



**STRATEGI PEMASARAN PADA
PARA PENGRAJIN ALAT RUMAH TANGGA DI DESA SUCI
KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh
HILDA ROHMANDANI PANGLIPUR
NIM 100210301093

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**STRATEGI PEMASARAN PADA
PARA PENGRAJIN ALAT RUMAH TANGGA DI DESA SUCI
KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh
HILDA ROHMANDANI PANGLIPUR
NIM 100210301093

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat dan hidayah-Nya, dan sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibunda Siti Juma'iyah dan Ayahanda Drs. H. Mustakim yang tidak pernah lelah memberikan doa dan dukungan dalam hidupku, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang begitu besar selama ini;
2. Adikku tercinta Firjon Nurisna Hadi Al Haq yang selalu memberikan dorongan semangat;
3. Guru - guruku TK sampai SMA yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan sabar;
4. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran;
5. Almamater Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

*Sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada dalam perdagangan. *)*

*Di dalam hidup ini, kita tidak bisa berharap segala yang kita dambakan bisa diraih dalam sekejap. Lakukan saja perjuangan dan terus berdoa, maka Tuhan akan menunjukkan jalan selangkah demi selangkah. **)*

*Kualitas apa pun pada seseorang tidak akan mencapai kecemerlangannya yang indah, tanpa kemuliaan pribadi. ***)*

*) *H.R. Ahmad*

**) *Merry Riyana*

***) *Mario Teguh*

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilda Rohmandani Panglipur

NIM : 100210301093

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 Mei 2015

Yang menyatakan,

Hilda Rohmandani Panglipur

NIM 100210301093

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN PADA
PARA PENGRAJIN ALAT RUMAH TANGGA DI DESA SUCI
KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Hilda Rohmandani Panglipur

NIM : 100210301093

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Angkatan Tahun : 2010

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 14 Juni 1992

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Senin, 25 Mei 2015

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Dr. Sukidin, M.Pd

NIP. 19660323 199301 1 001

Dr. Sri Kantun, M.Ed

NIP. 19581007 198602 2 001

Anggota I

Anggota II

Drs. Pudjo Suharso, M. Si

NIP. 19591116 198601 1 001

Drs. Joko Widodo, MM

NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd

NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Hilda Rohmandani Panglipur; 100210301093; 2015; 52 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Banyaknya produk alat rumah tangga yang serba elektronik dan buatan pabrik yang sudah memiliki merk seperti Eagle, Jawa, menjadi tantangan besar bagi para pengrajin alat rumah tangga yang ada di daerah - daerah termasuk di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Seiring dengan persaingan yang semakin ketat maka para pengrajin mencari strategi pemasaran yang tepat untuk *home industrinya*. SWOT adalah suatu bentuk analisis strategi pemasaran dalam melihat kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, penetapan posisi, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran. Semua strategi pemasaran usaha dibuat berdasarkan STP. *Segmentation* (segmentasi), *Targeting* (pembidikan), dan *Positioning* (penetapan posisi). Dengan adanya suatu penerapan strategi yang tepat sehingga masalah tersebut bisa teratasi. Seiring hal itu, strategi pemasaran yang di dalamnya terdiri dari elemen - elemen pemasaran yang meliputi *Product* (produk), *Price* (Harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (Distribusi).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive* yaitu di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Subjek penelitian yaitu seluruh pengrajin yaitu 119 orang dan dalam penelitian ini diambil informan utama 3 orang pengrajin dengan kriteria tertentu, yaitu memiliki usaha skala besar, sedang dan kecil yang

ditentukan dengan menggunakan metode *purposive*, sedangkan informan pendukung penelitian adalah pelanggan dan informan tambahan yaitu staff karyawan kantor Balai Desa Suci. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumen dan observasi. Analisis data dilakukan dengan tahap - tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember melakukan strategi pemasaran yang didalamnya terdapat suatu elemen bauran pemasaran yaitu strategi produk, harga, promosi dan distribusi. Pengrajin menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu tetap menjaga kualitas produknya, bahan baku, jumlah varian produk serta variasi produknya. Pengrajin juga melakukan promosi agar produknya dikenal oleh konsumen secara luas, dengan promosi secara langsung melalui pendekatan kedalam kelompok ibu ibu arisan, serta melakukan promosi melalui pameran didalam daerah maupun luar daerah, mulut ke mulut, dan promosi melalui koperasi. Pengrajin juga menawarkan harga produknya dengan sistem pembelian produk secara eceran dan grosiran yang berbeda, dan memberikan diskon. Bauran pemasaran akan maksimal jika pendistribusiannya berjalan lancar, pengrajin juga menerapkan strategi pendistribusian yang berbeda untuk produknya, pengrajin melakukan pendistribusian dengan diantar langsung pada konsumen, distribusi melalui sales, serta melakukan pendistribusian dengan sistem paket jika ada pesanan dari luar kota. Sebaiknya para pengrajin jangan hanya sekali melakukan strategi pemasaran tersebut dan seharusnya melakukannya terus menerus.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember**”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd,M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku dosen penguji I dan Drs. Joko Widodo, MM selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
6. Para pengrajin alat rumah tangga yang telah memberikan izin penelitian;

7. Sahabat- sahabatku Febri, Candra, Bayu, Bima, Rifan, Dedy, Malik, Agin, Adit, Yanto, Ika, Rini, Ririn, Ikrim, Elisa, Ayu, Tiara, terima kasih atas dorongan semangatnya dan atas kebersamaan selama ini;
8. Semua teman - teman kosan jalan Jawa 4A nomor 6 yang selalu memberi semangat sehingga selesainya skripsi ini;
9. Semua teman - teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2010 yang senasib dan seperjuangan;
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 25 Mei 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori SWOT	9
2.3 Teori STP	11
2.4 Teori Strategi Pemasaran	12
2.5 Bauran Pemasaran	13
2.5.1 Produk	13
2.5.2 Harga	17
2.5.3 Promosi.....	18
2.5.4 Distribusi	22

2.6 Manfaat Bauran Pemasaran	24
2.7 Kerangka Berpikir.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Subjek dan Informan Penelitian	27
3.4 Definisi Oprasional Konsep	27
3.4.1 Strategi Pemasaran	27
3.4.2 Produk	27
3.4.3 Harga	28
3.4.4 Promosi.....	28
3.4.5 Distribusi	28
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Metode Wawancara.....	29
3.6.2 Metode Dokumen	30
3.6.3 Metode Observasi.....	30
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Reduksi Data	30
3.7.2 Penyajian Data.....	31
3.7.3 Penarikan Kesimpulan.....	31
3.8 Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	33
4.2 Gambaran Umum Industri Kecil Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember	34
4.3 Deskripsi Subjek Penelitian	35

4.4 Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember	36
4.4.1 Produk.....	36
4.4.2 Harga.....	40
4.4.3 Promosi.....	42
4.4.4 Distribusi.....	44
4.5 Pembahasan.....	46
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	52
DAFTAR BACAAN	53

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Subjek Penelitian Berdasarkan Nama, Usia, Lama Usaha 35



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Matrik Penelitian	56
Lampiran B Tuntunan Penelitian	57
Lampiran C Pedoman Wawancara.....	58
Lampiran DTranskrip Wawancara.....	61
Lampiran E Dokumentasi.....	82
Lampiran F Lembar Konsultasi	86
Lampiran G Surat Ijin Penelitian	88
Lampiran H Surat Keterangan Melakukan Penelitian	89
Lampiran I Daftar Riwayat Hidup	91

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak produk alat rumah tangga yang sudah menggunakan kecanggihan teknologi. Hal tersebut dapat dilihat dari alat rumah tangga yang sudah serba elektronik dan memudahkan para konsumen untuk melakukan kegiatannya seperti memasak nasi, memasak air, dan menghangatkan nasi. Dengan kecanggihan alat elektronik ini pekerjaan rumah tangga akan lebih mudah dan cepat untuk dilakukan. Produk alat rumah tangga elektronik ini terdiri dari bermacam - macam merk antara lain National, Maspion dan Miyako yang sudah familiar di kalangan masyarakat. Meskipun masyarakat sudah banyak yang menggunakan alat rumah tangga elektronik, namun mereka juga tidak meninggalkan alat rumah tangga yang sederhana. Seiring dengan hal itu, maka masih ada peluang bagi para pengrajin alat rumah tangga sederhana untuk tetap berproduksi. Pesaing produk alat rumah tangga yang lainnya yaitu banyaknya pabrik yang juga memproduksi produk yang sejenis dan sudah memiliki merek seperti Eagle, Jawa, sehingga menjadi sebuah tantangan besar bagi para pengrajin alat rumah tangga yang ada di daerah - daerah.

Kabupaten Jember merupakan salah satu sentra penghasil produk kerajinan alat rumah tangga sederhana yang terletak di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Desa Suci ini merupakan pusat sentra kerajinan produk alat rumah tangga sederhana yang masih bertahan dan berproduksi hingga saat ini. Kerajinan alat rumah tangga sederhana ini merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember dan sebagai pusat penghasil produk alat rumah tangga yang berkualitas unggulan. Pusat Sentra kerajinan alat rumah tangga ini masih banyak pengrajin yang membuat dan memasarkan hasil produksinya. Jumlah pengrajin yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti kini berjumlah 119 pengrajin (Sumber: Kantor Balai Desa Suci). Kerajinan alat rumah tangga ini mulai berdiri pada awal tahun 1960. Pada tahun itu hingga tahun 2010 industri kerajinan alat rumah

tangga ini mengalami puncak kejayaannya dengan mencapai omset yang lumayan tinggi per bulannya dengan produk - produk unggulan yang dihasilkannya..

Produk yang dibuat oleh para pengrajin rumah tangga yang sederhana ini bermacam - macam. Misalnya, Tempat memasak nasi, tempat memasak air, alat - alat penggorengan yang ukurannya berbeda beda sesuai dengan permintaan konsumen. Seiring dengan banyaknya persaingan produk alat rumah tangga elektronik dan produk pabrikan yang sejenis, baik yang berasal dari desa Suci tersebut atau dari luar daerah, sehingga membuat omset penjualan dari para pengrajin tersebut naik turun. Seperti wawancara awal yang dilakukan, peneliti memperoleh informasi dari salah satu pengrajin alat rumah tangga sederhana mengenai hasil omset penjualan produk dalam kondisi 5 tahun terakhir dari tahun 2010 - 2015 di desa Suci Kecamatan Panti Mengatakan bahwa :

“ Sekarang ini kondisi pada lima tahun terakhir ini omset penjualannya menurun, pada awalnya mencapai 100 juta perbulan dan sekarang menjadi 40 - 60 juta perbulannya Mas. Hal ini terjadi dari banyaknya persaingan hasil produksi yang sejenis dalam daerah maupun luar daerah dan juga produk sejenis yang sudah menggunakan elektronik Mas. Dari segi produksi dan pemasaran serta tidak seimbang dengan sumber daya manusia Mas ”(IS, 50th)

Seiring dengan banyaknya para pesaing dan juga omset penjualannya yang naik turun, maka para pengrajin alat rumah tangga yang ada di Desa Suci ini harus mencari cara - cara agar produk - produk mereka tetap laku dan tetap bertahan untuk kedepannya dan mampu bersaing dengan kompetitornya. Para pengrajin alat rumah tangga sederhana ini harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usaha kedepannya tetap bertahan dan berproduksi. *Home industry* atau perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area bisnisnya. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan dan kelemahan internal, digabungkan dengan peluang serta ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan cara memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

SWOT adalah suatu bentuk analisis strategi pemasaran dalam melihat kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan.

Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, penetapan posisi, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran. Semua strategi pemasaran usaha dibuat berdasarkan STP. *Segmentation* (segmentasi), *Targeting* (pembidikan), dan *Positioning* (penetapan posisi). Dengan adanya suatu penerapan strategi yang tepat sehingga masalah tersebut bisa teratasi. Seperti adanya strategi pemasaran yang di dalamnya terdiri dari elemen - elemen pemasaran yang meliputi *Product* (produk), *Price* (Harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (Distribusi). Para pengrajin di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember seharusnya memilih strategi pemasaran yang tepat dan lebih bisa mengoptimalkan lagi strategi tersebut agar usaha kerajinan alat rumah tangga kedepannya lebih baik lagi dan dikenal oleh konsumen secara luas.

Produk yang dihasilkan oleh para pengrajin itu sendiri adalah alat rumah tangga seperti tempat memasak nasi, tempat memasak air, alat untuk mengoven kue dengan kualitas bahan baku yang terbaik. Produk kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti ini memiliki suatu ciri khas tertentu untuk menarik konsumen, ciri khasnya adalah bahan baku dasar plat alumunium yang dipakai menggunakan kualitas terbaik dan memiliki ukuran ketebalan mulai 0,7 mm - 2 mm. Para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci mempunyai strategi pemasaran yang berbeda dalam memasarkan produk kerajinan yang telah diproduksi.

Seiring dengan hal itu para pengrajin juga perlu menambah keunggulan produknya untuk terus bisa tetap laku dan mengutamakan kualitas produknya dari varian dan juga variasi - variasi produknya yang unik. Hal itu bertujuan agar produk mereka masih tetap diminati oleh para pelanggannya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini para pengrajin menjaga kualitas produknya dari segi bahan baku dan proses pengerjaannya yang rapi dan halus. Seperti wawancara awal yang dilakukan, peneliti memperoleh informasi dari salah satu pengrajin alat rumah

tangga sederhana mengenai strategi bauran pemasaran melalui produk, harga, promosi, dan distribusinya :

“ Usaha kerajinan alat rumah tangga sederhana bisa bertahan hingga sekarang, karena kami tetap menjaga kualitas hasil produksinya serta proses pembuatannya yang rapi sehingga mampu bersaing dipasaran serta membuat kiat - kiat peningkatan dari segi promosi dan distribusinya Mas, supaya usaha ini terus tetap berjalan ” (IS, 50th)

Para pengrajin terus menjaga kualitas hasil produknya agar diminati oleh para konsumen dan mampu bersaing dengan produk pengrajin yang lainnya. Perilaku konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan. Pengrajin alat rumah tangga sederhana di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini dalam menjalankan usahanya harus selalu meningkatkan kualitas produknya dengan kualitas bahan baku terbaik dan proses pengerjaan produknya yang rapi guna eksistensi usaha yang telah ditekuninya sebagai salah satu cara bagi para pengrajin untuk mendapatkan laba guna memenuhi kebutuhannya sendiri dan permintaan para konsumen. Produk kerajinan alat rumah tangga ini perlu terus menambahkan jenis varian dan juga variasi - variasinya, sehingga dapat menarik konsumen potensial.

Seiring dengan hal itu, pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti ini memiliki sebuah strategi untuk menentukan harga yang akan dilakukan terhadap produknya yang akan dijual kepada konsumen. Harga produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri. Jika kualitas produk terbaik, tentunya harganya akan berada diatas rata - rata. Sebaliknya jika produk berkualitas sedang atau rendah, harganya pun mengikuti. Para pengrajin alat rumah tangga selain menetapkan harga produknya dari segi kualitas bahan bakunya namun pengrajin melakukan penetapan strategi harga dari jumlah pembelian barang melalui eceran dan juga grosiran. Seiring dengan hal itu harga produk tersebut berfungsi untuk memperoleh keuntungan dan untuk proses produksi selanjutnya yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti.

Promosi merupakan salah satu kegiatan bauran marketing yang sangat penting dalam keberhasilan suatu produk atau barang dan jasa atau bisnis apapun. Tujuan promosi adalah agar semua konsumen mengetahui tentang produk atau jasa yang kita tawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga para konsumen dapat mengetahui dan mengenal bahwa produk alat rumah tangga sederhana yang dihasilkan oleh para pengrajin di Desa Suci ini merupakan suatu produk sentra kerajinan yang masih diminati oleh para konsumen karena kualitasnya. Promosi produk alat rumah tangga sederhana ini berperan penting dalam menjalankan suatu usaha. Para pengrajin alat rumah tangga melakukan promosi agar harapan usaha ke depannya bisa laku dan terus berproduksi. Kegiatan promosi para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci ini seharusnya lebih dioptimalkan lagi melalui lembaga ke lembaga untuk mengajak konsumen mengenal produk unggulan alat rumah tangga di Desa Suci serta membelinya.

