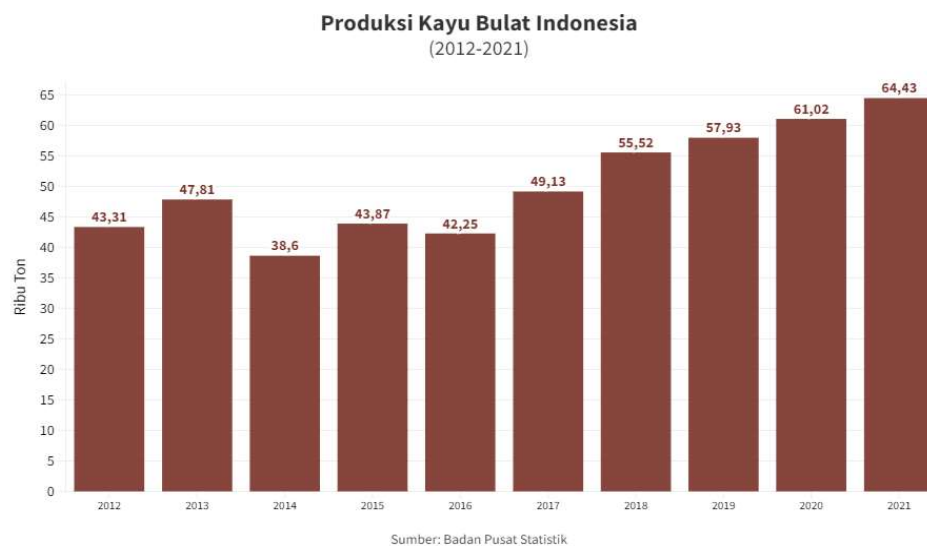


BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan sumber daya kehutanan yang melimpah. Hal itu mendorong menghasilkan banyak jenis kayu bulat tumbuh dan dibudidayakan di berbagai wilayah hutan dalam negeri. Hutan produksi merupakan kawasan hutan yang mempunyai fungsi utama untuk memproduksi hasil hutan secara optimal dan lestari (Undang-undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan). Tujuan dari pengelolaan hutan ini guna menghasilkan hasil hutan berupa kayu untuk memenuhi permintaan pasar kayu yang relatif tinggi dibandingkan ketersediaan kayu yang ada dengan sistem pengelolaan hutan yang masih menjaga kelestarian hutan supaya pemanfaatannya dapat terus berlanjut.

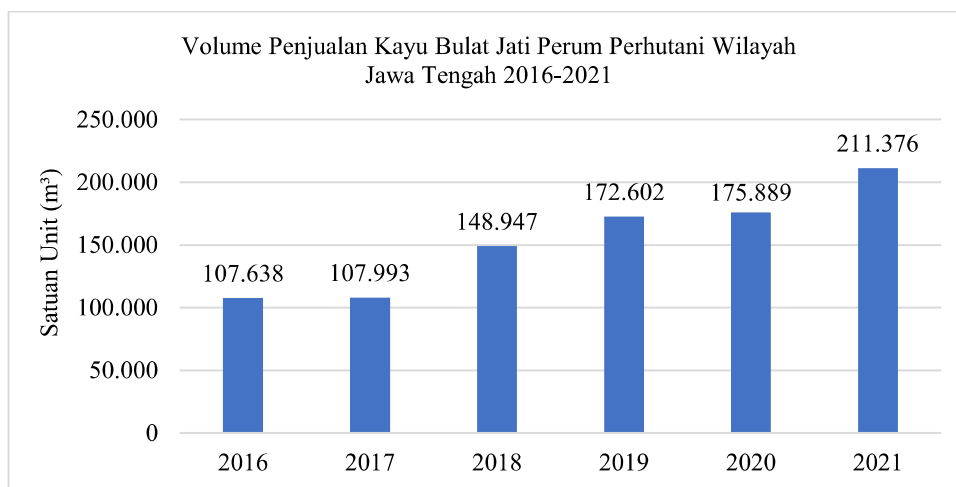
Dilansir dari Badan Pusat Statistik, data produksi kayu bulat di Indonesia mengalami kenaikan di setiap tahunnya, sebesar 64,43 juta meter kubik (m³) pada tahun 2021. Jumlah produksi kayu bulat tersebut naik sebesar 5,59% dibandingkan tahun sebelumnya. Produksi kayu bulat cenderung meningkat sejak 2012 hingga 2021 yang dapat dilihat pada Gambar I.1.



