

BAB IV
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai strategi pemasaran kerajinan anyaman purun pada masa Pandemi Covid-19 ini mengambil lokasi di Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Dulunya desa ini masuk dalam wilayah Kecamatan Amuntai Utara, namun dimekarkan kembali menjadi 6 (enam) Desa. Nama Haur Gading juga menjadi nama kecamatan hasil pemekaran itu. Batas wilayah Desa Haur Gading sebelah utara adalah Desa Keramat, sebelah timur adalah Desa Sungai Limas, sebelah selatan adalah Desa Jingah Bujur dan sebelah barat adalah Desa Pulantani. Batas sebelah utara, timur dan selatan berupa lawa lebak, sedangkan batas sebelah barat berupa sungai. Total luas wilayah Desa Haur Gading adalah 63.882 Ha. Untuk mengetahui batas Desa Haur Gading lebih jelas maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Batas Wilayah Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading

Batas	Desa/Kelurahan	Kecamatan
Sebelah Utara	Keramat	Haur Gading
Sebelah Selatan	Jingah bujur	Haur Gading
Sebelah Timur	Sungai Limas	Haur Gading
Sebelah Barat	Pulantani	Haru Gading

Barat		
-------	--	--

Sumber : Dokumen Profil Desa Haur Gading 2022

Potensi desa yang ditemukan adalah industri rumah tangga kerajinan anyaman purun. Terhitung sebanyak 98 orang yang berprofesi sebagai pengrajin anyaman purun. Dan pekerjaan itu dilakukan oleh para perempuan. Industri anyaman purun telah menjadi penopang ekonomi sebagian masyarakat Desa Haur Gading.

1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia

Adapun jumlah penduduk berdasarkan usia, paling banyak penduduk dari kalangan dewasa, kemudian disusul tipis dari kalangan lansia. Sedangkan yang paling sedikit adalah penduduk dari kalangan anak-anak. Adapun lebih jelasnya bisa dilihat di tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2 Keadaan Penduduk Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading Menurut Tingkat Usia di Tahun 2022

NO	USIA	BANYAKNYA	PERSENTASE
1	Balita	58	13,51 %
2	Anak-anak	50	11,65 %
3	Remaja	85	19,81 %
4	Dewasa	124	28,90 %
5	Lansia	112	26,10 %
JUMLAH		429	100 %

Sumber : Dokumen Profil Desa Haur Gading 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa di Desa Haur Gading yang masih berusia balita dengan frekuensi 58 jiwa dengan jumlah persentase 13,51 %, yang berusia anak-anak dengan frekuensi 50 jiwa dengan jumlah persentase 11,65 %, yang berusia remaja dengan frekuensi 85 jiwa, dengan jumlah persentase 19,81 %, yang berusia dewasa dengan frekuensi 124 jiwa dengan jumlah persentase 28,90 %, yang berusia lansia dengan frekuensi 112 jiwa dengan jumlah persentase 26,10 %.

2. Jumlah Tenaga Kerja

Jenis pekerjaan yang digeluti masyarakat Desa Haur Gading bervariasi, ada yang menjadi pedagang, petani, peternak, PNS dan Honorer, perangkat desa, karyawan swasta, ada juga pekerja serabutan. Untuk lebih jelasnya penulis menguraikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Keadaan Penduduk Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading Menurut Jumlah dan Jenis Pekerjaan di Tahun 2022

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Petani	20	7,09 %
2	PNS dan Honorer	7	2,48 %

3	Peternak	59	20,92 %
4	Pedagang	25	8,86 %
5	Perangkat Desa	10	3,54 %
6	Pengrajin Anyaman	98	34,75 %
7	Pengangguran	20	7,09 %
8	Serabutan	38	13,47 %
9	Karyawan swasta	5	1,77 %
Jumlah		282	100 %

Sumber : Dokumen Profil Desa Haur Gading 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa yang bekerja sebagai petani 20 orang dengan persentase 7,09 %, yang bekerja sebagai PNS dan Honorer 7 orang dengan persentase 2,48 %, yang bekerja sebagai peternak 59 orang dengan persentase 20,92 %, yang bekerja sebagai pedagang 25 orang dengan persentase 8,86 %, yang bekerja sebagai perangkat desa 10 orang dengan persentase 3,54 %, yang menganggur 20 orang dengan persentase 7,09 %, yang bekerja sebagai pengrajin anyaman 98 orang dengan persentase 34,75 %, yang bekerja serabutan 38 orang dengan persentase 13,47 %, yang bekerja sebagai karyawan swasta 5 orang dengan persentase 1,77 %. Jadi, mayoritas penduduk Desa Haur Gading bekerja sebagai pengrajin anyaman.

