

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan industri di Indonesia mengalami peningkatan. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia memiliki target pertumbuhan industri pada tahun 2016 sebesar 5,7% dan industri *non-migas* merupakan salah satu industri yang memiliki kontribusi cukup besar, baik dalam pertumbuhan industri maupun pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Industri manufaktur merupakan salah satu bagian industri pengolahan *non-migas* yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan industri pengolahan *non-migas*. Dan industri manufaktur di Indonesia berperan pula dalam perekonomian negara.

Indonesia mampu menghasilkan banyak produksi manufaktur dari berbagai sumber daya alam yang ada sehingga memiliki jual yang lebih tinggi serta bermanfaat dalam berbagai kegiatan masyarakat. Salah satu hasil alam yang kerap diolah menjadi produk manufaktur adalah kayu. Di Indonesia, jenis kayu yang sering digunakan untuk diolah antara lain kayu pohon Jati, Mahoni, Kelapa, dan lain-lain.

Setiap produk manufaktur memiliki jenis yang berbeda. Variasi bentuk dari industri manufaktur dapat meningkatkan nilai barang dan memiliki daya tarik tersendiri yang dapat meningkatkan daya jual.

Selama ini, hasil variasi produk yang dihasilkan terbatas sehingga daya beli masyarakat menurun. Namun Usaha Kecil Menengah (UKM) Agus Sangkar yang merupakan salah satu pelaku industri manufaktur berbahan kayu dan fiber cukup inovatif. Pemilik UKM Agus Sangkar yang berasal dari kota yang terkenal dengan kerajinan manufaktur kayu di Indonesia yakni Jepara, kemudian memutuskan untuk membuka pasar di Klaten, Jawa Tengah.

Persaingan industri manufaktur kayu olahan yang semakin kompetitif membuat UKM ini berencana untuk melakukan diversifikasi produk. Berdasarkan wawancara pendahuluan yang dilakukan penulis kepada pemilik UKM, terungkap

keinginan untuk melakukan inovasi yang berfokus pada bentuk, kekuatan, dan bahan sangkar yakni jeruji fiber yang dapat memenuhi selera pasar.

Diharapkan inovasi tersebut dapat pula diimbangi dengan harga terjangkau untuk menambah daya saing produk. Namun demikian, upaya diversifikasi ini hanya dapat dilakukan dengan riset terhadap keinginan pasar karena selera konsumen turut berubah sejalan dengan perkembangan zaman.

Model sangkar yang terdahulu berbentuk kotak dan tabung dengan jenis pintu yang dalam membukanya di geser ke atas dan jenis pintu yang dibuka dengan arah keluar. Model sangkar yang seperti itu sangat tidak efisien untuk saat ini, dikarenakan saat ini penggemar burung semakin banyak dan tentu saja kondisi dilapak semakin ramai. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dengan model sangkar yang kotak supaya lebih mudah dalam penataan dan lebih mudah untuk ditumpuk, kemudian dengan bentuk pintu yang *bergeser* supaya tidak rawan rusak.

Bahan baku untuk jeruji sangkar yang dahulu terbuat dari jeruji bambu atau kayu pada bagian kulit. Penggunaan sangkar yang setiap hari terkena panas dan terkena air membuat sangkar mudah rusak. Dengan demikian diperlukan bahan baku yang tidak mudah rusak ketika terkena panas dan air. Supaya penghobi tidak berganti – ganti sangkar dan burung merpati tidak stres dalam beradaptasi dengan sangkar yang baru.

Riset pasar adalah suatu metode yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pasar sebagai dasar bagi suatu perusahaan atau bisnis untuk memulai atau menciptakan sesuatu yang baru. Metode ini dapat membantu suatu perusahaan atau bisnis dalam mengenali konsumen, minat konsumen, kompetisi pasar dan target pasar. *Market research is simply a process of asking questions of finding existing information about the market, your competition and potential customer. Market research will help us you to know your customers and your market (Doman dkk, 2002).*

Peluang pasar bagi sangkar fiber cukuplah bagus, dengan model yang disesuaikan dengan kondisi saat ini dan jeruji fiber yang lebih awet dibanding jeruji berbahan kayu. Para konsumen lebih mengutamakan kualitas dari sangkar itu sendiri, semakin awet sangkarnya maka konsumen semakin senang karena

tidak perlu sering melakukan penggantian sangkar bagi burung peliharaannya. Penggantian sangkar yang terlalu sering membuat burung harus beradaptasi lagi, dan resiko stress semakin tinggi. Akibat dari stress adalah burung kurang maksimal jika dilombakan.

Minat konsumen merupakan salah satu aspek penting untuk diketahui oleh suatu perusahaan atau bisnis baru. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan atau bisnis dapat menciptakan sesuatu yang dapat diterima sehingga resiko produk tersebut menjadi tidak laku semakin kecil. Doman dkk(2002) mengatakan bahwa riset pasar dapat menghindarkan perusahaan dari resiko produk tidak laku.

Oleh karena itu penulis akan melakukan riset pasar sebagai acuan UKM Agus Sangkar untuk melakukan inovasi produk serta menggunakan Harga Pokok Produksi (HPP) untuk menentukan harga yang sesuai.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan perancangan ulang produk sangkar burung UKM Agus Sangkar
2. Berapakah harga jual yang tepat bagi sangkar fiber tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan harga jual sangkar fiber.

1.4. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah. Batasan masalah ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas dan berada dalam jangkauan kemampuan penulis. Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian riset pasar mengenai minat pasar terhadap sangkar fiber dilakukan di kota Klaten dan Yogyakarta.