(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022)

Gambar I. 1 Produksi Kayu Bulat Indonesia

Hasil hutan kayu yang memiliki pasar penjualan relatif tinggi adalah kayu jati, karena kayu jati merupakan kayu yang mempunyai kualitas dan nilai ekonomis tinggi dibandingkan dengan jenis kayu lain yang menjadi alasan kayu jati sebagai jenis material yang cenderung digunakan khususnya pada industri furniture. Dilansir dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, permintaan kayu jati mengalami kenaikan pada setiap tahun yang dapat dilihat pada Gambar I.2.



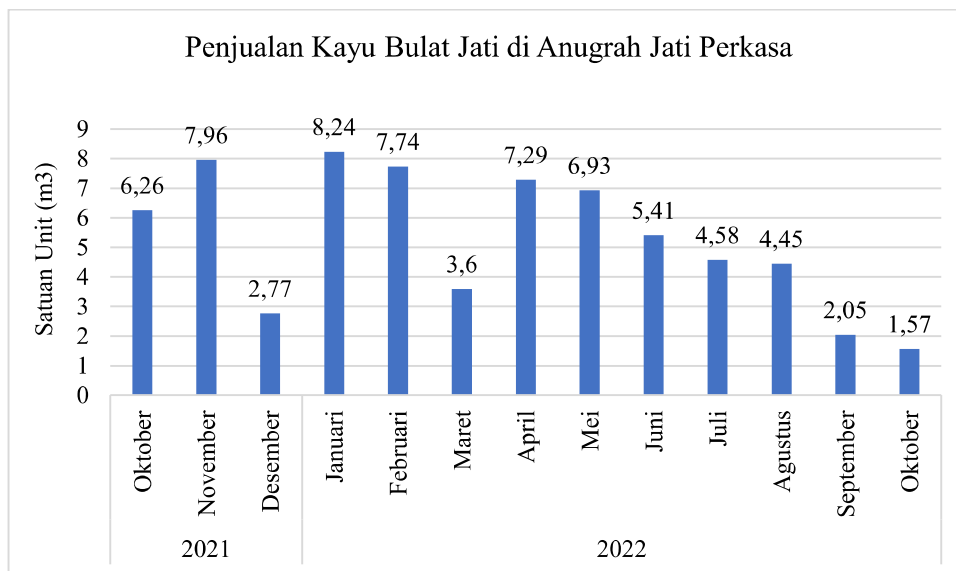
(Sumber: Perum Perhutani Divisi Regional I Jawa Tengah)

Gambar I. 2 Volume Penjualan Kayu Bulat Jati Perum Perhutani Wilayah Jawa Tengah Tahun 2016-2021

Pada Gambar I.2, dapat terlihat bahwa data menunjukkan volume penjualan kayu bulat jati mengalami peningkatan di setiap tahun khususnya pada Provinsi Jawa Tengah, mulai dari tahun 2016 dengan volume penjualan 107.638 m³ hingga tahun 2021 dengan volume penjualan 221.376 m³. Dari data tersebut terlihat bahwa permintaan untuk kayu bulat jati terus mengalami peningkatan.

Pemasaran kayu merupakan suatu kegiatan penawaran hasil hutan kayu kepada konsumen guna mendapatkan keuntungan ekonomi. Di Kota Jepara, Provinsi Jawa Tengah sendiri terdapat beberapa pelaku usaha dalam bidang penjualan kayu bulat jati. Anugrah Jati Perkasa merupakan salah satu pelaku usaha dalam penjualan hasil hutan kayu yang terletak di Jepara. Usaha ini hanya melakukan penjualan jenis kayu bulat jati dengan kategori kayu yang ada yaitu A II (kayu

bulat sedang) dan A III (kayu bulat besar). Sasaran pasar ditentukan karena di Kota Jepara terdapat banyak industri furniture dan kerajinan dari material kayu. Berdasarkan pengamatan, terdapat beberapa permasalahan terkait dengan pemasaran yang ada dalam usaha tersebut. Dari data yang didapatkan cenderung mengalami penurunan dalam penjualan kayu bulat jati pada Anugrah Jati Perkasa yang dapat dilihat pada Gambar I.3.



(Sumber: Anugrah Jati Perkasa)

Gambar I. 3 Penjualan Kayu Bulat Jati Anugrah Jati Perkasa Oktober 2021 – Oktober 2022

Berdasarkan Gambar I.3, penjualan kayu bulat jati pada Anugrah Jati Perkasa pada bulan April 2022 sampai dengan Oktober 2022 dapat dikatakan hasil penjualan cenderung mengalami penurunan. Permasalahan yang dihadapi Anugrah Jati perkasa adalah tingkat penjualan yang mengalami penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor internal dan eksternal yang ada pada Anugrah Jati Perkasa yang didapatkan melalui wawancara kepada pemilik Anugrah Jati Perkasa.

