

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota kendari adalah sebuah kota sekaligus ibu kota dan pusat pemerintahan dari Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia. Pada penelitian ini memfokuskan pada dua toko pengusahaan kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari yaitu toko alas jati jepara dan toko mikhayla furniture jepara. Kedua toko tersebut terletak di Kecamatan Baruga yang merupakan salah satu dari sejumlah kecamatan yang ada di kota Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia.

Salah satu toko yang di jadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti yaitu toko alas jati jepara yang berdiri pada tahun 2012 yang didirikan oleh Abdan selaku pemilik toko tersebut, kemudian berawal dari *door to door* seperti marketing sales pada waktu itu yang notabeneanya masih agak minim media sosial. Kendari kota yang kecil dan terhitung rata-rata tetapi potensi dari kekayaan bumi dan tambang itu sangat potensial jadi rata-rata pelanggan tidak hanya berasal dari dalam kota akan tetapi dari luar kota kabupaten di Sulawesi tenggara, asal mula nama alas jati jepara di pilih oleh Abdan dalam mendirikan toko ini karena mudah diingat oleh konsumen. Toko alas jati jepara terletak di Jalan Brigjen Katamso, Kec. Baruga, Kota Kendari.

Sedangkan toko mikhayla furniture jepara yang berdiri pada tahun 2022 yang didirikan oleh Rian Umar, berawal dari melihat pengusaha furniture jepara di Kota Kendari yang masih kurang membuatnya tertarik mendirikan usaha ini, asal mula nama mikhayla di ambil karena merupakan nama anak dari Rian Umar. Toko mikhayla furniture jepara Jalan Brigjen Katamso, Baruga, Kec. Baruga, Kota Kendari.

4.1.2. Strategi Diferensiasi Produk yang Diterapkan oleh Pengusaha Kerajinan Ukiran Kayu Jepara dalam Meningkatkan Daya Saing Produk di Kota Kendari

Sebagaimana telah kita ketahui Kota Kendari yang merupakan pusat pemerintahan provinsi Sulawesi Tenggara. Kota Kendari masih dapat dikatakan kota berkembang, dengan menjadi kota berkembang membuat perekonomian di kota ini mulai meningkat. Dengan adanya pengusaha-pengusaha yang mendirikan usaha di Kota Kendari salah satunya adanya pengusaha industri kerajinan ukiran kayu jepara atau furniture jepara yang menjalankan usahanya di Kota Kendari.

Usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari kurang lebih terdapat tujuh pengusaha, belum banyak pengusaha yang mendirikan usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari. Salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu alas jati jepara dan juga Mikhayla furniture jepara yang menjadi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara yang mendirikan usaha di Kota Kendari.

Penelitian ini berdasarkan keadaan yang terjadi di lapangan yaitu pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari. Peneliti mengambil tema strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing produk kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari. Strategi diferensiasi yang digunakan peneliti untuk menganalisis bagaimana strategi diferensiasi produk meningkatkan daya saing produk kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari. Kemudian membandingkan strategi diferensiasi produk pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari.

Strategi diferensiasi produk merupakan suatu strategi yang digunakan oleh pengusaha untuk menciptakan produk yang unik dan berbeda dengan pesaing sehingga lebih diminati oleh konsumen. Sebuah produsen dapat mendiferensiasikan suatu produk secara fisik seperti konsistensi, keandalan, keawetan, atau bisa diperbaiki. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa suatu produk dapat didiferensiasi melalui bentuk, fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, dan desain.

1. Diferensiasi Produk Melalui Bentuk

Diferensiasi produk melalui bentuk merupakan suatu strategi yang dilakukan produsen dalam menciptakan bentuk produk yang berbeda dengan pesaing. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui bentuk khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara

kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Untuk bentuk pembuatan produk lebih kita cenderung membuat barang yang lebih antik, yang tidak ada model yang pasaran, model yang tidak pada umumnya. Jadi lebih cenderung menjual produk yang bersifat antik tidak sama pada umumnya itu nilainya lebih mahal” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kalau untuk bentuk produk di sini memang terdiri dari macam bentuk seperti meja, kursi, lemari dan lain-lain, sehingga pelanggan lebih tertarik membeli produk kami” (Agus, Wawancara, 24 April 2024)

Sedangkan peneliti juga melakukan wawancara kepada Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara terkait strategi diferensiasi produk melalui bentuk kerajinan ukiran kayu jepara dalam meningkatkan daya saing produk. Di mikhayla furniture jepara tidak ada karyawan berarti adanya triangulasi teknik dari wawancara menjadi observasi sebagai berikut:

“Dalam menciptakan bentuk produk barang-barang yang kami produksi itu sebagian besar bukan model pasaran yang ada, adanya inovasi-inovasi baru para pengrajin menciptakan produk baru yang tentunya modern, dan juga mengambil referensi model produk ukiran luar negeri yang menjadi dasar untuk menciptakan produk baru kita” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

“Yah untuk bentuk produk yang dimiliki oleh toko ini memiliki produk yang modelnya modern dan berbagai macam produk kerajinan ukiran kayu jepara” (Observasi, 2 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui bentuk yaitu toko alas jati jepara dengan menciptakan produk cenderung membuat barang yang lebih antik, yang tidak ada model yang pasaran, model yang tidak pada umumnya. Jadi lebih cenderung menjual produk yang bersifat antik tidak sama pada umumnya itu nilainya lebih mahal. Sedangkan pada toko mikhayla furniture jepara dengan menekankan penggunaan bahan berkualitas bagus, kemudian barang-barang yang di produksi bukan model pasaran, dan mengambil referensi model produk ukiran luar negeri yang menjadi dasar untuk menciptakan produk baru.