Strategi pemasaran bisa terlaksana dengan tepat apabila saluran distribusi produk bisa tercapai dengan lancar dan menjalin komunikasi yang baik antara penyalur distribusi kepada konsumen. Saluran pemasaran yang dilakukan para pengrajin alat rumah tangga ini dilakukan dengan berbagai macam penyalurannya. Pendistribusian barang juga menggunakan transportasi dan juga menggunakan jasa paket. Hal ini berfungsi juga pada konsumen jika ingin memesan kembali produk alat rumah tangga sederhana dari Desa Suci Kabupaten Jember sekaligus memperkenalkan produknya tersebut kepada para konsumen lainnya serta memperluas tempat jaringan distribusi agar bisa bermanfaat bagi industri kecil, pengrajin dan juga konsumen. Fungsi utama distribusi ini sendiri adalah menyebarkan produk kepada konsumen.

Penelitian tentang strategi bauran pemasaran sudah pernah dilakukan oleh Leonardus Merrithio Riski Indianto 2011 yang berjudul: Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner BakpiaPia Jogja Dalam Upaya Menghadapi Persaingan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Pemasaran BakpiaPia Jogja di Kota Jogjakarta). Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi bauran pemasaran melalui

pengembangan produk yang lebih variatif, harga produk lebih terjangkau, promosi pemasaran tidak hanya langsung kepada konsumen saja, tetapi juga melalui media internet, media cetak dan yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang diungkapkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan strategi pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember yang masih tetap bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, dapat memperluas ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu pengetahuan sosial (Ekonomi) dan dapat menganalisis strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember
2. Bagi perguruan tinggi, dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan pengetahuan dan pengalaman kerja (wirausaha) yang lebih baik.

3. Bagi industri kecil, dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan strategi pemasaran agar usahanya lebih baik lagi.
4. Bagi peneliti lain, dapat menjadi tambahan wacana dan pengetahuan tentang fenomena ekonomi dan strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga sederhana dan sebagai acuan untuk mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan tentang tinjauan penelitian terdahulu, teori SWOT, STP, strategi pemasaran produk, harga, promosi, distribusi, manfaat bauran pemasaran dan kerangka berpikir.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pemasaran pernah dilakukan oleh Rina Rachmawati (2011) dengan judul Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Dalam penelitian tersebut di dapat hasil bahwa dimana bauran pemasaran produk yaitu memberikan aneka produk pangan dengan penampilan, bentuk, tekstur, warna, aroma dan cita rasa yang memikat dan juga produk yang perlu diperhatikan adalah mengenai model, merek, label dan kemasan. Cara promosi yang dapat dilakukan antara lain dengan promosi melalui dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), mengikuti *event - event* tertentu, mengadakan diskon khusus pada saat tertentu, memberi *member card* pada pelanggan. Dapat juga dilakukan melalui promosi seperti reklame, sisipan pada koran dan media massa atau menggunakan spanduk. Selain itu membuat konsep resto yang unik dan disukai oleh pelanggan. Menetapkan harga jual yang rendah. Dengan kebijakan harga jual yang rendah diharapkan pembeli akan sangat peka terhadap harga.

Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Willy Pratama Widharta (2013) dengan judul Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan penjualan toko damai di Surabaya dengan menunjukkan hasil yaitu strategi yang diterapkan adalah strategi promosi penjualan yaitu tenaga penjual dapat berperan aktif untuk menggapai konsumen bukan menunggu untuk digapai konsumen terlebih dulu. Tenaga penjual harus melakukan langkah jemput bola, sehingga dapat meningkatkan penjualan, sedangkan untuk distribusi yaitu melakukan *outlet classification*, toko Damai sudah melakukannya, dengan mengelompokannya pada

dua jenis tipe pelanggan *end users* dan bisnis. Detail pengelompokan tersebut belum ada, jadi toko Damai belum melakukan *outlet list*, yang seharusnya bisa menjadi data tambahan bagi toko Damai untuk menentukan langkah yang akan diambil berikutnya. Dengan melakukan analisa strategi sesuai tahapan diatas diharapkan dapat meningkatkan penjualan toko Damai.

Penelitian tentang strategi bauran pemasaran sudah pernah dilakukan oleh Leonardus Merrithio Riski Indianto 2011 yang berjudul: Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner BakpiaPia Jogja Dalam Upaya Menghadapi Persaingan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Pemasaran BakpiaPia Jogja di Kota Jogjakarta). Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi bauran pemasaran melalui pengembangan produk yang lebih variatif, harga produk lebih terjangkau, promosi pemasaran tidak hanya langsung kepada konsumen saja, tetapi juga melalui media internet, media cetak dan yang lainnya.

Hasil penelitian terdahulu tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dan membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian yang akan dilakukan dengan judul: “Strategi Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember”.

2.2 Teori SWOT

Semua organisasi atau perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area bisnisnya. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan dan kelemahan internal, digabungkan dengan peluang serta ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan cara memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. SWOT adalah suatu bentuk analisis dalam melihat kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan

kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi”. Selanjutnya David dan Rangkuti (2005:47) mengemukakan bahwa:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan sikap karyawan dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan - kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau jalinan kerjasama merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru, pesaing baru dapat memberi ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat dikatakan bahwa SWOT merupakan cara untuk menilai suatu perusahaan dengan memperhatikan kekuatan-

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hal ini diperlukan untuk menjadi perbaikan sumber-sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

2.3 Teori STP

Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, penetapan posisi, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009:292) semua strategi pemasaran dibuat berdasarkan STP. *Segmentation* (segmentasi), *Targeting* (pembidikan), *Positioning* (penetapan posisi)

a. *Segmenting*

Segmentasi adalah proses mengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan respon terhadap program - program pemasaran yang spesifik. Menurut Tjiptono (2008:211) segmentasi pasar adalah konsep yang mendasari strategi perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan dalam program pemasaran. Variabel yang digunakan diantaranya demografis, psikografis, perilaku, pengambilan keputusan dan pola media.

b. *Targeting*

Dalam suatu perusahaan diperlukan suatu *targeting* yang terarah agar dalam menjalankan kegiatan kedepannya dapat berjalan lancar dan terus sukses. Menurut Tjiptono (2008:232) *targeting* merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu - satu segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran yang spesifik. Kriteria evaluasi yang digunakan meliputi ukuran dan potensi perubahan segmen, karakteristik struktural segmen, dan kesesuaian antara produk dan pasar.

c. *Positioning*

Setelah memutuskan segmen pasar dan menentukan target pasar yang akan dimasuki, perusahaan harus memutuskan positioning apa yang hendak ditempatkan di benak konsumen. Menurut Kasali (2005:527) positioning adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen, agar produk/merek/nama anda mengandung arti tertentu yang dalam beberapa segi mencerminkan keunggulan terhadap produk atau merek dalam bentuk hubungan asosiatif. .

2.4 Teori Strategi Pemasaran

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang. Strategi adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004:15).

Menurut Kotler (2000:93) strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran, strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan. Menurut Winardi (2001:93) strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan merupakan hasil dipadukannya berbagai elemen pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran terpadu (4P dari *marketing mix* yaitu *product, price, promotion, dan place*) yang selalu berkembang sejalan dengan gerak dan perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumen. Bila tujuan pemasaran menguraikan tempat yang akan dituju, maka strategi pemasaran menunjukkan rute yang dilalui untuk mencapai tujuan tersebut.

2.5 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam dunia usaha dan bisnis banyak cara - cara untuk memajukan usaha guna mencapai suatu kepuasan dan bertujuan memperoleh suatu keuntungan yang lebih. Seiring dengan hal itu sebuah usaha memerlukan sebuah strategi bauran pemasaran untuk terus mencapai potensi dan sasaran pasar yang tepat kedepannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:62) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan pemasaran taktis terkendali yang di padukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dipasar sasaran.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat diketahui bahwa strategi bauran pemasaran merupakan langkah penting untuk mencapai tujuan perusahaan dan dapat diterima oleh konsumen serta bermanfaat bagi industri kecil, para pengrajin dan juga konsumen, dalam menghadapi persaingan yang ketat dan bagaimana suatu usaha tersebut dapat memasarkan produknya tepat pada pasar sasaran yang diinginkan. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

2.5.1 Produk (*Product*)

Produk merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran. Oleh karena itu, pemasaran harus mampu menyusun strategi produk dengan berbagai keputusan yang terkoordinasi. Menurut Kotler dan Amstrong (2004:337) produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam artian luas, produk meliputi objek - objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran entitas entitas ini.

Menurut Lupiyoadi (2006:70) produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Strategi produk perlu diperhatikan dalam suatu usaha adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "the offer". Menurut Wijayanti (2012:51) produk adalah sesuatu yang

diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreatifitas seseorang, tim marketing atau perusahaan. Unsur - unsur yang harus dimiliki sebuah produk, antara lain:

1. Nama, brand atau merek
2. Kategori produk (*product category*)
3. Formulasi (*formulation*)
4. Komposisi (*composition*)
5. Label (*Labelling*)
6. Variasi (*variation*)
7. Kemasan (*packaging*)
8. Keunggulan produk (*unique selling point*)
9. Manfaat produk yang mendukung (*produk benefit*)
10. Pelayanan konsumen (*customer service*)

Kaitannya dengan strategi bauran pemasaran dilihat dari 5 unsur produk diatas adalah sesuai dengan produk konsumsi (makanan) dan 5 unsur produk yang lainnya sesuai yang ada pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

a. Kategori produk

Kategori produk sangat penting peranannya dalam keberhasilan penjualan produk tersebut. Secara garis besar, produk dapat dibagi dalam dua kategori besar, yaitu produk konsumsi dan produk manufaktur. Produk alat rumah tangga disini adalah kategori produk manufaktur dimana suatu produk yang bahan baku mentahnya adalah alumunium diolah menjadi bahan jadi yaitu bermacam - macam alat rumah tangga sehingga menghasilkan suatu produk yang berguna dan juga mempunyai keawetan yang tahan lama dan memiliki berbagai macam fungsi untuk memudahkan kegiatan para konsumen dalam kegiatannya sehari hari.

b. Formulasi

Formulasi akan sangat menentukan mutu dan kualitas dalam pembuatan produk, apa pun kategori produk yang akan kita kembangkan. Formulasi merupakan semua bahan atau unsur yang digunakan untuk membuat dan menciptakan produk yang akan dijual. Pada kerajinan alat rumah tangga sederhana tersebut yaitu menggunakan formulasi utama yaitu bahan baku dasar lembar plat alumunium dengan kualitas yang terbaik dan diperoleh dari Surabaya serta pengerjaannya yang detail oleh para pengrajin sehingga produk alat rumah tangga ini masih diminati oleh para konsumen.

c. Varian

Varian produk merupakan jenis produk bermerek yang sama ukuran, warna atau rasa produk yang berbeda. Ada pun tujuan dari pembuatan varian ini adalah untuk memberikan banyak pilihan yang berbeda kepada konsumen dan memperluas jangkauan segmen pasar. Varian produk alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti ini cukup bermacam macam yaitu dari kapasitas ukuran alat rumah tangga 1 kg - 15 kg untuk produk tempat memasak nasi, tempat memasak air dan alat penggorengan yang mempunyai varian yang berdiameter 25 cm - 100 cm sedangkan untuk produk ovenan yaitu ada dua varian, oven ukuran besar dan ukuran kecil. Produk yang dihasilkan para pengrajin alat rumah tangga dengan membuat banyak varian maka memudahkan para konsumen untuk memilih varian produk yang sesuai keinginannya.

d. Keunggulan produk (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Point atau USP merupakan keunikan - keunikan dari produk yang kita tawarkan kepada konsumen agar tersebut mempunyai nilai lebih dari produk lain. Keunggulan produk alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti adalah kualitas bahan baku yang tebal dan hasil produksi yang presisi serta rapi dan banyak varian jenisnya serta dengan adanya bermacam macam variasi produknya seperti yang awalnya pegangan

aluminium sekarang ditambah dengan pegangan kayu dan juga memberikan variasi motif ukir yang unik terhadap produk alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti ini. Produk alat rumah tangga ini keunggulannya yang bisa terlihat oleh para konsumen adalah tingkat keawetan produk itu sendiri. Dalam hal ini, keunggulan tersebut akan dipertahankan terus oleh para pengrajin agar usahanya tetap berjalan guna memenuhi permintaan konsumen dan memberikan manfaat yang lebih bagi industri kecil yang dikelolanya.

e. Pelayanan konsumen

Pelayanan konsumen sangat diperlukan bagi suatu produk. Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagus kualitas dan mutu pelayanan tersebut dimata target konsumen. Pelayanan konsumen pada para pengrajin alat rumah tangga di Suci Kecamatan Panti ini selalu diutamakan, yaitu pelayanannya yang tepat waktu (on time) menjadi hal yang terus dipertahankan oleh para pengrajin alat rumah tangga dan juga pemesanan produk bisa melalui telepon atau bisa juga langsung ke rumah produksi serta pesanan produk bisa diantar langsung dari rumah ke rumah para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2008:5) Pemasar menggolongkan suatu produk menjadi tiga kelompok menurut ketahanan dan keberwujudannya:

1. Barang - barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*)
2. Barang tahan lama (*durable goods*)
3. Jasa (*services*)

Kaitannya dengan strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini yaitu produk yang dihasilkan adalah barang yang tahan lama dan berkualitas unggulan, karena produk alat rumah tangga yang berbahan baku dasar lembar plat aluminium ini apabila cepat laku atau tidak cepat laku, produk ini lebih selamat dalam jangka waktu yang panjang dengan tingkat keawetannya serta tidak mudah rusak.

2.5.2 Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu komponen penting dalam suatu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini sebuah harga produk perlu ditetapkan terlebih dahulu agar suatu usaha atau perusahaan dapat memperoleh suatu laba untuk proses produksi kedepannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:63) harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat diubah secara cepat, berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi.

Menurut Tjiptono (2002:151) harga yaitu komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual, maka keputusan dan strategi pendapatan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:346) penetapan harga terdiri dari empat dasar.

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*value – based pricing*)

Menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya biaya penjual, sebagai kunci penetapan harga. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga.

2. Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik (*good value pricing*)

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

3. Penetapan harga dengan nilai tambah (*pricing power*)

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

4. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost - based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar sebagai imbalan bagi usaha dan resiko.

Kaitannya dengan strategi penetapan harga pada produk yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember, pengrajin menetapkan strategi harga sesuai dengan yang dijelaskan diatas antara lain adalah:

a. Penetapan harga dengan nilai tambah (*pricing power*)

Harga produk alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti menetapkan strategi harga produknya mereka melihat dari segi kualitas bahan baku produksi yaitu lembar lembar plat alumunium yang terbaik dengan ketebalan bahan baku yang bervariasi dan tingkat pelayanan pengrajin kepada para konsumen.

b. Penetapan harga dengan nilai tambah (*pricing power*)

Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti menetapkan harga dengan melihat dari segi fiturnya, jika produk tempat memasak nasi fiturnya antara sarangan tunggal dan ganda sudah berbeda harga serta para pengrajin menetapkan harga sesuai dengan layanan nilai tambah dari produk itu sendiri seperti menambah kreasi seni ukir yang unik pada produk alat rumah tangga yang pengrajin buat.

c. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost - based pricing*)

Produk alat rumah tangga yang ada di Desa Suci ini penetapan harganya juga memperkirakan dari seluruh biaya produksi dari bahan baku lembar plat alumunium, kawat, pegangan dan ongkos kerja dan biaya pendistribusian produk kepada para konsumen.

