

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDUSTRI KERAJINAN
SANGKAR DIAMOND DI MOJOSONGO BOYOLALI**

***MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FOR THE CRAFTS
INDUSTRY DIAMOND CAGE IN MOJOSONGO BOYOLALI***

**Agus Setiaji¹, Dra. Nurnawati Hindra Hastuti, M.Si², Estu Widiyowati,
S.I.Kom.,M.I. Kom³**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet
Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini, membahas mengenai penerapan suatu strategi komunikasi yang digunakan dalam sebuah pemasaran industri pada kerajinan sangkar burung Diamond yang ada di Mojosoongo Boyolali. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi komunikasi yang digunakan oleh pengrajin sangkar burung Diamond dalam memasarkan hasil industrinya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengkaji suatu masalah yang ada dan memperoleh data secara langsung. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi atau pengamatan pada tempatnya langsung dan wawancara kepada narasumber yang bersangkutan. Serta menganalisis data dengan mengkaji permasalahan kemudian dengan dasar teori-teori yang sudah ada. Hasil penelitian ini adalah dari data yang diperoleh penulis dari wawancara ke narasumber yang bersangkutan dapat disimpulkan bahwa pengrajin kerajinan sangkar diamond di Mojosoongo Boyolali dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran berupa strategi bauran pemasaran dalam usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan pasca pandemi Covid-19. Strategi penjualan yang dilakukan dengan adanya *event* kontes burung dan menggunakan media online *facebook* dan *instragam*.

Kata Kunci: Strategi, Sangkar Burung, Pemasaran

ABSTRACT

The aim of this research are the author discusses the application of a communication strategy used in industrial marketing for Diamond bird cage crafts in Mojosongo Boyolali. The aim of this research is to find out the communication strategies used by Diamond bird cage craftsmen in marketing their industrial products. The research method used is descriptive qualitative by examining an existing problem and obtaining data directly. In this research, data collection techniques were used through direct observation or on-site observations and interviews with the relevant sources. As well as analyzing the data by examining the problem then based on existing theories. The results of this research are from data obtained by the author from interviews with relevant sources, it can be concluded that diamond cage craftsmen in Mojosongo Boyolali can implement marketing communication strategies in the form of marketing mix strategies in an effort to increase the number of sales after the Covid-19 pandemic. The sales strategy is carried out by holding bird contest events and using the online media Facebook and Instagram.

Keyword: Strategy, BirdCage, Marketing

PENDAHULUAN

Sangkar burung merupakan salah satu seni kerajinan tangan yang mempunyai potensi untuk ditumbuh dan dikembangkan. Kota Boyolali merupakan salah satu kota di daerah Jawa Tengah yang mempunyai potensi dalam mengembangkan industri kerajinan sangkar berskala kecil di Indonesia. Hal ini tampak dari banyaknya pengerajin sangkar kayu di kawasan Mojosongo Boyolali yang mempunyai berbagai produk sangkar burung. Eksistensi beragam produk sangkar burung di Boyolali memiliki andil yang cukup signifikan dalam memberikan kontribusi besar dalam produk domestik. Perkembangan industri dalam pembuatan sangkar burung memiliki peluang besar untuk di kembangkan.

Industri ini menjadi sebuah faktor penentu dimana keberadaanya memberikan sebuah kontribusi positif untuk mengurangi angka pengangguran. Sangkar burung menjadi sebuah produk yang sangat berpotensi besar dapat dijadikan sebagai produk unggulan sebuah

daerah. Salah satu kawasan di Boyolali yang terkenal mempunyai poduk yang bagus adalah sangkar burung diamond di wilayah Mojosongo Boyolali. Kerajinan sangkar burung diamond banyak diminati oleh konsumen, terutama penghobi dunia kicau burung yang langsung datang ke tempat atau bisa juga memesan via instagram untuk membeli produk sangkar diamond. Mayoritas konsumen beranggapan bahwa beberapa produk sangkar diamond memiliki beberapa model, mulai dari sangkar Khosan, sangkar semi Khosan dan sangkar original Diamond.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh pengerajin sangkar diamond di Mojosongo Boyolali adalah merancang dan melakukan strategi yang sesuai untuk memasarkan produknya, mengoptimalkan penjualan Oleh karena itu pengerajin memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang matang untuk memasarkan produknya.

Strategi komunikasi memberikan peluang bagi pelaku usaha kerajinan sangkar burung untuk menjalankan

sebuah teknik dalam komunikasi untuk meraih target komunikasi yang direncanakan sebagai tujuan perubahan. Untuk menciptakan perubahan, pemilihan strategi komunikasi yang tepat perlu memperhatikan kelengkapan informasi yang akan disampaikan. Dalam strategi komunikasi, efektifitas pesan harus menggunakan tanda bahasa, mempunyai arti, dan menjadi simbol dari materi yang di informasikan.