2. Diferensiasi Produk Melalui Fitur

Diferensiasi produk melalui fitur adalah salah satu cara untuk melakukan diferensiasi produk dengan menambahkn fitur atau keunggulan khusus pada produk pesaing. Diferensiasi produk melalui fitur bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan keunikan pada produk sehingga lebih menarik bagi konsumen. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari khususnya pada toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui fitur, peneliti telah melakukan wawancara dengan Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Untuk fitur produk kami memiliki ukiran-ukiran yang detail yang indah dan rumit. Para pengrajin dalam malakukan

finishing produk yang halus dan rapi dalam menyelesaikan suatu produk” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kalau untuk fitur yah paling ukiran produk yang bagus, unik, dan rapi yang membuat produk kami beda dengan produk yang lain” (Agus, Wawancara, 24 April 2024)

Selain itu peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui fitur yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara. Di mikhayla furniture jepara tidak ada karyawan berarti adanya triangulasi teknik dari wawancara menjadi observasi sebagai berikut:

“Kalau fitur pada produk kami mempunyai ukiran yang indah dan juga rapi. Produk kami juga dalam melakukan penyelesaian produk sangat memperhatikan hasil dan keindahan produk tersebut” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

“Untuk fitur produk kerajinan ukiran kayu jepara memiliki ukiran yang indah dan rapi serta memberikan keindahan pada produk” (Observasi, 2 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui fitur yaitu toko alas jati jepara dalam membuat produk dengan memiliki ukiran-ukiran yang detail, yang indah, dan rumit, kemudian finishing produk yang halus dan rapi. Sedangkan pada toko mikhayla furniture jepara dengan memiliki

produk yang indah dan rapi, dalam menyelesaikan produk sangat memperhatikan hasil dan keindahan produk tersebut.

3. Diferensiasi Produk Melalui Mutu Kinerja

Diferensiasi produk melalui mutu kinerja merupakan tingkat berlakunya karakteristik dasar produk. Sebagian besar produk dibangun berdasarkan level kinerja yaitu rendah, rata-rata, tinggi, dan unggul. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kinerja khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Produk yang kami produk bersifat handmade atau buatan tangan bukan pabrik. Selalu bisa melayani pemesanan bentuk ukir jenis apapun hanya dengan referensi gambar itu toko lain belum tentu bisa itu perkembangan produk baru yang dilakukan menciptakan ciri khas kebutuhan kalau untuk selesai dari seniman apa saja yang digunakan” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Produk disini merupakan produk buatan tangan bukan buatan mesin, toko ini juga memberika layanan pemesanan produk hanya dengan referensi gambar saja” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui mutu kinerja yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara. Di mikhayla

furniture jepara tidak ada karyawan berarti adanya triangulasi teknik dari wawancara menjadi observasi sebagai berikut:

“Yang pertama itu kita menjual produk jepara yang modern, kemudian model terbaru yang berkualitas baik. Sehingga lebih diminati konsumen” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

“Untuk mutu kinerja di toko ini memang menjual produk-produk yang modern” (Observasi, 2 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui mutu kinerja yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kinerja dengan produk bersifat handmade atau buatan tangan bukan pabrik, selalu bisa melayani pemesanan bentuk ukir jenis apapun hanya dengan referensi gambar itu toko lain belum tentu bisa itu. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kinerja dengan menjual produk jepara yang modern, kemudian model terbaru yang berkualitas baik.

4. Diferensiasi Produk Melalui Mutu Kesesuaian

Diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian merupakan tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi yang dijanjikan. Memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi, standar kualitas, dan harapan konsumen. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian khususnya pada

toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Toko ini menawarkan ee produk baik yang ready maupun khusus dalam artian custom, Nah jadi kalau gambar sesuai dengan keinginan pelanggan tetap kami melayani” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Toko ini selalu memberikan produk pesanan pelanggan yang sesuai dengan produk yang pelanggan pesan” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara. Di mikhayla furniture jepara tidak ada karyawan berarti adanya triangulasi teknik dari wawancara menjadi observasi sebagai berikut:

“Pada toko kami juga melayani pembuatan produk jati jepara beserta multiplek laminasi untuk konsumen yang memesan produk” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

“Yah toko ini dapat memberikan layanan pembuatan produk sesuai minat konsumen” (Observasi, 4 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian produk yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian

dengan menawarkan produk baik yang ready maupun khusus dalam artian custom, jadi kalau gambar sesuai dengan keinginan pelanggan tetap kami melayani. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mutu kesesuaian dengan melayani pembuatan produk jati jepara beserta multiplek laminasi untuk konsumen yang memesan produk.

5. Diferensiasi Produk Melalui Daya Tahan

Diferensiasi produk melalui daya tahan merupakan suatu ketahanan pada suatu produk atau suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat yang merupakan atribut berharga untuk suatu produk tertentu. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui daya tahan khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk daya tahan produk kami menggunakan bahan baku memang sudah ada kualitas kontrolnya seperti pengambilan bahan baku Jati sudah dalam bentuk komponen-komponen jadi, bukan kayu gelondong ya sudah dalam bentuk komponen itu Sudah ada bagiannya kemudian masuk kedua untuk proses pewarnaan dan pembuatan itu sudah ada, terakhir langsung owner. Nah jadi dia komponen dasar proses pembuatan terakhir seperti finishing yang ketiga sudah dalam bentuk jadi terakhir semua nanti di sortir semua kan produksinya bahan Jepara asli ini kan di Kota Jepara setelah di sortir untuk beberapa bagian yang masing-masing

