

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Furniture Jati Minimalis

4.1.1. Sejarah Singkat Furniture Jati Minimalis

Perusahaan meubel Furniture Jati Minimalis Kabupaten Jepara berdiri pada tahun 2009 perusahaan bergerak di bidang meubel atau furniture. Furniture Jati Minimalis sudah beroperasi selama kurang lebih 7 tahun, walaupun pada dasarnya menurut perkembangan perusahaan berawal dari suatu usaha yang berskala relative kecil di daerah jepara.

Perusahaan memproduksi meubel dengan kapasitas container sebesar rata rata 2 Truk perbulan. Pada tahun 2010 perusahaan membuat gudang dan tempat produksi terutama bagian finishing di desa Kecapi Telap Kecamatan Tahunan Jepara. Furniture Jati Minimalis berusaha untuk mencapai standard produksi dengan meningkatkan fasilitas produksi seperti ruang oven, milling, heater dan finishing yang standard. Sehingga diharapkan dalam beberapa bulan kedepan bisa meningkatkan kapasitas output yang dihasilkan sebesar 30 % dari kapasitas sekarang.

Furniture Jati Minimalis memproduksi meubel berbahan kayu, sampai saat ini *market share* dari Furniture Jati Minimalis baru menjangkau Korea dan Mongol. Dikarenakan pemilik saham dan direktur Perusahaan ini adalah warga negara Korea asli, sehingga sasaran utama untuk dieksport memang negara mereka sendiri yaitu Korea dan sebagian ke Mongol. Sampai saat ini Furniture Jati Minimalis terus

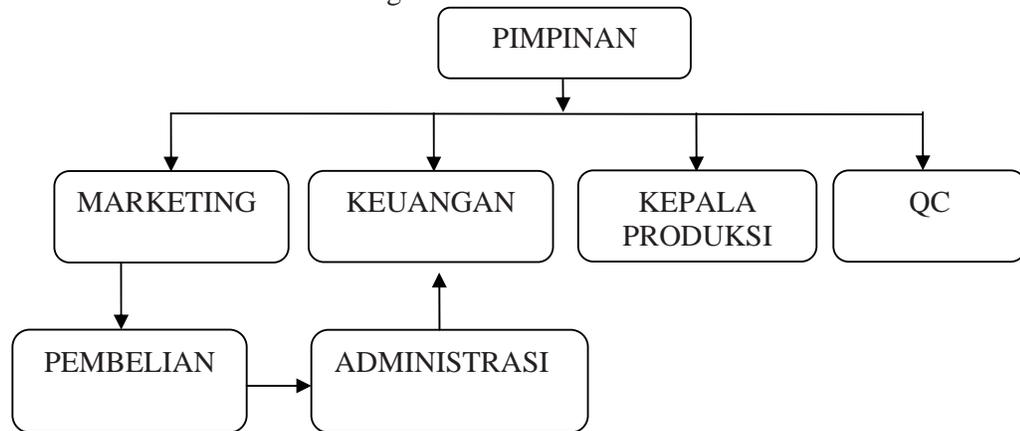
berusaha untuk mempertahankan market sharenya dengan melakukan promosi melalui media pameran tahunan diberbagai kota besar eropa dan asia bekerja sama dengan pemerintah Jepara melalui dinas perindustrian dan perdagangan.

4.1.2. Struktur Organisasi Furniture Jati Minimalis

Organisasi dan manajemen merupakan faktor yang sangat penting bagi setiap perusahaan dalam mencapai tujuannya. Untuk operasional organisasi diperlukan sebagai suatu tatanan yang terstruktur yang diisi dengan sumber daya manusia yang profesional. Struktur organisasi suatu perusahaan menggambarkan secara skematis hubungan kerjasama orang-orang yang terdapat dalam suatu badan dalam rangka usaha mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi Furniture Jati Minimalis telah disusun berdasarkan kebutuhan dan kondisi perusahaan dengan pembagian kerja yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan tanpa melepaskan keterkaitan bidang satu dengan bidang yang lainnya.

Struktur organisasi ini merupakan kerangka antar hubungan yang didalamnya terdapat jabatan, tugas dan wewenang. Tiap-tiap bidang dalam organisasi ini selain bertanggung jawab terhadap kelangsungan produksi juga terhadap perkembangan perusahaan. Dengan demikian diharapkan akan tercipta disiplin bagi karyawan dan pengawasan bagi karyawan akan lebih mudah dilaksanakan. Furniture Jati Minimalis memiliki struktur organisasi lini dan staf yang memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Furniture Jati Minimalis



Sumber: Bagian Furniture Jati Minimalis, 2017.

