

BAB I

Pendahuluan

I.1. Latar Belakang

Dupa sebenarnya adalah media untuk melakukan sembayang atau bagian dari peralatan sembayang, tidak mempunyai arti khusus dan makna khusus didalamnya. Dupa itu sebuah tradisi sebagaimana bunga di barat sana. Dupa digunakan karena simbolisasi juga, karena asapnya membumbung ke atas dan disimbolkan sebagai satu macam pendekatan dengan dewa-dewi di atas sana. Dupa wangi dapat bermakna sebagai penyucian batin dan lingkungan sehingga banyak Produsen-produsen Dupa bermunculan untuk memenuhi orderan dupa.

Sosok seorang wanita mandiri produsen Dupa muncul di sebuah desa kecil bernama desa Busungbiu. Seorang pribadi yang santun dan ramah bernama Luh Sukerti. Dengan keuletan dan semangat juang yang tinggi dia mampu membuat semua mata orang tertuju padanya, yang membuatnya seperti demikian adalah hanyalah sebuah perusahaan dupa bernama Dewi Bunga.

Berawal dari keinginan yang mulia dia merintis perusahaannya tersebut demi kemandirian desa tempat tinggalnya yaitu desa busungbiu. Usaha produk dupa ini dipilihnya karena keprihatinannya pada masyarakat bali sebagai konsumen terbesar pemakai dupa tidak bisa membuat dupa sendiri. Selama ini dupa sebagai sarana sembahyang umat Hindu dan Buda di import dari luar pulau bali sendiri yaitu pulau jawa. Dengan demikian tentu saja harganya akan meningkat karena di import dari luar pulau. Padahal masyarakat bali sendiri dapat memproduksi dupa sendiri dan dari segi skill tidak kalah dengan yang lain. Selain alasan tersebut baginya membuat dupa merupakan bagian dari yadnyanya kepada Ida Shang Hyang Widi sebagai sarana persembahyangan dan yadnya kepada manusia karena dapat menyerap tenaga kerja. Di zaman sekarang ini beliau menyadari banyak sekali tenaga kerja yang di pecat dan pulang kembali ke kampung halamannya. Hal ini terjadi juga pada masyarakat desa busungbiu yang sebagian besar merantau ke Denpasar sebagai tenaga kerja di hotel dan berbagai profesi yang berkaitan dengan pariwisata. Kita ketahui sebelumnya akibat adanya Bom BALI usaha bisnis pariwisata di bali mulai meredup.

Kini bagi wanita dengan 2 anak ini menyadari arti pentingnya dupa bagi kehidupannya. Baginya dupa bukan hanya sekedar sarana sembahyang tetapi sangat berarti baginya yaitu

memberikannya dan masyarakat di sekitar tempat tinggalnya sebuah kehidupan yang cukup layak.

Berbekal pengetahuan yang didapatkan dari adiknya sendiri yang pernah bekerja di sebuah perusahaan dupa di Jawa yang kini telah kembali ke kampung halamannya dan merintis usaha dupa setengah jadi ini Luh Sukerti merintis usahanya pada tahun 2000. Awalnya dupa buatannya dipasarkan di desa busungbiu tersebut, memang cukup sulit karena kurang di kenal masyarakat dan juga sebagian besar masyarakat kurang percaya dengan produk baru. Hal ini karena masyarakat sudah terbiasa menggunakan dupa merk lain yaitu dupa cap Buda. Dupa cap Buda adalah dupa yang pertama kali ada dan sudah mendarah daging dengan masyarakat Bali sehingga susah untuk mengalihkan selera mereka. Selain itu juga masyarakat di desa busungbiu sebagian besar sulit untuk menerima perubahan. Namanya juga masyarakat desa masih kental dengan budaya dan masih agak sedikit kolot. Namun tidak semua orang berpikiran demikian sehingga dari tahun ke tahun perusahaannya mulai di kenal oleh masyarakat desa busungbiu bahkan di desa lain dan kini di telah merambah ke kecamatan lain di kabupaten Buleleng.