Anyaman purun merupakan kerajinan anyaman yang dilestarikan secara turun temurun dari generasi ke generasi oleh masyarakat di Desa Haur

Gading. Kerajinan anyaman purun adalah salah satu aktivitas yang memberikan kontribusi besar dalam penyediaan lapangan pekerjaan dan sudah ada sejak tahun 1978 dan semakin berkembang hingga sekarang. Keberadaan kerajinan anyaman purun ditopang oleh pengusaha atau para pengrajin kecil dan menengah serta para pekerja lainnya yang dikelola secara tradisional dan kini sebagian besar berbasis komputer. Kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading sebelumnya hanya berbentuk tikar dan bakul purun, kini setelah para pengrajin bergabung dalam Sentra Anyaman Kelompok Maju Bersama Desa Haur Gading yang dibentuk pada Maret 2020, produk semakin beragam dan ramah lingkungan yang membuat permintaan pelanggan meningkat.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap pengelola usaha kerajinan anyaman purun Desa Haur Gading yang menjadi informan dalam penelitian ini maka penulis akan mendeskripsikan hasil penelitian tentang strategi pemasaran kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa pandemi Covid-19 yang sebagaimana berikut ini.

1. Identitas Informan

Nama	: Nor Halimah
Jenis kelamin	: Perempuan
Umur	: 27

Pendidikan : S1
Agama : Islam
Usaha : Kerajinan Anyaman Purun

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Ibu Nor Halimah adalah ketua usaha kerajinan anyaman purun yang ada di Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading. Usaha kerajinan anyaman purun ini di bangun sejak bulan Juni 2020 yang diberi nama *brand* purun que. Usaha ini termasuk usaha rumahan yang dikelola ibu Nor Halimah dan karyawan-karyawannya. Bahan baku yang digunakan untuk membuat produk kerajinan anyaman purun adalah tumbuhan purun yang diproses melalui beberapa tahap lalu di anyam menjadi bentuk yang menarik.

Target pasar dalam penjualan produk kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading yaitu untuk semua kalangan baik dari masyarakat sekitar maupun dari kalangan luar daerah.

Ibu Noor Halimah mengatakan kerajinan anyaman purun masih belum banyak diminati oleh masyarakat sekitar maupun luar daerah, ditambah lagi dengan wabah virus Covid-19 yang sedang melanda di Indonesia. Sehingga usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading memerlukan strategi yang dapat meningkatkan

minat pembeli terhadap produk yang mereka pasarkan agar penjualan semakin meningkat dan mempunyai banyak pelanggan.

- a. Hasil wawancara tentang strategi pemasaran kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa pandemi Covid-19

- 1) Stretegi Produk

Produk yang diciptakan kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading setiap harinya selalu mengutamakan kualitas produk maksudnya adalah pada tahap pengerjaannya harus secara teliti dan menggunakan bahan baku purun yang tidak sembarangan.

Usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading selalu mengutamakan kualitas produk sehingga produk-produk yang mereka jual selalu disukai oleh semua kalangan. Selain itu pelanggan juga bisa memesan motif bentuk sesuai keinginan tidak berpatok pada model biasanya, tetapi harus konfirmasi sebelumnya. Produk kerajinan anyaman purun yang dijual yaitu produk olahan tangan manusia yang dikreasi semenarik dan sekreatif mungkin untuk menarik pelanggan dan tentunya kualitas tetap terjaga.