1. Pimpinan

Berwenang untuk melakukan kegiatan perusahaan terutama dalam merencanakan strategi pengambilan keputusan, mengawasi jalannya perusahaan, membuat suatu rencana kerja yang disampaikan kepada Dewan Komisaris. Memimpin rapat kerja secara berkala dan mengadakan perjanjian-perjanjian dengan pihak ekstern, meningkatkan efisiensi kerja dan produktivitas. Mengendalikan lingkungan kerja dan melakukan pembinaan terhadap bawahan serta bertanggung jawab untuk memimpin dalam menentukan visi, misi dan tujuan perusahaan serta kelangsungan hidup perusahaan

Pimpinan bertugas untuk memimpin, mengkoordinir dan mengawasi kegiatan pabrik dan bertanggung jawab terhadap direktur. Membuat rencana produksi per periode, mengendalikan biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan produksi. Memeriksa laporan

produksi, laporan pemakaian log, laporan persediaan barang jadi. Meningkatkan efisiensi kerja dan produktivitas, mengendalikan lingkungan kerja dan melakukan pembinaan terhadap bawahan

2. Kepala Produksi

Tugas Kepala produksi yaitu bertanggung jawab kepada manajer pabrik, melakukan perencanaan, pembinaan dan mengawasi proses produksi yang akan dan sedang dilaksanakan mulai dari log cutting sampai menjadi barang jadi. Menyusun rencana produksi, membuat laporan pertanggung jawaban mengenai hasil ataupun adanya penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dan usaha penanggulangannya. Memimpin dan mengkoordinasikan pelaksanaan proses produksi dari mulai pengelolaan material, pengolahan produk hingga produk disampaikan ke gudang. Membuat statistik tentang pemakaian bahan baku, hasil produksi, efisiensi produksi serta hambatan- hambatan dalam produksi.

3. *Quality Control (QC)*

QC dibagi menjadi 2 yaitu QC intern dan ekstern. Tugas dari QC ekstern adalah melakukan control barang setengah jadi ke semua supplier yang telah menerima order dari Furniture Jati Minimalis sebelum dikirim ke gudang dan menentukan layak tidaknya barang itu dikirim sesuai kriteria pengiriman barang. QC intern adalah melakukan kegiatan pengendalian mutu bahan baku, proses produksi, barang jadi untuk menjamin kelancaran dan kelangsungan

aktivitas perusahaan. Melakukan kegiatan perbaikan dan pengembangan terhadap proses produksi untuk meningkatkan mutu produk.

4. Marketing

Tugasnya yang utama mencari buyer dan menghandel apa yang diinginkan termasuk menerima data barang yang dipesan atau istilahnya Purchases Order yang setelah itu menyerahkan daftar PO ke bagian pembelian. selain itu juga merencanakan dan mengkoordinir, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan marketing untuk mendukung proses pencapaian sasaran perusahaan. Memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran produk untuk ekspor maupun lokal.

5. Pembelian

Tugas dari Pembelian adalah untuk melakukan pemesanan bahan bahan yang diperlukan untuk di orderkan ke masing masing suplier bahan setengah jadi maupun bahan penolong/ pembantunya.

6. Keuangan

Tugas dari keuangan adalah mengatur Mengatur keuangan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan yang meliputi pengadaan dana dan rencana pembayarannya meliputi, penggajian, pembayaran suplier dan penagihan ke pihak buyer. Membuat laporan posisi penerimaan kas dan bank harian dan membuat anggaran yang meliputi seluruh kegiatannya. Serta

melakukan berbagai transaksi di bank menggunakan surat kuasa dari Direktur.

7. Administrasi

Administrasi terdiri dari 2 orang: Administrasi stock barang bertugas untuk menerima dan mencatat pengiriman barang setengah jadi dari supplier barang dan membuat tanda terima berbentuk nota sebagai bukti kirim dan untuk alat penagihan pembayaran ke bagian keuangan serta memasukkannya ke dalam pencatatan persediaan bahan setengah jadi. Sedangkan Administrasi logistick bertugas untuk menerima dan mencatat pengiriman bahan-bahan pembantu/ penolong sekaligus menandatangani nota penerimaan pengiriman bahan pembantu/ penolong sebagai bukti kirim dan alat untuk penagihan pembayaran ke bagian keuangan serta memasukkannya ke dalam pencatatan persediaan bahan pembantu/ penolong.

4.2. Analisis dan Pembahasan

4.2.1. Potensi dan kendala Pemasaran yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan Furniture Jati Minimalis.

Pemasaran perusahaan Furniture Jati Minimalis adalah masyarakat yang menyukai mebel dengan ukiran dalam mebel yang trendy. Masyarakat sekarang ini akan sangat selektif memilih produk mebel. Perusahaan Furniture Jati Minimalis telah menyiapkan desain yang sangat cocok untuk masyarakat sekarang.

Menurut bapak **Sochib**: Masyarakat mulai mengetahui dan paham akan adanya peluang ekonomi di balik mebel, melalui sedikit sentuhan ketrampilan dan

ditambah dengan ketekunan ternyata dapat menaikkan nilai mebel yang semula berharga rendah kalau dijual di Jepara menjadi produk yang banyak dicari di internet. Usaha ini selain menambah penghasilan keluarga juga memberikan inspirasi kepada masyarakat yang lain untuk memulai berpartisipasi mengelola mebel terutama memasarkannya melalui internet dengan baik.