Beberapa cara pemasaran yang mungkin dilakukan oleh pengerajin sangkar Diamond di Mojosoongo, Boyolali menggunakan teknologi digital yaitu berkembangnya pemasaran melalui media online baik instagram, Whatsapp dan media lainnya. Selain itu pemasaran dengan membuat kelas di suatu kontes burung dengan mewajibkan menggunakan sangkar Diamond dan membuka lapak di suatu kontes burung juga dapat menjadi penentu laku dan tidaknya sebuah produk kerajinan sangkar burung.

. Berdasarkan wawancara dengan pemilik sangkar Diamond, kendala

yang sering dihadapi pengerajin dalam menjalankan pemasaran ke luar daerah terjadinya kerusakan material bahan ruji senar yang berbahan dari nilon putus. kerusakan tersebut biasanya sering terjadi jika jarak yang di tempuh jauh dan juga sangkar sering tertindih oleh barang lain yang dapat mengakibatkan box pembungkus sangkar menjadi rusak, kendala yang lain, konsumen dari sangkar diamond ini adalah sebagai kicau mania, sebagian besar konsumen pastinya akan membuat atau mencustom sangkar original diamond dan itu akan menyulitkan panitia ketika hendak melakukan KIR atau sebuah cara yang dilakukan untuk menentukan sebuah produk sangkar original atau tidak di kelas kontes burung wajib sangkar Diamond.

Sebagian besar para pengerajin sangkar juga tidak memiliki kompetensi dan keahlian dalam menjalankan bisnisnya tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM adalah adanya kompetisi produk secara lokal, kendala permodalan, dan minimnya

keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha mengenai strategi pemasaran yang tepat. Kondisi tersebut semakin diperparah dengan munculnya pandemi Covid-19, pandemi ini menjadi salah satu faktor menurunnya berbagai sektor ekonomi di dunia. Dampak dari pandemi ini juga sangat berpengaruh pada kinerja bisnis pengerajin sangkar hingga pertengahan tahun 2021. Produk kerajinan yang dihasilkan dalam industri ini bukanlah produk primer yang menjadi kebutuhan pokok yang menjadi prioritas utama masyarakat dalam kondisi pandemi Covid-19 ini. Namun dengan meredanya pandemi Covid-19 ini sangkar Diamond kembali bangkit dengan mengalami kenaikan produksi dan jumlah unit sangkar yang terjual selama tiga tahun. Produksi dan jumlah unit sangkar selama pandemi berlangsung dan se usai pandemi Covid-19 dapat disimak pada Tabel 1.1 tentang fluktuasi jumlah unit sangkar yang terjual di Sangkar Diamond Mojosoongo, Boyolali dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

| TAHUN | Volume jumlah sangkar Yang terjual |
|--------------|---|
| 2020 | 100 unit |
| 2021 | 250 unit |
| 2022 | 389 unit |

Sumber : Sangkar Diamond Boyolali, 2023

Komunikasi pemasaran yang tepat tentu sangat dibutuhkan oleh pelaku bisnis UMKM dalam menkomunikasikan produknya kepada calon konsumen. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah instrument viral dalam menjalankan suatu bisnis sebagai media promosi dalam memasarkan produk, mengembangkan usaha, dan menjaga eksistensi produk di pasaran.

METODE PENELITIAN

Studi dalam penelitian ini memakai metode kualitatif, artinya adalah penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami suatu fenomena tentang apa saja yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic dan dengan deskripsi melalui bentuk kata serta bahasa dengan memanfaatkan segala metode ilmiah

pada suatu konteks khusus yang alamiah. Moelong (2007 p.6)

Deskriptif kualitatif adalah cara untuk mengungkap masalah dan peristiwa sebagaimana adanya sehingga sifatnya hanya sekedar mengungkapkan kenyataan. Peneliti hanya sebagai pengamat dimana peneliti membuat kategori perilaku serta ingin memaparkan secara mendalam mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sangkar Diamond di Mojosoongo, Boyolali.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pemasaran merupakan rencana secara menyeluruh dan tertata secara terpadu dan menyatu di dalam sebuah pemasaran. Komunikasi pemasaran memberikan sebuah panduan tentang bagaimana langkah yang harus diambil untuk dapat menjalankan sebuah pemasaran sehingga mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Untuk melakukan sebuah pemasaran Sangkar Diamond di Mojosoongo Kabupaten Boyolali menentukan sebuah strategi dimulai dari pasar, target pasar dan posisi pasar.