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilakukan identifikasi permasalahan yang dialami oleh Anugrah Jati Perkasa. Berikut merupakan beberapa identifikasi permasalahan yang ada pada Anugrah Jati Perkasa:

1. *Environment*

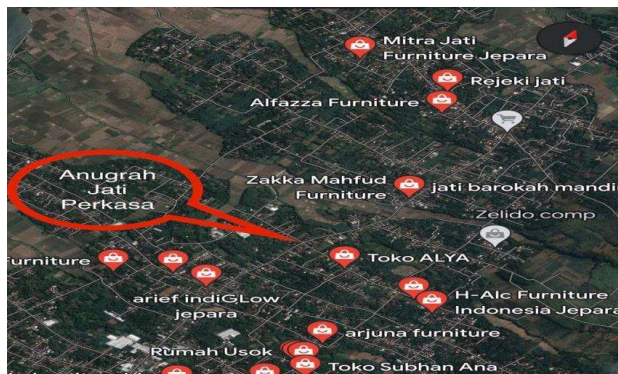
Dengan adanya usaha lainnya dalam bidang penjualan kayu bulat jati, persaingan bisnis antara Anugrah Jati Perkasa dengan pesaing bisnis penjualan kayu lainnya di Kota Jepara membuat usaha ini dihadapkan dengan berbagai ancaman yang dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Pesaing dalam penjualan kayu bulat jati adalah perusahaan lain yang juga menjual produk kayu bulat jati. Terdapat beberapa pesaing dari Anugrah Jati Perkasa dalam penjualan kayu bulat jati yang ada di Kota Jepara dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Beberapa Perusahaan Penjual Kayu Bulat Jati di Kota Jepara

No.	Nama Perusahaan	Lokasi
1.	Farida Jati	Kec.Mlonggo, Kota Jepara
2.	Jati Supriyono	Kec. Suwawal, Kota Jepara
3.	Markas Jati	Kec.Mlonggo, Kota Jepara
4.	Toko Kayu Jepara	Kec. Jepara, Kota Jepara
5.	Sendang Jati	Kec. Mlonggo, Kota Jepara
6.	Bunga Jati	Kec. Pakis Aji, Kota Jepara

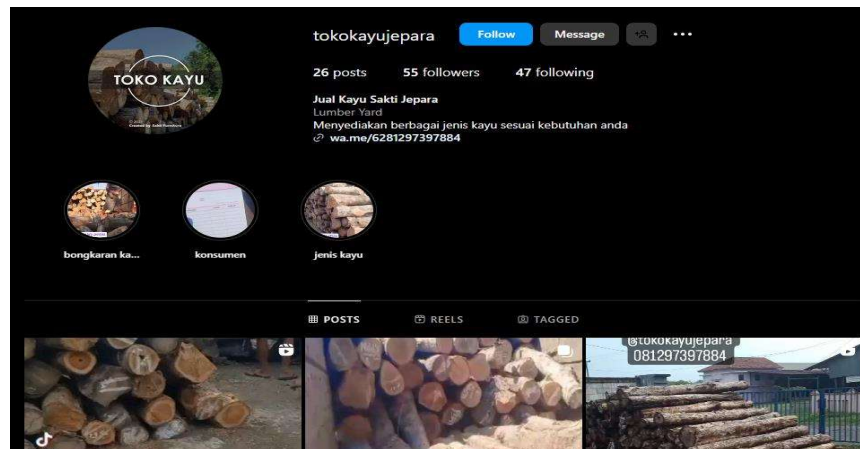
2. *Promotion*

- a. Promosi yang dilakukan oleh Anugrah Jati Perkasa kurang meluas untuk pemasaran kayu jati, dengan pemasaran yang dilakukan hanya pada usaha atau industri *furniture* di wilayah sekitar lokasi penjualan kayu yang dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I. 4 Industri *Furniture* Disekitar Anugrah Jati Perkasa

- b. Anugrah Jati Perkasa belum memiliki media sosial, dengan hal tersebut promosi yang dilakukan kurang maksimal karena pada usaha ini pemasaran yang dilakukan belum memanfaatkan teknologi yang ada. Dengan adanya usaha pesaing yang sudah memiliki media sosial sebagai sarana untuk melakukan pemasaran, hal ini tentunya menjadi kelemahan yang ada pada Anugrah Jati Perkasa. Terdapat salah satu dari beberapa usaha pesaing yang sudah menggunakan media sosial yang dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I. 5 Media Sosial Usaha Pesaing Anugrah Jati Perkasa

