

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Perusahaan

UWITAN Wooden Craft merupakan *brand* lokal Indonesia yang tumbuh di Yogyakarta sejak 2015. Perusahaan yang bergerak di bidang furniture dan perabot rumah berbahan kayu ini, konsisten menggunakan kayu solid bersertifikat “*Indonesian Legal Wood*” pada setiap produknya. Melalui tangan terampil para perajin kayu lokal profesional, kualitas dan keunikan menjadi fokus utama yang terus dijaga.

Desain unik yang diciptakan oleh Uwitan membawa kekhasan pada setiap produknya. Dengan mengutamakan nilai guna dan nilai estetika, produk Uwitan dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan melalui bentuknya yang minimalis. Produk khas Uwitan Wooden Craft yang tidak mengikuti tren tertentu, membuatnya tidak termakan oleh jaman. Hal tersebut juga didukung dengan penggunaan material terbaik pada proses pengerjaannya.

Terinspirasi dari metode merapikan rumah milik Marie Kondo, Uwitan sangat mendukung dalam mewujudkan isi rumah impian anda selama ini. Uwitan percaya bahwa cerita-cerita di rumah akan terus terangkai seiring dengan produk-produk Uwitan yang merangkai rumah tersebut.

3.1.2 Visi dan Misi

Seiring dengan perkembangan industri furnitur, tentunya Uwitan Wooden Craft memiliki sebuah visi dan misi. Hal ini digunakan sebagai pedoman agar tercapainya tujuan perusahaan. Uwitan Wooden Craft memiliki visi dan misi yang sudah diberlakukan sejak 2015 yaitu:

VISI:

“Menjadi Industri Furniture Minimalis yang Profesional dan Menghasilkan Produk Furniture Bernilai Tinggi”

MISI:

- a. Mengembangkan Industri Furnitur dengan Nuansa Minimalis.
- b. Menghasilkan Produk Furniture Berkualitas Ekspor.
- c. Menggunakan Bahan Baku Kayu Pinus Berkualitas.

3.1.3 Logo Perusahaan

Sejak tahun 2015 Uwitan memiliki logo sebagai lambang dari perusahaan tersebut. Logo Uwitan Wooden Craft dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Sumber: Dokumen Uwitan

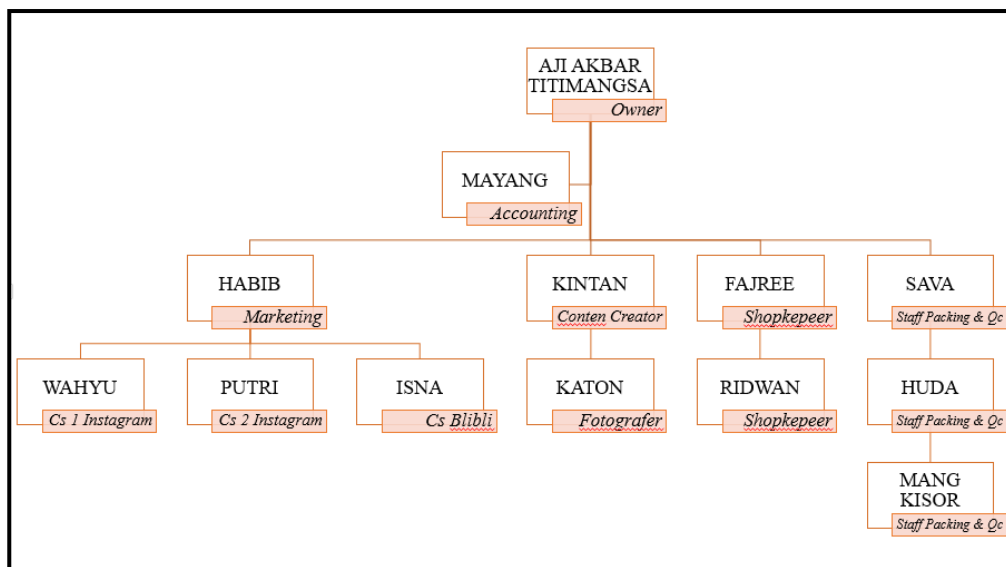
Gambar 3.1 Logo Uwitan

3.1.4 Lokasi Uwitan Wooden Craft

Lokasi Toko Uwitan Wooden Craft berada di Jalan Monjali No. 134, Kutu Dukuh, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi di Yogyakarta karena Yogyakarta merupakan kota kerajinan dan seni.

