

**PERAN TENGGULAK DALAM PENJUALAN
KERAJINAN SANGKAR BURUNG DI DESA
DAWUHAN MANGLI KECAMATAN SUKOWONO**

SKRIPSI



Oleh:
MOHAMMAD AMIN
NIM. E20152030

Dosen Pembimbing

Dr. Moch. Chotib S.Ag., M.M.
NIP. 19710727 20021 2 1 003

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2019**

**PERAN TENGGULAK DALAM PENJUALAN
KERAJINAN SANGKAR BURUNG DI DESA
DAWUHAN MANGLI KECAMATAN SUKOWONO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

MOHAMMAD AMIN
NIM. E20152030

Dosen Pembimbing

Dr. Moch. Chotib S.Ag., M.M.
NIP. 19710727 20021 2 1 003

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2019**

**PERAN TENGKULAK DALAM PENJUALAN
KERAJINAN ROTAN DI DESA DAWUHAN MANGLI
KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

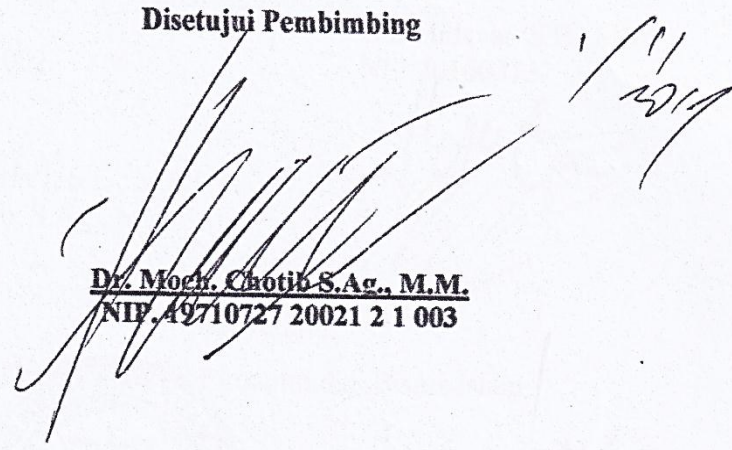
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh:

MOHAMMAD AMIN
NIM: E20152030

Disetujui Pembimbing


Dr. Moch. Chotib S. Ag., M.M.
NIP. 49710727 20021 2 1 003

**PERAN TENKULAK DALAM PENJUALAN
KERAJINAN SANGKAR BURUNG DI DESA
DAWUHAN MANGLI KECAMATAN SUKOWONO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari : Senin

Tanggal : 30 Desember 2019

Tim Penguji

Ketua



M. Saiful Anam, M.Ag
NIP 197111142003121002

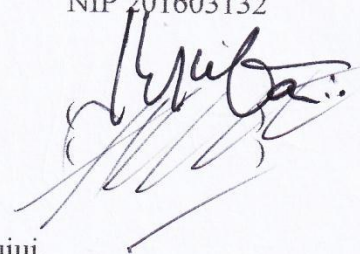
Sekretaris



Nur Hidayat, S.E., MM
NIP 201603132

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.S.I
2. Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM



Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

16/12/19

MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu sekalian memakan harta sesamamu dengan jalan batil kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu" (QS. An-Nisa' :29)¹