Awalnya perusahaan ini belum mempunyai nama namun menginjak tahun ketiga setelah didirikan Luh Sukerti memberikan nama untuk perusahaan yang dirintisnya dengan penuh perjuangan tersebut dengan nama Dewi Bunga. Sebuah nama yang memang sangat sederhana namun cukup membuat orang terpikat dengannya. merupakan sebuah nama yang mempunyai banyak arti dan maksud yang mulia. Dewi artinya cantik dan mulia. Beliau mengharapkan perusahaannya mampu menarik dan memikat semua mata bak seorang dewi yang begitu mulia dan cantik serta agar perusahaannya diberkati oleh tuhan. Sedangkan Bunga identik dengan keindahan dan keharumannya yang mampu memikat berbagai kumbang dan kupu-kupu dari berbagai tempat. Selain itu juga produk dupa buatannya sebagian besar dengan harum bunga. Beliau mengharapkan perusahaannya diminati oleh semua orang dari berbagai kalangan bak bunga yang diminati dan di cari-cari kumbang-kumbang dan kupu-kupu.

Peluang bisnis dupa di Bali memang sangat menggiurkan. Dalam sehari, satu keluarga di Bali bisa menggunakan sebanyak 15 dupa untuk upacara keagamaan harian. Jika mayoritas keluarga-keluarga di Bali menggunakan dupa setiap hari, peluang bisnis memproduksi dupa tentu cukup besar. Selama ini suplai dupa memang masih dikuasai oleh produsen-produsen di luar Bali khususnya daerah Jawa. Selain itu, produksi dupa dari China juga cukup mendominasi suplai dupa di Bali, selain India. Hal ini karena lantaran kebutuhan dupa di Bali

sangat tinggi, tidak heran jika kiriman dupa dari luar pulau Bali cukup besar dalam sehari. Jika bagian impor bisa diambil alih oleh produsen lokal di Bali, maka hitung-hitungan keuntungan yang bisa diraih tentu cukup menggiurkan.

Melihat peluang bisnis itulah bagaimana menjalankan bisnis ini agar warga di Bali tidak lagi bergantung pada produk dupa dari luar Bali. Sehingga menarik untuk diteliti bagaimana langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh produsen dupa lokal di Bali dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan yang semakin tajam dalam kualitas spiritual. Maka dari permasalahan di atas maka peneliti tertarik ingin melakukan study kasus penelitian lebih mendalam pada Perusahaan Dupa Dewi Bunga dengan mengangkat judul **“Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan yang semakin tajam dalam kualitas spiritual”**

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di latar belakang dengan mengangkat judul **“Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan yang semakin tajam dalam kualitas spiritual”** maka permasalahan yang diajukan yaitu bagaimana Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan.

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan..

I.4. Metode

Penelitian ini merupakan sebuah studi kasus yang dilakukan, karenanya tidak terdapat perlakuan seperti pada penelitian tindakan ataupun eksperimental. Penelitian ini menggunakan Perusahaan Dupa Dewi Bunga sebagai lokasi penelitian.

Analisis kualitatif dipergunakan, dimana data yang didapatkan dijabarkan dengan cara mendeskripsikannya. Penelitian akan lebih difokuskan pada penyusunan pengelolaan usahanya di Perusahaan Dupa Dewi Bunga. Rancangan penelitian bersifat muncul-berubah sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat dilaksanakan penelitian. Tidak tertutup kemungkinan jika penyusunan informasi guna mendapatkan data mengarah kepada Perusahaan-perusahaan lain - lain yang terkait, diharapkan sejalan dengan penyusunan tersebut didapatkan jawaban atas rumusan masalah yang diajukan.

Kegiatan penelitian dimulai dengan pengecekan terhadap manajemen dan pemilik pada Perusahaan Dupa Dewi Bunga, guna dapat memberikan informasi mengenai masalah penelitian. Setelah itu, penelitian dilanjutkan pada tahap observasi dan dan pengumpulan data. Keduanya dimungkinkan untuk dilaksanakan secara berbarengan. Hasil yang didapatkan disimpulkan dan kemudian dilaporkan.

BAB II

Hasil

Hasil dari penelitian tentang permasalahan mengenai Langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh produsen dupa lokal di Bali yaitu Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan yang semakin tajam dapat diteliti dari aspek Manajemennya, diantaranya:

a. Manajemen pemasaran

Dari awal Luh Sukerti hanya berniat untuk memproduksi dupa, jadi produknya hanya dupa. Namun dupa buatannya bukan dupa sembarang dupa. Dupa buatannya di buat dari bahan-bahan berkualitas dan dipilih dengan teliti. Namun disini dia tidak membuat dupa mulai dari pembuatan stik dupa hingga jadi sebuah dupa yang dipakai sembahyang. Beliau hanya mengambil dupa setengah jadi dari adiknya sebagai produser dupa setengah jadi tersebut. Hal ini di karenakan pembuatan stik dupa terlalu sulit dan rumit baginya dan membutuhkan waktu yang lama, jadi dia bekerjasama dengan adiknya yang memproduksi dupa setengah jadi tersebut.