klasikal kaya sesuai dengan tingkat jual dan modelnya yang akan di produksi” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kalau untuk daya tahan produk jelas produk kami mempunyai daya tahan yang bagus karena terbuat dari kayu jati yang berkualitas” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui daya tahan yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk daya tahan produk kami menggunakan bahan baku yang berkualitas dan produksi kita itu di jepara, kita ada suplayer di kota jepara” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui daya tahan yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui daya tahan dengan menggunakan bahan baku memang sudah ada kualitas kontrolnya, untuk proses pewarnaan dan pembuatan itu sudah ada, semua nanti di sortir semua kan produksinya bahan Jepara asli ini kan di Kota Jepara setelah di sortir untuk beberapa bagian yang masing-masing klasikal kaya sesuai dengan tingkat jual dan modelnya yang akan di produksi. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui daya tahan dengan kami menggunakan bahan baku yang berkualitas dan produksi kita itu di jepara, kita ada suplayer di kota jepara.

6. Diferensiasi Produk Melalui Keandalan

Diferensiasi produk melalui keandalan merupakan ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan rusak atau gagal pada periode tertentu dan memiliki keandalan sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Keandalan merujuk pada kemampuan produk untuk berfungsi dengan baik dan konsisten sesuai dengan tujuan penggunaannya. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan melakukan diferensiasi produk melalui keandalan khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Untuk keandalan produk kami yaitu barang yang guna pakai itu digunakan semua barang ini kan digunakan tapi belum tentu diai, nah contohnya beberapa produk guna diai yaitu ranjang, kursi, kemudian yang paling penting adalah upgrade model tipe dan warna terbaru terus dan saya tidak makanya ee meskipun di berbagai media nanti bisa dibilang meskipun di Sulawesi Tenggara ada beberapa titik yang produksi mebel bahkan pengrajinnya datang langsung dari Kota Jepara tetap kalah karena kurang mengupgrade model sementara kami Central Jepara yang itu semacam sudah ada asosiasinya kalau model baru apa upgrednya seperti itu” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Keandalan produk disini yaitu semua produk-produk yang kami jual merupakan produk dengan model yang terbaru” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari

terkait diferensiasi produk melalui keandalan yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk keandalan produk kami tekankan menggunakan bahan berkualitas bagus, kemudian untuk barang- barang yang kami produksi itu yang sebagian besar bukan model pasaran yang ada, ada inovasi-inovasi baru para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang baru tentunya modern. Kami juga melayani multiplek laminasi itu membuat produk kami menjadi keandalan” (Rian, wawancara, 28 Maret 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui keandalan yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui keandalan produk kami yaitu barang yang guna ei contohnya beberapa produk guna pakai yaitu ranjang, kursi, kemudian yang paling penting adalah upgrade model tipe dan warna terbaru terus. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui keandalan dengan produk kami tekankan menggunakan bahan berkualitas bagus, kemudian untuk barang- barang yang kami produksi itu yang sebagian besar bukan model pasaran yang ada, kemudian inovasi-inovasi baru para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang modern. Kami juga melayani multiplek laminasi itu membuat produk kami menjadi keandalan.

7. Diferensiasi Produk Melalui Mudah Diperbaiki

Diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki merupakan ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk tersebut

rusak, yang ukurannya dapat dilihat melalui nilai dan waktu yang diai. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan melakukan diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk mudah diperbaiki produk tergantung model mebel seperti apa yang diminati konsumen. Tetapi sebelum menjual produk kami akan menjelaskan apa saja keunggulan dan cara merawat produk yang akan di beli konsumen” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Untuk mudah diperbaiki produk kami itu tergantung jenis produk yang pelanggan beli, kemudian sebelum pelanggan membeli produk kami juga menjelaskan keunggulan produk tersebut” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara. Di mikhayla furniture jepara tidak ada karyawan berarti adanya triangulasi teknik dari wawancara menjadi observasi sebagai berikut:

“Kalau untuk mudah di perbaiki produk kami pada umumnya agak sulit diperbaiki karena produk ini di buat sedemikian rupa sehingga agak sulit diperbaiki, namun untuk daya tahan produk kami memiliki kualitas itu” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

“Kalau untuk mudah diperbaiki produk di toko ini umumnya sulit diperbaiki karena produk-produknya yang mempunyai bentuk ukiran yang unik” (Observasi, 2 april 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki dengan untuk mudah diperbaiki produk tergantung model mebelnya, kemudian sebelum menjual poduk kami akan menjelaskan apa saja keunggulan dan cara merawat produk. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui mudah diperbaiki dengan produk kami pada umumnya agak sulit diperbaiki karena produk ini di buat sedemikian rupa sehingga agak sulit diperbaiki, namun untuk daya tahan produk kami memiliki kualitas.

8. Diferensiasi Produk Melalui Gaya

Diferensiasi produk melalui gaya merupakan menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk tersebut bagi pelanggan dan menciptakan kekhasan yang sulit ditiru. Diferensiasi produk melalui gaya juga bertujuan menciptakan produk yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui gaya khususnya pada toko alas jati jepara, peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Untuk gaya produk kami biasanya memproduksi produk dengan menggabungkan gaya tradisional dan modern sehingga menghasilkan produk yang memiliki ciri khas tersendiri yang membuat perbedaan dengan produk pesaing dengan itu membuat menarik konsumen” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kalau gaya produk-produk disini ada yang gaya tradisional dan juga ada gaya yang modern yang membuat konsumen tertarik” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui gaya yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk gaya produk kami memproduksi produk dengan gaya modern model terbaru yang berkualitas baik. Sehingga membuat produk kami lebih diminati oleh konsumen” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui gaya diperbaiki yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui gaya dengan biasanya memproduksi produk dengan menggabungkan gaya tradisional dan modern sehingga menghasilkan produk yang memiliki ciri khas tersendiri. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui gaya dengan memproduksi produk dengan gaya modern model terbaru yang berkualitas baik.

