

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industrialisasi merupakan suatu proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi, dan perdagangan antarnegara. Hal itu sejalan dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat dan mendorong struktur pertumbuhan ekonomi.¹ Industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuan memanfaatkan secara optimal sumber daya alam dan sumber daya lainnya. Industri di negara-negara berkembang seperti Indonesia, mendapat perhatian yang cukup besar dari pemerintah. Adanya pandangan bahwa industri merupakan langkah awal pembangunan ekonomi negara berkembang menyebabkan Indonesia ikut mengembangkan industri di atas sektor-sektor lainnya.

Peranan sektor industri besar maupun kecil dalam perekonomian Indonesia semakin besar dan penting. Industri kecil sendiri memiliki peranan yang besar dalam mendorong pembangunan daerah, khususnya pembangunan pedesaan. Industri kecil dipandang mampu memberikan kekuatan dalam mewujudkan pembangunan, meskipun negara sedang berada dalam krisis. Hal ini dikarenakan industri kecil bergerak dalam pasar yang terpecah-pecah, menghasilkan produk-produk dengan karakteristik elastisitas pendapatan

¹ Tulus T.H. Tambunan, *Industrialisasi di Negara Berkembang Kasus Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 41.

tinggi, memiliki heterogenitas yang tinggi sehingga dapat menghasilkan produk yang beraneka ragam. Hal tersebut membuat industri kecil dapat bertahan dari waktu ke waktu dengan berbagai tantangan seperti masalah kekurangan modal, jangkauan pemasaran yang kurang luas, keahlian tenaga kerja yang kurang.

Di era globalisasi saat ini, industri besar maupun industri kecil mudah masuk ke dalam masyarakat, tidak ada batasan perkotaan atau pedesaan. Bahkan saat ini industri sudah tersebar sampai pedesaan-pedesaan. Semua industri besar maupun kecil, baik di perkotaan ataupun di pedesaan memiliki peranan dalam pembangunan ekonomi daerah. Salah satu yang memiliki peranan yang cukup besar untuk pembangunan perekonomian daerah adalah *home industry* atau bisa disebut industri rumah tangga. *Home industry* atau industri rumah tangga adalah sesuatu kegiatan memproduksi berupa barang dan jasa yang dilakukan di rumah dalam skala kecil.² Industri kecil mempunyai peranan yang cukup besar dalam menyokong perekonomian masyarakat.

Dampak dari era globalisasi terhadap persebaran industri juga dirasakan di kota Jombang. Saat ini di Jombang terdapat beberapa industri besar maupun kecil. Industri besar di Jombang yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian kabupaten Jombang salah satunya adalah PT. Cheil Jedang Superfeed (produk pakan ternak) di Mojoagung, PT Mentari International (produk mainan anak) di Tunggorono (Jombang), serta PT Seng Fong Moulding Perkasa (produk

² Satriamadangkara, "Home Industri Khazanah Ekonomi mikro", dalam <http://satriamadangkara.blogspot.com/2009/03/home-industri-kazanah-ekonomi-mikro.html> (20 April 2014)

ubin kayu) dan masih banyak lagi. Selain industri besar, salah satu industri kecil yang cukup berpengaruh terhadap perekonomian daerah di kabupaten Jombang adalah industri manik-manik yang berada di desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang.

Industri manik-manik di desa Plumbon Gombang ini menghasilkan produk berupa kerajinan manik-manik perhiasan dan aksesoris, seperti kalung, gelang, tasbih, bros, dan ikat pinggang. Kerajinan manik-manik ini diproduksi secara tradisional, dengan menggunakan alat yang masih sederhana. Industri manik-manik ini belum dapat memproduksi manik-manik secara massal karena industri ini merupakan *home industry* yang menggunakan sistem produksi yang masih tradisional dan sederhana. Walaupun kerajinan manik-manik ini diproduksi terbatas, akan tetapi kerajinan manik-manik ini sudah dikenal di manca Negara seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Amerika, dan Hongkong.