IAIN JEMBER

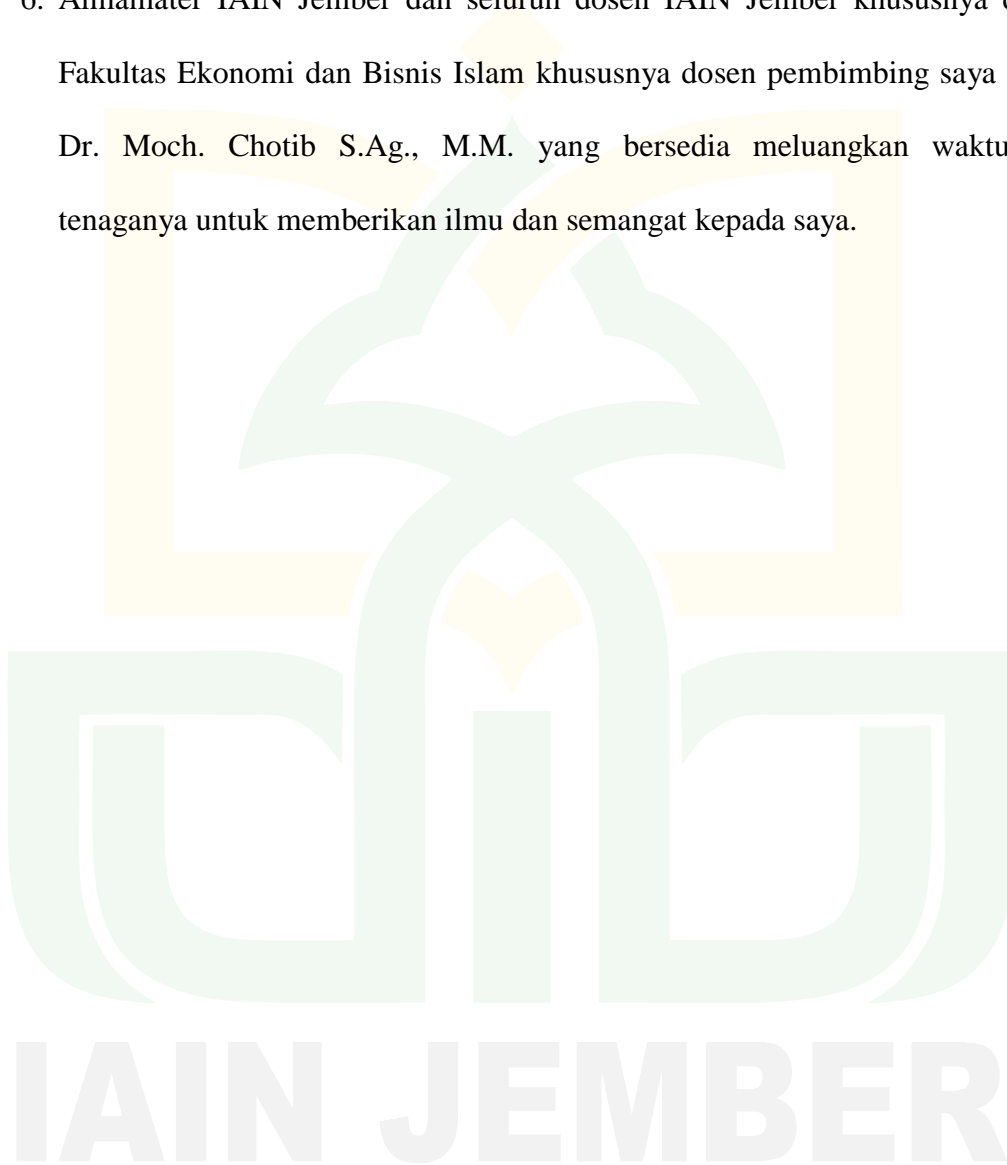
¹ Al-Quran dan terjemah QS An-Nisa` 29

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini merupakan sebagaian dari rangkaian proses kehidupan yang pendek. Atas berkah dan rahmat Allah SWT serta do'a dari orang-orang yang turut dalam penulisan karya tulis ini sehingga dapat terselesaikan. Saya persembahkan untuk orang-orang yang telah memberikan arti bagi hidup saya dengan pengorbanan, kasih sayang dan ketulusannya, yaitu :

1. Kepada kedua orang tua saya, Ayahanda (Khotib) dan Ibunda (Zaitun) tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberikan dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terimakasih atas do'a yang tak kunjung henti dipanjatkan.
2. Saudara kandungku Muhammad Halik, yang sangat tersayang. Selalu memberikan dukungan dan semangat meskipun jarak yang jauh memisahkan. Teimakasih buat saudaraku. Seluruh keluarga besar yang senantiasa menjadi semangat dalam setiap proses saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi sehingga saya tak mampu membedakan senyum dan tangis mereka.
3. Teman-teman ES1 (Ekonomi Syariah) seperjuangan angkatan 2015 yang selalu memberikan dorongan untuk selalu optimis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Saudara-saudaraku Bolo Sewu, saya ucapkan terimakasih. Terutama untuk teman angkatan 2 atas segala bentuk perjuangan, ilmu dan pengalaman yang luar biasa dari kalian. Semangat juang dan pantang menyerah yang kalian ajarkan akan menjadi bekal di kehidupan selanjutnya.