3.1.5 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan operasional perusahaan, struktur organisasi sangatlah diperlukan. Struktur organisasi ini merupakan sunan dan hubungan antar tiap tom serta posisi dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut bagan struktur organisasi Uwitan Wooden Craft dapat dilihat pada Gambar 3.2



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Uwitan Wooden Craft

3.1.6 Tugas dan wewenang

Dalam mencapai tujuan perusahaan setiap individu harus memahami apa saja yang menjadi tugas dan wewenangnya sehingga organisasi dapat berjalan dengan baik. Rincian tugas dan wewenang lingkup kerja dapat dilihat pada table 3.1:

Tabel 3. 1 Tugas dan Wewenang Karyawan Uwitan Wooden Craft

NO	Jabatan	Tugas dan Wewenang
1	<i>Owner</i>	a. Mengkoordinasi pencapaian visi, misi dan strategi perusahaan, b. Merumuskan kebijakan strategis dan pengendalian perusahaan serta kebijakan di bidang keuangan, pemasaran, produksi & SDM, c. Membangun citra positif di lingkungan <i>stake holder</i> .
2	<i>Accounting</i>	Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan, menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan, menyusun dan membuat anggaran pengeluaran perusahaan secara periodik, menyusun dan membuat anggaran pendapatan perusahaan secara periodik, melakukan rekap gaji karyawan.
3	<i>Marketing</i>	Mengkoordinasikan strategi pemasaran kepada admin dan <i>shopkeeper</i> , memberikan informasi

		mengenai produk baru, bertanggung jawab atas semua keluhan dan komplain yang belum tertangani, menyusun database konsumen, melakukan <i>maintenance</i> web dan <i>market place</i> .
4	<i>Customer Service</i>	Menerima dan merespon <i>chat</i> pesanan masuk pada <i>whatsapp</i> dan <i>market place</i> , menjalin komunikasi yang berkesinambungan dengan konsumen, memastikan bahwa barang pesanan sudah dikirim dan memberikan nomor resi kepada konsumen, mengedukasi konsumen apabila mengalami kesusahaan, mendengarkan keluhan konsumen dan memberikan solusi untuk konsumen, layanan <i>customer service</i> dengan merespon komentar dan menjawab pertanyaan, siap menghadapi komplain dari konsumen dan memberikan solusinya, menyusun rekap penjualan <i>online</i> .
5	<i>Shopkeeper</i>	Menerima telepon/pesan dan menjawab pertanyaan konsumen melalui tablet yang sudah disediakan di toko, menyapa dan menyambut kedatangan konsumen dengan ramah dan sopan, memberikan informasi produk kepada konsumen, menerima surat atau

		informasi yang masuk untuk diteruskan ke <i>owner</i> , memberikan pelayanan kepada konsumen secara bijak, cepat dan tanggap, menjaga keamanan dan kebersihan area toko, menangani setiap keluhan konsumen dengan cara memberikan solusi yang terbaik, menyusun transaksi penjualan pada toko, menata <i>display</i> produk - produk yang dijual di toko.
6	<i>Content Creator</i>	Membuat konten untuk media sosial, membuat jadwal <i>update</i> Instagram, merespons komentar serta <i>chat</i> yang masuk pada Instagram, meng- <i>update</i> informasi terbaru yang berkaitan dengan produk di media sosial, rutin mengecek dan melakukan perbaikan konten.
7	<i>Fotografer</i>	Membuat jadwal foto produk, mengupload foto di <i>Google Drive</i> , mengedit foto dan video.
8	<i>Staff Packing</i>	Melakukan <i>quality control</i> sebelum barang dipacking, mempacking barang sesuai dengan standar keamanan, memberikan label pengiriman pada kemasan, mengirim barang pesanan sesuai ekspedisi yang sudah ditetapkan pada pesanan.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Strategi *Marketing Mix* (4P)

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan unsur terpenting dalam proses *marketing mix*. Strategi produk yang efektif akan menempatkan Uwitan Wooden Craft kedalam posisi bersaing yang lebih unggul dibandingkan para pesaing lainnya.