2.5.3 Promosi (*Promotion*)

Promosi produk merupakan suatu hal penting agar suatu produk bisa dikenal oleh para konsumen dan bisa memiliki manfaat bagi usaha yang dijalankan oleh para pengrajin. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:63) promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Program pemasaran yang efektif adalah memadukan semua elemen bauran pemasaran

ke dalam suatu program pemasaran terintegrasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan dengan menghantarkan nilai bagi konsumen.

Menurut Wijayanti (2012:78) promosi merupakan salah satu kegiatan bauran marketing yang sangat penting dalam keberhasilan suatu produk atau barang dan jasa atau bisnis apapun. Tujuan promosi adalah agar semua konsumen mengetahui tentang produk atau jasa yang kita tawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Wijayanti (2012:79) pada dasarnya, strategi promosi, yaitu *Above the line* juga dapat disebut sebagai *Thematic Promotion* yaitu program promosi jangka panjang dan *Below the line* juga dapat disebut sebagai *Schematic Promotion* yaitu program promosi jangka pendek.

Promosi *Above the line* adalah suatu program promosi berjangka panjang yang juga memiliki dampak jangka panjang. Program ini biasanya untuk membangun merek baru atau memperbarui merek lama (*brand building*) guna untuk mengembangkan merek supaya lebih besar lagi dan untuk meningkatkan kembali merek yang telah kita tawarkan ke target konsumen. Promosi *above the line* terdiri atas *media placement*, *point of sales* (POS), *marketing events* dan *marketing services*.

- *Media*

Media placement merupakan salah satu promosi yang sangat membutuhkan biaya investasi yang besar.

- *Point of sales*

Point of sales (POS) material pada umumnya menjadi alat promosi yang utama. Isi POS materials adalah semua informasi yang membangkitkan minat konsumen untuk membaca dan melihat sehingga konsumen tertarik terhadap produk kita.

- *Marketing event*

Marketing events atau kegiatan *public relation* merupakan kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

- *Marketing service*

Marketing service merupakan salah satu bagian terpenting dalam program *promosi above the line*. Marketing services akan memberikan kepada konsumen suatu pelayanan yang optimal dari produk yang dipasarkan.

Kaitannya dengan strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci yaitu strategi diadakan promosi (*Above the line*) yang meliputi sebagian unsur - unsure yang tercantum diatas:

- a) *Marketing event*, Disini para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti sudah pernah mengikuti sebuah *event - event* sebagai salah satu produk unggulan di dalam daerah maupun luar daerah. Hal ini kegiatan *public relation* dan *event - event* bisa lebih sering diikuti terutama pada luar daerah guna memperkenalkan keunggulan produk alat rumah tangga sederhana dari desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini agar jauh lebih luas persebarannya dan menambah minat konsumen luar daerah.
- b) *Marketing service*, disini para pengrajin memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu (*on time*) kepada konsumennya, serta transaksi jual belinya bisa lebih di optimalkan yang bisa dilakukan dimana saja dan juga kapan saja.

Menurut Lupiyoadi (2013:178) perangkat promosi yang kita kenal mencakup aktivitas periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*).

1. Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan dalam mengomunikasikan produknya, baik barang maupun jasa.

2. Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Penjualan perseorangan memiliki peranan yang penting dalam pemasaran jasa karena hal - hal berikut :

- a. Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan sangat penting.
- b. Jasa tersebut disediakan oleh orang (sumber daya manusia) bukan oleh mesin.
- c. Orang merupakan bagian dari produk jasa.

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

4. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat (humas) merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

5. Informasi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*)

Dalam hal ini, peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain, pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruh dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

6. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi.

Menurut kriteria promosi diatas, dalam hal ini kaitannya dengan strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember adalah melalui *sales promotion* yang efektif oleh tenaga penjualan atau sales. Para pengrajin juga melakukan promosi *public relation* secara luas dalam daerah maupun luar daerah agar produknya bisa dikenal oleh masyarakat

luas. Promosi dari mulut ke mulut juga dilakukan pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci dalam memasarkan produknya, hal ini efektif dalam memperkenalkan produk kerajinan alat rumah tangga yang mereka hasilkan terutama dalam kalangan masyarakat yang adat budayanya masih kental dari suku Jawa maupun Madura.

2.5.4 Distribusi (*Place*)

Suatu usaha bisa terlaksana dengan tepat apabila saluran distribusi produk bisa tercapai dengan lancar dan menjalin komunikasi yang baik antara penyalur distribusi kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2008:106) saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir. Menurut Wijayanti (2012:99) produk yang telah dibuat seharusnya segera disalurkan ke berbagai arah dan target outlet yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, perusahaan sebaiknya membuat suatu jaringan atau *networking* untuk mendukung kelangsungan hidup produk tersebut. Dalam pengembangan usaha dan bisnis diperlukan pembentukan jaringan kerja yang bertujuan untuk saling menguntungkan antara produsen sebagai pembuat produk dan jaringan sebagai penyalur produk.

Fungsi utama distribusi adalah menyebarkan produk ke konsumen sedekat mungkin sesuai dengan target yang ingin diraih. Distribusi juga berfungsi sebagai pembuat perubahan dari suatu nilai guna bentuk atau form utility menjadi bentuk barang, produk, jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kaitannya dengan strategi bauran pemasaran usaha pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci yaitu dimana strategi distribusi ini bertujuan untuk menyalurkan produk - produk hasil kerajinan alat rumah tangga ke dalam daerah maupun luar daerah. Distribusi dalam daerah bisa dilakukan dengan secara langsung dan melalui sales sedangkan yang luar daerah para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini menggunakan sistem distribusi kirim melalui paket.

Menurut Kotler dan Keller (2008:116) pada tingkat saluran ada tiga strategi distribusi yang tersedia: distribusi eksklusif, selektif, dan intensif.

1. Distribusi eksklusif (*exclusive distribution*)

Distribusi ini tepat ketika produsen ingin mempertahankan kendali atas tingkat jasa dan output yang ditawarkan oleh penjual perantara, dan distribusi ini sering memasukkan pengaturan kesepakatan eksklusif. Hal ini memberikan distribusi eksklusif, produsen berharap mendapatkan penjualan yang lebih berdedikasi dan berpengetahuan.

2. Distribusi selektif (*selective distribution*)

Distribusi ini bergantung pada beberapa perantara, namun tidak semuanya bersedia menjual produk tertentu. Perusahaan tidak perlu khawatir tentang terlalu banyak gerai, perusahaan bisa mendapatkan cakupan pasar yang cukup besar dengan lebih banyak kendali dan biaya lebih murah daripada distribusi intensif.

3. Distribusi intensif (*intensive distribution*)

Distribusi intensif adalah seorang produsen menempatkan barang atau jasa di sebanyak mungkin gerai. Strategi ini biasanya digunakan untuk barang - barang seperti makanan ringan, minuman ringan, surat kabar, permen karet, produk yang sering di beli konsumen atau dalam berbagai lokasi.

Kaitannya dengan strategi bauran pemasaran dari segi distribusi produk alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember, pengrajin melakukan strategi distribusi diatas, antara lain:

a. Distribusi eksklusif (*exclusive distribution*)

Pengrajin alat rumah tangga menerapkan distribusi eksklusif ini karena ingin mengendalikan pendistribusian yang dilakukan oleh penjual perantara, misalnya pengrajin memberi kesepakatan eksklusif tentang sistem pendistribusian kepada konsumen dengan perantara mengambil produk langsung ke pengrajin, sehingga bisa mendapatkan penjualan yang bisa saling menguntungkan untuk proses produksi kedepannya.

b. Distribusi selektif (*selective distribution*)

Distribusi yang dilakukan pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci juga melalui perantara atau sales untuk menjualkan produk - produk unggulan alat rumah tangga tersebut agar terus bisa tetap bertahan dan terus memproduksi kedepannya dengan adanya pendistribusian produk melalui seorang sales.

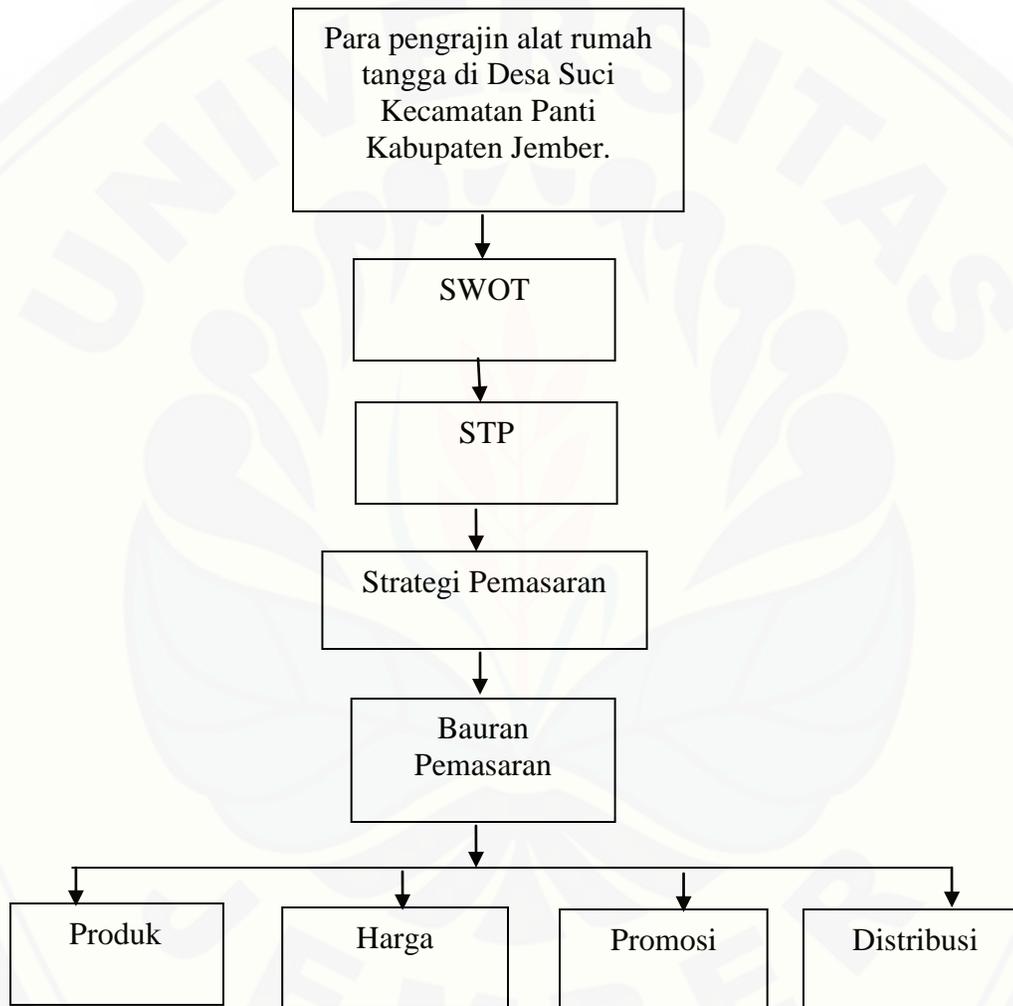
2.6 Manfaat Strategi Bauran Pemasaran

Manfaat strategi bauran pemasaran adalah untuk menjadikan usaha kerajinan alat rumah tangga sederhana ini sebagai salah satu pusat sentra di Desa Suci Kecamatan Panti Jember ini agar bisa bertahan dan memproduksi kedepannya. Apabila strategi bauran pemasaran dapat diterapkan secara optimal oleh para pengrajin yang ada di Desa Suci, hal tersebut juga bermanfaat guna bisa menambah omset penjualan industri kecil tersebut, karena empat unsur bauran pemasaran tersebut saling keterkaitan. Menurut Kotler (2009:101) selain faktor non harga yang semakin meningkat dalam pemasaran modern, harga tetap menjadi elemen penting dalam bauran pemasaran. Harga adalah satu - satunya elemen yang menghasilkan pendapatan, elemen yang lainnya menghasilkan biaya.

Strategi bauran pemasaran juga bermanfaat bagi industri kecil yang dikelola oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci, karena dengan menerapkan strategi bauran pemasaran secara optimal dalam suatu usaha atau bisnis, maka dapat memberikan suatu keuntungan yang besar bagi industri kecil terutama dalam proses produksi dan sistem manajemen pengelolaannya dan ditinjau dari segi promosinya. Menurut Kotler (2009:241) manfaat pemasaran langsung dapat menjangkau calon pelanggan pada saat yang tepat dan dibaca oleh calon pelanggan yang lebih memiliki prospek. Seiring dengan adanya strategi bauran pemasaran maka para pengrajin bisa terus mendapatkan suatu upah untuk memenuhi kebutuhan hidup terutama yang mata pencaharian utamanya sebagai pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

2.7 Kerangka Berpikir

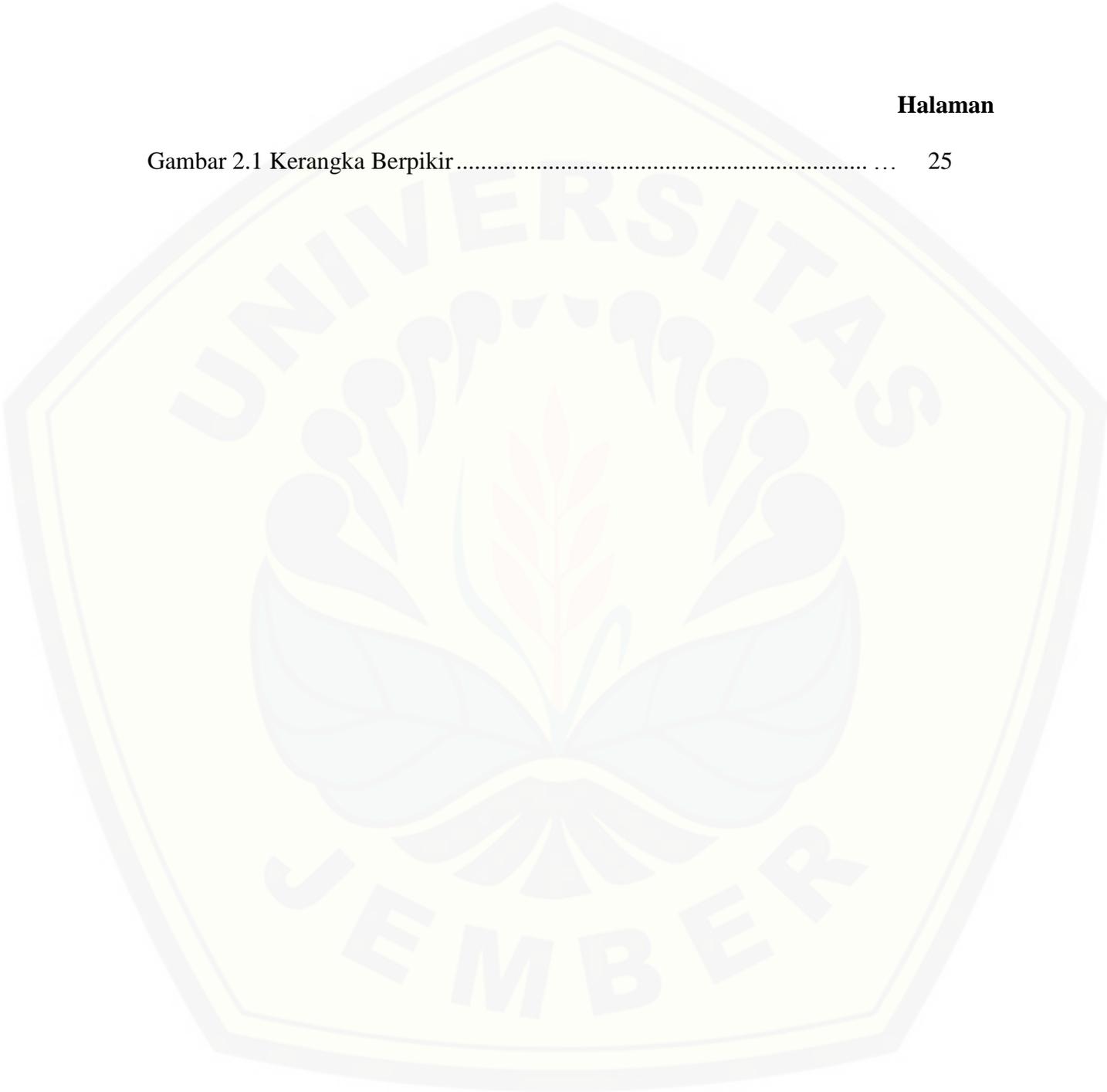
Kerangka berpikir ini menjelaskan tentang bentuk strategi yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	25



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai tindak lanjut dalam penelitian yang dilakukan, serta memperoleh data - data yang nantinya perlu dianalisis dan dibahas sehingga dapat menghasilkan sebuah penelitian. Beberapa hal yang berkaitan dengan hasil penelitian akan disajikan lebih lanjut pada pembahasan di bawah ini.