Produknya terdiri dari dupa dengan berbagai ukuran dan bermacam-macam keharuman yang tentu saja memikat orang yang menciumnya. Ukuran dupanya bermacam-macam mulai dari sebesar lidi hingga sebesar ibu jari tangan, panjangnya mulai dari 12 cm hingga 1/2 meter. Namun untuk produksi yang paling banyak adalah dupa yang panjangnya 15 cm hingga 30 cm. Hal ini karena ukuran inilah yang paling sering digunakan umat hindu untuk sembahyang sehari-hari. Sedangkan untuk ukuran yang lain diproduksi dalam jumlah kecil tergantung pesanan. Biasanya untuk dupa ukuran besar kebanyakan dipesan oleh umat buda untuk sembahyang di wihara.

Keharuman yang bermacam-macam juga ditawarkan oleh perusahaan ini. Wangi dupanya kebanyakan bernuansa bunga lokal dari indonesia seperti melati, kamboja, sedap malam, lotus, jempiring, kenanga, mawar dan berbagai macam bunga lainnya. Selain wangi bunga perusahaan ini juga menyediakan dupa wangi cendana. Semua pilihan keharuman dari dupa tersebut tergantung dari pesanan.

Harga dari dupa produksinya tersebut bermacam-macam tergantung dari ukuran dan wanginya. Untuk dupa yang dibuat dengan disemprot tentu saja harganya lebih murah dari

dupa yang pembuatannya dicelup. Hal ini karena perbedaan jumlah parfum dan konsentrasi parfum yang digunakan. Selain itu tergantung dari besar kecilnya ukuran dupa. Harga jualnya juga tergantung dari pesanan yang diminta. Biasanya pedagang-pedagang eceran membeli dupa yang disemprot Rp20.000 – Rp 40.000. Harga jualnya berkisar dari Rp1.500 hingga puluhan ribu. Untuk 1 kg dupa yang dicelup dijual dengan harga Rp25.000 sedangkan untuk dupa yang disemprot 1 kg dupa dijual dengan harga Rp 10.000 hingga Rp 15.000. Kemudian untuk 1 plastik ukuran setengah kilo dupa semprot dijual dengan harga Rp 6.000. Sedangkan yang di celup Rp 12.000 hingga Rp 15.000. Untuk dupa yang berukuran besar dapat dijual Rp 500 hingga Rp 2.000 rupiah per batang dan juga bisa lebih dari harga tersebut tergantung dari cara pembuatannya apakah dicelup atau di semprot dan ukurannya. Semakin besar ukuran dan semakin harum maka semakin mahal harganya.

Cara promosinya cukup sederhana yaitu berawal dari mulut ke mulut kemudian berlanjut ke toko-toko. Dengan dibantu suaminya beliau pergi ke toko-toko kecil untuk memasarkan produknya. Karena produknya berkualitas dan cukup terjangkau Dewi Bunga mulai dikenal masyarakat luas.

Produknya awalnya hanya didistribusikan ke toko-toko dan warung-warung kecil di sekitar tempat tinggalnya. Namun karena semakin banyak yang mengenal produknya tersebut produknya mulai dipasarkan ke grosir-grosir besar, namun beliau belum berani untuk mendistribusikannya ke toko-toko swalayan yang besar karena untuk masuk ke swalayan tersebut sulit dan banyak saingan.