Pemasaran yang intensif melalui internet masih sangat banyak peluangnya karena mereka masih belum benar-benar memahami bagaimana cara memasarkan produk-produk yang telah dihasilkan, termasuk cara mempromosikan, mendisplay, dan mendistribusikan produk mereka melalui internet. Agar perusahaan mampu berkembang menjadi usaha yang lebih terorganisir dan professional juga diperlukan sehingga mereka mampu menangkap peluang pendanaan dari lembaga keuangan maupun perbankan. Tapi sebelum memperoleh pendanaan, perusahaan harus mampu memperlihatkan karya yang terbaiknya atas produk mebel nya.

Menurut Ibu **Rosi** Produk mebel adalah produk kayu berupa almari, pigura, meja, kursi bufet dan lain sebagainya. Animo masyarakat terhadap produk mebel cukup baik yang terbukti pada tampilan website, banyak orang yang mengunjunginya dan tertarik untuk membeli sehingga banyak produk yang laku seperti kursi set yang terlaris.

Prusahaan mulai menikmati hasil dari kegiatan mengolah mebel yaitu dengan mulai terjualnya produk-produk yang mereka hasilkan sehingga mereka yakin bahwa aktifitas ini banyak memberikan manfaat. Produk hasil mebel terutama minimalis ini tergolong sebagai produk baru yang belum dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga memerlukan usaha untuk mengkomunikasikan dan mengenalkan produk secara intensif agar pasar mengetahui dan menyadari keberadaan produk tersebut. Sebuah produk yang tergolong baru harus melaksanakan promosi dengan gencar melalui berbagai program komunikasi pemasaran terutama internet.

Menurut bapak **Sochib**, secara geografis pangsa pasar yang dilayani oleh perusahaan Furniture Jati Minimalis lebih banyak terpusat di Bali, Bandung,

Jogjakarta, Garut, Bekasi dan wilayah Jakarta.

Perusahaan harus selalu berusaha memperluas pangsa pasar yang masih sangat mungkin dilakukan, mengingat pasar yang berada di luar pulau Jawa mempunyai daya serap yang cukup besar untuk produk mebel. Dengan mempertahankan mutu produk secara kontinyu, kemungkinan besar produk yang dihasilkan oleh Furniture Jati Minimalis dapat diterima di berbagai segmen pasar, termasuk pasar ekspor yang biasanya mensyaratkan mutu produk tinggi.

Pengrajin mebel belum memanfaatkan periklanan dengan optimal melalui internet. Hal ini dikarenakan promosi dengan media periklanan termasuk internet marketing membutuhkan biaya yang tidak sedikit sedangkan permodalan dalam bisnis ini masih sangat terbatas. Oleh karena itu, para pengrajin banyak menggunakan metode komunikasi pemasaran yang lain selain periklanan. Namun demikian, rencana untuk mengiklankan produk baik pada media cetak maupun elektronik telah mulai dipikirkan.

Menurut bapak **Sochib**, Untuk sementara peluang yang diambil adalah melalui periklanan media internet. Dan apabila ada tawaran pameran, maka Furniture Jati Minimalis akan selalu membawa produk-produk unggulan hasil mebelnya untuk dipasarkan.

Pada saat pameran, periklanan yang ada saat ini adalah katalog produk yang berisi ragam produk mebel yang telah dihasilkan. Katalog produk telah banyak diberikan kepada pihak-pihak lain sebagai salah satu alat promosi. Selain katalog juga ada banner yang bisa dibawa di setiap ajang pameran.

Menurut Ibu Rosi, komunikasi pemasaran dalam bentuk promosi penjualan antara lain dilakukan dengan pemberian contoh produk kepada calon konsumen terutama yang berpeluang dengan order besar seperti kepada Ibu Wawat dari Garut dan Ibu Retno dari Bekasi.

Contoh produk diberikan kepada para tamu yang berkunjung ke stand sebagai oleh-oleh. Hal ini ternyata mempunyai dampak yang sangat bagus karena para tamu tersebut menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Setelah mendapatkan contoh produk, mereka menjadi tertarik dan penasaran dengan produk hasil olahan mebel yang bagi mereka merupakan produk baru dan belum dikenal luas.

4.2.2. Pemanfaatan media online sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Furniture Jati Minimalis

E-commerce memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*) melewati kendala ruang dan waktu. Pada masa persaingan ketat di era globalisasi saat ini, persaingan yang sebenarnya terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dan eksistensi dalam bisnis ini.