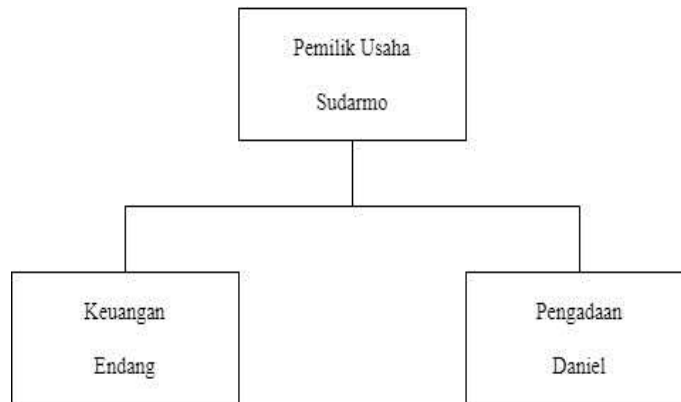
3. Method

Anugrah Jati Perkasa masih menggunakan metode pasaran dengan cara *word of mouth* (WOM) atau pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut. Penggunaan pemasaran dengan cara *word of mouth* dapat dikatakan kurang efektif, dikarenakan pada saat ini konsumen lebih memilih secara online dalam melakukan pembelian suatu produk. Pemasaran dengan cara *word of mouth* ini juga memiliki kelemahan yaitu jangkauan pasar yang didapatkan tidak luas atau sangat kecil.

4. People

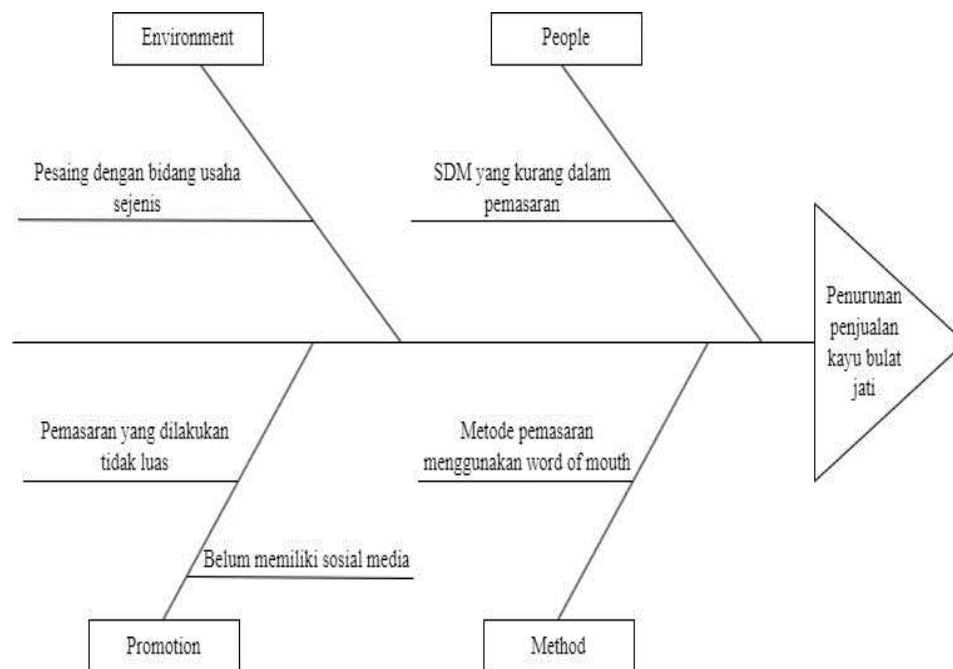
Jumlah sumber daya manusia yang ada saat ini berjumlah tiga orang yang merangkap sebagai pemilik usaha, bagian keuangan, dan pengadaan kayu bulat jati. Dengan jumlah tersebut pihak Anugrah Jati Perkasa mengalami kesulitan dalam hal pemasaran atau promosi, dikarenakan tidak ada bagian pemasaran secara khusus yang berlatar belakang pada bidang pemasaran.

