

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Ditinjau dari berbagai uraian didepan, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa UD. Kelapa Keling merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan dengan bahan baku kayu kelapa. Berbagai jenis produk dihasilkan dengan selalu memperhatikan kualitas. Sementara itu lingkup pemasarannya pun telah mencakup dalam negeri dan luar negeri.

UD. Kelapa Keling didirikan pada tahun 1995, perusahaan tersebut dapat berdiri berkat kerja keras, hasrat dan motivasi yang tinggi dari Muh. Alimin selaku pimpinan sekaligus pengelola perusahaan tersebut.

Letak UD. Kelapa Keling berlokasi di dua tempat yaitu, yang pertama berada di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 54 A (Klaten-Solo Km.3) Cungkrungan-Belangwetan, Klaten Utara yang difungsikan sebagai *showroom*, dan yang kedua berada di Rt I dan Rt II, Rw I, Cungkrungan-Belangwetan, Klaten Utara yang difungsikan sebagai tempat *workshop*.

Perusahaan ini memanfaatkan potensi alam yang ada dan sumber daya manusia di Daerah Klaten. Keseluruhan karyawan yang dimiliki berjumlah 66 orang yaitu 6 orang sebagai tenaga profesional dan 60 orang sebagai tenaga produksi.

Produk yang dihasilkan di desain berdasarkan riset atau penelitian pasar, sedangkan proses pembuatan diawali dengan persiapan bahan yaitu

membuang bagian-bagian yang tidak diperlukan, pengeringan dengan menggunakan sistem pengeringan alami atau tradisional yaitu dengan cara diangin-anginkan.

Tahap kerja dimulai dari pengergajian atau pemotongan bahan, pembubutan, pengetaman, pengamplasan sampai dengan tahap akhir atau proses finishing dengan menggunakan *melamine*, *nitro cellulosa (nc)*, *acrylic*, *wax polishing* dan minyak goreng.

Sedangkan jenis produksinya terdiri dari unit *frame*, unit peralatan makan dan unit produk pendukung. Semua barang yang dihasilkan adalah barang-barang fungsional yaitu suatu barang yang benar-benar dapat difungsikan secara optimal terutama untuk pemenuhan kebutuhan fisik bagi si pemakai.

Sistem pemasaran yang dipergunakan yaitu pemasaran secara langsung yakni melalui *showroom* yang dimiliki. Pihak konsumen datang langsung ke perusahaan dan mengadakan transaksi pembelian, sedang promosi dilakukan secara tradisional yaitu melalui mulut ke mulut. Konsumen UD. Kelapa Keling kebanyakan dari kalangan menengah ke atas, yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

B. Saran

Kerajinan kayu kelapa merupakan industri yang masih langka khususnya di Daerah Klaten, sehingga peluang pasar yang dimiliki sebenarnya masih sangat luas, tapi mengingat sistem pemasaran yang dianut masih

tradisional, maka perlu diadakan pembenahan atau pengembangan ke arah manajemen pemasaran yang lebih profesional, sehingga mampu menerobos pasaran yang lebih luas lagi.

Kegiatan promosi pun dipandang perlu dioptimalkan agar kerajinan kayu kelapa lebih dikenal oleh masyarakat luas, seumpama dengan jalan mengadakan pameran. Pihak perusahaan juga dituntut untuk lebih mampu bersikap kritis dalam menanggapi keinginan konsumen dan tetap mempertahankan kualitas dari barang-barang yang diproduksinya.

Ide-ide baru yang kreatif dan inovatif pun sangat perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan, hal ini untuk menghindari kejenuhan konsumen karena bentuk-bentuk yang lama dan monoton.