Dengan aplikasi *e-commerce*, seharusnya hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door, one-to-one relationship*). Maka *e-commerce* bukanlah sekedar suatu mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi juga terhadap terjadinya sebuah transformasi bisnis yang mengubah cara pandang perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya. Membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem *e-commerce* bukan merupakan proses *instant*,

namun merupakan transformasi strategi dan sistem bisnis yang terus berkembang sejalan dengan perkembangan perusahaan dan teknologi

Menurut **Sochib**, “Kegiatan pemasaran internet lebih banyak pada kegiatan penjualan yang persolan dalam skala kecil, dan strategi dalam penetapan harga dan promosi belum dioptimalkan untuk meraih pangsa pasar yang masih luas. Saat ini jumlah pelanggan tidak meningkat secara nyata, tetapi tetap mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan harapan rekomendasi alamat website Furniture Jati Minimalis kepada orang lain”.

Menurut **Ibu Rosi**, “produk mebel yang dihasilkan perusahaan atas dasar pesanan dari promosi melalui internet. Namun demikian, promosi melalui internet yang dilakukan kadang belum maksimal, karena kurangnya masyarakat memahami internet, serta banyaknya persaingan di internet yang menjual mebel. Hal ini terbukti banyaknya masyarakat yang belum mengetahui Furniture Jati Minimalis walau pernah ada di halaman 1 tapi sekarang belum menduduki rating atas di Google.

Dari analisis terhadap strategi Furniture Jati Minimalis melakukan internet marketing, tetapi aspek peningkatan kualitas produk tidak diperhatikan. Maka akibat adanya kegiatan promosi ini mungkin akan terjadi peningkatan omset penjualan. Tetapi karena kualitas produk jelek, maka peningkatan omset tersebut hanyalah bersifat sementara, sebab konsumen akan merasa kecewa dan akhirnya tidak mau lagi membeli produk yang dipasarkan di internet tersebut.

Strategi internet marketing yang gencar dilakukan harus diikuti dengan peningkatan volume produksi agar tidak terjadi kehabisan stok barang akibat dari gencarnya promosi yang dilakukan tersebut. Atau bisa saja terjadi produk melimpah, tetapi harganya terlalu mahal karena kesalahan dalam menetapkan harga sehingga tidak terjangkau oleh konsumen. Akhirnya terjadi over stock.

Menurut **Bapak Sochib** “walau menggunakan internet, tapi secara geografis, pangsa pasar yang baru dilayani lebih banyak terkonsentrasi di Garut, Bekasi, Bandung, Jogjakarta dan Jakarta.”.

Menurut **Ibu Rosi**, “dengan internet marketing pangsa pasar ekspor masih sangat luas dengan kecenderungan permintaan yang terus meningkat, tentunya dengan memenuhi mutu dan model yang disyaratkan. Selama ini pasar ekspor masih terbatas ke Malaysia dan Singapura”.

Menurut **Ibu Wawat**, (Pembeli Asal Garut) “mebel yang kami beli dari Furniture Jati Minimalis, kami pameran di showroom kami di tGarut, kami juga banyak membeli produk souvenir Jogja, yang kami jual lagi”.

E-commerce merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. *E-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet di mana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”.

Menurut **Ibu Rosi**, “strategi pemasaran membuat Furniture Jati Minimalis harus lebih jeli, terutama dalam menggunakan internet. Hal ini demi menciptakan kepercayaan pelanggan”.

Menurut **Ibu Wawat**, “kami pesan lewat Furniture Jati Minimalis dengan memilih gambarnya, dan biasanya dua minggu sampailah ke butik kami.

Menurut **bapak Sohib**, “cara berdagang menggunakan internet ni banyak keuntungannya, dan kami berusaha yang terbaik untuk melayani konsumen, itulah strategi utama kami”.

Faktor kunci sukses dalam *e-commerce* Furniture Jati Minimalis tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tetapi dengan tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor lainnya antara lain :

1. Menyediakan harga kompetitif
2. Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat, dan ramah
3. Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas
4. Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon
5. Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian
6. Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan.
7. Mempermudah kegiatan perdagangan.

Di dalam perusahaan Furniture Jati Minimalis strategi pemasaran melalui internet untuk memasarkan produk yang telah di hasilkan, dimana dalam hal ini *e-commerce* sebagai alat bantu untuk mendefinisikan produk, untuk menghimbau pembeli dan untuk meneruskan informasi dalam proses mengambil keputusan pembeli dengan adanya fasilitas internet. Karena persaingan yang ada semakin gencar saat ini.

Berdasarkan observasi dan wawancara, strategi Furniture Jati Minimalis Agar orang yang ingin membeli mebelnya atau transaksi lewat internet yang hanya membutuhkan akses internet dan *interface*-nya menggunakan *web browser*, yaitu dengan strategi:

1. Menjadikan *portal e-commerce/ e-shop* tidak sekedar *portal* belanja, tapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun basis komunitas, membangun konsep pasar bukan sekedar tempat jual beli dan sebagai pusat informasi (*release, product review*, konsultasi, dll)

2. Pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan virtual: responsif (respon yang cepat dan ramah), dinamis, informatif dan komunikatif.
3. Informasi yang *up to date*, komunikasi multi-arah yang dinamis
4. Model pembayaran : kartu kredit atau transfer.

