



BAURAN PEMASARAN KEBEN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA UD. BOKOR ROTAN INDAH DI BALI

Wiryawan Suputra Gumi, Gusti Ayu Mahanavami, Ni Ketut Rai Arni^{1,2,3}
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Handayani, Denpasar^{1,2,3}
mahanavami09@yahoo.co.id

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

Keywords:

Bauran Pemasaran;

Distribusi; Harga; Produk
dan Promosi.

Abstrak

Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi keen pada Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah di Desa penarungan Kabupaten Badung. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah dari segi produk UD. Bokor Rotan Indah memproduksi 11 jenis keen. Harga keen bervariasi sesuai dengan bahan baku dan ukurannya. UD. Bokor Indah Rotan melakukan 2 jenis saluran distribusi yaitu distribusi langsung dan distribusi model satu perantara. Dari segi promosi UD. Bokor Indah Rotan melakukan penjualan direct selling atau penjualan langsung juga beriklan melalui media internet, bisnis online dan pameran.

MARKETING MIX KEBEN ON HOUSEHOLD INDUSTRY UD. BOKOR ROTAN INDAH IN BALI

Keywords:

JEL Classification:

M31, M37

Abstract

The purpose of the study is to describe the application of marketing mix consisting of product, price, distribution channel and promotion of keben on Household Industry UD. Bokor Rotan Indah in the village penarungan Badung regency. Data collection was done by observation and interview. Data analysis in this research using descriptive qualitative method. The result of this research is in terms of UD product. Bokor Rotan Indah produces 11 types of keben. The price of keben varies according to the raw material and its size. UD. Bokor Indah Rotan performs 2 types of distribution channels namely direct distribution and distribution of one intermediary model. In terms of UD promotion. Bokor Indah Rotan direct selling or direct selling also advertise through internet media, online business and exhibition.

mahanavami09@yahoo.co.id

ISSN

2086-0668 (cetak)

2337-5434 (online)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia (Tyas, 2015). UMKM di Indonesia telah terbukti mampu bertahan dari guncangan ekonomi dan menjadi penyelamat bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun 1997 dan krisis global 2008. Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia (Tyas, 2015).

Meski secara kuantitas sangat besar dan menyerap banyak tenaga kerja, pangsa dalam pendapatan nasional masih sekitar 57%. Di Indonesia, UMKM hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan. Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antar sektor atau perusahaan pada sektor yang sama. Namun ada sejumlah permasalahan yang umum dihadapi oleh semua UMKM, salah satunya adalah usaha pemasaran.

Bamboo waeving basket atau *box* anyaman dari bambu yang di Bali umumnya disebut sebagai *Sokasi*, *Sok* atau *Keben* sedangkan di luar Bali sering juga disebut sebagai *Besek*. *Sokasi/keben* sangat populer penggunaannya di Bali. Bisa digunakan sebagai tempat/wadah apa saja. Namun di Bali, *Sokasi/keben* sekarang paling banyak digunakan sebagai tempat *banten/sesajian* saat upacara agama.

Saat ini produksi *keben* di Desa Penarungan dipasarkan untuk memenu-

hi pasar lokal dan dipasarkan ke luar daerah atau luar negeri. Karena *keben* selalu dipergunakan dalam berbagai kegiatan di masyarakat, mulai upacara adat maupun agama maka *keben* tidak sepi peminat. Tentu saja permintaan *keben* mempengaruhi penjualan *keben*. Penjualan *keben* pada Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah di Desa Penarungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa penjualan *keben* pada Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah mengalami penurunan selama 3 tahun terakhir. Penurunan penjualan *keben* pada Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah disebabkan oleh banyak kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasarannya seperti desain produk, penawaran harga produk, penerapan promosi dan distribusi. Dengan adanya penelitian mengenai analisis pemasaran 4p yaitu *product, price, promotion, place* maka akan mengetahui penerapan bauran pemasaran *keben* pada Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah di Desa Penarungan Kabupaten Badung, Bali.