Dimana ada keinginan disitu ada jalan. Namun jalan yang diberikan tak selamanya mulus. Demikianlah yang beliau katakan karena perjalanan bisnisnya tak semulus yang kita lihat, masih terdapat berbagai kendala yang bermunculan. Kendala-kendala yang dialami beliau dalam pemasarannya adalah susah untuk mendapatkan pelanggan tetap. Sekarang ini sudah banyak bermunculan perusahaan dupa yang mulai menyaingi beliau. Selain itu juga pemasarannya tergantung hari raya besar umat hindu. Untuk mengatasi hal demikian beliau meningkatkan kualitas produknya dan mulai gencar untuk bercuap-cuap mempromosikan produknya.

b. Manajemen keuangan

Perusahaan Dewi Bunga ini memang perusahaan kecil menengah yang cukup sukses. Berkat ketekunan dan tekad yang besar mampu membawa perusahaan ini ke tingkat yang lebih baik. Awalnya perusahaan ini hanya bermodalkan Rp 500. 000 kemudian semakin lama

modalnya ditambah dari keuntungan yang didapatnya hingga menjadi perusahaan besar. Modal awal tersebut didapatnya dari tabungan bersama dengan suaminya.

Beliau tidak mendapatkan modal tersebut dari bank karena menurutnya meminjam melalui bank terlalu rumit dan menurutnya uang sekecil itu kalau hanya meminjam lewat bank tidak akan diberikan pinjaman. Selain itu beliau harus memberikan jaminan kepada bank.

Keuntungan yang didapatnya awalnya hanya sedikit dan belum cukup untuk menambah modal namun suaminya menginvestasikan uangnya pada perusahaan tersebut untuk menambah modal awalnya. Seperti pepatah bersakit-sakit dahulu bersenang, kemudian modalnya semakin bertambah dengan semakin banyaknya keuntungan yang didapat. Keuntungan tiap bulannya tidak tentu tergantung jumlah dupa yang dijual. Jika pembelinya ramai dalam 1 bulan mampu mendapat keuntungan kotor hingga 1 juta rupiah. Sedangkan jika sedang sepi hanya beberapa ratus ribu saja.

c. Aspek SDM (Sumber Daya Manusia)

Untuk mendapat kualitas produk yang baik dan diminati oleh banyak orang maka produksi harus dilakukan oleh orang yang berkualitas pula, mengerti cara membuat dan tentu saja dibutuhkan orang yang ulet dan rajin dalam bekerja. Maka dari itu beliau tidak sembarangan dalam memperkerjakan karyawan. Penempatan karyawan disesuaikan dengan skill yang dimilikinya. Misalnya saja bagi karyawan yang bisa menyetir mobil dan pintar untuk mempromosikan produk ditempatkan di bagian pemasaran dan ditugaskan untuk mendistribusikan produk, untuk karyawan yang mempunyai skill untuk membuat dupa ditempatkan di bagian produksi, sedangkan untuk karyawan lainnya ditempatkan di bagian pengemasan.

Awalnya produksi, promosi dan distribusi produknya hanya dilakukan oleh beliau dibantu oleh 1 orang karyawan dan suaminya serta dibantu oleh kedua anaknya. Namun kian lama beliau sudah tidak mampu memenuhi pesanan yang kian lama kian bertambah sehingga mulai menambah karyawannya lagi.

Kini jumlah karyawan tetap di perusahaannya adalah 10 orang. Di bagian produksi 3 orang, di bagian pengemasan ada 5 orang sedangkan 2 orang lainnya sebagai pendistribusi. Namun beliau juga menerima pekerja untuk mengemas produk walaupun tidak tetap jika jumlah pesanan banyak yaitu hari raya besar umad Hindu seperti galungan dan kuningan.

d. Manajemen produksi

Produk buatannya harganya berbeda-beda tergantung cara pembuatannya yaitu dengan cara dicelup dan dengan cara disemprot. Jadi produksi yang dilakukan meliputi penyemprotan dupa dan pencelupan dupa.

Adapun cara pembuatan dupa Dewi Bunga yaitu :

1. Pembuatan dupa dengan cara disemprot

Alat dan bahan :

- Alat penyemprot (seperti alat penyemprot insektisida)
- Larutan parfum
- Dupa setengah jadi

Cara pembuatan :

- Tempatkan dupa secara berjejer dan bertumuk-tumpuk.
- Siapkan parfum kemudian campur dengan air.
- Masukkan parfum yang sudah dicampur dengan air (larutan parfum) ke dalam tabung penyemprot.
- Semprot dupa dengan larutan parfum tersebut.
- Untuk 1 karung dupa disemprot dengan 1 liter larutan parfum.
- Diamkan selama kurang lebih 15-20 menit.
- Kemudian dupa siap dikemas.

