sutirah tawarkan cukup memenuhi kebutuhan Anda?

Saya rasa cukup karena hampir semua variasi ada mulai dari polos sampai ukiran, mulai dari jenis kayu yang paling bagus sampai kayu yang standar dll



Lampiran 2: Dokumentasi



(Gambar 1: Ibu Sutirah Sebagai Narasumber Sekaligus Salah Satu Pemilik industri Rumahan Rebana Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes)



(Gambar 2: Peneliti Dengan Ibu Sutirah Sedang Melakukan Pendataan Informasi Karyawan Dan Penjualan)



(Gambar 3: Kayu Yang Sudah Dipilih Dengan Kualitas Terbaik)



(Gambar 4: Pembubutan Kayu)



(Gambar 5: Proses Penjemuran Kayu)



(Gambar 7: Proses Pembakaran Kayu)



(Gambar 8: Pendempulan Kayu)



(Gambar 9: Proses Penjemuran Kayu Kembali Agar Dempul Kering)



(Gambar 10: Proses pengecatan kayu)



(Gambar 11: Proses perendaman kulit kambing)



(Gambar 12: Mangkis/ proses pemasangan kayu pada kulit)



(Gambar 13 Pengukuran kulit pada kayu)



(Gambar 14: Mantong/ Pengepresan Kulit Pada Kayu)



(Gambar 15 Proses Tanda Tangan Bapak Nida Selaku Konsumen Di Industri Rumahan Rebana Mbah Sutirah Sekaligus Narasumber)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama :Hesti Sastri Arba Agustin
2. NIM :1917104014
3. Tempat/tanggal lahir :Brebes, 02 Agustus 2002
4. Alamat : Blok Sdn 01 Desa Kalinusu RT 01 RW 02, Bumiayu, Brebes
5. Nama Ayah : Taslam
6. Nama Ibu : Wahyuni
7. Email: hestisastri@gmail.com
8. No. Hp : 088290901899

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Tunas Bangsa
2. MI Mathlabul Ulum Kalinusu, Bumiayu
3. MTS Al-Hikmah 02 Benda, Sirampog
4. SMA Ta'allumul Huda Bumiayu, Bumiayu

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Dewan Ambalan SMA Islam Ta'allumul Huda Bumiayu
2. Pramuka Sakha Bhayangkara Bumiayu
3. Panitia Pramuka Pelantikan Bantara SMA Islam Ta'allumul Huda Bumiayu
4. Panitia Pelantikan Anggota Baru Sakha Bhayangkara Bumiayu