

# **ANALISIS DIFERENSIASI FOKUS USAHA KERAJINAN DI KABUPATEN JEPARA**

**Chafidh Hasanuddin; Rochman Hadi Mustofa**

**Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta**

## **Abstrak**

Diferensiasi fokus usaha mengacu pada upaya perusahaan untuk membuat perbedaan pada produk atau jasa yang ditawarkan guna menciptakan keunggulan kompetitif. Fokus usaha adalah area atau segmen pasar tertentu yang menjadi perhatian utama perusahaan. Strategi pengembangan usaha mencakup seperangkat tujuan, kebijakan, rencana, dan kegiatan perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi peluang bisnis di pasar. Usaha kerajinan merupakan kegiatan dalam memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas agar dapat mempercepat proses pemerataan dan pendapatan ekonomi masyarakat. Maka dari itu tujuan penelitian ini yaitu (1) untuk mengetahui diferensiasi fokus usaha kerajinan di Kabupaten Jepara, (2) untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan di Kabupaten Jepara. Metode penelitian yang digunakan yaitu etnografi dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah diferensiasi fokus usaha dan strategi pengembangan usaha kerajinan di Kabupaten Jepara. Subjek penelitian ini adalah perwakilan pelaku usaha kerajinan. Hasil dari penelitian ini (1) diferensiasi fokus usaha untuk melestarikan usaha turun temurun antara lain usaha kerajinan mebel dan batik di Kecamatan Jepara, usaha kerajinan tenun di Kecamatan Pecangaan, usaha kerajinan monel di Kecamatan Kalinyamatan, usaha kerajinan keramik di Kecamatan Mayong (2) strategi pengembangan usaha kerajinan yang dilakukan yaitu: diversifikasi produk, memanfaatkan media sosial, menambah alat produksi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan inovasi produk.

**Kata Kunci:** diferensiasi, fokus usaha, usaha kerajinan

## **Abstract**

Business focus differentiation refers to a company's efforts to make differences in the products or services it offers in order to create a competitive advantage. Business focus is a particular area or market segment that is the company's main concern. A business development strategy includes a set of company goals, policies, plans and activities aimed at identifying business opportunities in the market. The craft business is an activity that expands employment opportunities and provides broad economic services in order to accelerate the process of equalization and economic income of the community. Therefore, the objectives of this research are (1) to determine the differentiation of craft business focus in Jepara Regency, (2) to determine the strategy for developing craft businesses in Jepara Regency. The research method used is ethnography with data collection techniques through observation, interviews and documentation. The object of this research is the differentiation of business focus and craft business development strategies in Jepara Regency. The subjects of this research are representatives of craft business actors. The results of this research are (1) differentiation of business focus to preserve hereditary businesses, including furniture and batik craft businesses in Jepara District, weaving craft businesses in Pecangaan District, monel craft businesses in Kalinyamatan District, ceramic craft businesses in Mayong District (2) strategy Craft business development carried out is: product diversification, utilizing social media, adding production equipment, improving service quality, and product innovation.

**Keywords:** differentiation, business focus, craft business

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini, sektor bisnis sangat luas dan beragam, dengan produsen bersaing secara terbuka untuk memperoleh dan menjual barang yang mereka hasilkan guna menarik pelanggan agar menggunakan apa yang mereka tawarkan. Semua ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas yang mengarah pada bisnis, tanpa memandang kelas sosial; lagi pula, di era usaha yang tidak dibatasi ini, banyak pengusaha mulai bermunculan untuk terlibat dalam kegiatan bisnis karena mereka tertarik pada hasil yang lebih memuaskan. Lingkungan bisnis menuntut setiap industri dan perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi (Ilhamuddin, et al., 2018).

Di era globalisasi dan teknologi yang terus berkembang ini, setiap bisnis berupaya untuk meningkatkan standar manajemen produksi dan pemasaran guna memaksimalkan keuntungan sesuai dengan tujuan masing-masing. Dunia usaha telah mengalami peningkatan daya saing, yang telah menyebar ke semua sektor bisnis dan meningkatkan persaingan antar organisasi. Tidak mungkin mengisolasi pelaku usaha di sektor kerajinan dari persaingan ini, dimana mereka harus mampu mengatasi berbagai tantangan yang timbul dalam menjalankan operasi pemasarannya dan menjamin bahwa perusahaannya dapat berjalan dengan manajemen yang efisien dan efektif. Banyaknya prospek perekonomian di Indonesia telah mendukung pertumbuhan perusahaan-perusahaan Indonesia (Harahap & Yarham, 2023).