Salah satu *home industry* manik-manik yang telah di kenal baik di dalam negeri maupun luar negeri adalah *home industry* manik-manik *Beads Flower*. Untuk dapat dikenal di manca negara, industri manik-manik ini telah melakukan berbagai upaya untuk memperkenalkan produknya, yaitu melalui pameran-pameran maupun promosi langsung kepada masyarakat. bahkan saat ini, *Beads Flower* telah melakukan sistem pemasaran secara online. Pemilik *Beads Flower* menyadari pentingnya pemasaran dalam sebuah usaha. Karena pemasaran saat ini menjadi hal yang sangat diperlukan sebuah industri baik

besar ataupun kecil agar produknya dapat dikenal dimasyarakat dan manca negara.

Pemasaran sangat perlu diterapkan dalam industri terutama industri kecil agar penjualan mereka meningkat, dan dapat menjalin lebih banyak lagi relasi eksportir swasta, dan memperoleh dukungan dari pemda, deperindag, dan Dinas Kepariwisata. Selain itu pemasaran diperlukan agar suatu usaha memperoleh kesuksesan finansial. Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Kemampuan pemasar dalam memutuskan produk apa yang akan diciptakan, harga yang ditawarkan pada pelanggan, dimana produk akan dijual, bagaimana promosi yang dilakukan, melalui internet, iklan, atau promosi langsung. Strategi-strategi seperti itu sangat berpengaruh dalam kesuksesan sebuah usaha, terutama kesuksesan finansial dan menjaga eksistensi sebuah usaha. Selain itu, pemasaran sangat penting digunakan agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar, baik pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis. Semua kegiatan bisnis pasti memerlukan adanya kegiatan pemasaran. Tanpa adanya pemasaran, kegiatan bisnis tidak akan berjalan dengan lancar. Pemasaran ada dengan tujuan mempermudah kegiatan bisnis untuk merancang produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang.³ Pemasaran adalah proses bisnis yang dinamis, sebuah proses integrasi yang menyeluruh yang berarti pemasaran adalah interaksi dari berbagai kegiatan

³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 2.

bisnis. Dari beberapa definisi tersebut membuktikan bahwa pemasaran adalah proses dari berbagai kegiatan bisnis untuk menghasilkan dan memfasilitasi kegiatan bisnis dalam memuaskan kebutuhan konsumen.

Praktik pemasaran sebenarnya telah lama dilakukan. Pemasaran tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, perusahaan kecil juga menggunakan sistem pemasaran. Bahkan saat ini, dunia non bisnis juga menerapkan sistem pemasaran, sekolah-sekolah, universitas, dan instansi pemerintah juga menggunakan sistem pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran saat ini diperlukan oleh semua kegiatan, baik bisnis maupun non bisnis bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sedang dijalankan. Pemasaran dapat menjaga eksistensi sebuah bisnis apabila pemilik bisnis menjalankan sistem pemasarannya dengan baik dan benar, agar bisnisnya dapat terus berjalan dan berkembang, dan sukses baik dari segi operasional maupun finansial.

Dalam mempertahankan eksistensinya, *home industry* manik-manik *Beads Flower* melakukan praktik pemasaran yang cukup baik, yaitu melalui promosi langsung dan online. Hal ini karena *home industry* manik-manik *Beads Flower* ingin agar produknya lebih dikenal lagi. Industri ini juga memiliki merek atau brand sendiri, mempunyai cabang toko di Bali, dan open manajemen. Open manajemen artinya industri ini terbuka bagi forum pendidikan maupun non pendidikan yang ingin meneliti dan mengetahui tentang manik-manik. Hasil kerajinan atau produk yang dihasilkan dikirim

hingga ke luar negeri seperti Malaysia, Amerika, dan Belanda. Untuk pasar dalam negeri dikirim seperti ke Kalimantan, Yogyakarta, Surabaya dan Bali.

Industri ini telah berdiri sejak puluhan tahun lalu. Industri manik-manik ini berdiri tahun 1990, nama pemilik industri ini sekarang adalah bapak Nurwakit. Usaha ini telah berjalan selama 24 tahun. Industri ini juga memiliki izin usaha, yang dapat mempermudah melakukan promosi dan penjualan ke berbagai daerah. Bahan utama untuk membuat manik-manik kaca adalah limbah kaca. Produk-produk hasil kerajinan industri manik-manik *Beads Flower* antara lain kalung, gantungan kunci, tirai, bross, tasbih, dan bahan manik-manik jadi untuk dirangkai kembali.

