

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan beragam macam budaya, adat istiadat, dan kekayaan alam yang melimpah. Dengan segala bentuk kelebihan tersebut, termasuk juga jumlah penduduk yang besar, Indonesia merupakan negara dengan dasar ekonomi kreatif yang cukup tinggi. Hal ini terjadi karena keanekaragaman yang dimiliki oleh Indonesia. Struktur perekonomian Indonesia telah mengalami beberapa pergeseran, dari ekonomi pertanian menjadi ekonomi industri, kemudian bergeser menjadi ekonomi informasi dan terakhir peran ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional semakin besar (Ria Satyarini, 2016)

Asosiasi industri permebelan dan kerajinan Indonesia (Asmindo) memproyeksikan bahwa ekspor produk furnitur dan kerajinan lokal akan mengalami kenaikan sebesar 17 % hingga akhir tahun 2023. Oleh karena itu persaingan bisnis semakin meningkat, maka para pengusaha harus membuat strategi bisnis tepat agar usahanya dapat lebih berkembang. Menurut Allan Afuah, bisnis merujuk pada usaha yang terorganisir yang dilakukan oleh individu untuk menghasilkan dana melalui penjualan barang atau layanan, dengan tujuan memperoleh profit, yang pada akhirnya berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan beroperasi dalam konteks industri dalam (Suwarso, 2018).

Perkembangan ekonomi khususnya pada kategori pengusaha kecil dan menengah di Indonesia sudah menunjukkan ke arah yang lebih baik dari segi keterampilan, teknologi maupun dari segi perkembangan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dari segi teknologi para pengusaha kecil dan menengah sudah mampu memanfaatkan beragam kecanggihan peralatan untuk menunjang usahanya baik dari peralatan produksi maupun penggunaan teknologi internet untuk memasarkan produknya. Selain itu produk yang ditawarkan pengusaha kecil dan menengah sudah memiliki ragam produk dari berbagai industri yang semakin berkembang, hal tersebut berpengaruh positif bagi pembangunan perekonomian negara menjadi lebih baik. Maka menurut (Sulistiani, 2014) untuk mewujudkan keunggulan bersaing yaitu dengan cara memiliki kemampuan untuk menciptakan produk yang ketika pesaing mencoba untuk menirunya akan selalu mengalami kesulitan. Oleh sebab itu menciptakan perbedaan akan menjadi faktor pendukung untuk mewujudkan keunggulan bersaing.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin meningkat dengan Global dan Kompetitif, persaingan usaha menjadi salah satu faktor yang paling menentukan kesuksesan suatu usaha. Persaingan datang dalam berbagai bentuk, baik dari pesaing langsung maupun dari perubahan pasar, inovasi teknologi, dinamika ekonomi yang cepat berubah. Oleh karena itu, perusahaan harus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk tidak hanya bertahan, akan tetapi juga

tumbuh dan berkembang ditengah persaingan yang ketat. Dengan adanya persaingan usaha menjadikan setiap pelaku usaha untuk mampu bertahan dalam kerasnya persaingan dan memilih strategi agar usaha mampu terus berjalan, Salah satunya dengan menggunakan strategi diferensiasi (Herdiana, 2019).

Strategi diferensiasi merupakan strategi perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang unik, yang berbeda dengan pesaing. Keunikan inilah yang merupakan superior value bagi konsumennya. Superior value tersebut haruslah dilihat dari sisi konsumen dan bukan dilihat dari sisi produsen. Strategi diferensiasi akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melakukan persaingan, karena setiap perusahaan akan melakukan strategi diferensiasi yang baik dengan berbagai cara dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan tersebut. Industri mebel atau furniture merupakan sektor industri yang berfokus pada pembuatan perlengkapan rumah, termasuk berbagai jenis barang seperti kursi, meja, lemari, dan lain sebagainya. Mebel tidak hanya penting untuk kenyamanan dan tatanan rumah, tetapi juga memiliki makna sosial yang mencerminkan status sosial (Suhaety al, 2021).