Para pengusaha kerajinan harus terus mengembangkan kemampuannya agar tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini. Namun pada kenyataannya tidak mudah bagi para pengusaha kerajinan untuk mengembangkan kemampuannya menjadi lebih unggul. Menurut Sulistiani (2014) untuk mewujudkan keunggulan bersaing yaitu dengan cara memiliki kemampuan untuk menciptakan produk yang ketika pesaing mencoba untuk menirunya akan selalu mengalami kesulitan. Oleh sebab itu, menciptakan perbedaan akan menjadi faktor pendukung untuk mewujudkan keunggulan bersaing. Strategi diferensiasi adalah salah satu langkah atau cara bagi suatu perusahaan untuk mewujudkan keunggulan bersaing dengan menciptakan suatu keistimewaan dengan memberikan nilai tambah yang berbeda dengan pengusaha sejenis lainnya untuk menarik minat konsumen.

Strategi perusahaan adalah serangkaian tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuannya. Terkadang ada langkah yang sulit dan berliku untuk diatasi, namun ada juga yang sebenarnya sederhana. Selain itu, mengatasi berbagai tantangan juga diperlukan untuk

mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah perlu diambil dengan sengaja dan hati-hati. Kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggan merupakan indikator kunci seberapa baik perusahaan melaksanakan rencana pemasarannya. Pelanggan semakin puas ketika memperoleh produk atau jasa yang diberikan, yang menandakan bahwa rencana tersebut sangat efektif. Meskipun demikian, pertumbuhan usaha kecil dan menengah dinilai masih kurang memiliki strategi pemasaran karena banyak diantara mereka yang masih kalah bersaing di dunia usaha yang lebih besar. Tidak jarang pula beberapa usaha kecil dan menengah tidak konsisten dan tidak mampu bertahan lama dalam menjalankan usahanya, hanya bertahan beberapa tahun sebelum bangkrut dan tidak pernah kembali beroperasi. (Muttalib & Sibawi, 2020).

Usaha kecil secara umum dipandang sebagai salah satu pilihan pemerintah dalam mengatasi permasalahan perekonomian karena dinilai mampu menahan dan mengantisipasi perlambatan yang disebabkan oleh inflasi dan variabel lainnya. Hal serupa juga dilakukan oleh usaha kerajinan skala kecil dan menengah di Kabupaten Jepara. Banyak sekali pengusaha yang ada di Kabupaten Jepara. Mayoritas dari mereka yang mampu mengambil risiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi adalah para wirausaha, yang akan menjadi kekuatan utama di balik perubahan, inovasi, dan kemajuan perekonomian. (Tambunan, 2002).

Jepara merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Jepara berbatasan langsung dengan Laut Jawa di bagian barat dan utara, Pati dan Kudus di timur, serta Demak di selatan. Wilayah Jepara juga meliputi Kepulauan Karimunjawa yang berada di laut Jawa. Luas wilayah Jepara tercatat 100.413,189 ha. (Badan Pusat Statistik, 2010)

Kerajinan di Jepara sudah membentuk klaster kerajinan. Klaster (*cluster*) merupakan kumpulan, kelompok, himpunan, atau gabungan obyek tertentu yang memiliki keserupaan atau atas dasar karakteristik tertentu. Beberapa pusat kerajinan (*cluster*) di Jepara antara lain kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan dan Desa Sidigede Kecamatan Welahan, kerajinan Monel di Desa Kriyan dan Desa Purwogondo Kalinyamatan, kerajinan patung di Desa Mulyoharjo Kecamatan Jepara Kota, sentra kerajinan in door di Kecapi Kota Jepara, dan pusat kerajinan out door di Mantingan Jepara, serta kerajinan Batik di Kelurahan Panggang Kecamatan Kota Jepara (Bappeda Jepara dan STIENU Jepara, 2006).

Setiap daerah memiliki potensi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk melangsungkan kehidupannya (Malihah & Achiria, 2019). Hingga saat ini, pemerintah sudah mengupayakan untuk mengangkat sektor kerajinan home industri Jepara menjadi salah satu daya tarik wisata unggulan akan tetapi belum maksimal, padahal potensi kerajinannya sangat

beragam. Pada kenyataannya, pertumbuhan wisata kerajinan tangan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dalam beberapa hal selain membantu pengrajin dan buruh. Kerajinan masih dipandang sebagai kegiatan ekonomi yang berbeda dari kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan. Baik wisatawan lokal maupun asing harus tertarik dengan manfaat dari klaster industri yang berbeda. Sejumlah ciri khas lokal dapat dipasarkan sebagai daya tarik wisata yang membedakannya dari lokasi lain.

Kerajinan tangan dapat dikaitkan dengan kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata selain kegiatan ekonomi murni di desa-desa terdekat. Menggabungkan kerajinan tangan dengan pariwisata dapat meningkatkan perekonomian lebih jauh lagi dan secara signifikan meningkatkan perekonomian kota-kota terdekat. Oleh karena itu, penting untuk memetakan, mengkatalogkan, dan mengkategorikan setiap klaster kerajinan di Jepara..