Hal ini tentunya mempengaruhi proses pemasaran kayu bulat jati karena pemasaran yang dilakukan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Struktur organisasi pada Anugrah Jati Perkasa dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I. 6 Struktur Organisasi Anugrah Jati Perkasa

Analisis terhadap permasalahan yang ada pada Anugrah Jati Perkasa dapat dituangkan kedalam *fishbone diagram*. Berdasarkan permasalahan pada penurunan penjualan kayu bulat jati, *fishbone diagram* dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I. 7 Fishbone Diagram Anugrah Jati Perkasa

Berdasarkan *fishbone diagram* Gambar I.7, penyebab permasalahan penurunan penjualan kayu bulat jati pada Anugrah Jati Perkasa terdapat empat komponen faktor yang mempengaruhi yaitu *environment*, *promotion*, *method* dan *people*. Dari setiap komponen tersebut memiliki permasalahan yaitu pada komponen *environment*, terdapat permasalahan dengan adanya bisnis pesaing maupun pendatang baru dengan bidang usaha sejenis di lingkungan usaha. Pada komponen *promotion*, promosi yang dilakukan tidak luas dan Anugrah Jati Perkasa belum memiliki sosial media. Pada komponen *method*, Anugrah Jati Perkasa masih menggunakan metode pemasaran dengan cara *word of mouth* atau pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut. Komponen terakhir yaitu *people*, Anugrah Jati Perkasa belum memiliki sumber daya manusia khusus pada bagian pemasaran. Namun dari berbagai permasalahan tersebut, menunjukkan bahwa pemasaran kayu bulat jati juga dipengaruhi oleh keadaan internal dan eksternal. Dalam permasalahan seperti ini, setiap pelaku usaha harus memerlukan strategi pemasaran yang tepat sasaran untuk mewujudkan tujuan usaha.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana secara menyeluruh pada bidang pemasaran untuk memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan. Dari permasalahan yang ada apa Anugrah Jati Perkasa tersebut, diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengatasi permasalahan tersebut serta untuk memaksimalkan pendapatan penjualan kayu pada Anugrah Jati Perkasa.

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan pada Anugrah Jati Perkasa yang telah dilakukan, didapatkan alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Alternatif potensi solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I. 2 Potensi Solusi Dari Akar Masalah

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1.	Belum memiliki strategi pemasaran	Perancangan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial

Tabel I. 2 Potensi Solusi Dari Akar Masalah (Lanjutan)

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
2.	Pemasaran yang dilakukan tidak luas	Perancangan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran
3.	Pesaing dengan bidang usaha sejenis	Perancangan analisis lingkungan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal guna meminimalisir kesalahan dan meningkatkan usaha
4.	Metode Pemasaran menggunakan <i>word of mouth</i>	Perancangan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan
5.	SDM yang kurang dalam pemasaran	Penambahan SDM sesuai dengan bagian yang dibutuhkan dan melakukan pelatihan terkait pemasaran terhadap SDM yang ada

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan permasalahan yang tercantum pada latar belakang, maka didapatkan identifikasi permasalahan yang terjadi pada Anugrah Jati Perkasa dalam penelitian ini adalah “Bagaimana rancangan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam meningkatkan penjualan kayu bulat jati pada Anugrah Jati Perkasa?”.

I.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, sehingga didapatkan tujuan dalam penelitian adalah merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dan dapat meningkatkan penjualan kayu bulat jati pada Anugrah Jati Perkasa.

I.4. Manfaat

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan solusi strategi pemasaran dalam menghadapi permasalahan yang ada di Anugrah Jati perkasa.
2. Meningkatkan penjualan dan menambah keuntungan Anugrah Jati Perkasa.

I.5. Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini terdapat beberapa bagian yang akan dibahas, pada setiap bagiannya akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I Pendahuluan membahas latar belakang permasalahan pada objek Tugas Akhir, alternatif solusi dari permasalahan, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan ringkasan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II Landasan Teori membahas tentang teori dasar di bidang keilmuan sebagai pendukung penyelesaian permasalahan dalam objek Tugas Akhir.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada Bab III Metodologi Perancangan membahas tentang perancangan pelaksanaan atau langkah - langkah pemecahan masalah yang ada di objek Tugas Akhir, meliputi sistematika perancangan, batasan dan asumsi, identifikasi komponen sistem terintegrasi, dan rencana waktu penyelesaian Tugas Akhir.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data membahas kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan. Pada bab ini berisi tentang pengumpulan data serta bagaimana pengolahan data-data pendukung yang digunakan sebagai objek Tugas Akhir.

BAB V ANALISIS

Pada Bab V Analisis membahas tentang analisis yang dilakukan terhadap hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Pada bab ini menjelaskan solusi dari permasalahan yang ada pada objek Tugas Akhir.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab VI Kesimpulan dan Saran memberikan pernyataan singkat mengenai hasil penelitian dan analisis data yang relevan. Saran memuat ulasan tentang pendapat penulis dari Tugas Akhir tentang kemungkinan pengembangan yang lebih baik.