Salah satu contoh mebel yaitu kerajinan ukiran kayu jepara yang memiliki nilai khusus dengan adanya tambahan ukiran yang menambah nilai produk mebel. Fenomena di kota Kendari dunia usaha permebelan sudah mulai dikesampingkan oleh para konsumennya,

dikarenakan para konsumen cenderung lebih memilih membeli prabotan rumah yang minimalis sehingga membuat produk mebel mulai menurun di pasaran. Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara yang berada di kota kendari masih harus tingkatkan strategi diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing produk kerajinan ukiran kayu jepara.

Keputusan untuk mengembangkan strategi pemasarannya, di mana strategi itu berisi rencana dan kegiatan yang akan membantu dalam merumuskan kebijakan pemasaran dalam rangka menghadapi persaingan usaha, akan berdampak pada keberhasilan perdangan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pemasaran adalah salah satu sarana penting dalam suatu usaha, pemasaran juga menjadi factor pendorong untuk meningkatkan volume penjualan barang dan jasa dalam dunia bisnis sehingga tujuan awal dari sebuah bisnis dapat terealisasi. (Sari, K. N. 2023)

Islam pun juga sudah mengatur konsep pemasaran dalam menjalankan sebuah usaha, didalamnya terdapat berbagai praktek bisnis yang tidak hanya menitikberatkan pada persoalan penjualan produk atau orientasi kinerja penjualan yang berkualitas, memenuhi kebutuhan (need) dan keinginan (want) pelanggan saja, namun juga terdapat proses jalinan komunikasi yang kontinu yaitu proaktif membina rangkaian jaringan bisnis melalui pemasaran produk atau jasa yang dapat berkesan pada pelanggan atau terciptanya loyalitas pelanggan. (Ambarawati Yenni,2021)

Dalam menjalankan sebuah usaha tidak hanya mementingkan urusan dunia yaitu mencari laba sebanyak-banyaknya dan tidak memperdulikan orang-orang yang ada disekitar. Akan tetapi juga harus sesuai prinsip syariah, dengan menerapkan ini akan dapat memberikan ketentraman dan keamanan dalam menjalankan usahanya, serta perusahaan bisa menerapkan strategi pemasaran yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Perusahaan juga harus memiliki strategi pemasaran dalam menjalankan usahanya, baik itu untuk jangka panjang maupun untuk jangka pendek.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Arsy Permatasari Zahara dkk dengan judul Strategi diferensiasi sebagai upaya mewujudkan keunggulan bersaing pada UKM furniture, yang membahas pengaruh strategi diferensiasi sebagai upaya mewujudkan keunggulan bersaing. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu akan memberikan gambaran secara mendalam mengenai strategi diferensiasi produk yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk kerajinan ukiran kayu jepara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi para pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara yang berada di kota kendari dalam menyusun strategi diferensiasi produk yang efektif untuk meningkatkan daya saing produknya. Adapun yang membuat peneliti tertarik meneliti judul ini yaitu terdapat research gap, yakni judul tersebut belum banyak diteliti. Walaupun terdapat penelitian terdahulu dengan menggunakan topik

yang sama, namun demikian terdapat perbedaan tersendiri dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang diperoleh diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Ukiran Kayu Jepara di Kota Kendari”**.

### **1.2. Fokus Penelitian**

Penelitian ini mengambil studi kasus pada pengusaha kerajinan ukiran jepara yang berada di kota kendari salah satunya yaitu usaha Alas Jati Jepara dan Mikhayla Furnitur Jepara, yang meneliti bagaimana pengusaha memanfaatkan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing produk sehingga mendapatkan keuntungan secara maksimal.

### **1.3. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi diferensiasi produk yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam meningkatkan daya saing produk di kota kendari?
2. Bagaimana menganalisis peluang dan ancaman strategi diferensiasi produk kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari menggunakan analisis SWOT?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi diferensiasi produk yang digunakan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk
2. Untuk mengetahui peluang dan ancaman menerapkan strategi diferensiasi produk kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dibedakan menjadi dua yaitu secara praktis dan secara teoritis. Dalam manfaat yang dapat kita ambil terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Secara teoritis

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi para pembaca dan bagi peneliti sendiri untuk menambah pengalaman dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh, terutama dalam strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing.