Berdasarkan permasalahan atau latar belakang yang ada, peneliti ingin menggali informasi tentang bagaimana diferensiasi fokus usaha kerajinan di Jepara dan bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan di Jepara. Oleh karenanya, penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis Diferensiasi Fokus Usaha Kerajinan di Kabupaten Jepara”. Alasan peneliti memilih tempat penelitian di Kabupaten Jepara karena kerajinan di Kabupaten Jepara semakin bertambah dan diminati oleh masyarakat.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Menurut Yusanto (2020) etnografi digunakan untuk meneliti perilaku manusia dalam lingkungan spesifik alamiah. Penelitian ini dilaksanakan di desa Mayonglor, desa Kriyan, desa Troso, desa Panggang dan desa Mulyoharjo. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Mei 2023 sampai Januari 2024. Objek penelitian adalah atribut, karakter atau nilai seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Objek penelitian yang diambil adalah diferensiasi fokus usaha kerajinan dan strategi pengembangan usaha kerajinan di Jepara yang terdiri dari usaha kerajinan ukir/mebel, batik, tenun, monel dan keramik. Subjek penelitian yang diambil adalah perwakilan pelaku usaha kerajinan. Menurut Sugiyono (2012), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan narasumber yaitu pemilik usaha kerajinan ukir/mebel,

batik, tenun, monel dan keramik. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan dan analisis untuk mengetahui diferensiasi fokus usaha dan strategi pengembangan. Sedangkan dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumen yang berbentuk foto dan link. Menurut Alfansyur & Mariyani (2020) triangulasi merupakan suatu cara untuk mengetahui keabsahan hasil data yang didapatkan di lapangan. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara dengan narasumber yang berbeda. triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2017) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerajinan di Jepara sudah membentuk klaster, oleh karena itu rata-rata pengusaha kerajinan di Kabupaten Jepara dalam menentukan jenis usaha yang dijalankan tidak menentukan usahanya sendiri melainkan ditentukan oleh orang tua karena usaha kerajinan di Kabupaten Jepara sudah menjadi bisnis keluarga atau turun temurun.

Selain itu, pengusaha kerajinan di Kabupaten Jepara lebih memilih mempertahankan usaha kerajinan lokal di daerahnya masing-masing daripada harus menjalankan usaha kerajinan lain yang diluar daerahnya karena setiap daerah memiliki sentra industri kerajinan masing-masing antara lain :

Tabel 1. Sentra Industri Kerajinan

No	Usaha Kerajinan	Lokasi	Produk	Keunggulan	Target Konsumen
1	Mebel	Kecamatan Jepara	Meja, Kursi, Pintu, Lemari dll. (Narasumber B, 2023)	Menggunakan bahan kayu jati asli, kokoh dan mudah patah. (Narasumber B, 2023)	Masyarakat daerah maupun luar daerah (Narasumber B, 2023)

2	Batik	Kecamatan Jepara	“Kain Batik dan Kompur Batik” (Narasumber SM, 2023)	“Kalau batik ini kan rata-rata orang tertarik dengan motif yang dewasa” saya pilih secara global tadi menjadi keunggulan itu sendiri.” (Narasumber SM, 2023)	“Semua kalangan dari anak-anak hingga yang dewasa” (Narasumber SM, 2023)
3	Tenun	Kecamatan Pecangaan	“Tenun Troso, Tenun CSM, blanket, sarung alusan, sarung kasaran.” (Narasumber M, 2023)	“Tenun Troso tetapi tidak bisa mengunggulkan satu produk. Karena pasar yang berbeda-beda.” (Narasumber M, 2023)	“Target konsumen kita merata. Dari anak-anak, dewasa, remaja, orang tua, lanjut usia.” (Narasumber M, 2023)
4	Monel	Kecamatan Kalinyamatan	“Gelang, kalung, cincin, dan custom.” (Narasumber AS, 2023)	“Keunggulannya dari kerajinan monel itu tahan lama, tidak berubah warna, kilau emas lebih glossy, dan anti karat apabila di air asin juga tidak berubah.” (Narasumber AS, 2023)	“Target pembelinya itu bisa konsumen produsen atau reseller.” (Narasumber AS, 2023)
5	Keramik	Kecamatan Mayong	“Saya memproduksi kerajinan keramik genteng. Jenis produknya antara lain genteng berbentuk huruf y, flat, itu genteng yang berukuran kecil berbentuk minimalis di	Keunggulan produk yang saya produksi itu bentuknya lebih minimalis, lebih baik jika digunakan untuk model rumah yang sekarang, dan bentuknya yang unik.” (Narasumber YG, 2023)	“Untuk target konsumen itu di kalangan menengah kebawah, kita juga mempunyai reseller dan melayani pemakai langsung.” (Narasumber YG, 2023)

---

era modern.”  
(Narasumber  
YG, 2023)