Hal tersebut dapat terjadi apabila strategi produk yang baik dan efektif dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Dalam hal ini Uwitan Wooden Craft menerapkan beberapa strategi dalam menghadapi para pesaing, yaitu:

a. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh Uwitan Wooden Craft merupakan kayu pinus pilihan yang berkualitas baik dan ramah lingkungan. kayu Pinus digunakan sebagai material utama yang digunakan pada produk-produk Uwitan Wooden Craft. Kayu pinus memiliki keunggulan dibandingkan kayu lainnya. Kelebihannya yaitu, selain harganya yang relatif lebih murah dibanding kayu Jati, kayu Pinus berwarna coklat muda atau terang sehingga dengan finishing warna natural saja sudah terlihat *glowing*. Kelebihan lain kayu pinus yaitu, anti rayap dan tekstur kayu yang cenderung lunak sehingga mudah dibentuk. Namun tekstur kayu yang lunak tersebut juga membawa kelemahan tersendiri bagi furnitur ini. Jika dikirim jarak jauh, perlu dikemas menggunakan *pallet* kayu agar tidak mudah terkena benturan. Hal ini dilakukan karena Uwitan Wooden Craft tidak ingin bila nantinnnya ada

komplain dari pembeli tentang produk yang telah diproduksi oleh Uwitan Wooden Craft dan hal tersebut nantinya dapat merugikan perusahaan.



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.3 Bahan Baku Produk

b. Inovasi Produk

Uwitan Wooden Craft menciptakan strategi inovasi produk dengan membuat desain produk baru beserta varian-variannya dalam satu bulan sekali dan Uwitan Wooden Craft juga menerima desain baru (*custom design*) sesuai dengan permintaan pembeli. Inovasi produk ini dilakukan Uwitan Wooden Craft dengan tujuan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi dan juga untuk meningkatkan volume penjualan yang nantinya akan menambah keuntungan yang diperoleh perusahaan.

c. Jenis Produk dari Uwitan Wooden Craft

Produk yang dihasilkan oleh Uwitan Wooden Craft sangat bervariasi yaitu, *framebed*, lemari, kursi, meja, sofa, cermin dan berbagai macam produk lainnya. Uwitan Wooden Craft juga melayani pesanan-pesanan

dengan *customize* desain sesuai keinginan konsumen. Adapun beberapa produk yang diproduksi oleh Uwitan Wooden Craft antara lain:



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.4 Dressing Table S



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.5 Salami Mirror



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.6 Simple Credenza



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.7 Bako Arm Chair

2. *Price* (Harga)

Harga jual merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat memproduksi suatu barang maupun jasa ditambah dengan presentase laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai laba yang diinginkan maka salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk setiap produknya. Harga juga merupakan unsur yang kritis dalam *marketing mix* karena dengan

adanya harga maka terjadilah transaksi jual beli dimana terdapat pertukaran uang dan produk atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

a. Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga jual Uwitan Wooden Craft berharap harga yang diberikan dapat terjangkau oleh pembeli. Dalam hal ini penetapan harga dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh Uwitan Wooden Craft dapat diterima oleh konsumen. Harga jual yang ditetapkan Uwitan Wooden Craft dipengaruhi dari jumlah biaya pengeluaran bahan baku dan biaya produksi. Dalam menetapkan harga jual produknya Uwitan Wooden Craft memiliki tujuan yaitu untuk mencegah adanya pesaing lainnya yang ikut masuk dalam persaingan serta mempertahankan loyalitas konsumen untuk menggunakan ulang produk dari Uwitan Wooden Craft.

b. Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga

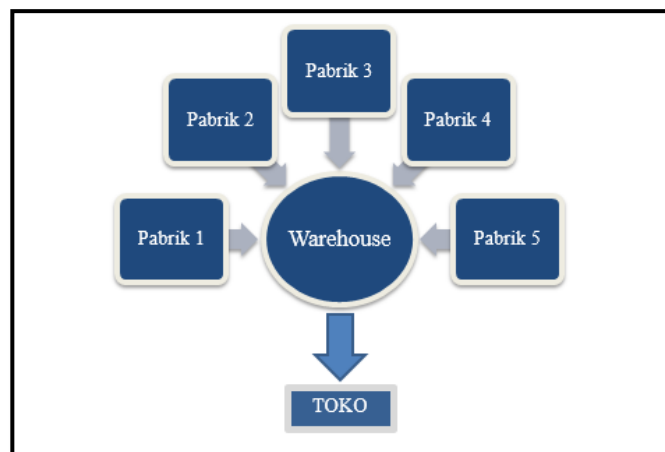
Penetapan harga jual yang dilakukan oleh Uwitan Wooden Craft dipengaruhi beberapa faktor seperti, tingkat kerumitan desain, kombinasi material dan semakin besar ukuran yang diminta maka semakin tinggi juga harga furnitur tersebut.

3. *Place* (Tempat, Saluran Distribusi)

Saluran distribusi merupakan kegiatan yang sangat utama dalam perdagangan, distribusi merupakan kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Uwitan Wooden Craft mendistribusikan produknya dari pabrik yang berada Di Tegal,

Banyumas, Pekalongan, Cirebon, dan Pematang menggunakan truk perusahaan yang kemudian dikirim ke *warehouse* (tempat penyimpanan *stock*) yang berada di Jl. A.M Sangaji. Setelah produk sampai di *warehouse*, produk kembali di cek kualitasnya dan kemudian di antar ke toko untuk dipasarkan.

Lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota Yogyakarta dan tempat yang nyaman merupakan unsur penting yang diharapkan konsumen setiap melakukan transaksi jual beli. Uwitan Wooden Craft berlokasi di Jl. Monjali No.134, Kutu Dukuh, Sinduadi, Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55284. Buka pada hari Senin sampai dengan Minggu jam 09.00 – 21.00 WIB. Keberadaan toko yang cukup strategis, mudah dijangkau, banyak dilalui kendaraan, dan didukung dengan keberadaan toko yang berada di jalur utama sehingga banyak orang yang lalu lalang dan mengetahui lokasi toko berada.



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.8 Alur Distribusi Uwitan Wooden Craft

4. *Promotion (Promosi)*

Promosi merupakan aspek terpenting bagi perusahaan, terlebih dengan adanya persaingan di dunia bisnis yang semakin tajam maka sebuah perusahaan harus berlomba-lomba dalam merebut konsumen. Promosi merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen yang memuat pemberitaan, memengaruhi, membujuk segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang ditujukan kepada konsumen. Promosi dilakukan agar konsumen mengenal lebih jauh produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.

Tujuan dari promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli/menggunakan suatu barang atau jasa sehingga volume penjualan perusahaan akan meningkat. Efektifnya sebuah promosi tergantung dari bentuk pemilihan promosinya terhadap produk yang akan dipasarkan. Terdapat beberapa macam promosi yang dilakukan Uwitan Wooden Craft, seperti:

- a. Media promosi online via website "www.uwitan.com".

Website merupakan sebuah media yang sangat digemari oleh perusahaan dalam mempromosikan bisnisnya, perkembangan teknologi membuat segalanya menjadi lebih mudah termasuk dalam dunia bisnis. Website merupakan media yang sangat efektif dan efisien dalam mempromosikan produk, disamping untuk memangkas biaya pengeluaran dengan menggunakan website perusahaan dapat dengan cepat dan mudah memperkenalkan produknya kepada para konsumen secara luas.

Uwitan Wooden Craft menggunakan media website dimana perusahaan menampilkan berbagai macam produk agar para konsumen dapat mengenal produk mereka dengan baik. Selain itu Uwitan Wooden Craft juga menggunakan media *e-mail*, manfaat dari penggunaan *e-mail* yaitu menginformasikan detail pesanan yang sudah dibeli, memberikan *invoice*, konfirmasi pembayaran apabila sudah diterima dan sebagai wadah untuk menampung keluhan konsumen ketika tidak puas terhadap produk dari perusahaan.