5. Untuk sahabataku dari Alumni MAN BONDOWOSO yakni Mohammad Zainur Rofiq, Adi Sunaryadi, Hasan Basri yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater IAIN Jember dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dosen pembimbing saya yakni Dr. Moch. Chotib S.Ag., M.M. yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmu dan semangat kepada saya.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segenap puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan taufik serta hidayah-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan skripsi yang berjudul “ Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono” dapat terselesaikan dengan lancar. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Semoga kita mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat kelak. Penulis skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifai, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari’ah.
4. Bapak Dr. Moch. Chotib S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

5. Segenap penguji yang telah berkenan menguji skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
7. Bapak Tanwirul Hayatudin selaku sekretaris desa yang telah mengarahkan selama penelitian hingga selesai melengkapi data-data skripsi.
8. Bapak Sofi selaku pengepul yang telah mengarahkan selama penelitian hingga selesai melengkapi data-data skripsi.
9. Ibu Kholilah, Ikamah, Sumarni, Mbak Kholilah, Abdus Shomad, Bapak yasir, Ibu Russana, Bapak Ju selaku pengrajin yang telah mengarahkan selama penelitian hingga selesai melengkapi data-data skripsi.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan semoga Allah SWT, memberi balasan kebaikan atas semua jasa yang telah diberikan. Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan referensi dan waktu yang terbatas, penulis mencoba untuk menyusunnya berdasarkan kemampuan yang penulis miliki dan untuk lebih menyempurnakan tentu tidak lepas dari kritik dan saran dari para pembaca. Terakhir, harapan peneliti semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 25November 2019

MOHAMMAD AMIN

NIM. E20152030

ABSTRAK

Mohammad Amin, 2019: *Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Sangkar Burung Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono*

Industri adalah suatu usaha pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.

Mengenai fokus penelitian terdapat tiga macam diantaranya: 1) bagaimana Strategi pemasaran produk kerajinan Sangkar Burung yang digunakan di Desa Dawuhan Mangli. 2) Peran tengkulak dalam meningkatkan kerajinan Sangkar Burung di Desa Dawuhan Mangli. 3) Sistem penjualan yang digunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

Mengenai tujuan penelitian terdapat tiga macam diataranya: 1) Strategi pemasaran produk kerajinan Sangkar Burung yang digunakan di Desa Dawuhan Mangli. 2) Peran tengkulak dalam meningkatkan penjualan kerajina Sangkar Burung di Desa Dawuhan Mangli. 3) Sistem penjualan yang di gunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan teknik penelitiannya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) Dalam kegiatan pemasaran kerajinan rotran di Desa Dawuhan mangli tidak adanya pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin itu sendiri melainkan dilakukan oleh para pengepul. 2) Peran tengkulak dalam kerajinan Sangkar Burung di Desa Dawuhan Mangli memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan produktifitas dan minat para pengrajin untuk menekuni profesi tersebut. 3) Dalam sistem penjualan para pengrajin di Desa Dawuhan Mangli masih tidak bisa terlepas dari panjangnya bauran pemasaran yang ada dalam kegiatan pemasaran kerajinan tersebut. Sehingga seolah-olah produsen meletakkan nasib perusahaan ke tangan perantara.

Kata Kunci : Peran Tengkulak, Penjualan

IAIN JEMBER

ABSTRACT

Mohammad Amin, 2019: The Role of Middlemen in the Sale of Rattan Crafts in Dawuhan Mangli Village, Sukowono District

Industry is a business processing raw materials or semi-finished goods into goods that have added value to make a profit.

Regarding the focus of the study there are three types including: 1) The marketing strategy of rattan handicraft products used in Dawuhan Mangli Village. 2) The role of middlemen in improving rattan crafts in Dawuhan Mangli Village. 3) The sales system used by middlemen in Dawuhan Mangli Village.

Regarding the research objectives, there are three types: 1) The marketing strategy of rattan handicraft products used in Dawuhan Mangli Village. 2) The role of middlemen in increasing sales of rattan handicrafts in Dawuhan Mangli Village. 3) The sales system used by the middlemen in Dawuhan Mangli Village.