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Desa Suci merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Panti Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Desa tersebut salah satu pusat sentra penghasil kerajinan alat rumah tangga yang potensial dalam memperoleh perekonomian, desa tersebut didukung dengan kondisi sekitar desa yang menguntungkan karena Desa Suci berdekatan dengan pasar Rambibipuji, pasar Gebang dan dekat wilayah perkotaan Jember. Desa Suci di Kabupaten Jember juga terdapat beberapa toko yang berpotensi menjual produk - produk kerajinan alat rumah tangga ini, Sehingga para pengrajin dengan mudah memproduksi dan terus memasarkannya.

Selain itu, Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember merupakan desa yang letaknya sangat strategis karena terletak di pinggir jalan raya dan akses jalan menuju desa tersebut juga mudah. Hal ini berdampak pada proses penjualan atau pendistribusian produk kerajinan alat rumah tangga kepada konsumen juga mudah untuk dilakukan. Di desa Suci Kabupaten Jember, ada juga pengrajin yang menyediakan dan menjual bahan baku aluminium yang dipesan langsung dari Surabaya dalam jumlah besar, sehingga bagi pengrajin yang lain bisa memesan ke pengrajin tersebut namun sebagian pengrajin juga langsung memesan bahan baku dari Surabaya. Desa Suci ini terdiri dari tiga dusun, yakni dusun Glundengan, dusun Glengseran, dan dusun Gapplek yang dimana masyarakat di Dusun tersebut bermata pencaharian sebagai pengrajin alat rumah tangga.

Desa Suci Kecamatan Panti di Kabupaten Jember ini juga cukup prospektif untuk memproduksi terus kerajinan alat rumah tangganya, karena masyarakat jember masih kental dengan adat dan budayanya dalam menggunakan alat rumah tangga di Desa Suci tersebut dalam skala kecil maupun penggunaan dalam skala besar, misalnya seperti dalam acara hajatan. Oleh karena itu di Desa Suci Kecamatan Panti ini merupakan sebuah desa yang potensial dan terus menjadi pusat sentra kerajinan alat rumah tangga terbesar di Jember.

4.2 Gambaran Umum Industri Kecil Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Industri alat rumah tangga ini sudah ada di Desa Suci semenjak tahun 1960 yang dibawa oleh seorang penduduk asli Desa Suci dan merupakan penemu awal kerajinan alat rumah tangga ini. Sehingga pada tahun 1980 dikembangkan oleh Bapak Imam Syafi'i sebagai pemilik kerajinan terbesar dan merupakan pusat sentra kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Seiring dengan terkenalnya kualitas hasil kerajinan masyarakat Suci, sehingga kerajinan alat rumah tangga ini berkembang pesat pada awal tahun 1990 dan mencapai tingkat kejayaannya pada tahun 2000 hingga tahun 2008.

Seiring dengan perkembangannya yang semakin pesat, sehingga kerajinan alat rumah tangga ini menjadikan perekonomian di Desa Suci semakin maju dan masyarakat Desa Suci tidak hanya bergantung dengan hasil tani seperti masyarakat desa pada umumnya. Kerajinan alat rumah tangga yang berada di Desa Suci Kecamatan Panti adalah pusat sentra kerajinan tangan yang terbesar berbahan baku dasar lembaran plat Aluminium yang berada pada Kabupaten Jember dan sudah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. Kerajinan alat rumah tangga ini adalah warisan turun menurun dari penemu awal dengan pengrajin yang menggunakan kemampuannya dalam membuat kerajinan tersebut, sehingga sekarang menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat Desa Suci.

4.3 Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember yang berjumlah 119 orang. Informan utama dalam penelitian ini sebanyak 3 orang yang sudah cukup lama melakukan usaha kerajinan alat rumah tangga dalam skala yang berbeda yaitu Bapak Imam Syafi'i, Bapak Yanto, dan Bapak Dayin. Mereka adalah para pengrajin alat rumah tangga yang sampai saat ini masih dapat bertahan di tengah banyaknya pesaing yang ada di desa - desa wilayah jember sendiri dan desa - desa yang berada di luar daerah. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah pelanggan alat rumah tangga yaitu Bapak Ir dan Ibu Etik. Selanjutnya yang menjadi informan tambahan dalam penelitian ini adalah saudara Ridwan staff karyawan Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Adapun para pengrajin alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.1 Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kabupaten Jember Ditinjau Dari Beberapa Aspek

No	Aspek	Pengrajin		
		1	2	3
1.	Nama	Imam Syafi.i	Yanto	Dayin
2.	Usia	50 Tahun	51 Tahun	50 Tahun
3.	Pendidikan	SMA	SMA	SMP
4.	Lama Usaha	37 Tahun	35 Tahun	20 Tahun
5.	Skala Kerajinan	Besar	Sedang	Kecil
6.	Tenaga Kerja	15 orang	9 orang	4 orang

Sumber : Data Primer (2015)

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa para pengrajin di Desa Suci Kabupaten Jember tersebut cukup berpengalaman karena sudah menjalankan usahanya lebih dari 15 tahun. Dari 3 (tiga) pengrajin alat rumah tangga tersebut, hanya 1 (satu) orang yang berpendidikan SMP yaitu bapak Dayin. Para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci tersebut cukup memahami dan bisa memberikan informasi mengenai strategi bauran pemasaran. Skala usaha kerajinan alat rumah tangga yang mereka kelola berbeda dilihat dari skala besar yang dikelola Bapak Imam Syafi'i dan mempunyai tenaga kerja berjumlah 15 (lima belas) orang, skala kerajinan sedang dikelola oleh Bapak Yanto dan mempunyai tenaga kerja berjumlah 9 (sembilan) orang, sedangkan skala kerajinan kecil dikelola oleh Bapak Dayin dan memiliki tenaga kerja berjumlah 4 (empat) orang

4.4 Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Bauran pemasaran adalah suatu cara - cara yang dilakukan oleh para pengrajin dalam menjalankan usahanya agar produknya bisa dimiliki oleh konsumen dan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Dalam menjalankan suatu usaha sangatlah diperlukan sebuah strategi pemasaran yang didalamnya meliputi empat unsur bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi dan distribusi. Para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember menerapkan strategi pemasaran dalam menjalankan usaha kerajinan yang mereka tekuni selama ini. Berikut strategi bauran pemasaran yang dilakukan para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

4.4.1 Produk

Para pengrajin yang menjadi subjek penelitian ini dalam melakukan strategi bauran pemasaran khususnya pada produk yaitu selalu menjaga kualitas produk dan juga bahan baku produksi dari ukuran ketebalan bahan mulai dari 0,7 mm sampai 2 mm. Bahan diproses sedemikian rupa sehingga menjadi suatu kerajinan alat rumah

tangga yang berkualitas. Produk yang dibuat dan dijual oleh para pengrajin di Desa Suci adalah kerajinan tangan yang berbahan baku dasar lembar - lembar plat alumunium yang memiliki mutu dan kualitas terbaik dan tebal. Bahan baku kerajinan alat rumah tangga ini yang berupa lembar plat alumunium tersebut dibeli dari Surabaya dengan cara mengambil langsung atau dengan cara memesan terlebih dahulu. Meskipun bahan baku dasar produk kerajinan alat rumah tangga ini juga ada di wilayah Jember, namun para pengrajin jarang membeli bahan baku di Jember karena kualitas dan harganya berbeda dibanding bahan baku dari Surabaya. Hal ini dikarenakan harga bahan baku dari Surabaya relative lebih murah dan kualitasnya bagus daripada di Jember. Hal tersebut sesuai yang diungkapkan pengrajin Bapak Imam Syafi'i yaitu:

“ Produk yang kami produksi adalah alat alat rumah tangga yang berkualitas Mas, karena disini saya menjaga kualitas bahan baku dasar alumunium yang terbaik dari ukuran ketebalan bahan 0,7 mm - 2 mm Mas dan proses pengerjaannya yang rapi dan halus Mas dan bahan bakunya saya beli dari Surabaya Mas” (IS, 50th)

Pernyataan diatas produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci dapat terjamin kualitasnya dengan selalu mengutamakan penggunaan bahan baku produksi lembar plat alumunium dengan ukuran ketebalannya 0,9 mm - 1,5 mm. Pengrajin juga membuat produk dengan menggunakan ketebalan plat alumunium 2 mm jika ada permintaan langsung dari konsumen. Formulasi produk yang dibuat mayoritas memakai bahan baku yang tebal agar tingkat pemakainnya yang tahan lama dan awet, sehingga konsumen puas dengan kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci. Bila dibandingkan dengan produk sejenis yang dibuat pengrajin lain, produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini relative lebih tebal. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen memilih produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti ini dibandingkan produk kerajinan alat rumah tangga lainnya yang sejenis. Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh pelanggan kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci sebagai berikut:

“ Produk kerajinan alat rumah tangga dari Desa Suci Kecamatan Panti kualitas bahan bakunya yang dipakai tebal Mas, Saya lebih suka dan membeli hasil produk alat rumah tangga dari Panti Mas dibandingkan produk kerajinan alat rumah tangga lainnya yang sejenis Mas ” (E, 47th)

Bahan baku dasar lembar plat alumunium tersebut diproses dengan keahlian para pengrajin sehingga menjadi sebuah kerajinan alat rumah tangga dengan berbagai macam jenis, bentuk dan ukurannya sesuai permintaan para konsumen dan pasar. Varian produk yang dibuat antara tempat memasak nasi, tempat memasak air, alat penggorengan, dan tudung saji nasi. Mutu dan kualitas produk serta varian hasil kerajinan ini akan terus dijaga dan dipertahankan agar produk kerajinan alat rumah tangga tetap berkualitas. Banyaknya varian produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci begitu banyak macamnya, sehingga para konsumen dapat dengan mudah memilih dan membeli produk alat rumah tangga di Desa Suci ini yang mencapai 22 varian yang telah dibuat dan bermacam - macam ukurannya. Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh pengrajin Bapak Yanto berikut:

“ Ciri khas produk yang saya buat adalah variannya yang banyak namun tetap berkualitas Mas, Seperti varian produk kerajinan alat rumah tangga yang saya buat ini ada 22 produk terkecuali kompor Mas, dengan berbagai ukuran produk yang berbeda - beda Mas serta saya tetap menggunakan bahan baku yang berkualitas Mas ” (Y, 51th)

Ungkapan diatas menunjukkan bahwa produk yang selama ini dibuat bisa memenuhi harapan para konsumen. Selain itu, pengrajin juga menambahkan inovasi produk baru dengan awalnya variasi pegangannya dari alumunium dan sekarang ditambahkan dengan pegangan kayu, variasi pegangan badan produk dan variasi bentuk sarangan. Produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini tetap mengutamakan kualitas bahan baku yang tebal, dan ada juga produk yang dikombinasi dengan kreasi seni yang tinggi dimana pengrajin menambahkan variasi produknya dengan ukiran - ukiran bermotif unik, sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membeli. Para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci terus

menjaga dan mempertahankan kualitasnya dengan proses pembuatan produknya dengan halus dan rapi. Hal tersebut sesuai berdasarkan hasil wawancara seorang pengrajin Bapak Dayin sebagai berikut:

“ Saya membuat produk kerajinan alat rumah tangga ini tetap menjaga dan mengutamakan kualitas bahan baku yang terbaik Mas, Selain itu saya juga menambahkan kreasi seni pada produk saya agar diminati oleh para konsumen saya beri tambahan ukiran - ukiran yang unik pada salah satu produk unggulan saya Mas” (D, 50th)

Pernyataan diatas pengrajin tetap menjaga kualitas produk dari bahan baku yang asli dan pemakaian tingkat ketebalan bahan terus dipertahankan untuk menjaga mutu dan kualitas. Proses pembuatan salah satu produk kerajinan tersebut, pengrajin selalu mempunyai pemikiran baru terhadap inovasi produknya. Produk kerajinan alat rumah tangga yang telah dikreasikan dengan tambahan motif ukir ini hanya ada dan diproduksi pada pusat sentra kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh pengrajin Bapak Dayin berikut:

“ Salah satu produk alat rumah tangga yang saya buat, keunggulannya dari kualitas ketebalan bahan baku juga dari motif ukir uniknya itu Mas, produk yang saya variasikan dengan tambahan ukir ini adalah tudung saji Mas yang ada dua model persegi panjang dan bulat Mas, keduanya saya tambahkan dengan motif ukiran yang berbeda ”(D, 50th)

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas dapat diketahui bahwa para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti tetap mengutamakan dan mempertahankan kualitas produknya. Pengrajin juga mengutamakan kualitas pengerjaan produk yang detail secara halus dan rapi, sehingga pengrajin bisa tetap mempertahankan varian produknya yang bermacam macam ukuran dari ukuran yang terkecil hingga ukuran yang besar. Para pengrajin juga menambahkan kreasi seni berwujud ukiran unik di dalam produk kerajinannya sehingga sampai sekarang produk kerajinan alat rumah tangga masih diminati oleh para konsumen dan menjadi

salah satu pusat sentra kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

4.4.2 Harga

Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti ini menetapkan harga produk kerajinannya berdasarkan kesesuaian kualitas bahan baku produksi. Harga produk kerajinan alat rumah tangga ini ditentukan oleh para pengrajin itu sendiri guna mendapatkan suatu keuntungan sehingga dapat digunakan dalam proses produksi selanjutnya. Dalam menetapkan harga, pengrajin melihat besarnya harga dari segi kualitas produk dan juga bahan baku lembar - lembar plat alumunium, paku, kawat, dan ongkos kerja. Penetapan harga dipertimbangkan dari total keseluruhan biaya produksi, para pengrajin menetapkan dan memberikan penawaran harga kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini dengan adanya sebuah diskon pada waktu - waktu tertentu agar para konsumen tetap tertarik dan ingin membeli produk kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci tersebut. Pemberian diskon ini tidak pada semua produk kerajinan alat rumah tangga yang telah diproduksi, namun para pengrajin sudah memberikan diskon terhadap produk - produk alat rumah tangga tertentu yang akan di diskon . Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh bapak Imam Syafi'i berikut:

“ Saya menetapkan harga produk kerajinan ini dari jumlah keseluruhan biaya produksi yang telah dikeluarkan Mas, serta saya memberikan suatu diskon kusus terhadap produk - produk kerajinan alat rumah tangga yang telah saya tentukan sebelumnya untuk diberikan harga diskon Mas” (IS, 50th)

Pernyataan diatas diskon yang diberikan oleh pengrajin adalah produk kerajinan tertentu yang memang dipilih khusus kemudian diberi diskon agar produk tetap diminati oleh para konsumen luas. Pada akhir tahun seorang sales yang memasarkan produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini juga mendapatkan diskon dari para pengrajin dengan harga

yang berbeda dari sebelumnya. Harga yang ditawarkan kepada konsumen yaitu berdasarkan dari sistem pembelian produk secara eceran dan grosiran yang berbeda. Jika pembelian produk alat rumah tangga secara eceran maka harga per item produknya lebih tinggi dibandingkan dengan pembelian produk secara grosiran.