Sumber: website uwitan.com, 2019

Gambar 3.9 Website Uwitan Wooden Craft

b. *Personal Selling*

Kegiatan *personal selling* merupakan salah satu strategi promosi dalam bauran pemasaran, yang dimana Uwitan Wooden Craft menerapkan kegiatan *personal selling* dalam usaha promosinya, dengan bertatap muka langsung dengan calon pembeli Uwitan Wooden Craft dapat lebih mudah memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Dengan menggunakan metode yang bersifat interaktif atau komunikasi dua arah Uwitan Wooden Craft dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik mengenai keinginan dan pendapat konsumen mengenai produk mereka. Sehingga dapat terjadi transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

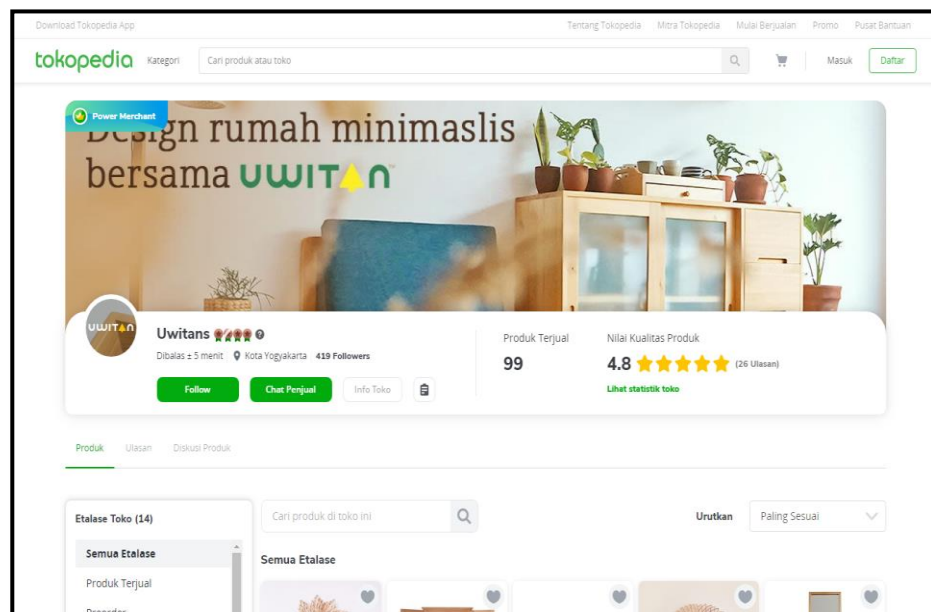


Sumber: Dokumen Uwitan, 2019

Gambar 3.10 Interaksi *Shopkeeper* dengan Konsumen

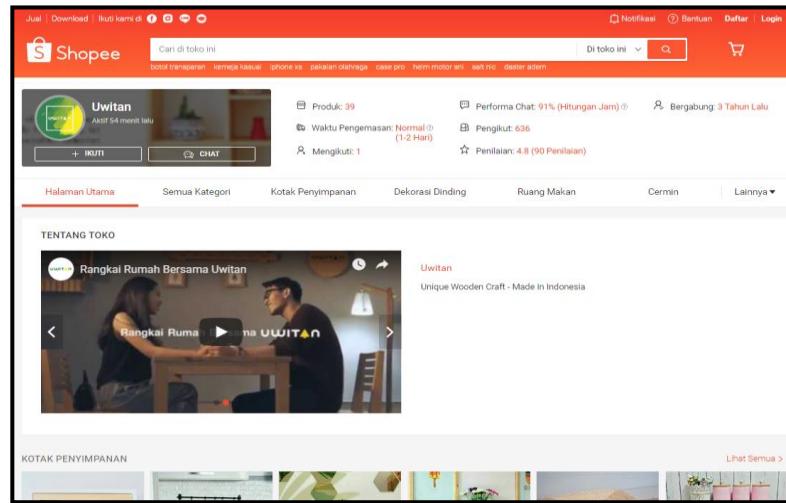
c. Media promosi online via *market place* Tokopedia, Shopee dan Blibli.