Banyak hambatan yang dirasakan oleh *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam menjalankan usahanya, seperti adanya perdagangan bebas yang membawa dampak signifikan bagi perkembangan industri. Maka dari itu, *home industry* manik-manik *Beads Flower* sangat memperhatikan strategi pemasaran yang digunakan agar dapat bertahan dalam berbagai persaingan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan strategi pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya dan strategi apa yang paling menonjol yang dilakukan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya.

Meskipun industri manik-manik ini memiliki banyak pesaing baik dari sesama industri manik-manik dalam negeri maupun luar negeri. Akan tetapi,

mereka tetap bersaing secara sehat. Mereka memiliki cara tersendiri dalam melakukan strategi pemasarannya. Meskipun tingkat persaingan sesama industri manik-manik ini cukup tinggi, namun mereka memiliki cara yang berbeda-beda dalam strategi pemasarannya, bahkan saling membantu satu sama lain untuk menunjang usaha mereka.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan bisnis *home industry* manik-manik *Beads Flower* dari tahun ke tahun.
2. Penerapan strategi pemasaran *home industry* manik-manik *Beads Flower*.
3. Pendapat konsumen tentang hasil kerajinan dari *home industry* manik-manik *Beads Flower*.
4. Ketersediaan bahan baku pembuat manik-manik *Beads Flower*.

C. Batasan masalah

Agar dalam pembahasan penelitian ini sesuai dengan sasaran yang diinginkan, maka peneliti memberikan batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi Pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya.
2. Strategi yang paling menonjol yang dilakukan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya.

D. Rumusan Masalah

Perumusan masalah ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang akan diteliti dan menemukan pemecahannya, sehingga nanti akan dapat menghasilkan data-data yang sesuai dengan yang diinginkan dalam penyusunan hasil penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, pokok masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya?
2. Strategi apa yang paling menonjol yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya?

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang sudah pernah dilakukan diseperti masalah yang akan diteliti sehingga terlihat

jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.⁴

Berikut merupakan beberapa penelitian yang berkaitan dengan judul yang peneliti teliti antara lain;

Skripsi Nia Desi Setiyowati yang berjudul “Faktor-faktor Yang Menyebabkan Eksistensi Industri Manik-manik di Desa Plumbon Gombang Gombang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketersediaan bahan baku, modal, tenaga kerja, dan pemasaran terhadap penurunan jumlah pengrajin industri manik-manik di Desa Plumbon Gombang Gombang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang.⁵ Hasil dari skripsi ini adalah mengetahui besar pengaruh faktor ketesediaan bahan baku, modal, tenaga kerja, dan pemasaran yang menyebabkan eksistensi industri manik-manik di Desa Plumbon Gombang Gombang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang.

Selanjutnya adalah Jurnal Penelitian Intan Cheria Septiani dan Eri Naharani, yang berjudul “Desain Elemen Fashion Berbahan Manik-Manik Kaca Jombang Sebagai Produk Ikonik Dengan Konsep Kontemporer”. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana melalui revitalisasi desain, terdapat peluang bahwa dengan cara tersebut akan memicu perkembangan

⁴TIM Penyusun Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya, 2014), 8.

⁵ Nia Desi Setiyowati, “Faktor-faktor Yang Menyebabkan Eksistensi Industri Manik-manik di Desa Plumbon Gombang Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang” (Skripsi --, Departemen Fakultas Ilmu Sosial, prodi Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Surabaya, 2013).

lebih lanjut dari desain lokal asli berbahan manik-manik kaca.⁶ Hasil dari penelitian ini adalah melalui revitalisasi desain, terdapat peluang bahwa dengan cara tersebut akan memicu perkembangan lebih lanjut dari desain lokal asli berbahan dasar manik-manik. Revitalisasi sebagai solusi untuk mengembangkan potensi kerajinan manik-manik kaca serta berusaha menjadi salah satu ikon sarana promosi menggunakan manik-manik Jombang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini lebih khusus menekankan kepada strategi pemasaran yang digunakan sekaligus strategi apa yang paling menonjol yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya.