Harga produk secara eceran ditetapkan melalui jenis dan macam - macam ukuran per item. Harga grosiran ditetapkan dari harga per item produk sesuai dengan jumlah yang akan dibeli, varian, serta ukuran. Pembelian produk secara grosiran harganya sedikit berbeda dari harga yang telah ditetapkan oleh pengrajin. Penawaran harga produk dengan sistem pembelian eceran dan grosiran biasanya selisih Rp 1000 - Rp 10.000 sesuai dengan jenis produk yang akan dibeli. Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember ini menawarkan harga eceran dan grosiran terhadap produknya dengan harga yang berbeda. Sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Yanto berikut:

“ Produk kerajinan alat rumah tangga ini, saya tawarkan kepada konsumen dengan pertimbangan dari sistem pembelian secara eceran per barang yang sesuai ukuran dan kualitasnya Mas, serta saya juga menerapkan dan menawarkan harga produk kerajinan alat rumah tangga say ini dengan cara grosiran yang dilihat dari kuantitas produk yang akan dbeli oleh konsumen Mas, serta dari varian dan juga ukuran - ukuran produknya ” (Y, 51th)

Pernyataan diatas harga produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini penetapan dan penawarannya kepada konsumen pengrajin menggunakan sistem eceran dan juga grosiran. Selain itu, jika pelanggan mengambil langsung ketempat produksi harganya relatife lebih murah. Pengrajin juga menetapkan harga produknya dari proses pengerjaannya yang rumit dan membutuhkan tingkat ketelitian dan kesabaran. Untuk produk unggulan yang telah divariasikan dengan menambahkan motif ukiran yang unik, pengrajin menetapkan harga jual yang lebih tinggi. Sesuai pernyataan yang diungkapkan Bapak Dayin sebagai berikut:

“ Saya menetapkan harga produk dan menawarkannya ke konsumen dengan harga terjangkau Mas, sesuai dengan tingkat kesulitan pembuatan motif ukir unik yang saya kreasikan dan

tambahkan pada produk kerajinan alat rumah tangga yang telah saya buat Mas” (D, 50th)

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas dapat diketahui bahwa para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember menetapkan harga produk kerajinannya secara eceran dan juga grosiran. Pengrajin menawarkan harga produknya juga melihat dari kesesuaian bahan baku produksi yang dipakai yaitu menggunakan ukuran ketebalan bahan dari 0,7 mm sampai 2 mm, jika bahan baku yang dipakai ukuran ketebalan yang rendah maka harganya relative murah namun jika bahan baku produksi yang dipakai dengan ketebalan maksimal maka harga yang ditawarkan jauh lebih mahal sesuai dengan mutu dan kualitasnya serta kehalusan dan detail pengerjaan produknya. Pada waktu - waktu tertentu para pengrajin juga memberikan diskon kepada sales dan juga konsumen dalam pembelian produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember agar para konsumen tetap loyal terhadap produk kerajinan alat rumah tangga tersebut.

4.4.3 Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pengrajin di Desa Suci untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen secara luas yaitu dengan mengikuti promosi seperti pameran - pameran yang diselenggarakan oleh Disperindag Kabupaten Jember untuk mempromosikan produk unggulan kerajinan alat rumah tangga. Para pengrajin mengikuti pameran di Jember yang diselenggarakan di GOR Jember dan di berbagai *event* pameran diluar daerah seperti Blitar dan Madiun. Promosi melalui pameran ini cukup efektif karena para pengrajin dapat memperkenalkan produk unggulannya dengan mudah dan dapat menjalin hubungan masyarakat yang luas, sehingga produk cepat dikenal para konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Imam Syafi'i sebagai berikut:

“ Biasanya setiap bulan Juni saya mengikuti promosi melalui pameran - pameran Mas yang diselenggarakan melalui Disperindag Jember Mas, dalam hal ini saya memanfaatkan

semaksimal mungkin supaya produk saya bisa dikenal oleh masyarakat luas Mas ” (IS, 50th)

Para pengrajin juga mempromosikan produknya secara langsung kepada Koperasi Pegawai Negeri, dengan menggunakan sistem bagi keuntungan laba yaitu 60% untuk pengrajin dan 40% untuk koperasi. Para pengrajin juga menggunakan promosi secara langsung dari rumah ke rumah agar produk mereka dapat cepat dikenal oleh para konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan cara mendekati ibu - ibu dalam kelompok arisan, sehingga produk kerajinan mereka dapat tersebar secara luas melalui promosi langsung kepada ibu - ibu arisan PKK. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan Bapak Yanto berikut:

“ Saya melakukan promosi melalui lembaga ke lembaga, misalnya Koperasi Pegawai Negeri dengan sistem menitipkan barang dan bagi keuntungan Mas, selain itu saya juga melakukan promosi langsung dari rumah ke rumah para konsumen Mas dan juga melakukan promosi melalui ibu - ibu arisan PKK Mas ” (Y, 51th)

Pernyataan diatas adalah strategi bauran promosi para pengrajin di Desa Suci melalui penyampaian yang efektif dengan mengandalkan suatu nama brand produk itu sendiri dan juga menjelaskan manfaat serta keunggulan kerajinan tersebut yang biasanya disebut dengan nama produk kerajinan alat rumah tangga Panti. Hal tersebut di respon positif oleh bagi para konsumen. Pengrajin juga melakukan promosi melalui orderan barang. Jika ada orderan produk kerajinan dalam jumlah sedikit maupun banyak, maka para pengrajin langsung mempromosikan produk kerajinannya. Para pengrajin juga mempromosikan produknya kepada konsumen bahwa produknya mengutamakan kualitas bahan baku. Hal tersebut sesuai pernyataan yang diungkapkan Bapak Yanto berikut:

“ Kerajinan alat rumah tangga ini saya promosikan dengan mengandalkan merek dan juga kualitas bahan baku yang biasanya disebut dengan produk Panti Mas, dan saya juga mempromosikan melalui jika ada konsumen yang mengorder barang dalam jumlah sedikit atau banyak Mas serta mempromosikan langsung kepada

konsumen dengan manfaat dan keunggulan produk yang saya buat Mas ” (Y, 51th)

Produk kerajinan alat rumah tangga ini juga dipromosikan secara sederhana yaitu dengan melalui promosi dari mulut ke mulut oleh pengrajin itu sendiri dan mempromosikan dari mulut ke mulut melalui kerabat dan tetangga sekitar lingkungan Desa Suci, hal tersebut dimaksudkan agar produk kerajinan alat rumah tangga dapat dikenal oleh banyak konsumen. Promosi ini cukup efektif untuk membujuk konsumen agar membeli produk kerajinan alat rumah tangga unggulan yang sudah divariasi dengan menambahkan ukiran yang unik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Dayin sebagai berikut:

“ Cara - cara promosi produk alat rumah tangga saya ini sederhana saja kok Mas, melalui mulut ke mulut sehingga produk saya cepat dikenal oleh konsumen Mas serta banyak menjalin hubungan masyarakat yang lancar Mas ” (D, 50th)

Berdasarkan pemaparan diatas promosi yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci yaitu melalui promosi secara langsung kalangan ibu - ibu arisan PKK dan juga menitipkan barang melalui koperasi - koperasi. Promosi yang dilakukan oleh para pengrajin juga dengan sistem gethok tular atau dari mulut ke mulut yang cukup efektif guna terus meningkatkan strategi bauran pemasaran dari segi promosi untuk menjadikan kerajinan alat rumah tangga ini sebagai salah satu pusat sentra yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

4.4.4 Distribusi

Distribusi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Distribusi mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan pengrajin agar produk bisa tersalurkan kepada para pelanggan sasaran. Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi - fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan bentuk, tempat, waktu dan

kepemilikan. Saluran distribusi akan memudahkan bagi para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember dalam proses menyalurkan produknya kepada para konsumen.

Strategi distribusi perlu diterapkan secara optimal karena berperan penting agar produknya tersalurkan dengan cepat dan tepat sasaran. Dalam hal ini pengrajin menyalurkan produknya secara bervariasi agar konsumen puas. Penyaluran produk kerajinan alat rumah tangga ini dilakukan dengan diantarkan langsung kerumah konsumen dan jika pemesanannya dalam jumlah banyak akan dikirim menggunakan transportasi. Produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini pendistribusiannya kepada konsumen yang ada dalam daerah maupun luar daerah. Jika jumlah pesanan dalam jumlah banyak, maka para pengrajin menyalurkannya menggunakan mobil pick up agar produk mereka cepat sampai di tangan konsumen dengan cepat dan tepat waktu. Sesuai pernyataan yang diungkapkan Bapak Imam Syafi'i berikut:

“ Penyaluran yang saya lakukan dengan cara mengantarkan pesanan produk dari rumah ke rumah secara langsung Mas, jika jumlah pemesanan banyak saya menggunakan transportasi pick up dalam mendistribusikannya Mas, biar cepat sampai ke para konsumen Mas ” (IS, 50th)

Sistem pendistribusian produk kerajinan yang mereka buat merupakan strategi yang berperan penting dan bermanfaat guna memperoleh keuntungan yang lebih dan bisa dipercaya oleh konsumen karena pelayanannya yang baik. Produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini penyalurannya diantar langsung kepada konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan Bapak Yanto berikut:

“ Saya melakukan penyaluran produk dengan diantar langsung kepada konsumen Mas dan juga terkadang ada juga konsumen yang mengambil langsung pesanannya di tempat produksi Mas, mereka saya layani dengan baik Mas, selain itu saya juga menyalurkannya ke outlet - outlet yang mau menjualkan produk saya Mas ” (Y, 51th)

Pendistribusian produk kerajinan di Desa Suci Kecamatan Panti ini, mendistribusikan produknya melalui perantara atau seorang sales. Pengrajin

mempekerjakan lima orang agar penyaluran barang cepat sampai ketempat tujuan dan jika ada pemesanan dari luar kota maka para pengrajin mendistribusikan produknya menggunakan sistem paket, seperti TIKI agar produk kerajinan alat rumah tangga tersebut dapat tersalurkan dan sampai pada konsumen dengan cepat dan tepat waktu. Hal tersebut sesuai pernyataan yang diungkapkan Bapak Dayin berikut:

“ Penyaluran produk saya, biasanya diantar langsung kerumah konsumen Mas dan juga melalui sales Mas, namun jika ada pesanan dari luar kota saya menggunakan sistem pengiriman melalui paket agar pesanan produk kerajinan alat rumah tangga yang saya buat cepat sampai pada konsumen Mas” (D, 50th)

Berdasarkan pemaparan diatas, distribusi yang dilakukan oleh para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci yaitu melalui penyaluran produk secara langsung kepada konsumen, yaitu dari rumah ke rumah, dan pengrajin menyalurkan produk kerajinannya menggunakan transportasi mobil pengangkut barang, misalnya menggunakan pick up, apabila pemesanan barang dalam jumlah banyak, melalui perantara atau sales yang mengambil langsung kerumah produksi kerajinan alat rumah tangga supaya penyaluran produknya lebih cepat dan tepat serta tersampaikan ke konsumen. Untuk pesanan dari luar kota maka pengrajin juga menyalurkan produknya melalui sistem pengiriman melalui jasa paket TIKI, sehingga produk kerajinan alat rumah tangga dari Desa Suci bisa tepat dan cepat penyalurannya kepada para konsumen.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti ini dari keempat strategi yaitu SWOT, STP, strategi pemasaran dan strategi bauran pemasaran. Dalam hal ini para pengrajin menggunakan suatu strategi bauran pemasaran dalam menjalankan usahanya. Penggunaan strategi SWOT dan STP dalam *home industri* mereka rasakan penerapannya kurang cocok dan tepat, karena kedua strategi tersebut cocok

diterapkan dalam sebuah perusahaan dalam skala besar. Seiring hal itu maka para pengrajin menerapkan strategi pemasaran yang didalamnya terdapat elemen - elemen bauran pemasaran yang tepat bagi usaha mereka, antara lain, produk, harga, promosi, dan distribusi. Hal ini dilakukan oleh para pengrajin agar produk yang telah dibuat dapat dikenal masyarakat secara luas.

Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci membuat produknya dengan tetap menjaga mutu dan kualitasnya yang terbaik. Bentuk produknya juga bermacam - macam variasinya agar tampilan produknya memiliki ciri khas tertentu, sehingga para konsumen dapat membeli dan puas dengan melihat keunggulan yang ada di dalam salah satu unsur bauran pemasaran dari segi produk tersebut. Hal itu dilakukan agar dapat memberikan suatu keuntungan bagi para pengrajin untuk bersaing di pasar sasaran dan bermanfaat menambah jumlah konsumen secara luas, serta bisa mendapatkan laba dari produk mereka yang berkualitas unggulan. Fakta tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Tjiptono (2001:95) adanya produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang dapat berdampak pada peningkatan usaha yang dimiliki. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Imam Syafi'i berikut:

“ Produk yang saya kelola ini dalam pembuatannya saya menggunakan kualitas bahan baku terbaik yang saya beli dari Surabaya dengan ukuran ketebalan bahan 0,7mm - 2mm serta mengutamakan varian dan variasi produk tersebut Mas agar para konsumen puas dengan produk yang saya buat Mas ”
(IS,50th)

Pernyataan diatas dapat dilihat manfaat kualitas produk dari tingkat pemakaian bahan baku, sehingga produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci masih diminati oleh konsumen luas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh pelanggan bernama bapak Ir yang lebih suka membeli produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci karena produk - produknya banyak variannya dan memiliki mutu dan kualitasnya yang bagus.

Strategi bauran pemasaran ditinjau dari segi harga juga berperan penting dalam bauran pemasaran. Para pengrajin juga memberikan harga yang relative lebih murah atau mahal kepada konsumen itu semua tergantung dengan mutu dan kualitas yang mereka buat. Pengrajin alat rumah tangga menetapkan harga produk dan menawarkan harga terhadap konsumen berdasarkan keseluruhan biaya produksi, ongkos kerja, dan biaya penyaluran produk. Strategi bauran pemasaran dari segi harga bermanfaat guna menambah omset penjualan industri kecil tersebut, karena empat unsur bauran pemasaran tersebut saling keterkaitan. Fakta tersebut sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Kotler (2009:101) selain faktor non harga yang semakin meningkat dalam pemasaran modern, harga tetap menjadi elemen penting dalam bauran pemasaran. Harga adalah satu - satunya elemen yang menghasilkan pendapatan, elemen yang lainnya menghasilkan biaya.

Para pengrajin juga memberikan dan menawarkan harga produknya dengan adanya suatu diskon terhadap produk - produk kerajinan alat rumah tangga tertentu dan juga menawarkan harga dengan sistem pembelian eceran dan juga grosiran, dengan menerapkan harga tersebut dapat lebih menarik konsumen secara potensial. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Bapak Yanto:

“ Harga produk yang saya tawarkan kepada konsumen dengan menetapkan dan menawarkan harga produk saya dengan pembelian secara eceran dan juga grosiran Mas, agar para konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang saya buat Mas” (Y,51th)

Pernyataan diatas dapat memberikan manfaat dari segi penetapan harga yang dilakukan pengrajin di Desa Suci ini adalah dapat berperan untuk mengendalikan tingkat *input* dan *output* produksi serta pencapaian *income* yang lebih terarah untuk produksi kedepannya bagi pusat sentra kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti yang masih terus laku dan bertahan hingga saat ini di Kabupaten Jember.