- a) Merek Dagang (*Brand*)

Membentuk brand atau merek tersendiri dengan tujuan produk bisa dikenal hasil dari kerajinan anyaman purun Desa Haur Gading yaitu

“purun que”. Usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading mempunyai strategi dan produk yang dijual berkualitas supaya tidak mengecewakan para pelanggannya. Para pengrajin anyaman purun di Desa Haur Gading melakukan beberapa inovasi seperti membuat produk kerajinan anyaman purun dengan model yang berbeda diantaranya model klasik dan model kekinian dengan ditambahkan aksesoris seperti bunga tempel, kain sasirangan, pita sulam, restleting, furing dan lainnya sesuai keinginan, sehingga para pelanggan tertarik dan tidak bosan dengan bentuk yang itu-itu saja. Semua produk dijamin berkualitas karena diolah langsung dari keterampilan tangan (*hand made*) yang teliti dan selalu mengutamakan kualitas dari setiap pembuatannya, sehingga tidak kalah dibandingkan dengan produksi pabrikan. Bahan baku yang digunakan juga bahan baku berkualitas dan tentunya sangat ramah lingkungan. Dengan demikian banyak pelanggan akan menyukainya. Oleh karena itu strategi produk sangat berpengaruh dalam segi pemasaran, hal ini dapat dilihat seperti yang disampaikan oleh Ibu Nor Halimah bahwa produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk kerajinan sejenis lainnya maupun produk dari pabrikan yang tentunya jauh lebih mahal harganya.

b) Kualitas Produk

Usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading selalu menjelaskan kualitasnya melalui deskripsi produk yang mereka posting di

media sosial ataupun *website* mereka dalam bentuk poster, jadi para pelanggan bisa memilih dan membandingkan sendiri produk yang ada di *website* atau media sosial, maupun bagi yang datang langsung ke agen kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading.

Ibu Nor Halimah mengatakan perbaikan kualitas produk dilakukan oleh usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading agar pelanggan lebih berminat terhadap produk yang dijual, serta memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya lebih luas dan bisa meningkatkan pemesanan.

Selanjutnya inovasi dan kreasi juga dilakukan untuk menjaga kelangsungan usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading. Selama pandemi Covid-19 kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading menjalankan usaha dengan berinovasi membuat varian yang baru dan juga mengikuti permintaan pelanggan.

Jadi untuk kualitas mereka selalu mengusahakan untuk mendeskripsikan kualitas barang terlebih dahulu untuk meyakinkan pelanggan bahwa bahan baku yang dipakai adalah bahan yang terbaik, tidak sembarangan. Dengan begitu pelanggan yakin dan tidak akan kecewa dengan barang yang ditawarkan

c) Pelayanan (*Service*)

Dalam strategi pelayanan usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading selalu mengutamakan pelanggan. Seperti merespon dengan baik dan ramah kepada para pelanggan yang langsung datang ke agen ataupun lewat sosial media. Pelanggan yang datang langsung bisa melihat dan memilih bentuk dan motif produk yang ditawarkan sambil dijelaskan kelebihan-kelebihan dari produk tersebut. Disamping itu mereka juga melayani pelanggan yang ingin memesan motif atau bentuk produk dan tambahan aksesoris serta *custom* nama sesuai keinginan pelanggan. Pada sistem pembayarannya dilakukan setelah pesanan jadi dan di ambil oleh pelanggan yang memesan produk tersebut, setelah itu baru diterapkan akad jual beli dan penyerahan barang kepada pelanggan.

2) Strategi Harga

Untuk harga, semua produk kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading itu harganya sudah sesuai dengan modal dan tidak mengambil untung yang banyak, tetapi bisa ditawar sesuai dengan totalan atau pembeliannya tetapi turunnya tidak banyak, karena usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading tidak ada menerapkan sistem diskon.

Harga produk yang diciptakan kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading itu sangatlah bervariasi dari harga yang sangat murah yaitu Rp. 10.000 sampai harga tertinggi Rp. 130.000. Sehingga para pelanggan

yang ingin membelinya tidak ragu lagi karena harga yang ditawarkan murah meriah apalagi dengan kualitas dan bentuk yang sudah menarik.