9. Diferensiasi Produk Melalui Desain

Diferensiasi produk melalui desain merupakan suatu kualitas produk yang diukur berdasarkan rancangan bangunan produk dan keseluruhan fitur yang memberikan efek bagaimana produk tersebut dilihat, dirasakan, dan digunakan sesuai fungsinya. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam melakukan diferensiasi produk melalui desain khususnya pada toko alas jati jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan Agus selaku karyawan toko alas jati jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk desainnya bersumber dari seniman pemahat, kita lebih cenderung membuat barang yang lebih antik yang tidak ada model yang pasaran, model yang tidak pada umumnya, jadi lebih cenderung menjual produk yang bersifat antik tidak sama pada umumnya itu nilainya lebih mahal. Untuk harga produk disini dari 5 jutaan sampai 20 jutaan keatas” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Untuk desain produk disini kebanyakan dari seniman pemahat yang membuat produk di Jepara” (Agus, Wawancara, 24 April 2024).

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara dengan salah satu pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari terkait diferensiasi produk melalui desain yaitu dengan Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk desain ada inovasi-inovasi baru para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang baru tentunya modern. Produk yang kita menciptakan produk- produk model terbaru dengan mengambil referensi model produk

ukiran luar negeri menjadi dasar untuk menciptakan produk baru kita” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam meningkatkan daya saing produk dengan menggunakan strategi diferensiasi produk melalui desain diperbaiki yaitu toko alas jati jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui desain dengan bersumber dari seniman pemahat yang membuat produk kerajinan ukiran kayu jepara. Sedangkan toko mikhayla furniture jepara dalam melakukan diferensiasi produk melalui desain dengan adanya inovasi-inovasi baru para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang baru tentunya modern. Dengan demikian membuat produk kerajinan ukiran kayu jepara dengan semakin rumit desain ukiran produknya memiliki harga yang cukup tinggi.

Kemudian peneliti juga telah mewawancarai kepada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara terkait peningkatan daya saing produk antara lain:

1. Efisiensi

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan suatu kegiatan dilihat dari seberapa besar sumberdaya yang digunakan untuk mencapai hasil yang di inginkan. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas

jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk penggunaan sumber daya biasanya kita itu menggunakan bahan baku jati yang sudah memiliki kualitas kontrolnya seperti pengambilan bahan baku Jati sudah dalam bentuk komponen-komponen jadi, bukan kayu gelondong agar lebih efisien” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Untuk penggunaan sumber daya kita itu cenderung menggunakan bahan baku yang berkualitas” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024).

2. Efektifitas

Efektifitas merupakan ukuran suatu organisasi dalam mencapai proses kerja yang lebih baik dalam menyelesaikan tugas. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Yaitu dengan memperhatikan tahapan-tahapan dalam membuat suatu produk dan juga membuat SOP untuk tahap produk” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Dengan memperhatikan waktu dan juga bahan baku dalam melakukan produksi produk agar lebih efektif” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024).

3. Uji Produk

Uji produk adalah proses evaluasi sistematis terhadap suatu produk untuk memastikan kualitas dengan spesifikasi yang telah

ditetapkan sebelum dipasarkan atau digunakan oleh konsumen. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk uji produk sebelum dipasarkan biasanya kami mengecek kualitas produk, kesesuaian, keamanan, dan fungsionalitas” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Untuk uji produk sebelum dipasarkan kita cenderung memperhatikan kualitas produk, keamanan, dan fungsionalnya” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024).

4. Memperluas jaringan pemasaran

Memperluas jaringan pemasaran yaitu proses untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas distribusi produk atau jasa suatu perusahaan. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk pemasaran toko ini yah masih dalam lingkup sulawesi saja belum sampai keluar” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Untuk pemasaran kita itu masih dilingkup kendari saja” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024).

5. Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk kepada pelanggan. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Yah untuk pendapatan cukup meningkat dengan menjual produk yang berbeda dengan pesaing” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Untuk pendapatan yang cukup meningkat karena dengan menjual produk yang berbeda dengan pesaing sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024)

6. Inovasi

Inovasi menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan bisa membuat improvisasi terhadap proses dan produk yang tersedia. Pada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari dalam meningkatkan daya saing produk khususnya pada toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara. Peneliti melakukan wawancara kepada Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk inovasi produk bersumber dari seniman pemahat, kita lebih cenderung membuat barang yang lebih antik, tidak ada model yang pasaran, jadi lebih cenderung

menjual produk yang bersifat antik” (Abdan, Wawancara, 5 juli 2024).

“Untuk inovasi-inovasi produk dari para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang baru tentunya modern. Produk yang kita menciptakan produk-produk model terbaru dengan inovasi tersebut” (Rian, Wawancara, 6 juli 2024).