---

Tabel 2. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan di Jepara

No	Strategi Pengembangan Usaha	Hasil
1	Diversifikasi Produk	Kalung, cincin, gelang dll.
2	Memanfaatkan media social dan <i>e-commers</i>	Facebook dan Tokopedia
3	Menambah alat produksi	Meningkatkan kuantitas produk
4	Inovasi Produk	Mengombinasikan bahan kuningan yang dominan dilapisannya kuning emas.
5	Meningkatkan kualitas pelayanan	Menerima request dari customer

Diferensiasi Usaha Untuk Melestarikan Usaha Turun Temurun. Strategi diferensiasi sangat penting jika kesinambungan bisnis ingin dipertahankan untuk generasi mendatang. Diferensiasi fokus usaha pada kerajinan, perusahaan mungkin memilih untuk menonjolkan keunikan produk, desain kreatif, bahan baku khusus, atau segmen pasar tertentu. Dengan mengidentifikasi area fokus yang jelas, perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Dengan demikian, fokus usaha adalah upaya yang diarahkan secara khusus untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan di bidang tertentu dalam konteks strategi bisnis suatu perusahaan. Beberapa perusahaan usaha kerajinan di Kabupaten Jepara mengenai diferensiasi fokus usaha antara lain :

a. Fokus Usaha Kerajinan Mebel di Kecamatan Jepara

Fokus usaha kerajinan mebel di Desa Mulyoharjo Kecamatan Jepara menekankan pada pemanfaatan potensi lokal yang khas dan berkualitas tinggi. Dalam pengembangan produk, perusahaan dapat memaksimalkan keunggulan bahan baku lokal seperti kayu jati yang terkenal dari daerah ini. Dengan memadukan keahlian pengrajin lokal dan inovasi desain, dapat diciptakan mebel yang tidak hanya memiliki kualitas tinggi tetapi juga mencerminkan keindahan budaya Jepara. (Setiawan, 2022)

Desain khusus Jepara menjadi fokus utama untuk menonjolkan kekhasan wilayah tersebut. Melibatkan seniman lokal dalam proses desain dapat memberikan sentuhan

artistik yang unik pada produk mebel. (Hodijah et., al 2019). Selain itu, perhatian pada aspek keberlanjutan, seperti penggunaan kayu dari hutan berkelanjutan, dapat meningkatkan citra produk dan menarik konsumen yang peduli lingkungan.

Secara keseluruhan, fokus usaha kerajinan mebel di Desa Mulyoharjo Kecamatan Jepara bukan hanya pada produksi mebel berkualitas tinggi, tetapi juga pada menciptakan nilai tambah melalui kekayaan budaya lokal, kolaborasi, keberlanjutan, dan inovasi.

Fokus usaha kerajinan batik di Desa Panggang Kecamatan Jepara memanfaatkan kekayaan budaya lokal untuk mengembangkan industri kreatif di wilayah tersebut. Salah satu aspek utama adalah penggunaan motif dan desain batik yang mencerminkan identitas Jepara, (Labib, 2018) dengan kolaborasi bersama seniman atau desainer lokal untuk menciptakan karya-karya batik bernilai artistik tinggi. Penggunaan bahan alami dan pewarna tradisional tidak hanya meningkatkan keaslian produk, tetapi juga menggambarkan komitmen pada keberlanjutan dan pelestarian warisan lingkungan.

Pelatihan keterampilan batik kepada masyarakat setempat menjadi fokus untuk memperluas basis pengrajin dan menjaga keterampilan tradisional tetap hidup. (Tyas & Damayanti, 2018). Strategi promosi yang mengintegrasikan pengalaman membuat batik ke dalam paket wisata dan partisipasi dalam acara pariwisata dan festival seni diharapkan dapat meningkatkan eksposur produk batik Jepara.

Aspek pelestarian budaya juga diangkat dengan menonjolkan nilai-nilai budaya dan sejarah dalam setiap karya batik. Dengan terlibat dalam upaya pelestarian dan dokumentasi warisan batik lokal, perusahaan dapat memberikan kontribusi positif terhadap warisan budaya Jepara.

Terakhir, menjaga kualitas tinggi produk batik, menciptakan edisi terbatas atau produk khusus, dan mengkomunikasikan cerita unik di balik setiap karya menjadi strategi untuk meningkatkan daya tarik produk. Sehingga, fokus usaha kerajinan batik Jepara tidak hanya membawa dampak positif pada ekonomi lokal tetapi juga memperkuat identitas budaya dan warisan tradisional dalam tingkat lokal maupun nasional.

#### b. Fokus Usaha Kerajinan Tenun di Kecamatan Pecangaan

Fokus usaha kerajinan tenun di Desa Troso Kecamatan Pecangaan menekankan pada pemanfaatan kekayaan tradisional dan pengembangan ekonomi lokal (Andriani et., al 2017). Penggunaan bahan lokal, seperti serat alami atau benang dari tumbuhan setempat, menjadi landasan untuk memberikan identitas khas pada produk tenun. Motif dan pola tradisional diintegrasikan dalam proses desain dengan melibatkan perajin lokal dan tokoh



seni, menjamin keautentikan dan keunikan produk.