Strategi pemasaran internet Furniture Jati Minimalis memiliki beberapa keuntungan yaitu:

1. Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
2. Bagi Konsumen, efektif, aman secara fisik dan flexible
3. Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM

Menurut **Ibu Rosi** pemasaran internet menguntungkan, karena perusahaan dapat memperluas pasar, murah biayanya bila dibanding iklan, pembelinya diuntungkan tidak perlu repot datang, apalagi ke Jepara yang jauh dan hanya beli lima lembar kain, misalnya, biayanya kan banyak.

Strategi Furniture Jati Minimalis dengan adanya teknologi internet, kelebihan nilai bisnis ini antara lain:

1. Menghasilkan pendapatan baru melalui penjualan *online*.
2. Memperkecil biaya melalui penjualan dan dukungan pelanggan secara *online*.
3. Menarik pelanggan baru melalui pemasaran dan iklan web dan penjualan secara

online.

4. Membuat produk-produk baru agar segera bisa diakses melalui web.

Agar setiap daerah dapat terjangkau, maka perlu agen-agen perwakilan yang dapat memasarkan produk secara potensial. Agen merupakan perantara yang tidak memiliki hak milik atas semua barang yang ditangani, akan tetapi segala sesuatunya tergantung pada kebijakan perusahaan induknya. Untuk itu perusahaan menempatkan agen di tiga daerah yang mencakup: Garut, Bekasi, Jakarta dan Bandung. Ketiga agen inilah yang menjadikan semakin berkembang pesatnya kemajuan perusahaan dan semakin meningkatkan penghasilan perusahaan.

1. Jenis produk yang dipasarkan adalah mebel yang berkualitas dengan harga kompetitif, karena rata-rata produk serupa yang dipasarkan di adalah kualitas bagus tapi desainnya kurang.
2. Wilayah Pemasaran mencakup daerah Jepara, untuk sistem penjualan langsung atau *Direct Marketing* dan seluruh wilayah Indonesia untuk sistem *e-commerce* atau *internet marketing* dan Media Katalog.
3. Yang menjadi segmen dari usaha Penjualan mebel ini adalah
 - a. Segmen pasar untuk para penikmat gaya dengan pakaian yang modis dan terlihat masih trend.
 - b. Segmen Pasar Umum Pria dan Wanita (Untuk tipe penjualan internet marketing karena menggunakan media Katalog dan Pembelian langsung di situs www.furniturejatiminimalis.com..

Dengan adanya produk yang ditawarkan, Furniture Jati Minimalis menjual

produk kami lewat internet dengan situs pribadi yang telah dimiliki yaitu www.furniturejatiminimalis.com. dengan konsep e-commerce, sehingga konsumen di situs kami bisa cek harga, cek model (melihat gambar dan Keterangan produk), cek persediaan, cek ukuran, dan dapat melakukan pembelian langsung di situs Furniture Jati Minimalis. Pembayaran dilakukan dengan cara transfer bank.

Dalam proses penjualannya, Furniture Jati Minimalis menemui banyak saingan karena perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dengan Furniture Jati Minimalis sendiri ada banyak.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta kondisi eksternal perusahaan yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berpengaruh terhadap Furniture Jati Minimalis, maka selanjutnya diidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menetapkan posisi perusahaan dan digunakan untuk merumuskan alternatif strategi usaha dengan menggunakan metode SWOT.

4.2.2.1. Kekuatan

1. Mutu produk

Produk yang dihasilkan mempunyai mutu baik dan dapat bersaing di pasaran. Hal ini dapat dilihat dari model, warna dan bahan baku terutama kayu jati sudah memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh konsumen/ pemesan. Standar mutu meliputi model dan bahan baku yang digunakan. Hasil tersebut sangat erat kaitannya dengan proses produksi yang dilakukan dan pemanfaatan teknologi

yang digunakan. Pihak manajemen perusahaan mempunyai perhatian serius, komitmen yang kuat terhadap mutu dan selalu berusaha mensosialisasikan kebijakan mutu perusahaan Furniture Jati Minimalis kepada semua karyawannya. Di samping itu, adanya pengawasan pada setiap tahapan proses produksi memungkinkan produk terkontrol dengan baik dan apabila terjadi penyimpangan akan segera dilakukan koreksi dan perbaikan. Peralatan dan teknologi yang dimiliki mendukung dihasilkannya produk dengan mutu baik. Pengawasan internal dilakukan oleh pemilik Furniture Jati Minimalis.

2. Tenaga kerja setempat

Sifat pekerjaan yang diterapkan manajemen perusahaan merupakan padat karya. Oleh karena itu, kebutuhan tenaga kerja menjadi faktor penting dalam operasional perusahaan dengan jumlah cukup banyak yang sesuai dengan jumlah pesanan. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari daerah sekitar Furniture Jati Minimalis. Banyaknya tenaga kerja yang ada di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan merupakan sisi positif bagi kedua belah pihak. Pihak perusahaan merasa diuntungkan dengan mempekerjakan tenaga kerja yang murah, sehingga tidak perlu menyediakan tempat untuk menginap atau mengadakan fasilitas antar jemput karyawan, sedangkan pihak masyarakat setempat merasa diuntungkan dengan diberikannya kesempatan untuk menjadi karyawan di perusahaan.