4.1.3. Peluang dan Ancaman Menerapkan Strategi Diferensiasi Produk Kerajinan Ukiran Kayu Jepara di Kota Kendari Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu strategi dalam pengembangan bisnis, di dalamnya terdapat kegiatan yang merumuskan visi dan misi perusahaan, identifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi berdasarkan kekuatan dan kelemahan. Dalam usaha kerajinan ukiran kayu jepara pasti memiliki kekuatan dan kelemahan dalam menghadapi pesaing dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

a) Kekuatan (strength)

Kekuatan merupakan bagian dari faktor-faktor internal perusahaan. Kekuatan juga dapat digunakan perusahaan agar terus mampu untuk bersaing dalam suatu usaha. Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari memiliki kekuatan yaitu:

1. Memiliki produk yang beragam

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari memiliki pilihan produk yang ditawarkan kepada para konsumennya tergolong bervariasi. Selain itu jenis kerajinan yang ditawarkan bervariasi tetapi bentuknya mengikuti jaman tidak terkesan jaman dulu atau lebih modern yang pastinya berkualitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk produk kami memiliki berbagai jenis produk, ada produk guna ai seperti kursi, ranjang, meja makan dan lain-lain. Kemudian ada juga produk yang lain seperti lemari pajangan, mimbar, dan sebagainya” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Untuk produk kita Menjual produk jepara yang modern, model terbaru, dan yang berkualitas baik” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

2. Mengutamakan kualitas bahan baku

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam menciptakan suatu produk kerajinan ukiran kayu jepara sangat memperhatikan bahan baku yang digunakan berkualitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara

dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Untuk produk kami menggunakan bahan baku memang sudah ada kualitas kontrolnya seperti pengambilan bahan baku Jati sudah dalam bentuk komponen-komponen jadi, bukan kayu gelondong” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Produk kami menggunakan bahan baku yang berkualitas dan produksi kita itu di jepara, kita ada suplayer di kota jepara” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

3. Melayani pembuatan sesuai pesanan konsumen

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari selain menciptakan berbagai macam produk kerajinan ukiran kayu jepara, mereka juga memberikan layanan pembuatan produk sesuai pesanan konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Toko ini menawarkan ee produk baik yang ready maupun khusus dalam artian custom, Nah jadi kalau gambar sesuai dengan keinginan pelanggan tetap kami melayani” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Pada toko kami juga melayani pembuatan produk jati jepara beserta multiplek laminasi untuk konsumen yang memesan produk” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

4. Pemasaran melalui media sosial

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari selain memberikan layanan pembuatan sesuai pesanan konsumen, pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari juga melakukan pemasaran melalui media sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Pemasarannya biasanya melalui lebih cenderung sekarang ya untuk tahun 2023 tahun 2024 kita lebih sangtet di media sosial kemudian target untuk pengenalan, kemudian target market itu lebih kena. Selain itu itu sekitar 60% sampai 70%, 30% nya melalui para pelanggan yang sudah puas kemudian memberikan kabar kepada sanak saudara, teman-teman yang lain” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“kita menggunakan pemasaran melalui media sosial, kita mengendorse selebgram yang mempunyai folowers yang banyak, kita membagikan brosure door to door” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

b) Kelemahan (weakness)

Kelemahan merujuk pada kekurangan atau keterbatasan yang ada dalam sumber daya perusahaan, keterampilan, dan kemampuan, yang menjadi hambatan bagi kinerja perusahaan. Unsur kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari memiliki kelemahan yaitu:

1. Lokasi yang jauh dari pusat kota

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara memiliki lokasi yang dapat dikatakan kurang strategis karena terletak jauh dari pusat kota. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau untuk tempat biasanya orang lebih memilih di tengah-tengah kota atau Central jantung kota akan tetapi beberapa pengusaha lain memilih ke pinggiran kota seperti kami memilih kepikiran kota tapi dengan berspekulasi bahwa tingkat sewa tempat itu di tengah kota jauh lebih mahal. Nah kalau kita strateginya untuk di pinggir kota memilih untuk status di pinggir kota Meskipun tidak disentral akan tetapi kita lebih genjot 100% media sosial” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Dengan lokasi yang strategi itu menjadi nilai plus dalam persaingan bisnis dalam meningkatkan penjualan dan sangat berpengaruh, kami memilih lokasi ini karena cukup strategis” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

2. Pembuatan produk yang masih di Jepara

Pengusaha produk kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu toko alas jati jepara dan mikhayla furniture jepara dalam melakukan produksi produk yang masih dilakukan langsung dari jepara sehingga memakan waktu yang cukup lama. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di

Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Produk kami semua handmade kalau ukir kan dia tangan semua ini bukan mesin yang produksinya di jepara. Biasanya hanya kendala di waktu pengiriman karena mengingat jarak tempuh dari Kota Jepara ke Kendari itu membutuhkan kurang lebih 10 hari” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kalau bahan baku dan produksi kita itu di jepara, kita ada suplayer di kota jepara” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

3. Keberlanjutan bahan baku

Masalah keberlanjutan bahan baku sangat mempengaruhi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari, karena ketersediaan bahan baku yang berkualitas tinggi dapat menjadi masalah di masa depan jika tidak dikelola dengan baik.

4. Mulai kurangnya pengrajin jepara

Regenerasi pengrajin dikarenakan kurangnya minat generasi muda untuk menjadi pengrajin ukiran kayu jepara dapat menjadi kelemahan dalam keberlanjutan industri furniture jepara di masa depan.

c) Peluang (opportunity)

Peluang merupakan faktor eksternal atau faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan. Dalam konteks peluang, penting untuk mengidentifikasi karakteristik dan aspek-aspek yang terkait dengan lingkungan atau sektor tertentu yang dapat memberikan potensi kemajuan bagi perusahaan. Peluang ini dapat mencakup perkembangan pasar, tren industri, perubahan dalam preferensi konsumen, teknologi

baru, atau peluang kerjasama yang mungkin memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan tumbuh. Identifikasi peluang ini membantu perusahaan dalam merancang strategi untuk memanfaatkan kondisi eksternal yang positif. Peluang pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk sebagai berikut:

1. Peluang Usaha Terbuka Luas

Untuk peluang pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari masih dapat dikatakan terbuka bagi pengusaha yang ingin membuat usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Kalau peluang usahanya kita lebih cenderung peluangnya kita masih positif bahwa memang satu kategori kota kendari dan sekitarnya lebih cenderung dikategorikan kota berkembang sampai detik ini” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Peluang dalam bisnis jepara ini di kota kendari masih terbuka karena pengusaha furniture jepara masih kurang di kendari” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

2. Memperluas Pasar dengan Media Sosial

Dengan melakukan pemasaran secara online dapat menjadi peluang yang sangat bagus bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam melakukan perluasan pasar yang tidak hanya teru di Kota

Kendari saja. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Pemasarannya biasanya melalui lebih cenderung sekarang ya untuk tahun 2023 tahun 2024 kita lebih di media sosial kemudian target untuk pengenalan, kemudian target market itu lebih kena. Selain itu itu sekitar 60% sampai 70%, 30% nya melalui para pelanggan yang sudah puas kemudian memberikan kabar kepada sanak saudara, teman-teman yang lain” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Kita menggunakan pemasaran melalui media sosial, kita mengendorse selebgram yang mempunyai followers yang banyak, kita membagikan brosure door to door” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

3. Memiliki Produk Berciri Khas

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing produk kerajinan ukira kayu jepara memberikan peluang dengan menciptakan produk yang memiliki kualitas dan meiliki ciri khas tersendiri. Dengan demikian memberikan nilai tambah sehingga produk lebih diminati oleh konsumen.

“Produk yang kami produk bersifat handmade atau buatan tangan bukan pabrik. Selalu bisa melayani pemesanan bentuk ukir jenis apapun hanya dengan referensi gambar itu toko lain belum tentu bisa itu perkembangan produk baru yang dilakukan menciptakan ciri khas kebutuhan kalau untuk selesai dari seniman apa saja yang digunakan” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

d) Ancaman (treath)

Ancaman merujuk kepada faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan dan jika tidak diatasi, dapat menjadi hambatan bagi perusahaan baik dalam waktu sekarang maupun masa depan. Ancaman merupakan gangguan utama terhadap posisi perusahaan saat ini atau posisi yang ingin dicapai di masa depan. Ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk sebagai berikut:

1. Munculnya Pesaing Baru

Untuk ancaman pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dengan munculnya pesaing bagi pengusaha usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pemilik usaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu Abdan selaku pemilik toko alas jati jepara dan juga Rian Umar selaku pemilik toko mikhayla furniture jepara sebagai berikut:

“Ancamannya semakin bertambahnya para kompetitor baru berasal dari luar kota kendari, kompetitor baru juga nambah itu ancamanya. Dulu di kota kendari cuma satu atau dua pengusaha furniture jepara sekarang sudah banyak” (Abdan, Wawancara, 28 Maret 2024).

“Namun ancamanya yang menjadi kompetitor produk-produk furniture menjamur di kota kendari dengan harga yang lebih murah. Artinya segmentasi pasar produk jepara ini berada pada kelas menengah dan menengah atas” (Rian, Wawancara, 4 April 2024).

2. Risiko Peniruan Produk

Risiko peniruan produk ini merupakan salah satu ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara yang akan menjadi alat pesaing untuk melakukan persaingan usaha dengan meniru produk yang diproduksi. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti menemukan bahwa dalam menerapkan strategi diferensiasi produk memiliki ancaman adanya pesaing yang meniru produk yang dipasarkan.

3. Perubahan Selera Konsumen

Perubahan selera konsumen juga menjadi salah satu ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara karena di zaman sekarang kebanyakan konsumen lebih minat terhadap kerajinan yang minimalis dan terbuat dari bahan yang ringan sehingga menjadi ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat kita ketahui bahwa untuk ancaman pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yaitu dengan munculnya pesaing-pesaing baru dan munculnya kompetitor-kompetitor furniture jepara yang baru dengan harga produk yang lebih murah, munculnya risiko peniruan produk, dan perubahan selera konsumen.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Strategi Diferensiasi Produk yang Diterapkan oleh Pengusaha Kerajinan Ukiran Kayu Jepara dalam Meningkatkan Daya Saing Produk di Kota Kendari

Berdasarkan analisis dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti kepada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari, khususnya toko alas jati jepara dan juga toko mikhayla furniture jepara. Dalam melakukan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing produk kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari. Menurut penuturan salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa dalam melakukan proses membuat produk kerajinan ukiran jepara pengusaha biasanya membuat dalam berbagai bentuk model produk yang dijual bukan model pasaran. Keberagaman bentuk produk kerajinan ukiran kayu jepara seperti meja, kursi, lemari, tempat tidur, dan lain sebagainya. Dengan berbagai macam bentuk produk yang dijual memberikan banyak pilihan kepada konsumen dalam membeli produk kerajinan ukiran kayu jepara.

Menurut salah satu narasumber yakni Rian Umar dikatakan dalam menerapkan diferensiasi produk melalui fitur. Produk-produk kerajinan ukiran kayu jepara memiliki berbagai bentuk produk tersebut terdapat fitur tambahan seperti ukiran-ukiran yang detail, indah dan rumit sehingga produk yang dihasilkan memiliki keindahan yang menarik konsumen. Menurut salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan dalam produk kerajinan ukiran kayu jepara terkenal dengan

kualitas bahan bakunya yang memiliki daya tahan, serta pengerjaan yang halus dan detail oleh pra pengrajin terampil, sehingga menjaga standar kualitas yang tinggi ini memberikan diferensiasi produk yang membuat perbedaan dengan produk pesaing.