Marketplace merupakan media perantara antara penjual dengan pembeli di dunia maya. Situs *market place* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan *market place* adalah *deparment store online*. Dengan adanya *market place* produk Uwitan Wooden Craft semakin mudah untuk dibeli oleh para konsumen yang berada di luar wilayah Yogyakarta.



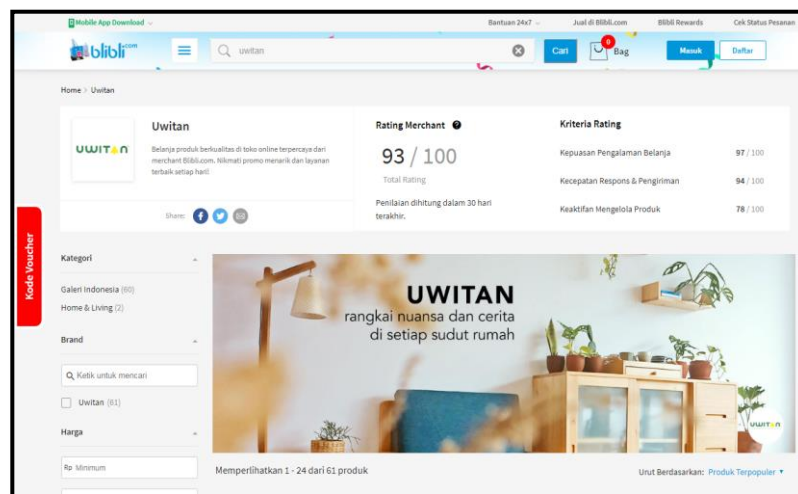
Sumber: Tokopedia, 2019

Gambar 3.11 Tokopedia Uwitan Wooden Craft



Sumber: Shopee, 2019

Gambar 3.12 Shopee Uwitan Wooden Craft



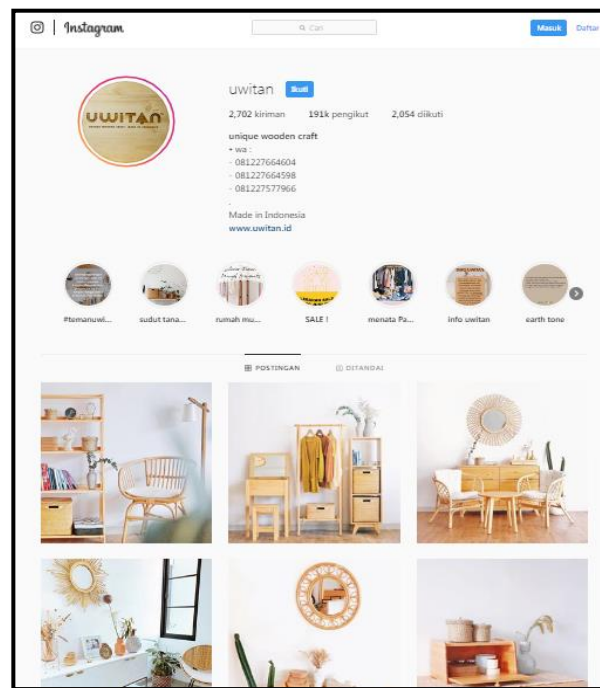
Sumber: Blibli, 2019

Gambar 3.13 Blibli Uwitan Wooden Craft

d. Media promosi online via sosial media *Facebook* dan *Instagram*.

Media sosial merupakan media online (*daring*) yang saat ini banyak dimanfaatkan masyarakat sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Bagi sebuah perusahaan media sosial sangatlah membantu dalam

berbisnis. *Customer relationship* merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan bagi Uwitan Wooden Craft. Konsumen akan membeli produk dengan harga 500 ribu ke atas. Otomatis konsumen merasa perlu mendapatkan informasi lengkap dan jelas tentang produk yang akan dibeli. Jika hanya dilayani oleh *chatbot* konsumen tentu akan merasa sangat tidak puas karena interaksi yang kurang humanis. Percakapan langsung sangat diperlukan dan sosial media seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* merupakan media yang tepat. Dengan adanya media sosial Uwitan Wooden Craft dapat memberikan inspirasi, berinteraksi, mengedukasi dan memasarkan produknya kepada konsumen.