In this study, researchers used a qualitative approach, with descriptive research type. While the research technique uses observation, interview and documentation techniques. While for the validity of the data using source triangulation.

this research concluded: 1) In the marketing activities of rotran handicrafts in Dawuhan Mangli Village there was no marketing carried out by the artisans themselves but rather carried out by collectors. 2) The role of middlemen in rattan crafts in Dawuhan Mangli Village has a significant influence in increasing the productivity and interest of craftsmen to pursue the profession. 3) In the sales system the craftsmen in Dawuhan Mangli Village still cannot be separated from the length of the marketing mix available in the marketing activities of the craft. So as if the producers put the fate of the company into the hands of intermediaries.

Keywords: Role of Brokers, Sales



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Peneitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Lokasi Penelitian	57
C. Subyek Penelitian	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59
1. Observasi	59
2. Wawancara.....	60
3. Dokumentasi	61
E. Analisis Data.....	61
F. Keabsahan Data	62
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	64
H. Sistematika Pembahasan.....	65

BAB VI PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. <i>Gambaran Umum Obyek Penelitian</i>	66
B. Penyajian Data dan Analisis	69
C. Pembahasan Temuan	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	90
B. Saran-saran	94

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian

3. Surat Ijin Penelitian skripsi dari IAIN Jember
4. Surat Keterangan Selesai Penelitian
5. Jurnal Penelitian
6. Dokumentasi
7. Biodata penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan merupakan proses natural mewujudkan cita-cita bernegara, yaitu mewujudkan masyarakat makmur sejahtera secara adil dan merata. Pembangunan juga merupakan suatu proses yang berkelanjutan untuk menuju pada kehidupan ekonomi rakyat dengan segala aspek kehidupan ekonomi, politik, harga diri, kepercayaan diri, kreativitas, solidaritas antar sesama, dan sebuah kemerdekaan yang berfungsi sosial.

Tujuan pembangunan ekonomi setiap negara adalah tercapainya pembangunan ekonomi yang adil dan merata. Pembangunan ekonomi adalah sebuah usaha untuk meningkatkan taraf hidup suatu bangsa yang diukur melalui tinggi rendahnya pendapatan riil per kapita. Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses multidimensi yang melibatkan perubahan-perubahan besar dalam struktursosial, sikap masyarakat, dan kelembagaan nasional, seperti halnya percepatan pertumbuhan ekonomi, pengurangan ketidakmerataan dan pemberantasan kemiskinan.

Salah satu bentuk pemberdayaan yang ada di Indonesia adalah pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah yang kemudian juga berpengaruh terhadap perekonomian secara nasional.¹

¹Pradnya Paramita Hapsar, DKK. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Studi di Pemerintah Kota Batu. (Vol. 17, No. 2 Summer 2014)*

Di tengah dinamika ekonomi global yang terus-menerus berubah Indonesia mengalami krisis ekonomi. Hal ini juga mempengaruhi kondisi pasar yang tidak menentu, harga bahan baku yang relatif tidak stabil. Dengan daya beli masyarakat yang cenderung naik turun tidak menyurutkan industri yang ada untuk tetap bertahan, walaupun kebanyakan dari industri ini banyak yang menutup usaha dan mengalami kendala seperti sumber daya yang tidak memadai, keterbatasan modal.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang tetapi juga dalam bentuk jasa menurut UU No, 3 Tahun 2014 tentang perindustrian. Umumnya industri rumahan tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan local, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan. Home industri bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan professional, modal yang kecil, dan produksi hanya secara musiman.

Di Kabupaten Jember terdapat beberapa kecamatan yang memiliki ciri khas akan UKM nya, salah satunya di Kecamatan Sukowono, tepatnya di Desa Dawuhan Mangli. Sebagian besar UKM di tempat tersebut adalah sebagai pengrajin sangkar burung perkutut. Mayoritas masyarakat Sukowono di DEsa Dawuhan Mangli terus menekuni kerajinan turun temurun ini. Karena bagi warga sekitar, membuat sangkar burung bisa menambah

pendapatan. Bahkan bisa memenuhi kebutuhan hidup keluarga yang selama ini kurang bisa tercukupi dari hasil pertanian.