Menurut salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa dalam diferensiasi produk melalui mutu kinerja bahwa kebanyakan produk yang dijual merupakan produk yang terbuat dari tangan atau handmade bukan buatan mesin, sehingga membuat produk kerajinan ukiran kayu jepara memiliki harga yang cukup tinggi. Kemudian dalam meningkatkan daya saing produk pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari memberikan pelayanan pemesanan produk yang sesuai keinginan konsumen atau *custom* sehingga pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dapat bersaing.

Kemudian menurut salah satu narasumber yakni Rian Umar dikatakan bahwa produk-produk yang kerajinan ukiran kayu jepara memiliki daya tahan menurut karena produk-produk yang dibuat menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas kontrolnya, menggunakan bahan berkualitas bagus, kemudian untuk barang-barang yang di produksi itu yang sebagian besar bukan model pasaran yang ada, inovasi-inovasi baru para pengrajin di sana menciptakan produk-produk yang baru tentunya modern dan menggunakan kayu jati yang merupakan jenis kayu yang kuat.

Menurut salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa keandalan produk-produk kerajinan ukiran kayu jepara biasanya

produk-produk yang guna ai seperti kursi, ranjang, meja dan lain-lain. Kemudian produk-produk yang mudah diperbaiki tergantung jenis model produknya, ada juga produk yang agak sulit diperbaiki. Dalam strategi diferensiasi produk melalui gaya biasanya produk-produk disini memiliki gaya tradisional dan juga gaya modern dengan memadukan gaya tersebut meningkatkan kualitas produk yang ada. Dengan demikian memberikan nilai lebih terhadap produk kerajinan ukiran kayu jepara sehingga lebih diminati konsumen.

Kemudian menurut salah satu nasarasumber yakni Abdan dikatakan bahwa dalam strategi diferensiasi produk melalui desain biasanya desain produk bersumber dari seniman pemahat yang berada di Jepara, sehingga menghasilkan inovasi-inovasi baru dalam membuat produk yang antik dan mempunyai harga yang lebih mahal. Dengan demikian melakukan seluruh strategi diferensiasi produk pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dapat memberikan nilai tambah dalam suatu produknya sehingga membuat produk tersebut mampu bersaing dengan produk pesaing, produk memiliki ciri khas tersendiri, dan membuat konsumen tertarik dengan produk yang dibuat.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller dalam penelitian Rusdian, menyatakan bahwa suatu produk dapat didiferensiasikan melalui beberapa cara yaitu melauai bentuk, melalui fitur, melalui mutu kinerja, melalui mutu kesesuaian, melalui daya tahan, melalui keandalan, melalui mudah diperbaiki, melalui gaya, dan melalui desain. Sehingga dapat membuat produk yang mempunyai ciri

khas tersendiri yang membuat perbedaan produk dengan produk pesaing. (Rusdian,2021)

Kemudian dengan menerapkan strategi diferensiasi produk tersebut membuat pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dapat meningkatkan daya saing produk. Menurut salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa daya saing produk dengan efisiensi penggunaan sumber daya biasanya kita itu menggunakan bahan baku jati yang sudah memiliki kualitas kontrolnya seperti pengambilan bahan baku Jati sudah dalam bentuk komponen-komponen jadi, bukan kayu gelondong agar lebih efisien. Menurut salah satu narasumber yakni Rian Umar dikatakan bahwa dalam meningkatkan daya saing produk dengan efektifitas memperhatikan waktu dan juga bahan baku adalah melakukan produksi produk agar lebih efektif. Sehingga memberikan daya saing bagi produk kerajinan ukiran kayu jepara.

Kemudian menurut salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa dalam meningkatkan daya saing produk dengan uji produk sebelum dipasarkan biasanya kami mengecek kualitas produk, kesesuaian, keamanan, dan fungsionalitas. Kemudian dengan meningkatkan daya saing produk pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari memasarkan produk masih dalam lingkup sulawesi saja. Dengan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing memberikan daya saing bagi produk kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari sehingga meningkatkan pendapatan bagi pengusaha ukiran kayu jepara. Dalam meningkatkan daya saing produk

dengan inovasi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari yang bersumber dari inovasi-inovasi pengrajin jepara dalam membuat suatu produk.

4.2.2. Peluang dan Ancaman dalam Menerapkan Strategi Diferensiasi Produk Kerajinan Ukiran Kayu Jepara di Kota Kendari Menggunakan Analisis SWOT

Berdasarkan analisis dari wawancara yang telah dilakukan kepada pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari, khususnya toko alas jati jepara dan juga toko mikhayla furniture jepara. Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk memiliki kekuatan sehingga dapat digunakan untuk mampu bersaing, menurut penuturan salah satu narasumber bahwa kekuatan dari penerapan strategi diferensiasi produk yaitu memiliki produk yang beragam, produk yang ditawarkan berkualitas, mengutamakan kualitas bahan baku, kemudian memberikan pelayanan pembuatan sesuai pesanan konsumen, dan pemasaran melalui media sosial. Dengan demikian pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara lebih memanfaatkan kekuatan tersebut dalam menerapkan strategi diferensiasi produk sehingga meningkatkan daya saing produk.

Pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari kurang lebih terdiri hanya tujuh pengusaha yang mendirikan usaha kerajinan ukiran kayu jepara. Dalam peluang usaha untuk kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari, menurut penuturan salah satu narasumber yakni Rian Umar dikatakan bahwa peluang usaha kerajinan

ukiran kayu jepara masih terbuka luas di Kota Kendari, karena pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara masih dapat dikatakan sedikit yang berada di Kota Kendari. Dengan demikian memberikan peluang bagi pengusaha yang berminat dalam industri kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari.