Dalam menjalankan bisnisnya industri kerajinan Sangkar Diamond di Mojosoongo Boyolali mempunyai

persaingan yang cukup ketat terutama dengan model sangkar sejenis baik berasal dari wilayah Boyolali maupun dari luar Boyolali. Untuk memaksimalkan jumlah penjualan maka Sangkar Diamond menggunakan media digital berupa instagram, whatsapp dan kontes burung. Hal ini dilakukan untuk menarik jumlah konsumen untuk membeli produk kerajinan sangkar yang di produksi oleh Sangkar Diamond. Produk yang dihasilkan oleh sangkar diamond adalah berupa seni kerajinan tangan yang mempunyai bahan dasar kayu dengan berbagai model dan bentuk serta mempunyai segi kualitas dan keawetan.

Di dalam menjalankan sebuah usaha berupa sebuah produk pasti ada saatnya dimana bahan baku pembuatan sebuah produk akan sulit untuk diperoleh, seperti halnya yang sering dialami oleh pengerajin sangkar burung diamond di Mojosoongo Boyolali. Ketidak pastian bahan baku yang tidak selalu melimpah karena banyaknya suatu pesanan atau permintaan barang akan menjadikan sebuah masalah berupa keterlambatan pengerjaan sangkar burung hingga bisa meningkatkan pesaing baru di dalam bisnis kerajinan sangkar burung.

Faktor pesaing di dalam sebuah usaha atau sebuah bisnis

bukan sebuah resiko baru yang dialami oleh pelaku sebuah bisnis. Pesaing bisnis merupakan pengusaha atau perusahaan yang memiliki produk yang serupa, akan tetapi hal tersebut merupakan salah satu resiko yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis seperti yang dihadapi oleh pengerajin sangkar diamond di Mojosoongo Boyolali. Dengan adanya pesaing baru makan akan menjadi sebuah kendala bagi satu pengusaha atau pelaku usaha dalam memasarkan produknya seperti sedikitnya pasar sasaran.

Dalam menghadapi sebuah persaingan dalam penjualan sangkar diamond selalu mempertahankan kualitas bahan baku, ketahanan produk yang dihasilkan serta kualitas produk yang telah mencapai tahap pasca *finishing* yang meliputi sudut potongan kayu, kerapian dalam pendempulan serta kualitas cat dan clear yang bagus, karena kualitas dalam sebuah produk dapat mempengaruhi dalam proses penjualan dan minat konsumen terhadap suatu produk yang telah di produksi. Kualitas sebuah produk dapat menciptakan atau menghilangkan konsumen.

suatu perusahaan atau merek jika perusahaan atau merek tersebut sudah mempunyai inovasi produk yang mempunyai ciri khas tersendiri atau produk yang mudah dikenali. Karena dengan adanya produk yang mempunyai ciri khas atau produk yang mudah di kenali maka konsumen dapat dengan mudah membedakan dan mencarinya. dengan mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas diharapkan mampu memberikan sebuah inovasi

atas kualitas produk yang sudah di hasilkan terutama pada produk kerajinan sangkar di Mojosoongo Boyolali ini.

Tidak harus di perusahaan yang besar, manajemen sumber daya manusia juga sangat dibutuhkan bagi pengusaha kecil walaupun hanya bersifat sedikit karyawan. Namun karena hanya pada sebuah perusahaan atau usaha kecil banyak sekali pelaku usaha yang mengabaikan dan itu akan membuat resiko untuk usaha yang telah dibangunnya.

Di dalam menjalankan sebuah usaha sumber daya manusia (SDM) sangat diperlukan guna untuk mendapatkan produk yang berkualitas dan memuaskan konsumen. Namun keterbatasan sumber daya manusia seperti yang dialami pengerajin sangkar diamond justru dapat memberikan satu hal positif yaitu dapat merangkul sesame pengerajin sangkar di Kabupaten Boyolali

Berkaitan dengan cara melakukan distribusi sebuah produk, produsen harus menentukan sebuah tempat untuk menyalurkan sebuah barang dari produsen sebuah produk kepada pembeli atau sering di sebut juga dengan konsumen. Jika di urutkan berdasarkan prosesnya, maka barang atau jasa yang sudah jadi kemudian siap untuk dipasarkan makan proses selanjutnya yang harus

di lakukan oleh produsen adalah menentukan sebuah tempat untuk melakukan pendistribusian sebuah produk agar produk tersebut sampai kepada tangan konsumen.