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh para pengrajin di Desa Suci agar produk mereka dikenal, bisa bermanfaat bagi konsumen, serta dapat

mengajak konsumen untuk membelinya. Dalam hal ini, pengrajin mempromosikan produk kerajinannya tersebut melalui suatu hubungan masyarakat yang baik dan lancar, sehingga terjalin dan terjadi dalam suatu kegiatan event - event produk unggulan. Hal itu terjadi dalam pameran produk kerajinan alat rumah tangga unggulan yang ada didalam daerah maupun pameran produk kerajinan yang ada diluar daerah, sehingga produk para pengrajin di Desa Suci ini bisa dikenal oleh para konsumen secara luas.

Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci mempromosikan melalui komunikasi yang baik dan lancar melalui mulut ke mulut sehingga produk kerajinan mereka cepat terdengar ditelinga para konsumen dan konsumen terus melakukan hal yang sama yang awalnya berita pemasaran dari mulut ke mulut dilakukan oleh para pengrajin menjadi luas dan lancar ketika seorang konsumen ikut berperan serta dalam promosi melalui mulut ke mulut. Fakta tersebut sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Kotler (2009:255) berita dari mulut ke mulut bisa sangat efektif untuk bisnis kecil yang di dalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi. Salah seorang pengrajin bernama Bapak Dayin menyatakan:

“ promosi kerajinan alat rumah tangga saya ini bervariasi Mas, biasanya melalui pemasaran langsung, melalui pameran, serta menggunakan promosi dari mulut ke mulut Mas, agar produk cepat sampai dan dikenal konsumen secara luas Mas ” (D,50th)

Strategi bauran pemasaran para pengrajin di Desa Suci Kecamatan Panti yang berperan penting dalam suatu usaha adalah distribusi. Distribusi yaitu saluran pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin di Desa Suci guna produknya tersalurkan kepada konsumen dan memiliki nilai jual yang tinggi setelah disalurkan dengan tepat sasaran. Distribusi yang dilakukan para pengrajin di Desa Suci adalah melalui penyaluran secara langsung dengan mengantar produknya kepada konsumen sehingga pengrajin bisa menjangkau saluran pemasaran yang tepat dan produk unggulan mereka bisa lebih dikenal konsumen. Distribusi secara langsung bermanfaat bagi para pengrajin agar produk kerajinannya tersalurkan dengan terarah pada

konsumen yang potensial. Fakta tersebut sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Kotler (2009:241) pemasaran langsung dapat menjangkau calon pelanggan pada saat yang tepat dan dibaca oleh pelanggan yang lebih memiliki prospek.

Berdasarkan data yang diperoleh dari subjek penelitian yaitu para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember menunjukkan bahwa mereka memiliki sistem pendistribusian secara langsung agar tepat sasaran dan lebih optimal. Penyaluran produk yang mereka terapkan membuat mereka bertahan lama dan menjadi salah satu pusat sentra kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kabupaten Jember. Mereka juga menjadi pengrajin yang masih eksis dan memproduksi kerajinan alat rumah tangga yang telah ditekuninya.

Para pengrajin dalam mendistribusikan mereka juga memiliki sistem distribusi menggunakan perantara guna bisa memperoleh laba yang jauh lebih banyak serta pengrajin dapat mengendalikan hasil produk yang ditawarkan agar bisa lebih terarah, sehingga bisa memiliki segmen pasar yang eksklusif. Hal tersebut bisa menciptakan kesepakatan tertentu antara pengrajin dan konsumen agar terus terjalin hubungan komunikasi yang baik untuk kedepannya. Fakta tersebut sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Kotler (2008:116), distribusi ini tepat ketika produsen ingin mempertahankan kendali atas tingkat jasa dan output yang ditawarkan oleh penjual perantara, dan distribusi ini sering memasukkan pengaturan kesepakatan eksklusif. Hal ini memberikan distribusi eksklusif, produsen berharap mendapatkan penjualan yang lebih berdedikasi dan berpengetahuan.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada subjek penelitian mengenai strategi bauran pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember, maka dapat disimpulkan bahwa para pengrajin menerapkan strategi bauran pemasaran dalam memasarkan produknya melalui strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi. Strategi bauran pemasaran tersebut dilakukan para pengrajin memiliki persamaan yaitu dengan menjaga kualitas produknya dan bahan baku, namun juga memiliki perbedaan dalam jumlah varian produk, dan tambahan variasi produknya. Strategi harga yang diterapkan oleh para pengrajin juga berbeda, pengrajin memberikan diskon dan harga eceran dan grosiran yang berbeda pada konsumen. Seiring hal itu promosi yang dilakukan yaitu dengan cara langsung dan melalui pameran serta dilengkapi dengan strategi distribusi secara langsung, melalui salesman dan juga melalui sistem paket, sehingga dengan diterapkannya strategi bauran pemasaran tersebut terbukti para pengrajin bisa meningkatkan omset penjualan dan bermanfaat bagi industri kecil agar tetap eksis dan produknya diminati oleh para konsumen serta tetap menjadikan kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti sebagai salah satu pusat sentra penghasil produk unggulan di Kabupaten Jember.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember sebagai berikut:

1. Para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti jangan hanya sekali saja melakukan strategi bauran pemasaran melalui produk, harga, promosi,

distribusi. Hendaknya strategi bauran pemasaran dilakukan terus menerus oleh para pengrajin.

2. Pengrajin hendaknya melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan agar kedepannya bisa terus lancar dalam mengelola usahanya.
3. Mampu menjalin mitra bisnis dengan lembaga - lembaga yang berpotensi memberikan keuntungan untuk proses produksi kedepannya.
4. Hendaknya para pengrajin menjalin kerja sama dengan pemerintah Kabupaten Jember agar inovasi produk baru yang telah dikreasi dengan motif ukiran yang unik ini dapat didukung oleh pihak pemerintah agar produk kerajinan alat rumah tangga yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti tetap eksis dan bertahan.

DAFTAR BACAAN

Buku

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* . Jakarta: PT Rineka Cipta
- Chaniago. 2002. *Strategi Memajukan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Pustaka
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. Jakarta: Alih Bahasa Kresno Saroso. Gramedia.
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Dharmesta & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler dan Armstrong, 2008, *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L.2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi , Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi , Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, Lexy J.2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supratikto. 2003. *Advantage Strategy*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,cv.Swastha, Basu dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2*. Cetakan ke 10. Yogyakarta : Liberty

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, P. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F & Chandra, G. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F . 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama* . Yogyakarta: Andi Offset

Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Bandung:PT. Remaja Roesdekarya

Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember

Wijayanti, Titik. 2012. *Managing Marketing Plan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Jurnal :

Rina , Rachmawati .2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Semarang

Widharta, Willy Pratama.2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan penjualan toko damai. Surabaya.

Skripsi :

Indianto, Leonardus Merrithio Riski. 2014. “Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner BakpiaPia Djogja Dalam Upaya Menghadapi Persaingan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Pemasaran BakpiaPia Jogja di Kota Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional“ Veteran” yogyakarta.

Khuriyati, Thina. 2013. Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. Tidak diterbitkan. *Skripsi*. Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi. Fakultas Teknik: Universitas Negeri Semarang.

Internet

Hedrat, Abbel. 2010. *strategi-bauran-pemasaran*. [serial on line]. <http://abelhedrat.palaza.blogspot.com/2010/12/strategi-bauran-pemasaran.html>. [08 Desember 2010].

Palupi, Tahir. 2012. *makalah-bauran-pemasaran*. [serial on line]. <http://tahirpalupi.blogspot.com/2012/01/bauran-pemasaran.html>. [08 Januari 2012].

Sandy, Dara Adila. 2011. *bauran-pemasaran-marketing-mix*. [serial on line]. <https://daraadilasandy.wordpress.com/2011/05/28/bauran-pemasaran-marketing-mix/>. [28 Mei 2011].



Lampiran

Lampiran A

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.	1. Bagaimanakah strategi pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga di desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.	Strategi pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk b. Harga c. Promosi d. Distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Data primer yaitu data yang diambil langsung dari subjek penelitian b. Data sekunder adalah data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya 	<ul style="list-style-type: none"> a. Metode penelitian: penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif b. Tempat dan waktu penelitian: metode <i>purposive</i> c. Metode subjek dan informan penelitian: <i>purposive</i> d. Jenis dan sumber data: data primer dan data sekunder e. Metode pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumen f. Analisis data: reduksi data, penyajian data, verifikasi data (kesimpulan), pemeriksaan keabsahan data.

Lampiran B**TUNTUNAN PENELITIAN****1. Observasi**

No.	Data yang diambil	Sumber data
1.	Usaha kerajinan alat rumah tangga, strategi pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga.	Pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

2. Wawancara mendalam

No.	Data yang diambil	Sumber data
1.	Strategi pemasaran pada para pengrajin alat rumah tangga, sejarah berdirinya kerajinan alat rumah tangga, omset penjualan produk.	Pemilik kerajinan rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

3. Dokumen

No.	Data yang diambil	Sumber data
1.	Daftar jumlah penduduk yang bekerja sebagai pengrajin alat rumah tangga.	Kantor Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.
2.	Jumlah Industri kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.	Kantor Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

*Lampiran C***PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara secara mendalam untuk menggali strategi pemasaran pada para perajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Pedoman Wawancara Subjek Penelitian

Nama :
Umur :
Alamat :
Lama kerja :
Pendidikan :

Strategi pemasaran produk, harga, promosi, distribusi dan manfaatnya

1. Produk

- a. Apa saja produk alat rumah tangga yang saudara hasilkan?
- b. Apa ciri khas produk yang saudara hasilkan dibanding produk lainnya?
- c. Apakah formulasi produk yang saudara gunakan kualitasnya sama dengan formulasi produk pesaing?
- d. Bagaimanakah saudara memperoleh bahan baku produksi?
- e. Apakah keunggulan produk - produk alat rumah tangga yang saudara buat?
- f. Cara - cara apakah yang saudara lakukan agar produk alat rumah tangga ini tetap dikenal oleh masyarakat?

2. Harga

- a. Bagaimana cara saudara menetapkan harga produk?
- b. Apakah kualitas produk sesuai dengan harga yang ditentukan?
- c. Apakah ada komplain oleh konsumen terhadap harga produk yang saudara tentukan?
- d. Apakah harga pembelian produk secara eceran dan grosiran berbeda, dan adakah diskon khusus bagi konsumen maupun sales?
- e. Bagaimana cara saudara untuk mengantisipasi jika harga pesaing di pasar sasaran tidak stabil?

3. Promosi

- a. Bagaimanakah cara saudara mempromosikan produk yang telah saudara buat?
- b. Apakah promosi yang saudara lakukan dari mulut ke mulut atau juga melalui jangkauan media teknologi?
- c. Kendala apakah yang terjadi dalam mempromosikan produk saudara?
- d. Apakah saudara juga mempromosikan melalui even - event produk unggulan?
- e. Bagaimana saudara mempromosikan produk melalui event - event di dalam daerah maupun luar daerah?
- f. Bagaimanakah pelayanan yang saudara berikan terhadap para konsumen?

4. Distribusi

- a. Bagaimanakah cara saudara mendistribusikan produk yang telah jadi?
- b. Bagaimana pendistribusian produk saudara jika ada pemesanan dari luar daerah?
- c. Dalam mendistribusikan produk secara langsung apa juga melalui sales?

- d. Apakah distribusi produk saudara bisa sampai tepat waktu dalam pengiriman dalam daerah maupun luar daerah?
- e. Dalam pendistribusian, saudara menggunakan transportasi apakah agar cepat tersalurkan tepat waktu kepada konsumen?

5. Omset Penjualan

- a. Berapakah omset penjualan yang saudara peroleh dalam kurun waktu tertentu, misalnya per bulan?
- b. Apakah ada keterkaitan antara omset penjualan dengan strategi pemasaran yang saudara lakukan?

6. Manfaat Bauran pemasaran

- a. Apakah manfaat strategi bauran pemasaran bagi home industri saudara?
- b. Apakah manfaat dari bauran pemasaran bagi para pengrajin untuk kedepannya?

7. Wawancara kepada pelanggan mengenai bauran pemasaran

- a. Apa tanggapan saudara mengenai produk alat rumah tangga di Desa Suci
- b. Apa tanggapan saudara mengenai harga produk alat rumah tangga di Desa Suci?
- c. Apakah promosi yang dilakukan pengrajin alat rumah tangga bisa diterima dengan baik oleh saudara?
- d. Apa tanggapan saudara mengenai distribusi produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci?

Lampiran D**TRANSKIP WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN**

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Nama : Bapak Imam Syafi'i

Umur : 50 Tahun

Lama Usaha : 37 Tahun

I. Strategi Bauran pemasaran

Produk:

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb pak ?

Pengrajin : Waalaikumsalam Wr.Wb Mas

Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar pak ?

Pengrajin : Iya gak apa apa Mas.

Peneliti : Apa saja produk alat rumah tangga yang saudara hasilkan ?

Pengrajin : Produk yang kami produksi adalah alat - alat rumah tangga yang berkualitas Mas, karena disini saya menjaga kualitas bahan baku dasar plat alumunium yang terbaik dari ukuran ketebalan bahan 0,7mm - 2mm Mas.

Peneliti : Apa cirri khas produk yang saudara hasilkan dibanding produk lainnya?

Pengrajin : Ciri khas produk yang saya buat dibanding kerajinan alat rumah tangga yang lainnya adalah ketebalan bahan baku produksi dan penggarapannya yang rapi Mas.

Peneliti : Apakah formulasi produk yang saudara gunakan kualitasnya sama dengan formulasi produk pesaing?

Pengrajin : Tidak sama Mas, disini formulasi bahan utama yang saya buat adalah bahan baku dasar lembar plat aluuminium yang berkualitas Mas.

Peneliti : Bagaimana saudara memperoleh bahan baku produksi?

Pengrajin : Saya memperoleh bahan baku aluuminium yang bagus dan baik pesan dari Surabaya Mas.

Peneliti : Apakah keunggulan produk - produk alat rumah tangga yang saudara buat?

Pengrajin : Keunggulannya dari ketebalan bahan baku yang saya buat produksi Mas, dan variasi variasi yang saya tambahkan di dalam produk kerajinan alat rumah tangga yang saya kelola Mas.

Peneliti : Cara - cara apakah yang saudara lakukan agar produk alat rumah tangga ini tetap dikenal oleh masyarakat?

Pengrajin : Saya membuat produk kerajinan alat rumah tangga ini dengan tetap mempertahankan mutu dan kualitasnya Mas agar para pelanggan tetap meminatinya Mas.

Harga:

Peneliti : Bagaimanana cara saudara menetapkan harga produk?

Pengrajin : Saya menetapkan harga produk yaitu dengan pertimbangan kualitas bahan baku Mas dan harga produk yang saya tawarkan kepada konsumen relative terjangkau Mas..

- Peneliti : Apakah kualitas produk sesuai dengan harga yang ditentukan?
- Pengrajin : Sesuai Mas, karena harga bahan baku yang bermutu dan berkualitas terbaik Mas, jadi harganya relatife agak mahal namun sesuai bahan Mas.
- Peneliti : Apakah ada komplain oleh konsumen terhadap harga produk yang saudar tentukan?
- Pengrajin : Kalau itu relative Mas, jika kualitas produksi bagus dan harga yang saya tawarkan sesuai dibenak konsumen ya tidak ada Komplain Mas, Namun sebaliknya jika produk yang saya buat kualitasnya turun dan jelek maka otomatis konsumen Komplain Mas
- Peneliti : Apakah harga pembelian produk secara eceran dan grosiran berbeda, dan adakah diskon kusus bagi konsumen maupun sales?
- Pengrajin : iya berbeda mas jika pembelian eceran dan grosiran, harga produk per itemnya selisih dikit, ada mas diskon kusus bagi sales.
- Peneliti : Bagaimana cara saudara untuk mengantisipasi jika harga pesaing di pasar sasaran tidak stabil?
- Pengrajin : Saya mengantisipasinya dengan tetap terus membuat kerajinan alat rumah tangga yang berkualitas namun harga yang saya tawarkan tetap sesuai dengan yang telah dipertimbangkan sebelumnya Mas
- Promosi:
- Peneliti : Bagaimanakah cara saudara mempromosikan produk yang telah saudara buat?