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya.
2. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang paling menonjol yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya.

⁶ Intan Cheria Septiani dan Eri Naharani, "Desain Elemen Fashion Berbahan Manik-Manik Kaca Jombang Sebagai Produk Ikonik Dengan Konsep Konemporer" (Jurnal --, Teknik POMITS, Jurusan desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Intitut Teknologi Sepuluh November, 2012).

G. Kegunaan Hasil Penelitian

Dengan adanya tujuan dari penelitian di atas, maka penelitian ini mempunyai dua jenis kegunaan, yaitu:

1. Secara teoritis:

- a) Dapat dijadikan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah perbendaharaan kepustakaan di bidang pemasaran, khususnya strategi pemasaran.
- b) Sebagai sarana bagi peneliti untuk mempraktekkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 Jurusan Ekonomi Syariah.
- c) Menambah wawasan dan pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, dan sebagai bahan informasi baik bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara praktis

- a) Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi praktisi keuangan terutama dalam bidang pemasaran.
- b) Sebagai masukan dan sumbangan pemahaman kepada masyarakat untuk mengantisipasi apabila terjadi penyimpangan terhadap penerapan strategi pemasaran.
- c) Untuk menambah pengetahuan yang bersifat empiris khususnya yang berkaitan berkaitan dengan pemasaran dan strategi pemasaran.

- d) Dapat dijadikan sebagai bahan untuk mewujudkan kedisiplinan dalam penerapan mekanisme serta optimalisasi dari mekanisme strategi pemasaran.
- e) Dapat berguna pemilik *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

H. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi “*Strategi Pemasaran Home Industry Manik-Manik Beads Flower Dalam Mempertahankan Eksistensi*”, maka agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, peneliti mendefinisikan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Pemasaran adalah suatu kegiatan dari sebuah sistem bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan para konsumen. Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknik memasarkan produk hasil kerajinan *home industry* manik-manik *Beads Flower* kepada para konsumen.
2. Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknik pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

3. *Home industry* adalah sesuatu kegiatan memproduksi berupa barang dan jasa yang dilakukan di rumah dalam skala kecil.⁷ *Home industry* manik-manik *Beads Flower* adalah salah satu *home industry* di Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang yang bernama *Beads Flower* yang menghasilkan manik-manik dari bahan limbah kaca.
4. Eksistensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan. Keberadaan yang dimaksud adalah keberlangsungan usaha manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gombang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang.

I. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah serangkaian hukum, aturan, dan tata cara tertentu yang diatur dan ditentukan berdasarkan kaidah ilmiah dalam menyelenggarakan suatu penelitian dalam koridor keilmuan tertentu yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.⁸ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian merupakan penelitian lapangan.

1. Data

Data yang dihimpun untuk penelitian ini meliputi perkembangan industri manik-manik dari awal berdiri hingga sekarang, yang meliputi:

⁷ Satriamadangkara, "Home Industri Khazanah Ekonomi mikro", dalam <http://satriamadangkara.blogspot.com/2009/03/home-industri-kazanah-ekonomi-mikro.html> (20 April 2014)

⁸ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta. Salemba Humanika, 2010), 3.

- a) Letak geografis Desa Plumbon Gombang
- b) Sejarah berdirinya *home industry* manik-manik *Beads Flower*.
- c) Laporan keuangan omzet penjualan *home industry* manik-manik *Beads Flower*.
- d) Strategi pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

2. Sumber data

a. Sumber data primer

Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara pemilik industri manik-manik *Beads Flower*, yaitu bagaimana proses pemasaran itu berlangsung, strategi pemasaran yang dilakukan selama ini dan sejarah berdirinya *home industry* manik-manik *Beads Flower*. Dalam hal ini, subjek penelitian untuk memperoleh data primer melalui wawancara dengan pemilik *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder berasal dari artikel, buku-buku, maupun literatur lain meliputi:

- 1) Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*
- 2) Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*
- 3) Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* (diterjemahkan oleh Bob Sabran)

- 4) Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (diterjemahkan oleh Bob Sabran)
- 5) Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik*
- 6) Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*
- 7) Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*
- 8) Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*
- 9) Gunawan Adi Saputro, *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*
- 10) Mia Yusmita Ghofar, *Membuat Perhiasan Cantik dari Manik Kaca Daur Ulang (Manik Kaca Jombang)*

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis.⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi pengamatan sebagai pemeran serta. Pada proses pengamatan ini peneliti mengamati secara terbuka diketahui seluruh subjek. Dalam hal ini peneliti terjun secara langsung ke lokasi untuk mengamati kegiatan produksi, distribusi, dan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang dilakukan *home industry* manik *Beads Flower*.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertemu dan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁰ Dalam hal ini peneliti melakukan teknik wawancara terstruktur. Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur. Peneliti berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang

⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 101.

¹⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 83.

telah disusun dan yang akan ditanyakan pada para pemilik industri manik-manik mengenai cara pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi, yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia.¹¹ Dalam hal ini peneliti berfokus pada proses pembuatan manik-manik, produk apa saja yang dihasilkan industri manik-manik *Beads Flower*.

d. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data kepustakaan dimana peneliti mendapatkan teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.¹² Metode ini digunakan untuk memperoleh data terkait penelitian terdahulu dan dari buku-buku literatur sebagai referensi dalam pemecahan masalah penelitian ini.

4. Teknik pengolahan data

Teknik pengolahan data yang dilakukan peneliti setelah data-data yang diperlukan terkumpul adalah sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan

¹¹ Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 83.

¹² Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.

antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.¹³

melakukan pengeditan data yang telah diperoleh dari lapangan.

b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.¹⁴

Menyusun dan mengklasifikasikan data sesuai dengan jenis dan kebutuhan.

c. *Penemuan hasil*, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.¹⁵

5. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan memuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁶

Dalam penelitian ini, peneliti memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang sesuai dengan peristiwa

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.

¹⁴*Ibid.*, 245.

¹⁵*Ibid.*, 246.

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 428.

sebenarnya. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara deskriptif analitis, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.¹⁷ Kemudian data tersebut dianalisis dengan pola pikir induktif, yaitu pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan masalah tersebut dapat berlaku secara umum.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan yang bertujuan untuk memudahkan penelitian dan pemahaman. Oleh karena itu, dalam penelitian skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sehingga tergambar keterkaitan yang sistematis dan pembaca dapat memahami penelitian skripsi ini dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua adalah kerangka teoritis, yang memuat tentang teori pemasaran dan strategi pemasaran. Menjelaskan tentang teori pemasaran dan

¹⁷Ibid.,143.

strategi pemasaran. Strategi yang dipilih yaitu dan STP atau *segmenting, targetting, dan positioning*, dan *marketing mix* atau 4P yang meliputi *product, price, place* atau *distribution*, dan *promotion*

Bab tiga adalah data penelitian, meliputi sejarah berdirinya *home industry* manik-manik *Beads Flower*, deskripsi profil pemilik *home industry* manik-manik *Beads Flower*. Menjelaskan klasifikasi produk hasil kerajinan manik-manik *home industry* manik-manik *Beads Flower*, seperti gelang, kalung, bros, tasbih, bahan jadi, sabuk, dan gantungan kunci. Menjelaskan strategi pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

Bab empat adalah analisis data, analisis data penelitian yang dideskripsikan untuk menjawab masalah penelitian. Dalam bab ini akan dijelaskan strategi pemasaran yang digunakan dan strategi pemasaran yang paling menonjol yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower*. Sehingga mampu dalam mempertahankan eksistensinya dari tahun 1990 hingga sekarang. Analisis ini dilakukan bertujuan menganalisis strategi pemasaran yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan esistensinya.

Bab lima adalah penutup berupa kesimpulan dan saran bagi *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan strategi pemasaran yang saat ini dilakukan dan mengembangkan lagi pemasarannya.