METODE

Subyek penelitian adalah Industri Rumah Tangga UD. Bokor Rotan Indah di Desa Penarungan Kabupaten Badung, Bali. Data dalam penelitian ini yaitu data kualitatif meliputi keterangan dari berbagai sumber mengenai *keben* dan data kuantitatif yaitu harga produk dan penjualan *keben*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

data primer. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dari pemilik Industri Rumah Tangga Bokor Rotan Indah menyangkut penerapan bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) *keben*. Teknik pengumpulan data yaitu: observasi, dan wawancara. Untuk memecahkan permasalahan yang akan dibahas, semua data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis kualitatif. Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *deskriptif*. Sugiyono (2012:89) menyebutkan bahwa metode penelitian deskriptif digunakan untuk berupaya memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang. Dilakukan dengan langkah-langkah pengumpulan klasifikasi dan analisis/pengolahan data serta membuat kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk

Jenis *keben* berbahan baku anyaman bambu, terdiri dari: (1) *Keben/Sokasi* Bulat, bahan anyaman bamboo yang diberikan warna dan diberikan motif bunga-bunga atau motif Tapuk Manggis atau Nagasari. *Keben/Sokasi* Bulat yang besar biasanya biasanya berdiameter 32 cm, sedangkan yang menengah berdiameter 25 cm. *Keben/Sokasi* mempunyai berbagai corak warna merah, hijau, kuning atau kombinasi; (2) *Keben/Sokasi* Kotak, adalah jenis *keben* yang paling diminati oleh masyarakat karena *Keben/Sokasi* pada dasarnya adalah berbentuk kotak tetapi

karena berkembangnya kreatifitas penge-
rajin, saat ini sangat banyak jenis dan bentuk *Keben/Sokasi*. *Keben/Sokasi* jenis ini mempunyai berbagai macam motif yaitu Motif Tapuk Manggis, Motif Nagasari, Motif Patre, dan Motif Pis Bolong. Warna juga sangat bervariasi tergantung permintaan dari konsumen. Ukuran sokasi Kotak biasanya 25 x 25 cm.

Jenis *Keben* berbahan Baku *Ata*, terdiri dari: (1) *Keben/Sokasi* Motif Rang Rang, motif Rang Rang ini sebenarnya adalah motif kain tenun tradisional yang sudah turun temurun tersimpan di daerah tertentu di bagian Indonesia Tengah. Tepatnya berada di Nusa Penida Bali yang sekaligus berbatasan dengan Nusa Tenggara. Motif Rang-Rang ini konon memiliki arti jarang-jarang atau berlubang, maksudnya jarang-jarang adalah motif antara warna yang satu dengan yang lain berjauhan. Sedangkan berlubang maksudnya adalah jumlah benang yang digunakan pun lebih sedikit sehingga terkesan lebih renggang atau jarang-jarang (bolong-bolong). Ukuran *Keben/Sokasi* Motif rang rang adalah 30 x 30 Cm; (2) *Keben/Sokasi* Motif Bunga, menampilkan gambaran bunga yang berada di sisi dan diatas *keben*. Dengan pola dan warna yang menarik memberikan kesan artistik pada *keben* motif bunga ini. Ukuran *Keben/Sokasi* Motif kerang putih/ kerang hitam adalah 30 x 30 Cm.

Harga

Adapun harga *keben* pada UD. Bokor Rotan Indah dapat dilihat pada Tabel 1, sebagai berikut.