Berikut adalah tabel deskripsi dan harga produk dari usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading:

Tabel 4.4 List Produk dan Harga Kerajinan Anyaman Purun di Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading

No	Deskripsi	Harga
1	Backpack Etnik (tali purun anyam)	Rp. 45.000
2	Bakul Mini (tali purun anyam)	Rp. 13.000
3	Bakul Mini Motif Bunga (tali eceng gondok)	Rp. 15.000
4	Bakul Tradisional (tali purun anyam)	Rp. 13.000
5	Cover Pot Color	Rp. 20.000
6	Dompot Etnik	Rp. 20.000
7	Dompot Liris 2 kancing	Rp. 18.000
8	Dompot Pensil	Rp. 25.000
9	Drawstring Bag	Rp. 30.000
10	Envelope Classic	Rp. 10.000
11	Hampers	Rp. 15.000
12	Hampers Buah/sayur	Rp. 8.000
13	Hand Bag Motif Kotak (tali purun anyam)	Rp. 35.000
14	Hand Bag Zig Zag (restleting+furing+tali sintetis)	Rp. 75.000
15	Hand Bag Liris Guci (restleting+furing+tali sintetis)	Rp. 55.000
16	Hand Bag Sintetis (tali kulit sintetis)	Rp. 45.000
17	Hand Bag Sintetis (restleting+furing+tali kulit sintetis)	Rp. 65.000

18	Hand Bag Etnik (Tali Eceng Gondok)	Rp. 30.000
19	Hand Bag Liris Etnik (Tali Eceng Gondok Berwarna)	Rp. 30.000
20	Hand Bag Liris 3 warna (Tali Eceng Gondok)	Rp. 30.000
21	Hand Bag Motif Punai (Tali Eceng Gondok)	Rp. 25.000
22	Hand Bag Liris HI (Tali Purun)	Rp. 24.000
23	Hand Bag Liris HI (Tali Purun Gilit)	Rp. 24.000
24	Hand Bag Dayak (tali eceng gondok)	Rp. 30.000
25	Hand Bag Custom Nama	Rp. 35.000
26	Hand Bag Etnik Sulam Pita (tali eceng gondok, included furing dan restleting)	Rp. 45.000
27	Sling Bag Etnik Bunga Sulam (tali eceng gondok)	Rp. 30.000
28	Sling Bag Motif Campur (tali eceng gondok)	Rp. 35.000
29	Sling Bag Classic Guci (tali eceng gondok+restleting+furing)	Rp. 25.000
30	SlingBag Motif Custom (tali eceng gondok)	Rp. 35.000
31	Tote Bag Tutul (Tali Eceng Gondok)	Rp. 25.000
32	Sling Bag Liris 3 warna (Tali Purun Gilit)	Rp. 30.000
33	Tas Laptop Sasirangan	Rp. 130.000
34	Tote Bag Tutul (Tali Eceng Gondok)	Rp. 25.000
35	Tote Bag Classic Sulam Pita (tali purun anyam+restleting+furing)	Rp. 65.000
36	Tas laptop/notebook	Rp. 125.000
37	Wristlet Liris Sulam Pita	Rp. 25.000
38	Wristlet Etnik Sulam Pita	Rp. 25.000

Sumber : Dokumen Produk Kerajinan Anyaman Purun Desa Haur Gading

Pada strategi keseragaman harga pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading dengan usaha sejenis lainnya harga produk

yang dijual tidak jauh berbeda ada yang sama bahkan ada yang sedikit lebih murah dari agen lain.

Pada strategi potongan harga (*Discount*) pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading tidak ada diterapkan penetapan *Discount* karena untuk menghindari kecurigaan pelanggan pada besarnya keuntungan yang di dapat, tetapi untuk potongan harga sedikit-sedikit kadang tetap ada tapi tidak ada penetapan berapa persen potongan harga produk yang dibeli oleh para pelanggan atau pembeli.

3) Strategi Distribusi

Distribusi atau penyaluran pada kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading yaitu kebanyakan melalui *Purchase Order* (PO) dan pelanggan atau pembeli itu datang sendiri ke agen kerajinan anyaman tersebut. Lokasi tempat penjualannya di Desa Haur Gading Kecamatan Haur Gading yang lumayan jauh dari perkotaan.

4) Strategi Promosi

Pada promosi kerajinan anyaman purun mempromosikan dagangannya yaitu dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dan juga menggunakan internet (*Digital Marketing*) karena bisa menyebarkan produk secara cepat, mudah dan efektif apalagi saat pandemi Covid-19 memasarkan produk lewat internet menjadi solusi agar usaha tetap berjalan.