##### 2. Secara praktis

- a. Bagi peneliti: Memberikan manfaat untuk memperluas gambaran dalam penelitian proposal skripsi. Serta bisa menjadi studi pembandingan dan penunjang dalam penelitian selanjutnya. Dapat menambah wawasan mengenai strategi-

strategi pemasaran salah satunya strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing.

- b. Bagi akademik: menambah informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai masukan yang berharga khususnya untuk pembelajaran ekonomi syariah.
- c. Bagi pengusaha: diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai salah satu informasi tentang bagaimana penerapan strategi diferensiasi produk dalam menjalankan usahanya.

### **1.6. Definisi Operasional**

Untuk memberikan pemahaman yang jelas dari penelitian ini, perlu dijelaskan beberapa definisi operasional sebagai berikut:

#### **1. Strategi Diferensiasi**

Strategi Diferensiasi adalah strategi perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang unik, yang berbeda dengan pesaing. Proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Pembedaan tersebut dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun terhadap produk lain dari produsen produk itu sendiri.

#### **2. Daya Saing**

Daya saing atau keunggulan kompetitif. Keunggulan adalah keadaan yang menunjukkan lebih dari yang lain. Sedangkan kompetitif yaitu kata sifat yang berkaitan dengan kompetisi atau

persaingan. Keunggulan kompetitif yaitu kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk bersaing memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

### 3. Ukiran Kayu Jepara

Ukiran Jepara atau seni ukir Jepara adalah seni ukir khas Indonesia yang berasal dari Jepara Jawa Tengah. Jepara yang terkenal dengan sebutan Kota Ukir, kini berubah menjadi Kota Ukir Dunia. Ukiran ini telah dikenal luas di Indonesia maupun dunia dan telah menjadi bagian dari seni budaya dan ekonomi masyarakat Jepara.

## 1.7. Sistematika Pembahasan

Dalam menyusun sebuah penelitian ini dibagi menjadi 5 bab serta setiap bab memiliki beberapa sub bab, sistematika pembahasan yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang di dalamnya terdiri dari latar belakang masalah yang berisi uraian yang mengarahkan pada masalah dan juga menunjukkan adanya masalah yang dijadikan sebagai objek penelitian. Fokus penelitian didalamnya memuat tentang rincian pernyataan-pernyataan tentang topik-topik inti. Rumusan masalah membuat penjelasan tentang hal-hal yang menimbulkan pertanyaan dan akan dijawab dalam penelitian. Tujuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah dan

**PENDAHULUAN**

dapat memberikan pemahaman mengenai penelitian. Batasan masalah menjelaskan batasan yang akan dibahas dalam penelitian ini dan tidak meluas. Manfaat penelitian menjelaskan mengenai manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Kajian Pustaka di dalamnya memuat tentang penelitian relevan yang mencantumkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh orang lain yang selaras dengan penelitian yang dilakukan. Landasan teori yang memuat ruang lingkup yang berisikan pembahasan-pembahasan mengenai objek penelitian sesuai dengan teori atau konsep yang telah diambil dari beberapa referensi dalam penelitian. Kerangka berpikir yang menguraikan atau menjelaskan hubungan antara satu variabel dan variabel lainnya.

Bab III Metodologi Penelitian yang di dalamnya memuat ruang lingkup penelitian yang berisikan jenis penelitian yang hendak dilakukan bersifat kualitatif pendekatan deskriptif. Menjelaskan gambaran umum tentang metode penelitian yang pembahasannya meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi atau tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan yang di dalamnya hasil dan pembahasan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Strategi

Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Ukiran Kayu Jepara di Kota Kendari.

Bab V Penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang bersifat membangun hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Ukiran Kayu Jepara di Kota Kendari.