Sumber: Instagram 2019

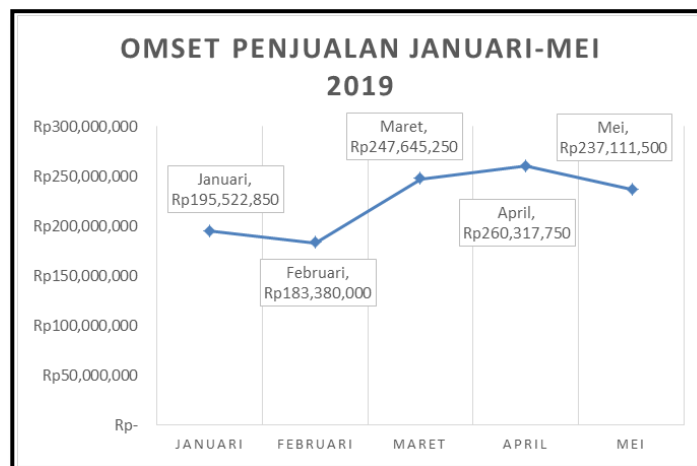
Gambar 3.14 Instagram Uwitan Wooden Craft



Sumber: Facebook, 2019

Gambar 3.15 Facebook Uwitan Wooden Craft

Bauran pemasaran yang diterapkan Uwitan Wooden Craft yang mencakup (produk, harga, distribusi dan promosi) mempunyai dampak terhadap omset penjualan produk Uwitan Wooden Craft, omset penjualan Uwitan Wooden Craft dari bulan januari-mei 2019 dapat dilihat pada gambar 3.16



Sumber: Dokumen Uwitan

Gambar 3.16 Omset Penjualan Uwitan Wooden Craft

3.2.2 Kendala

Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh Uwitan Wooden Craft dalam menerapkan strategi *marketing mix* (4P), yaitu:

1. *Product* (Produk)

Uwitan Wooden Craft memiliki kendala pada produk yaitu berupa sering ditemukannya mata kayu yang kadang kurang disukai oleh konsumen. Dengan adanya mata kayu maka Uwitan Wooden Craft mengatasi dengan berusaha untuk lebih memilah bahan baku produksi agar produk yang dihasilkan dapat lebih baik.

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga, Uwitan Wooden Craft mendapatkan kendala seperti munculnya keluhan dari konsumen mengenai harga produk yang terlalu mahal. Namun, masalah itu sudah dapat diatasi dengan menawarkan produk lain yang memiliki fungsi sama tetapi harga lebih murah. Kendala mengenai harga juga dipengaruhi oleh lokasi pabrik yang tidak berada Di Yogyakarta sehingga harus menambah biaya kirim dari pabrik ke toko. Target pasar yang dituju sebenarnya adalah kalangan berpendapatan menengah keatas akan tetapi dikarenakan *euforia* cenderung lebih besar berasal dari mahasiswa/I kaum milenial, dengan hal itu maka harga yang ditawarkan oleh Uwitan Wooden Craft kebanyakan tidak sesuai dengan *budget* yang dimiliki mahasiswa/i.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang sering dilakukan oleh Uwitan Wooden Craft tidak lepas dengan adanya kendala dan kendala yang sering ditemukan adalah promosi yang tidak berjalan sesuai rencana sebab promosi sering diadakan sewaktu bukan tanggal gajian. Hal ini memang sengaja dipilih untuk mengetahui seberapa besar antusiasnya konsumen untuk berkunjung di Uwitan Wooden Craft.

4. *Place* (Tempat, Saluran Distribusi)

Kendala yang ditemukan dalam unsur *place* (tempat, saluran distribusi) seperti lahan parkir yang kurang luas dan harus berbagi lahan parkir dengan pemilik penyewa ruko sehingga saat konsumen banyak yang berkunjung tidak tersedia lahan parkir. Kendala tersebut dapat teratasi dengan menggunakan bahu jalan sebagai tempat parkir. Kendala lainnya adalah Toko Uwitan Wooden Craft tidak memiliki papan nama sehingga banyak konsumen yang mengeluhkan kesulitan dalam mencari lokasinya.