Tabel 1. Harga Keben pada UD. Bokor Rotan Indah

No	Nama Sokasi	Bahan Baku	Ukuran	Harga Eceran	Harga Distributor
1	Sokasi Bulat	Bambu	32 Cm	Rp. 120.000 - 125.000	Rp. 115.000 - 120.000
2	Sokasi Set Isi 4	Bambu	40 x 40 Cm (4 x 18 cm)	Rp. 155.000 - 160.000	Rp. 140.000 - 150.000
3	Sokasi Kotak	Bambu	25 x 25 Cm	Rp. 95.000 - 105.000	Rp. 85.000 - 90.000
4	Sokasi Motif Songket	Bambu	25 x 25 Cm	Rp. 55.000 - 60.000	Rp. 45.000 - 50.000
5	Sokasi Mini	Bambu	8 x 8 Cm	Rp. 8.000 - 9.000	Rp. 7.500 - 8.000
6	Sokasi Motif Wayang	Fiber	26 x 28 Cm	Rp. 200.000 - 225.000	Rp. 195.000 - 200.000
7	Sokasi Motif Prada Natural	Fiber	26 x 28 Cm	Rp. 200.000 - 225.000	Rp. 195.000 - 200.000
8	Sokasi Motif Ukir Bali	Fiber	35 x 35 Cm	Rp. 245.000 - 250.000	Rp. 225.000 - 240.000
9	Sokasi Motif Kerang Putih/ Hitam	Fiber	26 x 28 Cm	Rp. 285.000 - 300.000	Rp. 275.000 - 285.000
10	Sokasi Ata Motif Rang-rang	Ata	30 x 30 Cm	Rp. 165.000 - 175.000	Rp. 160.000 - 170.000
11	Sokasi Ata Motif Bunga	Ata	30 x 30 Cm	Rp. 165.000 - 175.000	Rp. 160.000 - 170.000

Sumber: UD. Bokor Rotan Indah

Saluran Distribusi

Lokasi UD. Bokor Rotan Indah berada di pinggir jalan sehingga sangat memudahkan konsumen untuk menjangkau-nya. Distribusi yang dilakukan UD. Bokor Rotan Indah ini menggunakan model distribusi langsung dan distribusi model satu perantara.

Promosi

Promosi sebagai sarana informasi kepada masyarakat/konsumen tentang hasil produksi yang ada di industri rumah tangga UD. Bokor Rotan Indah ini secara *mouth to mouth* (mulut ke mulut) dan cara ini dirasakan cukup akurat. Tetapi dalam penjangkauan konsumen dapat memperoleh jumlah yang besar, cara ini harus dikombinasikan dengan cara pro-

mosi modern. Salah satu cara promosi yaitu dengan menggunakan kepercayaan yang dibangun melalui jaringan (*link*) yang dimiliki di luar wilayah kota Desa Penarungan dan menjadi produsen bagi toko-toko kerajinan yang ada di Desa Penarungan, Abiansemai dan pasar-pasar tradisional di wilayah Kabupaten Badung, Gianyar dan Denpasar seperti Pasar Seni Sukawati, Pasar Badung, Pasar Kreneng dan sekitarnya. UD. Bokor Rotan Indah bekerjasama dengan para agen penjualan. Beberapa alternatif berikut: (1) Internet, untuk mempromosikan produk kepada masyarakat luas sehingga produknya lebih dikenal oleh konsumen, tanpa konsumen datang langsung ke UD. Bokor Rotan Indah; (2) *Bisnis Online* dari para agen yang

berjualan melalui akun pribadi (*facebook*) dan *website/blog* dimana pembelian dan pembayaran dilakukan dengan jalur *online* dan pengiriman barang dilakukan lewat pos; (3) Pameran, ikut berpartisipasi dalam berbagai acara pameran, seperti Pesta Kesenian Bali.

Hasil penelitian Luthfi dan Hapsari (2017) menunjukkan produk, harga, promosi, lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli rumah di Perumahan Green Tegal Gede Residence Jember. Penelitian yang dilakukan oleh Kaerunnisa Tri. D (2010) yang menyertakan proses pembuatan keripik buah sampai menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Akan tetapi kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak memberikan kesempatan bagi konsumen untuk turut dijadikan responden dalam penelitian untuk menanggapi produk keripik buah yang selama ini diproduksi. Konsumen sangat penting untuk dijadikan responden karena konsumen dapat menilai secara obyektif kelemahan dan kelebihan dari suatu produk.