2. Pembuatan dupa dengan cara dicelup

Alat dan bahan :

- Ember tempat pencelupan
- Larutan parfum
- Dupa setengah jadi

Cara pembuatan :

- Siapkan dupa setengah jadi.
- Kemudian larutkan parfum ke dalam air untuk membuat larutan parfum.
- Masukkan larutan parfum ke dalam ember untuk pencelupan.
- Celupkan dupa ke dalam ember yang telah diisi larutan parfum.

- Untuk 1 karung dupa dibutuhkan 2 liter larutan parfum.
- Diamkan beberapa jam sesuai dengan keinginan. Jika menginginkan dupa yang harumnya tahan lama dicelupkan lebih lama.
- Keringkan dupa di bawah sinar matahari hingga kering.
- Dupa siap dikemas.

Di era globalisasi ini bisnis dupa termasuk bisnis yang menjanjikan. Karena banyak kalangan umat beragama memerlukan dupa sebagai sarana persembahyangan atau pengobatan . Disamping harganya yang terjangkau , mendapatkannya pun mudah . Banyak dupa buatan Indonesia yang di export ke luar negeri . salah satunya produk dupa local yaitu Dupa Dewi Bunga pemilik usaha Luh Sukerti.

Menjadi pengusaha memang harus jeli melihat peluang usaha. Luh Sukerti telah membuktikannya dengan sukses menggeluti bisnis dupa dengan merek Dupa Dewi Bunga. prospek usaha tersebut ke depannya terbilang cerah. Terbukti dengan promosi usaha yang seadanya saja, berawal dari mulut ke mulut kemudian berlanjut ke toko-toko dengan dibantu suaminya beliau pergi ke toko-toko kecil untuk memasarkan produknya. Karena produknya berkualitas dan cukup terjangkau sehingga Dewi Bunga mulai dikenal masyarakat luas. kini untuk dapat bersaing di tengah persaingan yang semakin tajam, promosi dikembangkan dengan merambah pemasaran dengan memanfaatkan internet. Dengan cara itu, masyarakat dapat mengetahui produk Dupa Dewi Bunga. Luh Sukerti bercita-cita, produknya ke depan bisa dipakai seluruh masyarakat Indonesia sebagai salah satu produk local dari Bali dan menembus pasar ekspor.

BAB III

Penutup

III.1. Kesimpulan

Dupa sebenarnya adalah media untuk melakukan sembayang atau bagian dari peralatan sembayang, tidak mempunyai arti khusus dan makna khusus didalamnya. Sosok seorang wanita mandiri produsen Dupa muncul di sebuah desa kecil bernama desa Busungbiu. Dengan keuletan dan semangat juang yang tinggi dia mampu membuat semua mata orang tertuju padanya, yang membuatnya seperti demikian adalah hanyalah sebuah perusahaan dupa bernama Dewi Bunga

peluang bisnis memproduksi dupa tentu cukup besar. Selama ini suplai dupa memang masih dikuasai oleh produsen-produsen di luar Bali khususnya daerah Jawa. Selain itu, produksi dupa dari China juga cukup mendominasi suplai dupa di Bali, selain India. Melihat peluang bisnis itulah bagaimana menjalankan bisnis ini agar warga di Bali tidak lagi bergantung pada produk dupa dari luar Bali. Maka dari permasalahan di atas study kasus penelitian lebih mendalam pada Perusahaan Dupa Dewi Bunga yaitu bagaimana Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Dupa Dewi Bunga dalam pengelolaan usaha di tengah persaingan. Hasil dari penelitian dapat diteliti dari aspek Manajemennya yaitu Manajemen pemasaran, Manajemen keuangan, Aspek SDM (Sumber Daya Manusia) dan Manajemen produksi. Bisnis dupa termasuk bisnis yang menjanjikan. Karena banyak kalangan umat beragama memerlukan dupa sebagai sarana persembahyangan atau pengobatan . Menjadi pengusaha memang harus jeli melihat peluang usaha. Luh Sukerti telah membuktikannya dengan sukses menggeluti bisnis dupa dengan merek Dupa Dewi Bunga.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar 01: dupa



Gambar 02: Pembuat dupa



Gambar 03: Dupa



Gambar 04: toko dupa



BAB IV

Daftar Pustaka

Bisnis Bali. 2008. BTN Serahkan THK Tourism Awards 2008. <http://bisnisbali.com/> Dalem, Raka. 2008. Sistem Manajemen Lingkungan, .