3. Keuletan manajer dalam mengelola usaha

Usaha mebel dirintis oleh keluarga Bapak Sohib. Beliau merintis dan menjalankan usahanya sendiri, mengelola dengan ulet untuk tetap bertahan dan berkembang.

4. Pelayanan yang baik terhadap konsumen

Pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan (konsumen) sudah dilakukan dengan baik, dengan cara selalu menjaga dan memperhatikan mutu produk sebagaimana yang diminta oleh konsumen/pelanggan. Pelayanan terhadap konsumen juga dilakukan dengan cara menanggapi secara terbuka semua keluhan dari pelanggan. Selama keluhan tersebut disebabkan oleh kesalahan pihak perusahaan, maka keluhan tersebut dilayani dengan baik. Selain itu pelayanan yang baik juga dilakukan dengan cara melakukan pengiriman produk dengan tepat waktu.

5. Jalur distribusi sederhana

Jalur distribusi yang sederhana menjadi kekuatan Furniture Jati Minimalis, karena semakin pendek jalur distribusi, harga produk semakin murah. Untuk itu, perusahaan sengaja membuat website dan melayani pemesanan via telepon untuk memperpendek jalur distribusi.

4.2.2.2. Kelemahan

1. Kapasitas produksi terbatas

Hal ini berkaitan dengan sumber daya modal, tenaga kerja terbatas dan waktu pengerjaan yang cukup lama (rata-rata 5-7 hari) atau tergantung dari jenis mebel yang dibuat.

2. Kurangnya promosi

Untuk produk mebel yang dihasilkan pihak manajemen perusahaan melakukan promosi terbatas melalui internet. Namun demikian, promosi yang dilakukan

masih terbatas pada wilayah tertentu. Hal ini terbukti banyaknya masyarakat yang belum mengetahui furniture jati minimalis.

3. Harga jual produk relatif mahal

Jika dibandingkan dengan harga secara umum di pasaran, produk perusahaan relatif lebih mahal. Hal ini disebabkan bahan dasar kayu Jati masih cukup mahal dipasaran dan tidak mudah untuk didapatkan. Di samping itu juga ada penambahan ongkos kirim dalam harga jual. Harga jual mebel dipengaruhi oleh bahan baku kayu jati TPK atau kampung, warna finishing dan model.

4. Sumber daya manusia di bagian produksi relatif rendah

Tingkat pendidikan para karyawan pada umumnya tamatan SD sampai dengan SMA, maka menjadi sebuah beban tersendiri bagi pihak manajemen dalam melakukan sosialisasi kebijakan-kebijakan perusahaan misalnya pengawasan mutu. Di samping itu, untuk jabatan tertentu yang mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan (di tingkat bawah sekalipun) diperlukan kemampuan analisis yang cukup untuk membuat sebuah keputusan.

5. Biaya produksi yang semakin tinggi

Biaya produksi yang tinggi disebabkan oleh volume produksi yang masih sedikit dengan kapasitas yang besar sehingga biaya per satuan produk menjadi tinggi. Di samping itu, harga bahan baku kain sutera yang juga terus meningkat dan juga adanya kenaikan harga BBM dan tarif listrik terlebih yang sering mati sehingga sulit untuk produksi.

6. Pemasaran yang belum optimal

Kegiatan pemasaran lebih banyak pada kegiatan penjualan sedangkan komponen

lain yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), 'yaitu penetapan harga dan promosi belum dioptimalkan untuk meraih pangsa pasar yang masih luas. Saat ini jumlah pelanggan tidak meningkat secara nyata, tetapi tetap mempertahankan pelanggan yang telah ada.

4.2.2.3. Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas barang terjamin. 2. Mebel yang diproduksi yaitu Mebel minimalis sehingga memiliki kekhasan tersendiri. 3. Model yang ditawarkan bervariasi. 4. Produk yang dihasilkan berkualitas. 5. Menggunakan finishing khusus, warna tidak cepat pudar dan tidak mudah mengelupas 	<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dewasa ini pemerintah sedang menggalangan kepada lapisan masyarakat supaya menggunakan produk lokal, sehingga peluang bisnis Mebel sangat luas walau banyak mebel dari plastik dari China. 2. Mebel minimalis merupakan tren yang berkembang saat ini.
<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga ahli dan penerus generasi muda dalam pembuatan mebel . 2. Belum adanya showroom untuk penjualan produk. 3. Modal yang minim berakibat produksi Mebel hanya dari pesanan. 	<p style="text-align: center;">TREATH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang begitu ketat, minimnya peminat dari Mebel minimalis. 2. Semakin maraknya mebel dari plastik dan besi yang terkesan modern yang lebih bagus dan menarik. 3. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Mebel Jati.