Menggunakan internet membuat jangkauan bisa lebih luas dan membantu membangun nama *brand* produk yang dijual dengan hanya memanfaatkan internet, biaya promosi juga jadi lebih hemat. Beberapa jenis yang digunakan dalam digital marketing yaitu *website*, *sosial media* dan *marketplace*. Selain produknya yang mudah ditawarkan pelayanannya juga cepat dan ramah tamah.

b. Hasil wawancara tentang kendala yang dihadapi dalam pemasarannya.

1) Faktor Internal

Adapun kendala yang sering terjadi di dalam kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading yaitu seperti kekosongan barang, susahnya mengontrol pesanan pembeli dan karyawan yang tidak banyak membuat manajemen inventori pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading buruk, sehingga pesanan pelanggan sering terhambat pada proses pembuatan produknya.

2) Faktor Eksternal

Ada beberapa faktor eksternal yang menjadi kendala dalam pemasaran yaitu seperti sulitnya mencari bahan baku purun yang mengharuskan sesuai standarisasi pesanan dari perusahaan. Bahan baku tidak boleh memakai purun yang sembarangan karena bisa mempengaruhi kualitas. Dikarenakan hutan gambut yang ada di Desa haur Gading Kecamatan Haur Gading sudah

tercemar oleh limbah perusahaan mempengaruhi pertumbuhan purun dan seringnya terjadi kebakaran lahan purun saat musim kemarau membuat purun-purun sulit tumbuh kembali. Mencari bahan baku yang sesuai terpaksa harus ke luar daerah dan harganya jadi lebih mahal.

Persaingan produk juga menjadi salah satu kendala karena di Kecamatan haur Gading ada beberapa desa juga membuat produk yang sejenis namun berbeda merek. Ibu Noor Halimah mengatakan tidak hanya Desa Haur Gading saja melainkan ada 4 (empat) desa lainnya yang mengelola usaha kerajinan anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Kendala berikutnya adalah dalam menjalankan usaha di masa pandemi Covid-19. Pada saat itu masyarakat dibatasi aktivitasnya diluar rumah seperti ke pasar, mall, minimarket dan sebagainya. Sehingga masyarakat saat itu lebih dominan berbelanja kebutuhan mereka secara online lewat *Market Place* dan *E-commerce*. Kendala selanjutnya pada jalur distribusi ke luar daerah, terkadang ada penyekatan di perjalanan terhadap transportasi umum yang belum vaksin.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan memperhatikan dari hasil wawancara dengan informan yang telah dideskripsikan terkait

strategi pemasaran kerajinan anyaman purun di Desa Haur Hading pada masa pandemi Covid-19, maka penulis memperoleh gambaran dan akan dihubungkan kedalam teori yang relevan. Dalam analisis data, peneliti membagi 2 (dua) konsep yaitu:

1. Analisis Strategi Pemasaran Kerajinan Anyaman Purun di Desa Haur Gading Pada Masa Pandemi Covid-19

Secara teoritis dalam strategi pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Keempat unsur atau variabel Strategi Acuan/bauran pemasaran tersebut adalah: Strategi produk, harga, penyaluran dan promosi. (Sofjan Assauri, 2017:198)

a. Strategi produk

Produk yang diciptakan kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading selalu mengutamakan kualitas produk maksudnya adalah pada tahap pengerjaannya harus teliti dan tetap konsisten pada tahap yang tidak sembarangan, dan selalu membuat inovasi varian produk dengan motif baru dan menarik, jadi produk yang dijual tidak itu-itu saja.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat

memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Pada prinsipnya Islam juga lebih menekankan berproduksi demi untuk memenuhi kebutuhan orang banyak, bukan hanya memenuhi segelintir orang yang memiliki uang, sehingga memiliki daya beli yang lebih baik. Karena itu bagi Islam, produksi yang berkembang baik akan membuat kesejahteraan bagi masyarakat.

Sebagai modal dasar berproduksi, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya bagi manusia, untuk diolah bagi kemaslahatan bersama seluruh umat manusia. Hal ini terdapat dalam Q.S. al-Baqarah / 2: 22, yaitu :

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً ۖ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ
رِزْقًا لَّكُمْ ۖ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezeki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, padahal kamu mengetahui”. (Q.S. al-Baqarah / 2: 22)

Dari ayat tersebut jelas bahwa jalan yang utama untuk memperoleh rezeki dari Allah adalah bekerja dan berusaha. Usaha memperoleh rezeki dengan meminta-minta tidak dibenarkan dalam islam.