Manao , A. Harnever I. 2005. Dupa- bali

<http://www.balipost.co.id/balipostcetaK/2005/4/5/o5.htm>

Margi, Ketut. 2005. Pariwisata dan Kebudayaan. Singaraja: IKIP Negeri Singaraja.

Negara, Ketut W. 2008. Manajemen Kepariwisata Bali. [http://widibagus.wordpress.com/2008/06/27/manajemen- -bali/](http://widibagus.wordpress.com/2008/06/27/manajemen--bali/)

Putra, Agus M. 2008. Identitas dan Komodifikasi Budaya Dalam Pariwisata Budaya Bali. Analisis Pariwisata: Komodifikasi Budaya Dalam Pariwisata. Vol.8 No. 2, 2008. ISSN 1410-3729. Universitas Udayana

Salain, Rumawan Putu. 2006. Penataan Ruang dengan Kearifan Lokal. <http://www.otsusbali.org/wp-content/uploads/2007/07/presentasi-fgd-penataan-ruang-dengan-kearifan-lokal.pdf>

Suara Pembaharuan. 2002. Lestarikan Bali Dengan spiritual. www.hindu-indonesia.com.

.....
Manfaat Bisnis Dupa Dan Misi dari Berbisnis Dupa

Di era globalisasi ini bisnis dupa termasuk bisnis yang menjanjikan. Karena banyak kalangan umat beragama memerlukan dupa sebagai sarana persembahyangan atau pengobatan . Disamping harganya yang terjangkau , mendapatkannya pun mudah . Banyak dupa buatan Indonesia yang di export ke luar negeri .

Misi dari bisnis dupa ini adalah antara lain dapat meningkatkan jumlah pendapatan per-kapita dari berbisnis dupa dan membuat para konsumen merasa puas dengan dupa yang di produksi serta menjadikan pemesanan adalah suatu kebutuhan . Jika dupa terus di export ke luar negeri maka pendapatan per-kapitanya akan terus meningkat dan keuntungan yang diperoleh dari upaya berbisnis produk dupa ini akan besar .

Untuk pemasaran khususnya di daerah Bali, kami rasa tidak akan mengalami hambatan. Seperti yang anda sampaikan, dupa merupakan salah satu alat upacara yang wajib dipergunakan oleh umat Hindu, sehingga tiap dupa jenis baru yang ada di pasaran, pasti akan dicoba oleh masyarakat Hindu khususnya. Berkaitan dengan pemasaran dapat kami sampaikan sebagai berikut :

1. Produk yang dibuat harusnya memiliki merk sendiri atau setidaknya mencantumkan nama perusahaan. Ini penting untuk mengukuhkan posisi anda sebagai pengusaha dupa di masyarakat. Kelak orang akan dengan mudah mencari dupa anda karena tau namanya.
2. Produk anda hendaknya memiliki kekhasan sendiri seperti misalnya wangi, warna dan lainnya yang membuatnya unik dari dupa lainnya. Anda dapat saja membuat dupa yang sama dengan dupa yang ada, tetapi anda akan bersaing dengan produk dupa yang telah lebih dulu anda dan otomatis berebut pasar.
3. Kontinuitas produk haruslah dijaga, jangan samapi ketika produk sudah diminati masyarakat, sempat hilang dipasaran. Ini beresiko konsumen beralih ke dupa lain.
4. Kemasan harus menarik, baik dari segi design maupun keterangan-keterangan lain yang dianggap perlu. Ini akan membantu konsumen memilih dan mengetahui keunggulan dupa anda. Disamping itu kemasan dapat dibagi-bagi menjadi kemasan

kecil untuk sekali sembahyang (tirta yatra/persembahyangan ke pura dll), dan ukuran besar untuk keperluan dirumah.

5. Untuk pemasaran, selain menawarkan ke konsumen sendiri (menjual di kios sendiri), anda juga dapat menitipkan (sistem konsinyasi/dibayar bila laku), atau menjualnya kepada pedagang dupa yang telah ada (distributor). Dalam hal ini, anda harus membedakan antara harga eceran untuk konsumen dan harga untuk distributor sehingga tidak akan mengacaukan harga dupa anda dipasar dan memberikan kenyamanan pada distributor anda

.....
Meskipun tahun keberadaan dupa tidak ditemukan secara pasti namun dari beberapa sumber menyebutkan dupa mengawali keberadaannya mulai dari kawasan Asia, khususnya Asia Timur dan Timur Tengah, akan tetapi saat itu penggunaan dupa kebanyakan untuk mengharumkan ruangan. Para raja dari dinasti Xia di daratan China (sekitar 2000 SM sampai 1600 SM) memanfaatkan aroma yang keluar dari pembakaran parutan, atau serpihan atau apapun namanya terserah deeeh, bingung cari istilahnya, kayu cendana untuk mengharumkan ruangan istana.