Penetapan harga produk dalam penelitian ini tidak diperhitungkan sesuai dengan perhitungan harga pokok penjualan secara matematis, tetapi dihitung hanya berdasarkan biaya-biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk. Harga juga didasarkan dari harga persaingan dan kemampuan pelanggan dalam membeli produk. Penelitian lainnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Kaerunnisa

Tri. D (2010) dan Aji (2009) yang hanya mencantumkan harga penjualan tanpa menghitung harga pokok produksi sehingga tidak diketahui secara pasti berapa keuntungan produsen dalam penjualan.

Saluran distribusi, dalam penelitian ini menggunakan saluran distribusi satu tingkat yaitu langsung kepada konsumen dan juga melakukan distribusi dua tingkat yaitu melalui agen. Agen akan menjual produk *keben* melalui toko yang dimiliki oleh agen dan juga melalui penjualan *online* melalui internet. Cara ini dirasa mudah karena penjualan yang banyak menggunakan agen menjadikan harga *keben* menjadi lebih mahal sampai ke tangan konsumen. Penelitian terdahulu juga demikian dimana tidak terlalu banyak saluran distribusi yang dimanfaatkan karena berbagai sebab. Aji (2009) tidak memakai saluran distribusi (atau penjualan langsung) karena produknya adalah roti yang merupakan produk yang tidak tahan lama sehingga harus didistribusikan secara cepat ke tangan konsumen, Kaerunnisa Tri. D (2010) pun juga menjual kripiknya secara langsung kepada konsumen dan hanya memilih agen-agen tertentu dalam menjual keripiknya untuk dapat mempertahankan kualitasnya. UD. Bokor Rotan Indah menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam hal produk, UD. Bokor Rotan Indah memproduksi 11 jenis *keben*

yang terdiri dari 5 jenis *keben* berbahan baku anyaman bambu, 4 jenis *keben* berbahan *fiber* dan 2 jenis *keben* berbahan *ata*; Harga *keben* bervariasi sesuai dengan bahan baku dan ukurannya. *Kebe*n yang berbahan dasar anyaman bambu dan *Ata* harganya lebih murah dibandingkan *kebe*n berbahan dasar *fiber*. Harga yang ditetapkan terdiri dari dua harga yaitu harga eceran dan harga distributor; melakukan 2 jenis saluran distribusi yaitu distribusi langsung dan distribusi model satu perantara; promosi yang dilakukan adalah dengan melakukan penjualan *direct selling* atau penjualan langsung, selain itu juga beriklan melalui media internet, bisnis *online* dan pameran.

Saran yang diberikan untuk dapat mengembangkan implementasi bauran pemasaran *keben* pada UD. Bokor Rotan Indah adalah sebagai berikut: (1) Usaha kerajinan *keben* saat ini hanya sebatas produksi dan penjualan, disarankan untuk masa yang akan datang UD. Bokor Rotan Indah dapat mempromosikan usahanya melalui usaha ganda, misalnya selain memproduksi dan menjual juga dapat memberikan pelatihan pembuatan *keben* kepada para wisatawan yang tertarik mengenai kebudayaan Bali. Untuk lebih meningkatkan penjualan maka UD. Bokor Rotan Indah lebih banyak melakukan pameran-pameran dan promosi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Bagus Purnomo. 2009. Penerapan Bauran Pemasaran Dalam

Meningkatkan Volume Penjualan Produk Roti pada Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kaerunnisa Tri. D. 2010. Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kripik Buah Pada Industri Rumah Tangga Rona Kota Batu-Malang. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Luthfi, Adhiimsyah & Hapsari, Septin Ayu. 2017. *Analisis pengaruh bauran pemasaran dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan green tegal gede residence*. Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017) – Jember, 27-28 Oktober 2017.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tyas, Ari Anggrani Winadi Prasetyoning dan Vita Intan Safitri. 2015. Penguatan Sektor UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015. *Jurnal Ekonomi Volume 5 Nomor 1*. PP : 42-48