Membuat sangkar burung merupakan kegiatan industry rumahan yang bisa melibatkan semua anggota keluarga. Ciri khas dan keunikan tersendiri dimiliki oleh masing-masing pengrajin sangkar. Beberapa pengrajin mengaku di setiap pekannya masing-masing dari mereka mampu memproduksi sebanyak 10 sangkar bahkan lebih, tergantung banyaknya permintaan. Mereka membuat usaha tersebut ada yang meminjam ke bank ataupun meminjam ke sanak saudaranya. Dengan harapan industri rumah tangga ini dapat membantu perekonomian keluarga. Industri rumah tangga biasanya di jalankan oleh ibu rumah tangga, dan beberapa karyawan industri tersebut. Adapula menjadi karyawan industri ini adalah anggota keluarga itu sendiri ataupun tetangga sekitar dan jumlah berkisar 3 – 8 orang.²

Dalam perkembangannya usaha kerajinan sangkar burung mempunyai beberapa permasalahan yang harus di selesaikan karena melihat dari kebutuhan masyarakat dalam memproduksi kerajinan rotan telah banyak mendorong industri rotan untuk menawarkan dan memasarkan berbagai jenis kerajinan dengan keunggulan yang berbeda-beda sehingga akan menimbulkan persaingan industri dalam merebut hati konsumen di dalam pangsa pasar agar volume pemasaran dapat di tingkatkan atau minimal di pertahankan. Kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli berkembang sangat pesat dimana pengrajin yang dulunya bekerja sebagai kuli bangunan kini telah

²Riski Ananda, *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang*. (Vol. 3 No. 2 Summer 2016)

beralih profesi menjadi pemilik industri kerajinan sangkar burung tersebut sehingga dari banyaknya usaha kerajinan rotan yang baru tentu akan semakin memperketat persaingan dan berpengaruh kepada sistem pemasarannya. Walaupun dalam pemasarannya kerajinan sangkar burung tersebut masih dikuasai oleh para tengkulak hal ini disebabkan oleh minimnya sumber daya manusia yang ada dan minimnya ketersediaan suntikan dana atau penyuluhan dari aparat setempat dan hal ini menyebabkan para tengkulak masuk dengan bebas dan mempermainkan harga pasar.

Dalam menjalankan usahanya tersebut para pemilik usaha memperkerjakan para anggota keluarganya baik perempuan maupun laki-laki, baik muda maupun yang sudah memasuki usia lanjut, hal ini dikarenakan dalam pengerjaan satu buah produk tidak bisa dikerjakan oleh satu orang melainkan dikerjakan oleh beberapa orang yang sudah dibagi tugasnya masing-masing sesuai tingkat kesulitannya, yang mana untuk para perempuan ditempatkan untuk melukis serta menyerut belahan bambu untuk dihaluskan permukaannya sesuai dengan ukuran yang sudah dibuat. Sedangkan untuk para laki-laki bertugas untuk melamir permukaan kurungan serta adapula yang membuat lingkaran rotan sebelum dirangkai, untuk proses selanjutnya yaitu menyatukan beberapa bagian yang telah selesai dibuat. Sedangkan untuk waktu pembuatan masih mengandalkan matahari dalam pengeringan dari proses pengecatannya dan tergantung juga pada tingkat kesulitannya serta bahan-bahan yang digunakan dari kerajinan tersebut, yang mana semakin bagus bahan yang digunakan dan desain yang dibuat akan

mempengaruhi harga jualnya. untuk ketentuan harga jual dari produk yang memiliki kualitas biasa dibandrol Rp. 45.000,00 sampai Rp. 75.000,00, dan untuk yang sedang mulai dari harga Rp. 80.000,00 sampai Rp. 145.000,00, dan yang terakhir adalah jenis yang paling baik dibandrol mulai dari Rp. 185.000,00 hingga bisa mencapai Rp. 2.000.000,00.

Tabel 1.1
Jumlah Produksi Sangkar Burung³

No	Nama Informan	Bentuk	Jumlah Produksi Dalam Sebulan
1	A. Hj. Tasrip	Melingkar/Bulat	38, 52, 45, 20 buah
2	Bapak Agus	Melingkar/Bulat	38, 50, 20 buah
3	Bapak Hartono	Melingkar/Bulat	39, 40, 46 buah
4	Bapak Sofi	Melingkar/Bulat	36, 42, 52 buah

Hal yang menarik dari penelitian ini adalah pengrajin *home* Industri sangkar burung adalah usaha rumah tangga yang telah didirikan secara turun-temurun dari keluarga informan penelitian. Sebagian besar penduduk atau keluarga di Desa Dawuhan Mangli berprofesi sebagai pengrajin sangkar burung. Bahkan hampir 70% adalah pengrajin sangkar burung selain berprofesi sebagai petani.