4.2.2.4. Matrix SWOT

<p>“Furniture Jati Minimalis”</p>	<p>OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dewasa ini pemerintah sedang menggalangan kepada lapisan masyarakat supaya menggunakan produk lokal, jadi peluang bisnis mebel Jati sangat luas. 2. Mebel Minimalis merupakan tren yang berkembang saat ini. 3. Adanya internet dan media sosial dapat membantu pemasaran melalui media online. 	<p>TREATH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang begitu ketat, minimnya peminat dari Mebel Jati yang agak mahal. 2. Semakin maraknya mebel modern yang lebih bagus dan menarik.
<p>STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas barang terjamin. 2. Model Minimalis yang ditawarkan menarik. 3. Produk yang dihasilkan bervariasi. 4. Mebel yang diproduksi berkualitas dan hand made dengan ukiran khas Jepara. 5. Menggunakan bahan finishing khusus sehingga mampu awet, warna tidak cepat pudar. 	<p>S-O Strategi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan lagi kualitas dan menambah corak yang lebih bervariasi untuk menarik minat target audience. 2. Menginformasikan karakter produk Mebel Furniture Jati Minimalis yang bermutu dan berkualitas tinggi. 3. Meningkatkan pemasaran Mebel Furniture Jati Minimalis dengan produk yang bervariasi. 	<p>S-T strategi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti pameran secara berkala 2. sebagai strategi untuk bersaing dengan kompetitor lain. 3. Memberikan kualitas produk yang baik dan memberikan inovasi kepada produk untuk menarik konsumen.

WEAKNESS	W-O Strategi	W-T Strategi
1. Kurangnya tenaga ahli dan penerus generasi muda dalam pembuatan mebel. 2. Belum adanya showroom untuk penjualan produk. 3. Modal yang minim berakibat produksi Mebel hanya dari pesanan. 4. Kurangnya promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan Mebel	1. Mengajak generasi muda sebagai upaya pelestarian Mebel ukiran walau minimalis agar tidak hilang ditelan waktu.	1. Mengadakan kegiatan promosi terarah untuk menyampaikan pesan kepada audience sebagai strategi untuk menghadapi persaingan.

4.2.2.5. Kesimpulan analisis SWOT

1. Produk mebel dari perusahaan Furniture Jati Minimalis berkualitas baik, namun belum banyak diketahui oleh masyarakat luas.
2. Perusahaan Mebel Furniture Jati Minimalis belum memiliki showroom, sehingga para pembeli susah mencari model yang disukai dalam display toko karena hanya melihat gambar dan katalog.
3. Persaingan antar pengusaha di cukup ketat sehingga Perusahaan Mebel Furniture Jati Minimalis. Perlu melakukan promosi yang menarik.
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Mebel, membuat masyarakat kurang berminat membeli mebel, akan tetapi bila informasi tentang mebel dapat masuk, maka mebel akan lebih diminati.
5. Semakin maraknya mebel modern yang lebih bagus dan menarik, mengharuskan perusahaan Furniture Jati Minimalis membuat desain promo yang menarik perhatian masyarakat.

4.2.2.6. Kesimpulan Peluang dan Strategi Furniture Jati Minimalis

Tabel 4.3.
Analisis Peluang dan Strategi

No	Strategi	Hasil Wawancara	Analisa Peneliti
1	Pemasaran	Menurut bapak Sohib : Peluang ekonomi di balik mebel, melalui sedikit sentuhan ketrampilan dan ditambah dengan ketekunan ternyata dapat menaikkan nilai mebel yang semula berharga rendah kalau dijual di Jepara menjadi produk yang banyak dicari di internet.	Pemasaran yang intensif melalui internet masih sangat banyak peluangnya karena mereka masih belum benar-benar memahami bagaimana cara memasarkan produk-produk yang telah dihasilkan, termasuk cara mempromosikan, men-display, dan mendistribusikan produk mereka melalui internet.
2	Penjualan	Menurut bapak Sohib , secara geografis pangsa pasar yang dilayani oleh perusahaan Furniture Jati Minimalis lebih banyak terpusat di Garut, Bekasi, Bandung, Jogjakarta dan wilayah Jakarta.	Perusahaan harus selalu berusaha memperluas pangsa pasar yang masih sangat mungkin dilakukan, mengingat pasar yang berada di luar pulau Jawa mempunyai daya serap yang cukup besar untuk produk mebel .
3	Promosi	Menurut bapak Sohib , Untuk sementara peluang yang diambil adalah melalui periklanan media internet. Dan apabila ada tawaran pameran, maka Furniture Jati Minimalis akan selalu membawa produk-produk unggulan hasil mebelnya untuk dipasarkan.	Pada saat pameran, periklanan yang ada saat ini adalah katalog produk yang berisi ragam produk mebel yang telah dihasilkan. Katalog produk telah banyak diberikan kepada pihak-pihak lain sebagai salah satu alat promosi.
4	Komunikasi Pemasaran	Menurut Ibu Rosi , komunikasi pemasaran dalam bentuk promosi penjualan antara lain dilakukan dengan pemberian contoh produk kepada calon konsumen terutama yang berpeluang dengan order besar, bulan february lalu, kami memberikan sampel pada perusahaan di Aceh.	Contoh produk diberikan kepada para tamu yang berkunjung ke stand sebagai oleh-oleh. Hal ini ternyata mempunyai dampak yang sangat bagus karena para tamu tersebut menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Teutama produk baru dan belum dikenal luas.