- Pengrajin : Biasanya setiap bulan Juni saya mengikuti promosi melalui pameran - pameran Mas yang diselenggarakan melalui disperindag Jember Mas, supaya produk saya bisa dikenal oleh masyarakat luas.
- Peneliti : Apakah promosi yang saudara lakukan dari mulut ke mulut atau juga melalui jangkauan media teknologi?
- Pengrajin : Iya Mas, promosi yang saya lakukan dari mulut ke mulut agar terjalin komunikasi yang baik agar produk saya dikenal oleh masyarakat luas, kalau promosi promosi melalui media teknologi belum dicoba Mas.
- Peneliti : Kendala apakah yang terjadi dalam mempromosikan produk saudara?
- Pengrajin : Kendalanya dari tenaga promosinya Mas dan juga dari segi biaya untuk mempromosikan Mas.
- Peneliti : Apakah saudara mempromosikan produk melalui event event produk unggulan ??
- Pengrajin : Iya saya mempromosikan produk – produk kerajinan ini melalui pameran, biasanya kalo di Jember diadakan di GOR dan juga mengikuti pameran diluar daerah.
- Peneliti : Bagaimana saudara mempromosikan produk melalui *event - event* di dalam daerah maupun luar daerah?
- Pengrajin : Biasanya kami mengajukan permintaan ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar dipilih untuk mewakili *event* produk - produk alat rumah tangga yang diadakan didalam daerah maupun luar daerah.
- Peneliti : Bagaimanakah pelayanan yang saudara berikan terhadap para konsumen?

Pengrajin : Saya memberikan pelayanan yang cepat dan baik Mas, agar konsumen puas Mas.

Distribusi:

Peneliti : Bagaimana cara saudara mendistribusikan hasil produk yang telah jadi?

Pengrajin : Penyaluran yang saya lakukan dengan cara mengantarkan langsung Mas dan jika jumlah pemesanan banyak saya menggunakan transportasi pick up dalam pendistribusiannya Mas biar cepat sampai ke para konsumen Mas.

Peneliti : Bagaimana pendistribusian produk saudara jika ada pemesanan dari luar daerah ?

Pengrajin : Biasanya saya menggunakan sistem pengiriman melalui Pos atau paket Mas

Peneliti : Dalam mendistribusikan produk secara langsung apa juga melalui sales ?

Pengrajin : Iya melalui sales Mas, biasanya sales datang ketempat kerajinan saya dan mengambil produk yang akan disalurkan kepada konsumen Mas.

Peneliti : Apakah distribusi produk saudara bisa sampai tepat waktu dalam pengiriman dalam daerah maupun luar daerah ?

Pengrajin : Bisa Mas, itu sudah kesepakatan dan pelayanan dari saya agar produk kerajinan alat rumah tangga ini cepat sampai dan tepat waktu ditangan konsumen Mas.

Peneliti : Dalam pendistribusian, saudara menggunakan transportasi apakah agar cepat tersalurkan tepat kepada konsumen ?

Pengrajin : Jika pemesanan produk banyak berasal dari dalam daerah biasanya barang, namun jika banyak pesanan dari luar kota biasanya menggunakan transportasi mobil paket Mas. diantar langsung kerumah konsumen menggunakan transportasi mobil Pick Up Mas

Omset penjualan:

Peneliti : Berapakah omset penjualan yang saudara peroleh dalam kurun waktu tertentu, misalnya per bulan?

Pengrajin : Dalam waktu per bulan saya mendapatkan omset 50 juta Mas.

Peneliti : Apakah ada keterkaitan antara omset penjualan dengan strategi bauran pemasaran ?

Pengrajin : Ada kaitannya Mas, jika pemasarannya lebih lebih dimaksimalkan bisa menguntungkan bagi pengrajin dan isdustri, terutama dalam biaya Mas

Manfaat Bauran Pemasaran:

Peneliti : Apakah manfaat starteji bauran pemasaran bagi home industri saudara?

Pengrajin : Manfaatnya agar industri kerajinan saya tetap berjalan lancar dan terus diminati sam konsumen Mas

Peneliti : Apakah manfaat dari bauran pemasaran bagi para pengrajin untuk kedepannya?

Pengrajin : Manfaatnya kedepan ya agar lebih dapat maksimal kerjanya dan dapat menambah tenaga kerja pengrajin Mas.

TRANSKIP WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Nama : Bapak Yanto

Umur : 51 Tahun

Lama Usaha : 35 Tahun

I. Strategi Bauran pemasaran

Produk:

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb pak ?

Pengrajin : Waalaikumsalam Wr.Wb Mas

Peneliti : Maaf mengganggu waktunya sebentar pak ?

Pengrajin : Iya gak apa apa Mas.

Peneliti : Apa saja produk alat rumah tangga yang saudara hasilkan ?

Pengrajin : Saya membuat produk kebutuhan alat rumah tangga seperti wajan , serok, cetakan kue dan terkecuali kompor Mas.

Peneliti : Apa cirri khas produk yang saudara hasilkan dibanding produk lainnya?

Pengrajin : cirri khas produk yang saya buat adalah variannya yang banyak namun tetap berkualitaas Mas, seperti dari varian produk kerajinan alat rumah tangga yang berukuran kecil kapasitas 1kg sampai yang berukuran besar mencapai 15 kg dengan bahan baku yang berkualitas Mas.

Peneliti : Apakah formulasi produk yang saudara gunakan kualitasnya sama dengan formulasi produk pesaing?

Pengrajin : Tidak sama Mas, formulasi bahan utama yang saya pakai adalah lembar plat yang bermutu dan berkualitas unggulan dengan mengutamakan ketebalan plat alumunium Mas.

Peneliti : Bagaimana saudara memperoleh bahan baku produksi?

Pengrajin : Saya memperoleh bahan baku lembar plat alumunium ini mengorder dari daerah Jember sendiri dan juga dari Surabaya Mas.

Peneliti : Apakah keunggulan produk - produk alat rumah tangga yang saudara buat?

Pengrajin : Keunggulannya adalah mutu dan kualitas bahan baku untuk membuat kerajinan alat rumah tangga ini saya memakai lembar plat alumunium yang tebal Mas.

Peneliti : Cara - cara apakah yang saudara lakukan agar produk alat rumah tangga ini tetap dikenal oleh masyarakat?

Pengrajin : Dengan cara mengutamakan kualitas produk kerajinan yang saya buat dan penyampain manfaat serta penyaluran yang efektif Mas.

Harga:

Peneliti : Bagaimanana cara saudara menetapkan harga produk?

Pengrajin : Produk yang saya tawarkan kepada konsumen sudah kami tentukan matang - matang 20% dari modal bersih Mas, dan saya memberikan harga diskon kusus bagi sales yang menjualkan ke konsumen Mas..

Peneliti : Apakah kualitas produk sesuai dengan harga yang ditentukan?

Pengrajin : Sesuai Mas, karena harga bahan baku, saya mengutamakan yang berkualitas Mas

Peneliti : Apakah ada komplain oleh konsumen terhadap harga produk yang sudah ditentukan?

Pengrajin : Kalau itu relative Mas, seperti kemarin harga BBM naik maka saya juga menaikkan harga produk saya Mas, karena untuk biaya penyaluran menggunakan transportasi juga banyak Mas.

Peneliti : Apakah harga pembelian produk secara eceran dan grosiran berbeda, dan adakah diskon khusus bagi konsumen maupun sales.

Pengrajin : Iya berbeda mas jika pembelian eceran dan grosiran, harga per itemnya bisa selisih Rp 1000 - 10.000 Mas, ada mas diskon khusus bagi konsumen pada waktu - waktu tertentu.

Peneliti : Bagaimana cara saudara untuk mengantisipasi jika harga pesaing di pasar sasaran tidak stabil?

Pengrajin : Saya mengantisipasinya dengan menaikkan atau menurunkan harga produk dengan cara perlahan - lahan namun juga melihat dari laba yang diperoleh Mas

Promosi:

Peneliti : Bagaimanakah cara saudara mempromosikan produk yang telah sudah saudara buat?

Pengrajin : Kerajinan alat rumah tangga ini saya promosikan dengan mengandalkan merek yang sudah cukup dikenal dan biasanya disebut dengan produk Panti Mas, dan saya juga mempromosikan langsung

melalui koperasi dan ibu - ibu arisan serta promosi langsung kepada konsumen Mas.

Peneliti : Apakah promosi yang saudara lakukan dari mulut ke mulut atau juga melalui jangkauan media teknologi?

Pengrajin : Iya Mas, promosi yang saya lakukan juga melalui mulut ke mulut Mas, supaya cepat sampai dikonsumen secara luas dan cepat, untuk promosi melalui media teknologi belum terlaksana Mas

Peneliti : Kendala apakah yang terjadi dalam mempromosikan produk saudara?

Pengrajin : Kendalanya dari segi biaya Mas.

Peneliti : Apakah saudara mempromosikan produk melalui event event produk unggulan ??

Pengrajin : Iya saya mempromosikan produk - produk kerajinan ini melalui pameran, biasanya kalo di Jember diadakan di GOR dan juga mengikuti pameran diluar daerah.

Peneliti : Bagaimana saudara mempromosikan produk melalui event - event di dalam daerah maupun luar daerah?

Pengrajin : Biasanya kami mengajukan permintaan ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar dipilih untuk mewakili event produk - produk alat rumah tangga yang diadakan didalam daerah maupun luar daerah.

Peneliti : Bagaimanakah pelayanan yang saudara berikan terhadap para konsumen?

Pengrajin : Saya memberikan pelayanan yang cepat dan baik Mas, agar konsumen puas Mas.

Distribusi:

Peneliti : Bagaimana cara saudara mendistribusikan hasil produk yang telah jadi?

Pengrajin : Saya melakukan penyaluran produk dengan diantar langsung pada konsumen Mas dan juga terkadang ada juga konsumen yang mengambil langsung pesannya di tempat produksi Mas, mereka saya layani dengan baik Mas, selain itu saya juga menyalurkannya kepada outlet - outlet yang mau menjualkan produk saya Mas.

Peneliti : Bagaimana pendistribusian produk saudara jika ada pemesanan dari luar daerah ?

Pengrajin : Biasanya saya menggunakan sistem pengiriman melalui paket Mas.

Peneliti : Dalam mendistribusikan produk secara langsung apa juga melalui sales ?

Pengrajin : Iya melalui sales Mas, biasanya produk yang sudah jadi diambil oleh seorang sales lalu disalurkan kepada konsumen Mas, Namun sales tidak menjualkan semua produk kerajinan, namun kerajinan yang sesuai dengan pesanan konsumen Mas.

Peneliti : Apakah distribusi produk saudara bisa sampai tepat waktu dalam pengiriman dalam daerah maupun luar daerah ?

Pengrajin : Bisa Mas, itu sudah tanggung jawab saya dan saya member kesepakatan kesepakatan tertentu apabila produk tidak tersalurkan dengan tepat waktu di dalam daerah maupun luar daerah Mas.

Peneliti : Dalam pendistribusian, saudara menggunakan transportasi apakah agar cepat tersalurkan tepat kepada konsumen ?

Pengrajin : Jika pesanan produk kerajinan banyak dari daerah sekitar maka bisa diantar langsung menggunakan motor atau mobil pengangkut barang, namun jika banyak pesanan dari luar kota biasanya menggunakan transportasi mobil paket Mas.

Omset penjualan:

Peneliti : Berapakah omset penjualan yang saudara peroleh dalam kurun waktu tertentu, misalnya per bulan?

Pengrajin : Dalam waktu per bulan saya mendapatkan omset 48 juta Mas.

Peneliti : Apakah ada keterkaitan antara omset penjualan dengan strategi bauran pemasaran ?

Pengrajin : Ada kaitannya Mas, jika pemasarannya lebih terarah dan responnya cepat maka dapat menambah laba untuk biaya produksi selanjutnya Mas

Manfaat Bauran Pemasaran:

Peneliti : Apakah manfaat startegi bauran pemasaran bagi home industri saudara?

Pengrajin : Manfaatnya agar industri kerajinan saya tetap bertahan dan terus membuat kerajinan lain yang sesuai dengan permintaan konsumen Mas.

Peneliti : Apakah manfaat dari bauran pemasaran bagi para pengrajin untuk kedepannya?

Pengrajin : Manfaatnya kedepan agar pengrajin bisa lebih fokus dan lebih meningkatkan cara - cara pemasarannya untuk kesejahteraan semua pengrajin Mas.

TRANSKIP WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan pengrajin alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Nama : Bapak Dayin

Umur : 50 Tahun

Lama Usaha : 20 Tahun

I. Strategi Bauran pemasaran

Produk:

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb pak ?

Pengrajin : Waalaikumsalam Wr.Wb Mas

Peneliti : Maaf mengganggu waktunya sebentar pak ?

Pengrajin : Iya gak apa apa Mas.

Peneliti : Apa saja produk alat rumah tangga yang saudara hasilkan ?

Pengrajin : Saya membuat berbagai macam produk kerajinan alat rumah tangga seperti turup nasi, tim timan, kalo dan lain sebagainya Mas.

Peneliti : Apa cirri khas produk yang saudara hasilkan dibanding produk lainnya?

Pengrajin : Saya membuat produk kerajinan alat rumah tangga ini dengan tetap menjaga dan mengutamakan kualitas bahan baku yang terbaik Mas, selain itu saya juga menambahkan kreasi seni pada produk saya agar dimininati oleh para konsumen dengan saya beri tambahan ukiran - ukiran yang unik pada salah satu produk unggulan saya ini Mas.

Peneliti : Apakah formulasi produk yang saudara gunakan kualitasnya sama dengan formulasi produk pesaing?

Pengrajin : Tidak sama Mas, formulasi bahan yang saya gunakan adalah berbahan baku utama lembar plat alumunium yang sudah memiliki kualitas bagus dan bermerek Mas.

Peneliti : Bagaimana saudara memperoleh bahan baku produksi?

Pengrajin : Saya memperoleh bahan baku lembar plat alaumunium ini dari produsen yang besar di wilayah Surabaya Mas.

Peneliti : Apakah keunggulan produk - produk alat rumah tangga yang saudara buat?

Pengrajin : Keunggulannya adalah bahan baku produksi yang tebal dan variasi produk tambahan ukir yang unik Mas.

Peneliti : Cara - cara apakah yang saudara lakukan agar produk alat rumah tangga ini tetap dikenal oleh masyarakat?

Pengrajin : Dengan cara tetap mengutamakan kualitas produk kerajinan yang saya buat dan melayani konsumen dengan tanggap dan cepat .

Harga:

Peneliti : Bagaimanana cara saudara menetapkan harga produk?

Pengrajin : Saya menetapkan harga produk dari kualitas baha baku produksi dan juga memperkirakan seluruh biaya produksi dan jumlah keuntungan yang akan diperoleh Mas.

Peneliti : Apakah kualitas produk sesuai dengan harga yang ditentukan?

- Pengrajin : Sesuai Mas, karena bahan baku yang saya pakai bermutu bagus dan berkualitas mas, dengan melihat dari ketebalannya Mas
- Peneliti : Apakah ada komplain oleh konsumen terhadap harga produk yang sudah ditentukan?
- Pengrajin : Ada mas jika seseorang konsumen belum begitu mengetahui produk kerajinan yang saya buat Mas, maka dibilang mahal, namun jika konsumen sudah tau dan kualitasnya bagus ya gak ada Komplain harga Mas
- Peneliti : Apakah harga pembelian produk secara eceran dan grosiran berbeda, dan adakah diskon khusus bagi konsumen maupun sales.
- Pengrajin : iya berbeda mas, itupun pada produk - produk tertentu yang saya tawarkan Mas dan ada diskon pada setiap waktu khusus Mas.
- Peneliti : Bagaimana cara saudara untuk mengantisipasi jika harga pesaing di pasar sasaran tidak stabil?
- Pengrajin : Saya mengantisipasinya dengan memvariasikan produk kerajinan yang saya buat dengan harga lebih terjangkau Mas.
- Promosi:
- Peneliti : Bagaimanakah cara saudara mempromosikan produk yang telah saudara buat?
- Pengrajin : cara - cara promosi produk alat rumah tangga saya ini sederhana saja kok Mas, melalui mulut ke mulut sehingga produk saya cepat dikenal oleh konsumen dan banyak menjalin hubungan masyarakat yang lancar Mas.