Program pelatihan keterampilan tenun menjadi aspek penting dalam meningkatkan kualitas produk dan mendukung pelestarian tradisi. Kolaborasi dengan petani atau produsen bahan baku lokal diharapkan dapat memberikan dampak positif pada ekonomi masyarakat sekitar.

Pemasaran melalui sektor pariwisata diwujudkan dengan mengintegrasikan produk tenun dalam paket wisata dan membuka warung atau toko di lokasi wisata strategis. Inovasi dalam desain produk dan adaptasi terhadap tren mode menjadi langkah proaktif untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas.

Kemitraan dengan desainer fashion lokal menjadi strategi yang tepat untuk mengangkat keindahan tenun ke level baru. Memastikan kualitas produk dan menjaga konsistensi dalam desain menjadi kunci dalam membangun reputasi yang kuat di pasar.

Partisipasi dalam event dan pameran industri kreatif menjadi peluang untuk memperluas jaringan dan meningkatkan kesadaran merek. Ini juga menjadi wadah untuk menunjukkan keunikan dan keindahan produk tenun Troso kepada audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, fokus usaha kerajinan tenun Troso bukan hanya tentang menghasilkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga tentang membangun fondasi yang kokoh untuk pelestarian budaya lokal, pengembangan ekonomi masyarakat, dan memasuki pasar dengan kekhasan yang membedakan

#### c. Fokus Usaha Kerajinan Monel di Kecamatan Kalinyamatan

Fokus usaha kerajinan Monel di Desa Kriyan Kecamatan Pecangaan membuka jendela peluang untuk menyelaraskan keunikan logam paduan Monel dengan keahlian tradisional Kriyan. Dalam pengembangan bisnis ini, desain produk menjadi pusat perhatian dengan maksud memadukan motif dan pola kriyan khas Jepara ke dalam produk Monel. Hasilnya adalah produk kerajinan Monel yang tidak hanya memancarkan kekhasan seni lokal, tetapi juga memiliki keberlanjutan dan ketahanan tinggi yang melekat pada logam Monel.

Penggunaan keahlian pengrajin lokal menjadi landasan utama, mengintegrasikan keahlian tradisional dengan teknik produksi Monel yang khusus. Pelatihan tambahan diberikan untuk memastikan pengrajin memiliki keterampilan yang diperlukan dalam mengolah dan membentuk Monel. Kreativitas dalam inovasi produk diarahkan untuk mengeksplorasi berbagai bentuk seni dan fungsionalitas Monel, memungkinkan produksi

patung, perabotan, atau barang seni dekoratif yang unik.

Kemitraan dengan galeri seni dan toko kriyan lokal di Jepara memberikan jalur distribusi yang luas untuk produk Monel. Keterlibatan aktif dalam acara seni lokal dan pameran menjadi peluang untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jejaring dalam komunitas seni.

Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial diintegrasikan dalam proses produksi Monel untuk menciptakan produk ramah lingkungan. Penekanan pada kualitas tinggi produk Monel menjadi pondasi untuk membangun reputasi yang kuat, sementara keterlibatan dalam komunitas seni lokal mendukung pertumbuhan industri seni dan kerajinan di Jepara.

Dengan menggabungkan keunikan Monel dengan nilai seni dan keahlian tradisional di Desa Kriyan, bisnis kerajinan Monel diharapkan mampu menghadirkan produk berkualitas tinggi yang mencerminkan identitas budaya dan seni yang kaya di Jepara.

#### d. Fokus Usaha kerajinan Keramik di Kecamatan Mayong

Fokus usaha kerajinan keramik di Desa Mayong Kecamatan Mayong membawa potensi besar untuk merangkul keberagaman budaya dan warisan lokal dalam menciptakan produk keramik yang istimewa. Dalam mengembangkan bisnis ini, inspirasi diambil dari kekayaan budaya dan tradisi yang khas Kecamatan Mayong, menciptakan desain dan motif keramik yang merefleksikan keunikan dan keindahan daerah tersebut. Integrasi simbol-simbol tradisional dan cerita lokal menjadi pondasi untuk menghasilkan karya seni keramik yang bermakna.

Keterlibatan komunitas pengrajin lokal menjadi langkah penting untuk mengenrich keterampilan dan teknik pembuatan keramik. Kolaborasi ini bukan hanya memperkaya variasi produk, tetapi juga memperkuat keterhubungan sosial dalam komunitas pengrajin. Pengembangan produk keramik tidak hanya berfokus pada fungsionalitasnya, tetapi juga pada estetika dekoratifnya, menciptakan barang yang bisa digunakan sehari-hari sekaligus menjadi hiasan yang mempercantik ruangan.