Kemudian pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara juga memiliki peluang dalam memperluas pasar melalui media sosial sehingga produk-produk yang dijual tidak hanya teru di Kota Kendari saja melainkan luar Kendari, dan juga pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara memiliki produk yang berciri khas tersendiri. Dengan menerapkan strategi diferensiasi produk memberikan peluang bagi pegusaha dalam menciptakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri. Dengan demikian dalam menerapkan strategi diferensiasi produk kerajinan ukiran kayu jepara dapat memberikan peluang yang besar dalam memberikan nilai tambah produk kerajinan ukiran kayu jepara.

Menurut penuturan salah satu narasumber yakni Abdan dikatakan bahwa pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari khususnya toko alas jati jepara dan mikhayla funiture jepara memiliki kelemahan diantaranya memiliki lokasi yang kurang strategi karena jauh dari pusat Kota Kendari, keberlanjutan bahan baku, dan mulai kurangnya pengrajin jepara. Kemudian dalam proses pembuatan produk yang masih dilakukan di Jepara sehingga menjadi kelemahan dalam pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari dalam

melakukan distribusi produk yang di produksi di Jepara ke Kendari membutuhkan waktu yang cukup lama. Sehingga membuat pengusaha harus meminimalisir kelemahan yang dimiliki tersebut.

Menurut penuturan salah satu narasumber yakni Rian Umar dikatakan bahwa ancaman pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yakni munculnya pesaing baru atau kompetitor baru yang menjual produk dengan harga yang lebih murah dan juga adanya pengusaha furniture yang membuat produk yang minimalis dengan bahan yang praktis sehingga menjadi ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari.

Kemudian adanya risiko peniruan produk yang dilakukan pesaing yang dapat memberikan ancaman bagi pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara sehingga pesaing dapat menjual produk yang sejenis, dan munculnya perubahan selera konsumen terhadap produk kerajinan ukiran kayu jepara di Kota Kendari yang dimana konsumen lebih memilih produk yang minimalis atau yang produk yang terbuat dari bahan yang lain seperti plastik. Dengan demikian dapat memberikan ancaman terhadap pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara dalam menerapkan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing produk.

Berikut ini adalah ringkasan dari hasil analisis SWOT:

1. Strategi Strength Opportunity (SO)

Strategi SO didasarkan pada penilaian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kekuatan yang dimanfaatkan untuk mengambil peluang yang seoptimal mungkin. Strategi SO yang dapat digunakan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari adalah pengusaha menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dengan melayani pembuatan sesuai pesanan konsumen. Dengan menjaga hubungan baik dengan konsumen pengusaha dapat memperluas pemasaran produk baik dengan media sosial maupun tidak.

Kemudian pengusaha memberikan penawaran produk yang beragam sehingga menarik konsumen untuk membeli produk kerajinan ukiran kayu jepara. Mempertahankan serta terus mengutamakan kualitas bahan baku produk kerajinan ukiran kayu jepara sehingga dapat menghasilkan yang berkualitas yang membuat minat konsumen dalam membeli produk kerajinan ukiran kayu jepara meningkat.

2. Strategi Weakness Opportunity (WO)

Strategi WO yaitu strategi mengharuskan perusahaan untuk memanfaatkan peluang dengan cara mengatasi kelemahan yang dimiliki. Strategi WO yang dapat digunakan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari adalah dengan memperhatikan keberlanjutan bahan baku produk, sehingga dengan memperhatikan keberlanjutan bahan baku produk dapat membuat pengusaha memiliki produk yang berciri khas tersendiri yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Jika perusahaan memiliki keterbatasan lokasi yang kurang strategis dikarenakan jauh dari pusat kota, pengusaha dapat memanfaatkan media sosial dalam memperluas pemasaran produk kerajinan kiran kayu jepara di kota kendari. Kemudian pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara memiliki keterbatasan dalam memproduksi produk dikarenakan pembuatan produk yang masih berada di jepara. Pengusaha dapat mendatangkan langsung pengrajin ukiran kayu jepara di kota kendari.

3. Strategi Weakness Threats (WT)

Strategi WT didasarkan upaya perusahaan untuk menghindari ancaman dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Strategi WT yang dapat digunakan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari adalah dengan adanya ancaman berupa risiko peniruan produk, pengusaha harus lebih meningkatkan diferensiasi produk. Kemudian dengan adanya perubahan selera konsumen terhadap kerajinan ukiran kayu jepara, pengusaha dapat meningkatkan promosi dan juga diskon terhadap konsumen.

Kemudian pengusaha ukiran kayu jepara memiliki ancaman dengan munculnya pesaing baru, pengusaha dapat lebih mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas produk dan juga diferensiasi produk sehingga produk kerajinan ukiran kayu jepara memiliki daya saing yang membuat produk ukiran kayu jepara dapat bersaing dengan produk pesaing.

4. Strategi Strength Threats (ST)

Strategi ST adalah strategi mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk melindungi perusahaan dari ancaman yang ada. Strategi ST yang dapat digunakan pengusaha kerajinan ukiran kayu jepara di kota kendari adalah dengan pengusaha memiliki ancaman munculnya pesaing baru, pengusaha dapat lebih mengutamakan kualitas bahan baku produk sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki daya saing.

Kemudian pengusaha dalam menghadapi ancaman perubahan selera konsumen, pengusaha dapat meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan juga memberikan pelayanan pembuatan produk yang sesuai dengan pesanan konsumen yang akan membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk ukiran kayu jepara. Jika pengusaha menghadapi ancaman berupa risiko peniruan produk, pengusaha dapat memproduksi produk-produk yang beragam dengan adanya diferensiasi produk membuat pesaing akan kesulitan dalam meniru produk ukiran kayu jepara.