Peneliti : Apakah promosi yang saudara lakukan dari mulut ke mulut atau juga melalui jangkauan media teknologi?

Pengrajin : Iya Mas, saya juga melakukan promosi dari mulut ke mulut, supaya komunikasi penyampaian manfaat dan keunggulan produk saya lebih mudah dan tersampaikan secara tepat dan cepat kepada konsumen Mas.

Peneliti : Kendala apakah yang terjadi dalam mempromosikan produk saudara?

Pengrajin : Kendalanya yaitu dari sumber daya manusianya Mas.

Peneliti : Apakah saudara mempromosikan produk melalui event - event produk unggulan ?

Pengrajin : Iya saya mempromosikan produk - produk kerajinan ini melalui pameran yang ada di daerah jember sendiri Maupun luar daerah, seperti Madiun guna produk saya jauh lebih dikenal dikalangan luas dan dimiliki para konsumen Mas.

Peneliti : Bagaimana saudara mempromosikan produk melalui event - event di dalam daerah maupun luar daerah?

Pengrajin : Biasanya pihak Disperindag mensurvey ditempat produksi kerajinan dan ditunjuk agar mengikuti event - event yang sudah terjadwal tersebut Mas.

Peneliti : Bagaimanakah pelayanan yang saudara berikan terhadap para konsumen?

Pengrajin : Saya memberikan pelayanan yang mudah dalam bertransaksi dan cepat Mas.

Distribusi:

- Peneliti : Bagaimana cara saudara mendistribusikan hasil produk yang telah jadi?
- Pengrajin : Penyaluran produk saya diantar langsung kerumah konsumen Mas dan melalui sales Mas, namun jika ada konsumen yang memesan dari luar kota saya menggunakan sistem pengirimannya melalui paket TIKI mas
- Peneliti : Bagaimana pendistribusian produk saudara jika ada pemesanan dari luar daerah ?
- Pengrajin : Biasanya saya melakukan pengiriman dengan menggunakan transportasi dan melalui paket Mas.
- Peneliti : Dalam mendistribusikan produk secara langsung apa juga melalui sales ?
- Pengrajin : Iya melalui sales Mas, biasanya sales datang kerumah produksi Mas, lalu mendistribusikannya kepada konsumen yang telah memesan sebelumnya Mas.
- Peneliti : Apakah distribusi produk saudara bisa sampai tepat waktu dalam pengiriman dalam daerah maupun luar daerah ?
- Pengrajin : Bisa Mas, itu juga tergantung sama pilihan biaya untuk pengiriman produk agar cepat sampai ke konsumen Mas.
- Peneliti : Dalam pendistribusian, saudara menggunakan transportasi apakah agar cepat tersalurkan tepat kepada konsumen ?
- Pengrajin : Jika pemesanan dari dalam daerah biasanya diantar langsung menggunakan motor, namun jika pesanan dalam jumlah banyak

biasanya membawa mobil pick up Mas, dan jika pemesanan banyak dari luar kota maka menggunakan jasa transportasi paket Mas.

Omset penjualan:

Peneliti : Berapakah omset penjualan yang saudara peroleh dalam kurun waktu tertentu, misalnya per bulan?

Pengrajin : Dalam waktu per bulan saya mendapatkan omset 45 juta Mas.

Peneliti : Apakah ada keterkaitan antara omset penjualan dengan strategi bauran pemasaran ?

Pengrajin : Ada kaitannya Mas, jika pemasarannya lebih lebih maksimal dan efektif maka dapat memperoleh keuntungan yang lebih dan untuk terus memperlancar usaha kerajinan untuk kedepannya Mas.

Manfaat Bauran Pemasaran:

Peneliti : Apakah manfaat startegi bauran pemasaran bagi home industri saudara?

Pengrajin : Manfaatnya agar industri kerajinan alat rumah tangga yang saya kelola ini tetap terus bertahan dan memproduksi terus kedepannya.

Peneliti : Apakah manfaat dari bauran pemasaran bagi para pengrajin untuk kedepannya?

Pengrajin : Manfaatnya kedepan agar pengrajin bisa lebih mengembangkan sumber daya manusia yang berguna dalam bekerja dan untuk mencari penerus pengrajin yang sudah tidak produktif kerja.

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Bapak Ir

Umur : 50 Tahun

Informan (pelanggan)

Strategi Bauran pemasaran

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb pak ?

Pelanggan : Waalaikumsalam Wr.Wb Mas

Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar pak ?

Pelanggan : Iya gak apa apa Mas.

Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai produk alat rumah tangga di Desa Suci ?

Pelanggan : Kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini bahannya tebal Mas Dan kualitasnya tahan lama dan awet Mas

Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai harga produk - produk kerajinan lat rumah tangga di Desa Suci?

Pelanggan : Harga barang di Suci Panti itu terjangkau Mas dan cocok dengan garapan serta pemakaian bahan baku produksinya Mas

Peneliti : Apakah promosi yang dilakukan pengrajin alat rumah tangga bisa diterima dengan baik oleh saudara?

Pelanggan : Promosinya cukup baik dan bisa di terima oleh banyak pelanggan Mas.

Peneliti : Apa tanggapan Saudara mengenai distribusi produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci?

Pelanggan : Penyaluran barang kerajinan dari Desa Suci ini cukup memuaskan Mas, karena biasanya langsung diantar kerumah Mas.

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Ibu Etik

Umur : 45 Tahun

Informan (pelanggan)

Strategi Bauran pemasaran

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb bu ?

Pelanggan : Waalaikumsalam Wr.Wb Mas

Peneliti : Maaf mengganggu waktunya sebentar bu?

Pelanggan : Iya gak apa apa Mas.

Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai produk alat rumah tangga di Desa Suci ?

Pelanggan : Kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci ini kualitas bahan produksinya yang tebal dan pemakaiannya awet Mas .

Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai harga produk - produk kerajinan lat rumah tangga di Desa Suci?

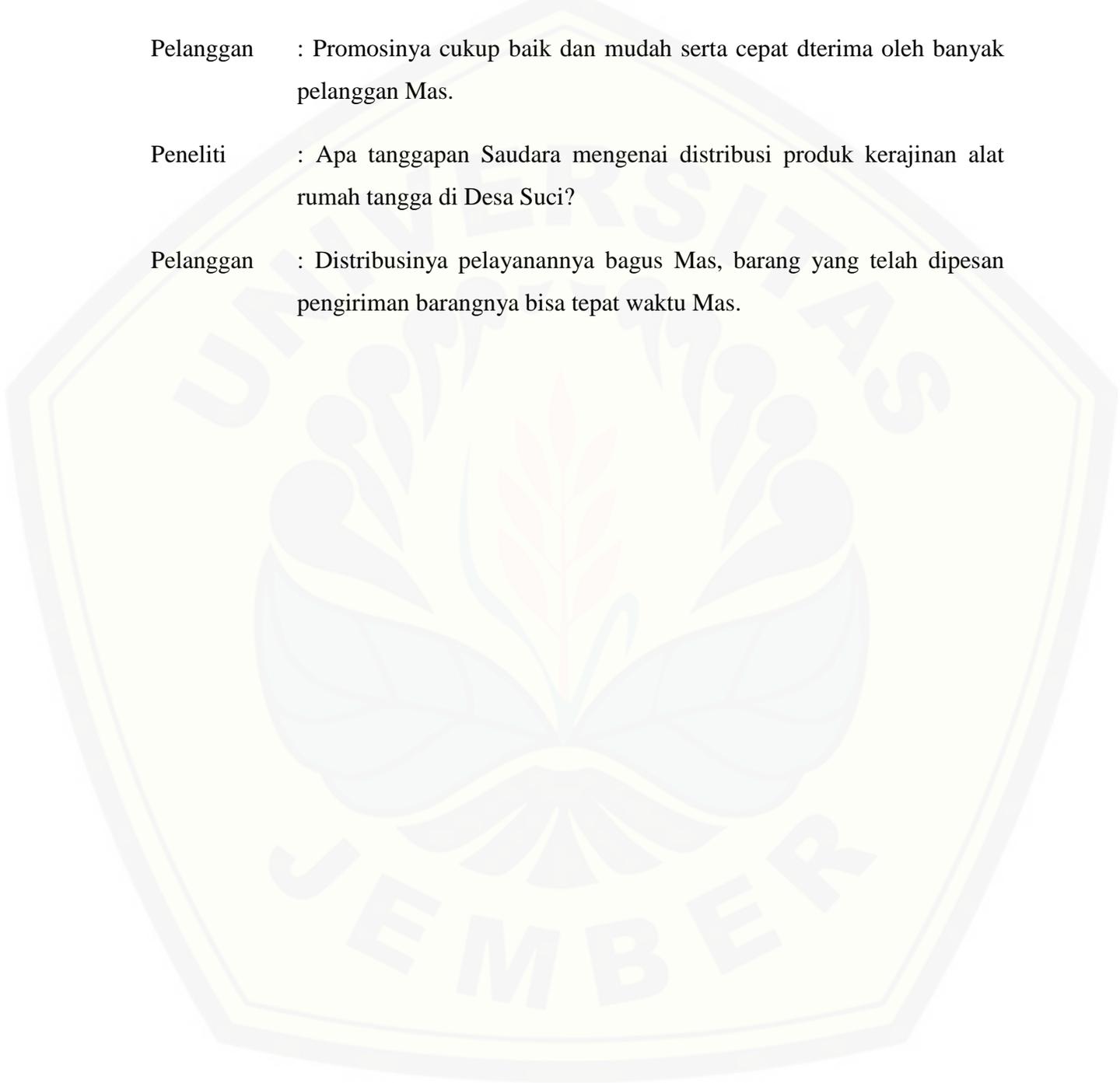
Pelanggan : Harganya relative terjangkau mas sesuai dengan isi kantong dan juga hasil kualitas produknya Mas.

Peneliti : Apakah promosi yang dilakukan pengrajin alat rumah tangga bisa diterima dengan baik oleh saudara?

Pelanggan : Promosinya cukup baik dan mudah serta cepat diterima oleh banyak pelanggan Mas.

Peneliti : Apa tanggapan Saudara mengenai distribusi produk kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci?

Pelanggan : Distribusinya pelayanannya bagus Mas, barang yang telah dipesan pengiriman barangnya bisa tepat waktu Mas.



Lampiran E

Foto Dokumentasi



Gambar 1. Wawancara dengan Subjek penelitian Bapak Imam Syafi'i



Gambar 2. Produk alat rumah tangga Bapak Imam Syafi'i



Gambar 3. Subjek penelitian Bapak Yanto



Gambar 4. Produk alat rumah tangga Bapak Yanto



Gambar 5. Wawancara dengan subjek penelitian Bapak Dayin



Gambar 6. Produk alat rumah tangga Bapak Dayin.



Gambar 7. Produk Kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kabupaten Jember.



Gambar 8. Produk Kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kabupaten Jember

Lampiran F



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Hilda Rohmandani Panglipur
NIM/Angkatan : 100210301093 / 2010
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Perajin Alat RumahTangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Pembimbing I : Dr. Sukidin, M. Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Senin, 29-09-2014	JUDUL	<i>[Signature]</i>
2.	Rabu, 08-10-2014	BAB 1 dan BAB 2	<i>[Signature]</i>
3.	Senin, 11-11-2014	BAB 1, BAB 2	<i>[Signature]</i>
4.	Rabu, 03-12-2014	BAB 1, 2, 3	<i>[Signature]</i>
5.	Rabu, 10-12-2014	BAB 1, 2, 3	<i>[Signature]</i>
6.	Selasa, 13-1-2015		
7.			Acc. 11/5
8.			
9.			13/1
10.			
11.	Jumat, 27-2-2015	BAB 4, 5	<i>[Signature]</i>
12.	Rabu, 4-3-2015	Revisi bab 4, 5	<i>[Signature]</i>
13.	Senin, 9-3-2015	Revisi bab 4, 5	<i>[Signature]</i>
14.	Senin, 16-3-2015		
15.			Acc. 16/3

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Gambar 9. Lembar Konsultasi Pembimbing I



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Hilda Rohmandani Panglipur
 NIM/Angkatan : 100210301093 / 2010
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Perajin Alat RumahTangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Pembimbing II : Dr. Sri Kantun, M.Ed

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Senin, 29-09-2014	BAB 1	[Signature]
2.	Rabu, 08-10-2014	BAB 1 dan 2	[Signature]
3.	Kamis, 16-10-2014	Revisi bab 1 dan 2	[Signature]
4.	Senin, 20-10-2014	BAB 1, 2, 3	[Signature]
5.	Kamis, 23-11-2014	BAB 1, 2, 3	[Signature]
6.	Selasa, 16-12-2014	Revisi bab 1, 2, 3	[Signature]
7.	Rabu, 7-1-2015	Revisi	[Signature]
8.	Selasa, 13-1-2015	Ace Seminar	[Signature]
9.	Kamis, 5-2-2015	BAB 4, 5	[Signature]
10.	Senin, 16-3-2015	Revisi bab 4, 5	[Signature]
11.	Kamis, 26-3-2015	Revisi bab 4, 5	[Signature]
12.	Kamis, 2-4-2015	Revisi bab 4, 5, Ringkasan	[Signature]
13.	Jumat, 17-4-2015	Revisi bab 4, 5, Ringkasan	[Signature]
14.	Kamis, 23-4-2015	Ace Ujian	[Signature]
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Gambar 10. Lembar Konsultasi Pembimbing II

Lampiran G

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER	
	FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121 Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988 Laman: www.fkip.unej.ac.id	
Nomor	: 0715/UN25.1.5/LT/2015	04 FEB 2015
Lampiran	: -	
Perihal	: Permohonan Izin Penelitian	

Yth. Pemilik Industri Kerajinan Alat Rumah Tangga
Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Hilda Rohmandani Panglipur
NIM : 100210301093
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Instansi yang Saudara pimpin dengan Judul: "Strategi Bauran Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember"

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,

Sulaiman, M.Pd
640123 199512 1 001



Gambar 11. Surat Izin Penelitian

Lampiran H

Gambar 12. Surat Pernyataan Penelitian

84

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, pemilik industri kerajinan alat rumah tangga di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember menerangkan sebenarnya bahwa:

Nama : Hilda Rohmandani Panglipur
Nim : 100210301093
Alamat : Jalan mawar no 2 Mlokorejo Kecamatan Puger - Jember
Fakultas : FKIP Universitas Jember

Benar benar telah melakukan observasi dan pengambilan data penelitian tentang “ **Strategi Bauran Pemasaran Pada Para Pengrajin Alat Rumah Tangga Di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember** ” pada tanggal 14 Februari - 28 Maret 2015.

Demikian, surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 April 2015

Pemilik



Gambar 13. Surat Pernyataan Penelitian

*Lampiran I***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Hilda Rohmandani Panglipur
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 14 Juni 1992
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Drs. H. Mustakim
5. Nama Ibu : Siti Juma'iyah
6. Alamat : Jalan Mawar nomor 2 Mlokorejo Kecamatan Puger
Kabupaten Jember

B. Pendidikan

NO	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SD Negeri 1 Mlokorejo	Mlokorejo	2004
2.	SMP Negeri 1 Kencong	Kencong	2007
3.	SMA Negeri 1 Balung	Balung	2010