Pelatihan keterampilan keramik dan pendidikan seni diperkenalkan sebagai bagian dari inisiatif pendidikan, memperluas pengetahuan dan keterampilan dalam masyarakat setempat. Strategi pemasaran lokal dan integrasi produk keramik dalam industri pariwisata mendukung peningkatan eksposur produk di tingkat komunitas dan nasional. Keberhasilan dalam pemasaran juga ditopang oleh inovasi teknologi dalam produksi, penggunaan media sosial, dan platform online untuk mencapai pasar yang lebih

luas.

Upaya untuk memastikan kualitas produk dan keamanan konsumen tercermin dalam sertifikasi produk keramik, sementara pendekatan yang berkelanjutan dalam pemilihan bahan baku dan praktik produksi melibatkan tanggung jawab terhadap lingkungan. Produk keramik yang dihasilkan bukan hanya menjadi representasi seni lokal, tetapi juga membawa dampak positif pada lingkungan dan kesejahteraan masyarakat di Desa Mayonglor Kecamatan Mayong. Dengan memadukan keunikan budaya, keterlibatan komunitas, dan praktik bisnis berkelanjutan, bisnis kerajinan keramik di Kecamatan Mayong diharapkan dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal sambil melestarikan dan memperkaya warisan budaya.

Adapun strategi yang digunakan pengusaha kerajinan di Jepara antara lain :

a. Diversifikasi Produk

Salah satu kunci keberlanjutan suatu korporasi adalah rencana bisnisnya. Strategi bisnis biasanya memanfaatkan tugas-tugas dasar manajemen. Organisasi yang sukses telah menetapkan strategi yang berpusat pada keunggulan mereka, seperti menekankan kualitas produk atau layanan mereka. Menurut Ismanthono (2006), Upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui keragaman produk, baik dengan menciptakan item baru atau meningkatkan produk yang sudah ada, dikenal sebagai diversifikasi produk. Perbaikan inventif terhadap produk yang ada saat ini dapat menghasilkan produk baru yang unik dan inventif.

Tujuan utama terciptanya usaha kerajinan melalui diversifikasi produk adalah untuk memperluas jangkauan pasar portofolio produk dan daya tarik konsumen dengan menambah produk baru. Memahami preferensi konsumen dan tren terkini yang mungkin berdampak pada mereka adalah langkah awal yang penting. Diversifikasi produk memerlukan penyelidikan bahan-bahan baru, metode produksi, dan terobosan desain yang dapat meningkatkan nilai dan kekhasan produk. Selain itu, kelestarian bahan baku dan kualitas produk juga harus diperhatikan, karena faktor-faktor ini dapat menarik pelanggan yang peduli terhadap lingkungan.

Tahap penting lainnya dalam diversifikasi produk adalah penerapan rencana pemasaran yang efisien untuk meluncurkan produk baru. Contoh strategi tersebut mencakup penggunaan media sosial, bermitra dengan situs e-commerce, atau menghadiri pameran dagang. Diversifikasi produk dapat secara signifikan meningkatkan keberhasilan

usaha kerajinan dengan rencana pemasaran yang tepat, inovasi produk yang inventif, dan pemahaman menyeluruh terhadap keinginan konsumen. Dengan adanya e-commerce, marketplace serta media sosial dapat mendukung para pelaku usaha dalam memasarkan produk lebih luas karena internet dapat diakses di seluruh penjuru dunia (Listiyaningrum et al., 2020).

b. Memanfaatkan media sosial

Penggunaan media sosial kini menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan perusahaan kerajinan. Tujuan utama dari strategi ini adalah menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, lebih terlibat dengan pelanggan, dan menyajikan item dengan cara yang menarik. Perusahaan kerajinan dapat menarik pengikut dan calon pelanggan dengan materi berkualitas tinggi, seperti gambar produk yang indah, film proses pembuatan, atau konten motivasi. Dalam usaha sangat memerlukan adanya suatu kekuatan lebih dalam hal teknologi untuk mencapai produksi dan penjualan. Kemampuan teknologi menolong untuk dapat meraup pasar sehingga fokus usaha pada pasar dapat tercapai. Kondisi bahwa UMKM memerlukan transformasi pada teknologi ini akan menolong inovasi yang dilakukan UMKM (Bouwman, Nikou & de Reuver, 2019).