1) Merek Dagang (*Brand*)

Pada pembentukan merek (*Brand*) usaha kerajinan anyaman purun di Kecamatan Haur Gading mereka membentuk merek atau *brand* tersendiri di masing-masing desa. Merek dari Desa Haur Gading bernama “purun que”.

Usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading juga melakukan beberapa inovasi seperti membuat kerajinan anyaman purun dengan model yang berbeda yaitu dengan menambahkan sulam pita, menambahkan kain sasirangan, menambahkan bungan tempel, dan membuat custom nama di beberapa tas tangan (*Hand Bag*) tertentu. Selain tas tangan (*Hand Bag*), tas selempang (*Sling Bag*) juga di beri inovasi yang serupa. Kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading bisa dipesan sesuai keinginan pelanggan. Usaha dari kerajinan anyaman purun ini adalah produk yang berkualitas karena diolah langsung dari keterampilan tangan (*hand made*) yang selalu mengutamakan kualitas dari setiap pembuatannya dan dijamin bahan baku yang digunakan sangat ramah lingkungan. Namun karena produk kerajinan anyaman purun tidak terlalu eksis dipasaran membuat masyarakat tidak banyak mengetahuinya. Oleh karena itu strategi produk sangat berpengaruh dalam segi pemasaran, hal ini dapat dilihat seperti yang disampaikan oleh informan bahwa produk yang dihasilkan berusaha supaya bisa semenarik mungkin dengan kualitas yang sebaik mungkin sehingga mampu bersaing dengan produk-produk sejenis lainnya.

Menurut Sofjan Assauri Merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi (barang atau jasa) dari seorang penjual atau kelompok penjual dan yang membedakannya dari produk saingan. Produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. (Sofjan Assauri, 2017:200)

Bagi Ibu Nor Halimah strategi produk sangatlah penting bagi usaha kerajinan anyaman purun yang ada di Desa Haur Gading, yang mana telah disebutkan dalam teori sebelumnya tentang pencapaian sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Oleh karena itu strategi produk sebenarnya merupakan strategi pemasaran sehingga gagasan atau ide untuk melaksanakannya harus datang dari bidang pemasaran.

2) Kualitas Produk

Untuk kualitas (Mutu) produk kerajinan anyaman purun “purun que” selalu mengusahakan untuk menjelaskan mutu-mutu barang terlebih dahulu kepada pengunjung atau pembeli dan dijelaskan dideskripsi produk dalam bentuk poster yang mereka posting di internet, para pembeli bisa

membandingkan sendiri produk yang ada di tempat kerajinan maupun di website atau media sosial kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading.

Menurut Sofjan Assauri kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian paling utama dari perusahaan/produsen. Kualitas harus dipilih dengan mempertimbangkan pasar sasaran (*Target Market*) dari segmen tertentu dan strategi para pesaing lainnya.

Ibu Nor Halimah mengatakan perbaikan kualitas produk dilakukan oleh usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading agar pelanggan lebih berminat terhadap produk yang dijual, serta memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya lebih luas bisa menambah pemesanan dalam hal penjualan. Strategi yang dilakukan oleh usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading ini sama seperti yang disarankan oleh Hanum dan Sinasari, (2017: 1-5) dimana mereka merekomendasikan beberapa strategi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha selama pandemi Covid-19. Berikut adalah strategi produk yang disarankan oleh Hanum dan Sinari yaitu : Perbaikan kualitas produk, hal yang dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya adalah dengan memperbaiki kualitas produk. Perbaikan kualitas produk ini dilakukan dengan mengutamakan pelanggan, yaitu produk dan usaha lebih berfokus pada pelanggan. Inovasi dan kreasi juga dilakukan untuk menjaga kelangsungan usaha. Selama pandemi mereka

mempertahankan usaha mereka dengan berinovasi mengikuti permintaan pelanggan.