Dalam melaksanakan kegiatan distribusi maka produsen harus memberikan sebuah pelayanan yang sangat baik dengan konsumen. Pemberian pelayanan yang baik akan memberikan sebuah kenyamanan terhadap konsumen dan akan memberikan nilai lebih kepada suatu usaha. Dalam melakukan pendistribusian sangkar, pengerajin sangkar diamond biasanya melakukan penjualan sangkar ketika berada di *stand* kontes burung, karena memang sangkar diamond dikhususkan untuk sangkar khusus lomba, namun selain melakukan pendistribusian di lapangan, pengerajin sangkar diamond juga melakukan pendistribusian di dalam kota atau dalam daerah

Salah satu aspek kesuksesan di dalam suatu bisnis adalah menentukan sebuah harga untuk produk yang akan dijual. Menentukan harga jual produk dengan tepat dan benar dapat

meningkatkan jumlah penjualan suatu produk, selain itu dengan menentukan harga jual yang tepat akan menciptakan sebuah pondasi dasar kesuksesan sebuah bisnis. Strategi dalam menentukan harga jual yang salah juga dapat menimbulkan sebuah masalah yang mungkin tidak dapat diatasi oleh pelaku bisnis untuk kedepannya.

Harga yang ditawarkan oleh pengerajin sangkar diamond jika dibandingkan dengan produk serupa dengan berbeda merek cukup terjangkau dan bisa dibilang lebih murah. Kerajinan sangkar diamond di Mojosongo Boyolali ini mempunyai empat model dengan harga Rp.750.000 untuk sangkar minimalis harian hingga harga Rp.1.100.000 juta untuk full decal sabuk ghoib.

Dalam menjalankan sebuah usaha produsen harus memiliki kemampuan kuat untuk belajar, kerja keras, dan pantang menyerah. Namun selain hal itu modal juga mempunyai peranan yang sangat penting, dibutuhkan juga strategi di dalam sebuah pemasaran serta dapat menghadapi persaingan pasar.

pengerajin sangkar diamond sendiri mempunyai promosi yang berbeda dengan sangkar burung lain yaitu dengan menggunakan event kontes burung sebagai salah satu upaya untuk melakukan sebuah promosi. Upaya pemasaran dengan menggunakan sebuah promosi tentunya akan memperluas jaringan pemasaran dan akan mempermudah konsumen untuk mengenal dan mengetahui kualitas produk yang dihasilkan

KESIMPULAN

komunikasi pemasaran industri kerajinan sangkar burung diamond di Mojosoongo Boyolali dalam meningkatkan penjualannya menerapkan bauran pemasaran.

Produk yang diberikan kepada konsumen oleh pengerajin sangkar diamond mengutamakan kualitas produk seperti menggunakan bahan baku yang berkualitas dan memberikan ketahanan dan kualitas barang yang baik. sehingga dapat

dengan tenang bersaing dengan kompotitor dibidang tersebut. Untuk memenuhi pesanan dari konsumen pengerajin sangkar diamond merangkul sesama pengerajin di area Boyolali.

Tempat pendistribusian yang digunakan oleh pengerajin sangkar diamond dengan membuka stand di area event kontes burung sedangkan untuk komumen jarak jauh pengerajin sangkar diamond mengirimkan sangkar melalui paket ekspedisi sehigga lebih memudahkan konsumen untuk mengambilnya.

Harga yang ditetapkan oleh pengerajin sangkar diamond berdasarkan bahan baku serta kerumitan dalam proses pengerjaan sangkar tersebut, untuk konsumen yang sudah dari lima kali memesan maka akan mendapatkan potongan harga yang lebih murah.

Promosi yang dilakukan oleh pengerajin sangkar diamond berupa menggunakan event (sponsor) dan kelas khusus sangkar diamond sebagai media promosi utama, namun selain itu pengerajin sangkar diamond juga menggunakan media digital berupa facebook dan instagram sebagai media penunjang dalam melakukan sebuah penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin. (2015). Strategi Komunikasi. Penerapan Strategi Komunikasi, p 62.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Philip, K. (1997). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhallindu.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutopo, H. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Tjiptono, F. (1997). Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Aini Safitri Nurul. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial, Kompetensi, Vol. 11, No. 02, Oktober 2017 : 210-216.
- Giarti, M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran. Strategi

*Komunikasi Pemasaran Sebagai Sarana Promosi Untuk
Marchandise di Kedai Digital 8 Solo, Meningkatkan Minat Belu
Edunomika, Vol. 03, No. 01, Konsumen, Jurnal Bisnis Terapan,
Februari 2019 : 60-66. Vol. 01, No. 01, Juni 2017 : 25-31.*

Indika, Deru R dan Cindy Jovita.
(2017). *Media Sosial Instagram*