Selain itu, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan memerlukan partisipasi aktif audiens melalui percakapan langsung, kompetisi, atau pemanfaatan kemampuan unik platform media sosial. Perusahaan kerajinan dapat secara efektif menggunakan media sosial sebagai alat untuk pertumbuhan bisnis, penjualan, dan paparan merek di pasar yang lebih besar dengan menerapkan pendekatan ini secara teratur dan melacak hasilnya menggunakan analisis data. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shaferi & Pinilih (2020) bahwa strategi dengan melibatkan beberapa mitra dan meningkatkan kegunaan teknologi menjadi kunci dalam mengembangkan usaha dan menitikberatkan pada penjualan berdasar kemitraan dan penggunaan teknologi.

c. Menambah alat produksi

Menambah peralatan produksi pada bisnis kerajinan merupakan langkah diperhitungkan yang dapat meningkatkan kapasitas, kualitas, dan efisiensi output. Sebelum melakukan hal lain, penting untuk melakukan tinjauan menyeluruh terhadap proses produksi saat ini untuk menentukan area mana yang dapat memperoleh manfaat dari peningkatan alat produksi. Tahap berikutnya adalah melihat berbagai kemungkinan peralatan manufaktur baru yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan

mempertimbangkan fitur, kualitas, dan biaya. Rencana keuangan yang sesuai dengan status keuangan perusahaan harus dikombinasikan dengan investasi pada peralatan manufaktur baru. (Kadim, 2017).

Selain itu, penting untuk mengatur rencana pemeliharaan dan pemeliharaan untuk memastikan bahwa alat tersebut tetap beroperasi pada kondisi terbaiknya serta untuk mendidik anggota staf sehingga mereka dapat menggunakan peralatan baru secara efektif. Menambahkan peralatan produksi dapat menjadi taktik yang berguna dalam membantu perusahaan kerajinan menjadi lebih efisien dan kompetitif dengan menilai kinerja secara rutin dan menilai dampaknya terhadap proses produksi.

d. Meningkatkan kualitas pelayanan

Pemahaman menyeluruh tentang persyaratan dan harapan pelanggan sangat penting ketika membangun bisnis kerajinan untuk meningkatkan kualitas layanan. Melakukan survei atau melakukan percakapan langsung dengan pelanggan merupakan langkah awal yang penting dalam memahami preferensi, masukan, dan harapan mereka terhadap barang dan jasa yang Anda berikan. Bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyesuaikan strategi layanan mereka agar lebih memenuhi harapan pelanggan mereka. (Budiarti, 2023).

Proses produksi dan layanan pelanggan harus dibangun berdasarkan standar kualitas tinggi untuk menjamin bahwa produk akhir memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Selain memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang produk, prosedur pemesanan, dan layanan purna jual, komunikasi yang efektif, tepat waktu, dan transparan juga penting untuk membina hubungan pelanggan yang sukses.

Perbaiki proses yang berkesinambungan dalam produksi dan layanan, yang didukung oleh umpan balik positif, sama pentingnya dengan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan interpersonal dan kapasitas untuk memberikan layanan yang luar biasa. Kualitas layanan pelanggan memiliki bobot yang paling penting dalam manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management-CRM) untuk mendukung kinerja UKM (Mahmudi & Ngadenan, 2017). Kualitas layanan saat ini merupakan sebuah prioritas penting bagi perusahaan di tengah perkembangan dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan atau industri harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena dengan pelayanan prima, akan menjadi faktor penentu dalam peningkatan daya saing industri (Matulatuwa, 2017).

e. Inovasi Produk

Diperlukan sejumlah tindakan yang diperhitungkan untuk mengembangkan produk yang khas dan memikat pasar sebagai bagian dari rencana pengembangan usaha kerajinan melalui inovasi produk. Pertama-tama, penting untuk melakukan riset pasar mendalam untuk memahami tren pasar saat ini, permintaan klien, dan peluang yang belum dijelajahi. Selain itu, upaya inovasi harus dikonsentrasikan pada penciptaan desain baru, memanfaatkan teknologi mutakhir, dan menyelidiki bahan baru serta metode produksi. Bekerja sama dengan desainer, seniman, atau profesional kreatif lainnya dapat membantu pengembangan produk melihat sesuatu dari sudut pandang baru.

Lebih jauh lagi, pengenalan barang baru ke pasar bergantung pada strategi pemasaran yang menekankan ciri-ciri inovasi produk, seperti keunggulan khusus dan manfaat yang diberikan. Perusahaan dapat meningkatkan dan memodifikasi produk mereka untuk lebih memenuhi keinginan dan preferensi pelanggan mereka dengan melakukan uji coba produk dengan pengguna awal dan kelompok sasaran, serta dengan berinteraksi dengan pelanggan untuk mendapatkan umpan balik. Strategi inovasi produk dapat secara signifikan mempercepat pertumbuhan usaha kerajinan ketika diterapkan dengan pendekatan pasar yang komprehensif dan tangkas.

Kemampuan kreatifitas pengusaha dalam membuat produk didukung oleh sumberdaya bahan baku yang mudah diperoleh dan berkualitas serta didukung oleh pangsa pasar yang sangat menjanjikan karena pelanggan berasal dari berbagai daerah sehingga peningkatan produksi cukup baik untuk dilakukan. Berbagai inovasi produk dapat menambah preferensi bagi pelanggan yang ada karena preferensi atau kesukaan pelanggan dapat berbeda antara pelanggan yang satu dengan yang lainnya (Syarifuddin et al., 2022).