3) Pelayanan (*Services*)

Untuk Pelayanannya usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading paling mengutamakan keramahan kepada para pembeli dengan mengasih menu penjualan produk untuk mempermudah pembeli dalam memilih, jika ada pembeli yang mau memesan sesuai keinginan juga bisa, misalnya ada tambahan aksesoris pita sulam atau *custom* nama pada produk kerajinan anyaman purun tersebut. Usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading juga ada melakukan penjualan melalui Internet sehingga pelanggan bisa mengakses ke akun media sosial tersebut. Pada Pembayarannya dilakukan ketika pesanan sudah jadi dan diambil pelanggan, setelah itu produk diserahkan dengan akad jual beli sesuai syariat islam.

Menurut Sofjan Assauri (2010), pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan dalam penjualan produk itu, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual.

b. Strategi Harga

Pada strategi harganya, semua produk kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading itu sudah harga pas, karena untuk penjualan produk kerajinan

anyaman mereka tidak banyak mengambil untung, tetapi jika ditawar maka akan disesuaikan dengan totalan atau pembeliannya tetapi turunnya tidak banyak apabila di beri potongan atau diskon itu pembeli bisa membaca bahwa keuntungan pada penjualan banyak, jadi usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading tidak ada menerapkan sistem diskon, karena semua harga produk kerajinan anyaman purun yang ada sudah di tetapkan.

1) Tujuan Penetapan Harga

Pengelola kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading memutuskan dalam penetapan harga pada produk anyaman purun yang di jual dari harga yang paling rendah atau terjangkau agar dapat menjangkau semua kalangan dari kalangan masyarakat biasa, masyarakat menengah. Mulai dari varian harga produk kerajinan anyaman purun terendah yaitu dari yang Rp. 8.000,00 sampai harga kisaran Rp. 130.000,00.

2) Strategi Tingkat Harga

Pada strategi tingkat harga nya dilihat dari motifnya dulu untuk produk klasik sampai sekarang masih ada harga yang dari Rp.8.000,00 sampai kisaran harga Rp.25.000,00 itu untuk harga standarnya. Untuk produk anyaman purun yang bisa *custom* nama dan ditambahkan seperti pita sulam, furing, restleting, kain sasingan, kulit harganya dari Rp.30.000,00 sampai harga ratusan ribu.

3) Strategi Keseragaman Harga

Pada strategi keseragaman harga pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading dengan usaha sejenis lainnya harga produk yang dijual tidak jauh berbeda ada yang sama bahkan mereka berusaha menjual produk anyaman lebih murah dari usaha kerajinan anyaman lain sehingga membuat pembeli tidak jera dan pelanggan semakin banyak.

4) Strategi Potongan Harga (*Discount*)

Untuk strategi potongan harga pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading tidak ada diterapkan penetapan diskon karena untuk menghindari kecurigaan pelanggan pada besarnya keuntungan yang di dapat, tetapi untuk potongan harga sedikit-sedikit kadang tetap ada tapi tidak ada penetapan berapa persen potongan harga produk yang dibeli oleh para pelanggan atau pembeli.

Harga merupakan satu-satunya unsur *Marketing Mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan (Sofjan Assauri,2017:223)

Nabi Muhammad SAW menetapkan strategi harga dengan tujuan membantu orang lain. (Suyanto,261:2018)

c. Strategi Distribusi (Penyaluran)

Distribusi adalah salah satu dari empat bauran pemasaran. Distribusi adalah proses yang membuat suatu produk atau layanan tersedia untuk

digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen pengguna atau bisnis, menggunakan cara langsung atau tidak langsung dari perantara. (Suyanto,2018:275)

Strategi distribusi atau penyaluran pada usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa pandemi Covid-19 yaitu kebanyakan melalui sistem *Purchase Order* (PO) dan pelanggan atau pembeli itu datang sendiri ke agen usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading karena ada penyaluran dari mulut ke mulut atau kebetulan lewat di beranda sosial media karena melihat keunikan dari produk tersebut dan dihasilkan dari bahan yang ramah lingkungan sehingga nilai kreativitasnya tinggi dimata orang-orang.

Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang menyalurkannya kepada pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya kepada pengecer, yang menjual produk itu kepada pemakai atau konsumen.(Sofjan Assauri,2017:234)

Dalam hal distribusi Rasulullah menekankan masalah menjaga janji dan menyerahkan barang-barang yang dipesan tepat waktu. Dalam konteks inilah amanah berkiprah sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Nisaa / 4:58 yaitu :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*” (Q.S. An-Nisaa / 4:58)

d. Strategi Promosi

Strategi promosi yang digunakan oleh usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading yaitu melalui internet seperti menyebarkan poster produk di akun media sosial dan *website*, promosi juga ada di kemasan atau packaging yang di berikan secara gratis kepada para pembeli sehingga dari kemasan tersebut dapat menarik minat para masyarakat yang melihat kemasan tersebut untuk berkunjung ke agen kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading.

Menurut Sofjan Assauri (2017), perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari acuan/bauran pemasaran.

Memanfaatkan teknologi dengan pemasaran secara *online* merupakan bentuk dari pemanfaatan teknologi. Melalui *E-commerce* dapat tercipta pasar digital baru dengan kemudahan akses, lebih transparan dan pasar global

dengan perdagangan yang efisien. Beberapa *E-commerce* yang dapat dimanfaatkan di Indonesia antara lain shopee, tokopedia, bukalapak, OLX, gojek, lazada dan lainnya. *E-commerce* memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM yaitu dengan pengurangan biaya transaksi dan koordinasi aktivitas ekonomi antara rekan bisnis. (Hanum dan Sinasari, 2017: 1-5)

Menurut Husni Awali (2020), mengenai upaya keberlangsungan UMKM dengan pemanfaatan *Electronic Marketing (E-marketing)* yang sesuai prosedur telah memberikan dampak positif di tengah pandemi Covid-19. Menurutnya, para pengusaha UMKM tetap dapat melakukan kegiatan produksi dan distribusi barang kepada konsumen dan tetap mematuhi aturan *Social Distancing* dimana penerapan *E-marketing* melalui *Market Place Online* sangatlah membantu. (hlm. 277)

Berdasarkan hasil penyajian data sebelumnya dapat diketahui bahwa ada beberapa strategi yang digunakan untuk memasarkan produk anyaman purun tersebut di masa pandemi Covid-19. Beberapa strategi tersebut berhasil menaikan pesanan dalam penjualan di masa pandemi Covid-19.

b. Analisis kendala dalam pemasaran kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa pandemi Covid-19

Berdasarkan penyajian Data di atas diketahui bahwa yang menjadi kendala usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa Pandemi Covid-19 adalah :

Kendala yang sering dialami usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading pada masa pandemi Covid-19 yaitu ada kendala internal dan eksternal :

a. Kendala Internal

Kendala internal pada kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading sering mengalami kekosongan barang, mengontrol pesanan pembeli yaitu ketika pembeli memesan produk dengan motif sesuai keinginan mereka, terkadang bahan tambahan yang diperlukan tidak selalu tersedia. Dan kurangnya karyawan juga menjadi kendala sehingga memerlukan waktu lama untuk menyelesaikan produk yang pesan.

b. Kendala eksternal

Kendala eksternalnya yaitu kesulitan mencari bahan baku purun yang sesuai pesanan dan tidak boleh sembarangan. Dikarenakan memakai bahan baku sembarangan bisa mempengaruhi kualitas produk. Mencari bahan baku yang sesuai harus ke luar daerah dan harganya jadi lebih mahal. Persaingan produk dengan usaha sejenis juga menjadi kendala usaha kerajinan anyaman

purun di Desa Haur Gading sehingga menjaga kualitas produk, harga dan pelayanan sangat diutamakan.

Kendala berikutnya adalah pandemi virus Covid-19 karena saat itu segala aktivitas dibatasi pemerintah sehingga para pelanggan kesulitan datang ke agen kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading untuk melihat langsung produknya. Pada jalur distribusi ke luar daerah kadang terkendala dengan adanya penyekatan di perjalanan terhadap transportasi umum yang belum di vaksin.

Dengan melihat uraian dan penjelasan diatas, penulis menganggap pada pemasaran usaha kerajinan anyaman purun di Desa Haur Gading sudah menerapkan konsep pemasaran secara umum dan pemasaran syari'ah. Hal tersebut sangat berpengaruh untuk menarik hati pelanggan. Karena pelayanan yang unggul akan membuat pelanggan menjadi loyal.