5	Pemasaran Internet	Menurut Sochib , “Pemasaran internet belum optimal sehingga perusahaan mengikuti berbagai pameran, Kegiatan pemasaran internet lebih banyak pada kegiatan penjualan dengan strategi dalam penetapan harga dan promosi untuk meraih pangsa pasar yang masih luas.	Strategi Furniture Jati Minimalis melakukan internet marketing, tetapi aspek peningkatan kualitas produk tidak diperhatikan. Maka akibat adanya kegiatan promosi ini mungkin akan terjadi peningkatan omset penjualan.
6	Strategi Internet	Menurut Ibu Rosi , “strategi pemasaran membuat Furniture Jati Minimalis harus lebih jeli, terutama dalam menggunakan internet. Hal ini demi menciptakan kepercayaan pelanggan”.	Faktor kunci sukses dalam <i>e-commerce</i> Furniture Jati Minimalis tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tetapi dengan tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus,
7	Keuntungan internet	Menurut Ibu Rosi pemasaran internet menguntungkan, karena perusahaan dapat memperluas pasar, murah biayanya bila dibanding iklan, pembelinya diuntungkan tidak perlu repot datang, apalagi ke Jepara yang jauh dan hanya beli lima lembar kain, misalnya, biayanya kan banyak.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghasilkan pendapatan baru melalui penjualan <i>online</i>. 2. Memperkecil biaya melalui penjualan dan dukungan pelanggan secara <i>online</i>. 3. Menarik pelanggan baru melalui pemasaran dan iklan web dan penjualan secara <i>online</i>. 4. Membuat produk-produk baru agar segera bisa diakses melalui web.

4.2.2.7. Strategi baru menganalisis peluang untuk meningkatkan penjualan

Peluang Furniture Jati Minimalis saat ini sangat menjanjikan. Tinggal bagaimana cara membuat, mengembangkan dan berinovasi. Sehingga isi dan mutu dari produk Furniture Jati Minimalis yang dihasilkan dapat diminati para konsumen. Setiap orang bisa menghasilkan bisnis yang bagus. Seperti bisnis penjualan mebel

secara on-line yang sebenarnya tidak membutuhkan keahlian yang begitu banyak. Sehingga hal ini juga bisa membuka lapangan pekerjaan baru. Dengan berbagai cara pemasaran dan pelayanan yang baik dan tepat memungkinkan usaha mebel secara on-line akan banyak peminatnya. Tinggal bagaimana mengelola bisnis mebel secara on-line ini secara profesional.

Strategi pemanfaatan peluang untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan perencanaan yang diatur ulang terutama ditekankan pada strategi fungsionalitas yang terletak pada pemasaran melalui internet, keuangan, pengembangan dan inovasi, sehingga penjualan bisnis e-book online ini lebih terstruktur hingga tingkat lanjut. Sehingga supaya hal ini memberikan pelayanan yang baik pada konsumen dan merupakan salah satu langkah memasarkan hasil produk-produk teniun yang dipasarkan melalui Furniture Jati Minimalis untuk lebih baik.

Website Furniture Jati Minimalis juga memungkinkan pengunjung untuk mencari produk yang mereka inginkan dengan lebih spesifik melalui fitur pencarian produk. Media e-marketing dan melalui facebook yang memungkinkan pengunjung untuk memberikan feedback terhadap produk-produk Furniture Jati Minimalis dengan memberikan komentar melalui fitur comment. Strategi baru yang dilakukan Furniture Jati Minimalis dalam meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut:

1. Strategi Price Furniture Jati Minimalis mengadakan potongan harga untuk produk-produk tertentu bagi pelanggan yang melakukan pembelian mebel secara langsung. Melalui media e-marketing website dan facebook, akan di tampilkan informasi mengenai produk-produk yang mendapat potongan harga.
2. Strategi Place, dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia maka Furniture Jati Minimalis akan menempatkan informasi tentang produk dan layanan

yang mereka tawarkan di internet melalui media e-marketing untuk memudahkan pelanggan dan masyarakat mendapatkan informasi produk dan layanan yang di tawarkan oleh Furniture Jati Minimalis.

3. Strategi Promotion, Furniture Jati Minimalis memiliki berbagai produk dan pelayanan yang menarik. Selain itu Furniture Jati Minimalis juga memiliki promosi-promosi yang diadakan hampir setiap tahun. Melalui media e-marketing, Furniture Jati Minimalis akan mempromosikan produk, layanan dan promo yang diadakan.