Memberikan tambahan ornamen pada produk yang dapat menambah nilai estetik, sehingga dapat lebih merangsang nilai beli pada konsumen serta dapat meningkatkan harga produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari, *ed. Paradigma Desain Indonesia*. Jakarta : CV. Rajawali, 1986.
- Amin Widjaja Tunggal. *Audit Pemasaran. Cet. 1*. Jakarta : Rineka Cipta, 1992.
- Anton M. Moeliono. *Ensiklopedi Nasional Indonesia. Bag. VIII*. Jakarta : PT. Cipta Adi Pustaka, 1990.
- _____, *ed. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Cet. 10. Edisi. 2*. Jakarta : Balai Pustaka, 1999.
- Black, James A., and Dean J. Champion. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial. Cet. 1, terj. E. Koeswara, Dkk*, Bandung : PT. Eresco, 1992.
- Bisnis : Media Informasi dan Promosi. Yogyakarta : Edisi Khusus April 1999.*
- Ensiklopedi Indonesia*. Bandung : W. Van Hoeve – S. Gravenhage, [t.th].
- Foster, D.W. *Dasar-Dasar Marketing. Cet. 2, terj. Siswanto Soetojo*, Jakarta : Erlangga, 1977.
- Hassan Shadily. *Ensiklopedi Indonesia*. Jakarta : Ichtiar Baru – Van Hoeve, 1982.
- _____, dan A.G. Pringgodigdo. *Ensiklopedi Umum. Cet. 1*. Yogyakarta : Kanisius, 1977.
- Hornby, AS., *et al. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. London : Oxford University Press, 1974.
- Ign Benny Puspantoro. *Sambungan Kayu : Pintu dan Jendela. Cet. 1*. Yogyakarta : Andy Offset, 1992.
- J.F. Dumanauw. *Mengenal Kayu. Cet. IV*. Yogyakarta : Kanisius, 1994.
- Keraf, Gorys. *Komposisi : Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa. Cet. 10*. Ende : Nusa Indah, 1994.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran jilid 2. Cet. 4, terj. Herujati Purwoko dan Jaka Wasana*, Jakarta : Erlangga, 1990.
- Kusnadi, "Peranan Seni Kerajinan (Tradisional dan Baru) dalam Pembangunan," *Majalah Analisis Kebudayaan*, Tahun III No. 2, 1992 / 1993.

- L. Suhardiyono. *Tanaman Kelapa : Budidaya dan Pemanfaatannya. Cet. 2.* Yogyakarta : Kanisius, 1991.
- Mayer, Ralph. *A Dictionary of art and Techniques.* New York : Thomas Y. Cromwele, 1975.
- Mediator : Kemitraan Koperasi dan Pengusaha Kecil.* Jakarta : Edisi No. 1 Tahun 1- September 1995.
- M. Gani Kristianto. *Teknik Mendesain Perabot yang Benar. Cet. 2.* Yogyakarta : Kanisius, 1995.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto. *Pengantar Bisnis : Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan. Cet. 2. Edisi 2.* Yogyakarta : Liberty, 1991.
- Panitia Istilah Manajemen PPM. *Kamus Istilah Manajemen Seri Umum No. 13. cet.1.* Jakarta : PT. Pustaka Bustaman Pressindo, 1994.
- Read, Herbert. *Pengertian Seni, terj. Soedarso. Sp,* Yogyakarta : STSRI “ ASRI”, 1973.
- S.C.U. Munandar. “ Kreativitas Sebagai Aktualisasi Diri : Suatu Tinjauan Psikologis,” *Majalah Horison*, No. 12, 1980.
- Simposium Desain Grafis.* Yogyakarta : Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia, 1989.
- Soedarso Sp. *Tinjauan Seni.* Yogyakarta : Saku Dayar Sana, 1990.
- Soehardi Sigit. *Marketing Praktis.* Yogyakarta ; Penerbit Armurti VII, 1988.
- Soekartawi. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern. Cet. 4.* Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1993.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi. Edisi 4.* Bandung : CV. Alfabeta, 1997.
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian. Cet. 1.* Jakarta : Rineka Cipta, 1990.
- Sukanto Reksohadiprodjo. *Manajemen Produksi.* Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. [t.th].
- Sutadi Hardjopawiro. *Pengetahuan Disain.* Yogyakarta : Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan dan batik, 1982.
- Suwaji Bastomi. *Wawasan Seni. Cet. 1.* Semarang : IKIP Semarang Press, 1992.

Winarno Surachmad. *Dasar-Dasar dan Teknik Research. Ed Rev.* Bandung : Tarsito, 1980.

W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia. Cet. 4.* Jakarta : Balai Pustaka, 1990.

_____, dan Wojo Wasito. *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia.* Bandung : Hasta, 1980.

Yulriawan Dafri." Deformasi Bentuk Blangkon Yogyakarta Sebagai Sumber Ide Dalam Penciptaan Kriya Seni Logam Fungsional Non Konvensional-Kontemporer." *Tesis S-2*, Program Studi Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Jurusan Ilmu-Ilmu Humaniora, Program Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2000.