#### **4. PENUTUP**

Diferensiasi fokus usaha kerajinan di Kabupaten Jepara untuk melestarikan usaha turun temurun. Pengusaha kerajinan di Kabupaten Jepara tidak menentukan usahanya sendiri melainkan ditentukan oleh keluarga untuk melanjutkan bisnis keluarga. Meskipun terdapat banyak usaha kerajinan di Kabupaten Jepara pengusaha lebih memilih fokus pada kerajinan yang ada di daerahnya masing-masing seperti usaha kerajinan ukir/mebel di Desa Mulyoharjo, dan usaha kerajinan batik di Desa Panggang Kecamatan Jepara, usaha kerajinan tenun di Desa Troso Kecamatan Pecangaan, usaha kerajinan monel di Desa Kriyan Kecamatan Kalinyamatan, usaha kerajinan keramik di Desa Mayonglor Kecamatan Mayong.

Adapun strategi yang dilakukan dalam mengembangkan usaha kerajinan di Jepara antara lain: diversifikasi produk, memanfaatkan media sosial, menambah alat produksi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan inovasi produk.

Saran dan masukan dari peneliti bagi mahasiswa yaitu bagi pengusaha kerajinan di Kabupaten Jepara sebaiknya semakin gencar dalam melakukan promosi mengenai usaha kerajinan di Kabupaten Jepara. Dengan memanfaatkan media sosial dapat digunakan sebagai media promosi secara online. Selain itu, menjaga kualitas produk juga perlu diperhatikan dengan menggunakan bahan yang berkualitas akan menarik pelanggan.. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas area penelitian untuk mendapatkan generalisasi hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Adriani, R. N., Astuti, P., & Adnan, M. (2017). Implementasi program one village one product (OVOP) pada koperasi paguyuban tenun troso Kabupaten Jepara. *Journal of Politic and Government Studies*, 6(04), 321- 330.
- Badan Pusat Statistik, Jepara dalam Angka 2010, (Penerbit BPS Kabupaten Jepara, 2010)
- Bappeda Jepara dan STIENU Jepara (2006)
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, Business Models, and SMEs: How do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828.
- Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405-416.
- Harahap, A. P., & Yarham, M. (2023). Etika dan Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Pada Era Global. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 1(3), 207-217.
- Hodijah, O., Putrisari, N. D., & Nur, T. (2019, October). Inventarisasi, Dokumentasi, dan Literasi Produk Kerajinan Daerah Sumedang, Cirebon, dan Indramayu Provinsi Jawa Barat. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 2).
- Ilhamuddin, H. M., Rusminah, R., Hilmiati, H., & Ahyar, M. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara di Kota Mataram. *JMM UNRAM-Master of Management Journal*, 7(1), 58- 69.
- Ismanthono, dan W. Henricus. 2006. *Kamus Istilah Ekonomi Populer*, Jakarta: Buku Kompas.
- Kadim, A. (2017). Penerapan Manajemen Produksi & Operasi di Industri Manufaktur.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(03), 377-400.
- Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 116–127. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.41012>

- Mahmudi, A. A., & Ngadenan. (2017). Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management (CRM) menggunakan CRM Scorecard dan Omax. *Jurnal Informatika UPGRIS (JIU)*, 2(2).
- Matulatuwa E. M. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Ambon Menggunakan Metode Servqual dan Lexicon Based. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi-UPGRIS*, 3(2), 301-318.
- Rusmaniah, R., Nugroho, D. A., Indriyani, P. D., & Putra, M. A. H. (2022). Partisipasi Perajin dalam Pengembangan Seni Kerajinan Anyaman di Kampung Purun Berbasis Kearifan Lokal. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 8(1), 1-10.
- Setiawan, D. (2022). *SENI KRIYA NUSANTARA*. Cahya Ghani Recovery. Setiawan, B., & Suwarnindyah, R. N. (2014). Strategi Pengembangan Tenun Ikat Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 20(3), 353-367.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiani, D. (2014) 'Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi', *Jurnal Akuntansi*, 4(2). doi: 10.18860/em.v4i2.2454.
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1-24. [www.ekrut.com](http://www.ekrut.com)
- Tambunan, Tulus, 2002, Peran UKM Bagi Perekonomian Indonesia dan Prospeknya, *USAHAWAN* No. 07 Th XXXI Juli, Hal 3-15
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 2(1), 74-89.
- Vernita, D. M., Wiasti, N. M., & Aliffiati, A. (2023). Budaya dan Identitas Lokal: Keberlanjutan Batik Banyuwangi melalui Kolaborasi Perajin di Desa Tampo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5511- 5518.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>