Pada masa dinasti Shang berkuasa di darat China (tahun 1600 SM sampai 1046 SM), terdapat dupa yang berfungsi sebagai menunjuk waktu, itulah cikal bakal bentuk dupa yang berkembang hingga menjadi bentuk dupa yang sekarang ini dapat kita lihat. Pada masa itu kayu cendana dibuat menjadi berbentuk tabung dengan diameter kecil dan berukuran panjang. Satu batang dupa yang habis terbakar menandakan satu masa (dua jam untuk ukuran waktu modern ini).

Pada dinasti Sung di daratan China (tahun 960 sampai 1279 masehi) dupa wangi sudah sangat populer digunakan untuk [ritual keagamaan](#), begitu juga raja-raja dari daerah Timur Tengah yang selain menggunakan dupa wangi untuk mengharumkan ruangan juga menggunakan dupa wangi untuk mengusir roh-roh jahat, dan sebagai persembahan kepada dewa. Di masa itu pula dupa wangi sudah populer di kalangan bangsa eropa, seperti bangsa Yunani dan Romawi. Saat itu di Jepang dupa wangi juga banyak digunakan oleh raja dan bangsawan Jepang. Bahkan kala itu ada mitos di Jepang bahwa ksatria yang menggunakan baju perang dengan bahan dupa akan selalu menang dalam setiap pertempuran.

Beberapa abad kemudian produsen dupa wangi sudah menciptakan [bentuk baru dupa](#) yang seperti dapat terlihat pada masa sekarang ini. Bahan dupa, seperti kayu cendana atau gaharu dan lainnya, dihaluskan hingga menjadi tepung lalu digabung dengan beberapa bahan perekat alami, seperti getah pohon cemara, madu, dan sebagainya, lalu ditempelkan pada sebatang lidi bambu.

[Bahan dasar dupa](#) saat itu juga sudah sangat bervariasi, di China, Jepang dan Vietnam masih didominasi oleh kayu cendana dan gaharu, di daerah Tibet, Nepal dan sekitarnya banyak menggunakan kayu manis, cengkeh dan beberapa jenis bunga, sedangkan di Timur Tengah dan Eropa bahan dasar yang banyak dipakai adalah kemenyan, dan di benua Amerika Latin

banyak menggunakan pohon cedar sebagai bahan pokok dupa wangi. Penyebaran dupa wangi sangat dipengaruhi oleh imigrasi yang terjadi, di mana penduduk pendatang memperkenalkan secara tidak langsung dupa wangi kepada penduduk lokal atau penduduk asli setempat.

Saat tuntutan pemenuhan permintaan dupa wangi yang sangat besar esens atau bibit parfum mulai digunakan sebagai pengganti kayu cendana, kemenyan dan lainnya. Bahan bibit parfum yang saat itu banyak digunakan adalah bunga-bunga, jeruk dan lemon, serta beberapa jenis rempah-rempah. Dari masa ke masa bentuk dupa wangi juga mengalami perubahan dan pengembangan, seperti saat menjelang abad ke 19, jepang memperkenalkan dupa wangi dengan bentuk baru yaitu dupa wangi berbentuk cone atau kerucut, biasanya saya menyebutnya dengan dupa stangi.

Sekarang ini dupa telah banyak mengalami perubahan, mulai dari corak, aroma serta bahan-bahan pembuatannya. Yaaaah, wajar deeeh, [zaman serba cepat](#) ini mana mungkin produsen bisa menunggu bahan baku alami yang prosesnya harus memakan waktu lama. Bahan kimia seperti bibit pewangi, pewarna dan beberapa macam lagi sudah dipakai bahan kimiawi.

Itulah sekilas riwayat alias sejarah singkat dupa wangi. Bagi yang memerlukan dupa wangi dengan kwalitas tinggi dan harga yang terjangkau silakan kunjungi [Toko SukaMampir](#).