Masing-masing *home* industri kerajinan sangkar burung memiliki motif lukisan yang bercirikan khas dan berbeda. Pemasaran Kerajinan sangkar burung yang diproduksi oleh pengrajin sangkar burung telah tersebar di daerah Jember hingga ke luar kota Jember misalnya di daerah Surabaya,

³Yasir(Pengrajin Sangkar Burung), *Wawancara*, Desa Dawuhan Mangli Sukowono, 25 Agustus 2019.

Malang, Kudus, Madura, Bali, NTT serta di daerah lain di pulau Jawa dan luar Jawa bahkan kerajinan sangkar burung dijadikan *icon* dari Desa Dawuhan Mangli. Perbedaan cara penjualan dan pemasaran sangkar burung juga mempengaruhi pendapatan dan juga jumlah produksi kerajinan sangkar burung di Dawuhan Mangli. Sehingga diharapkan peran dari tengkulak dapat membantu kesulitan yang dialami pengrajin terutama dalam hal penjualan atau pemasaran.

Berdasarkan permasalahan di atas akan berdampak kepada tingkat produksi dari kerajinan sangkar burung tersebut karena harga yang ditawarkan oleh para tengkulak lebih sedikit di bawah harga pasaran. Sehingga berdampak pada tidak mampunya pengrajin untuk mencapai target yang diinginkan, berarti jika hal ini terus berlanjut tentu hal ini menjadi masalah dalam kelangsungan hidup usaha kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli. Hal-hal demikian dalam industri dan sistem pemasaran suatu produk sudah menjadi suatu permasalahan yang tak berujung sehingga pada akhirnya perputaran ekonomi tetap saja berpusat kepada para tengkulak dan kepada pemilik modal saja, sedangkan kepada para pekerja tidak ada perkembangan yang signifikan kepada perekonomian dan kesejahteraan mereka. Dengan begitu, maka penelitian ini berjudul :

Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran produk kerajinan sangkar burung yang digunakan di Desa Dawuhan Mangli?
2. Bagaimana peran tengkulak dalam meningkatkan kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli?
3. Bagaimana sistem penjualan yang digunakan oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk kerajinan sangkar burung yang digunakan di Desa Dawuhan Mangli.
2. Untuk mengetahui peran tengkulak dalam meningkatkan penjualan kerajina sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli.
3. Untuk mengetahui sistem penjualan yang di gunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

4. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai acuan bagi para akademisi atau mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya, khususnya dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

5. Manfaat Praktis

- a. Bagi Desa Dawuhan Mangli : dengan adanya pemberdayaan masyarakat melalui usaha kerajinan rotan dapat mengetahui dampak dari Pemberdayaan Ekonomi masyarakat terhadap peningkatan ekonomi keluarga di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.
- b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Jember : hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi kajian akademik.
- c. Bagi Penulis : dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengetahui tentang proses pengelolaan dan sistem penjualan yang di gunakan oleh para pengrajin rotan di Desa Dawuhan Mangli serta kita peneliti dapat mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh para pengrajin dalam memasarkan produknya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ialah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi sebuah titik perhatian seorang peneliti di dalam sebuah judul penelitian. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh oleh peneliti.

1. Tengkulak

Tengkulak memiliki beberapa peran yaitu tengkulak sebagai pengumpul, pembeli, penghubung, pemasar, dan kreditor atau pemilik modal. Tengkulak sebagai pengumpul yaitu maksudnya ia berperan

mengumpulkan produk hasil produksi kerajinan rotan dari para pengrajin yang ada.⁴

2. Pemasaran

Pemasaran ialah merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain ataupun segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen hingga konsumen.⁵

3. Kerajinan

Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang di hasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan).

Kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan alam.⁶

Sedangkan rotan merupakan salah satu tumbuhan hutan yang mempunyai nilai jual atau komersil dengan cukup tinggi, selain itu rotan sebagai sumber devisa negara yang pemanfaatannya banyak melibatkan petani ataupun para pengrajin. Rotan pada umumnya tumbuh secara alami, tersebar mulai dari daerah pantai hingga pegunungan.⁷

⁴Erfrida Nurul Azizah, "Peran Positif Tengkulak dalam Pemasaran Buah manggis Petani: Study Jaringan Sosial Tengkulak di Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor," Indonesian Journal of Sociology and Education Policy, 85-86.

⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang:Universita Brawijaya, 2011), 02.

⁶ Kerajina Tangan, http://id.wikipedia.org/wiki/kerajinan_htrn. diakses pada tanggal 14 april 2019 pukul 16.05 WIB.

⁷ Agus A. Kunut, Dkk, "Keanekaragaman Jenis Rotan (*Calamus Spp.*) Di Kawasan Hutan Lindung Wilayah Kecamatan Dampelas Sojol Kabupaten Donggala". *Warta Rimba*, Vol.2. No.2, summer 2014, 102.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan gambaran singkat tentang skripsi yang dikemukakan secara beraturan dari bab per bab dengan sistematis, dengan tujuan agar pembaca dapat dengan mudah mengetahui gambaran isi skripsi secara global. Skripsi ini terdiri dari lima bab, secara garis besarnya adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, kemudian dilanjutkan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian kepustakaan yang terdiri dari kajian terdahulu yang memuat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan kajian teori yang digunakan sebagai perspektif oleh peneliti. Bab ini berfungsi untuk landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisis data yang diperoleh.

Bab III merupakan penyajian metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Di dalamnya berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan terakhir adalah tahap-tahap penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris yang terdiri dari gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, serta diakhiri dengan pembahasan temuan. Bab ini berfungsi sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang diperoleh guna menemukan kesimpulan.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan serta saran-saran yang dikembangkan berdasarkan temuan dari penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui keaslian yang akan di hasilkan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan Industri, beberapa penelitian tersebut ialah :

1. Penelitian yang dilakukan Ahmad Kholilurrahman tentang “*Analisis strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Kue Pia di Industri pia DC Dusun Pondok Lalang Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember*”,(2018), Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.⁸

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad KholilurRahman mengenai strategi pemasaran yang digunakan perusahaan industri pia DC dalm meningkatkan volume penjualan kue.

- a. Produk, perusahaan industri pia DC sangatlah menjaga kualitas baik dari segi kebersihan maupun kemasan kue yang di hargai dengan Rp 6500.
- b. Promosi yang dilakukan oleh industri pia DC yaitu melalui mulut kemulut dan bener.

⁸Ahmad Kholilurrahman tentang “*Analisis strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Kue Pia di Industri pia DC Dusun Pondok Lalang Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember*” (Skripsi Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2018).

- c. Distribusi, pendistribusian yang dilakukan oleh perusahaan pia DC melalui dua cara yaitu berinteraksi langsung dengan pembeli dan melalui distributor.
2. penelitian yang dilakukan oleh Erika Kusuma Yudha tentang “*Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Desa Rimpak Kecamatan Sapuran Kabupaten Wonosobo*”, (2017), Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.⁹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erika Kusuma Yudha menunjukkan bahwa dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat melalui usaha kerajinan tangan anyaman bambu bisa dilakukan dengan cara menambah motivasi kerja masyarakat Desa Rimpak melalui suatu pelatihan, memberikan bantuan peralatan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam menganyam. Dari kegiatan pemberdayaan tersebut tentu masyarakat akan menjadi lebih berkembang dari segi kreatifitas dan keterampilan dalam mendesain dan menciptakan produk lokal dengan mengedepankan bahan alami yang ramah lingkungan. Dengan adanya kerajinan anyaman bambu tersebut secara tidak langsung akan memotivasi masyarakat untuk berfikir ke arah yang lebih maju serta dapat pula merubah pola gaya hidup mereka menjadi lebih baik.

Selain itu adapun faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha kerajinan anyaman tangan kerajinan bambu antara lain:

⁹Erika Kusuma Yudha tentang “*Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Desa Rimpak Kecamatan Sapuran Kabupaten Wonosobo*” (Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

- a. Faktor pendukung : sumberdaya manusia, masyarakat sekitar yang mendukung, pemerintah dan letak geografis.
 - b. faktor penghambat dalam peningkatan ekonomi masyarakat melalui usaha kerajinan tanggan anyaman bambu yaitu kesulitan akan bahan baku bambu, pemasaran serta keterbatasan modal. Dengan adanya berbagai penghambat tersebut, langkagh yang di lakukan oleh pengelola salalu eksis harus mampu mencari jalan keluar serta melakukan inovasi dalam mengatasi permasalahan yang ada.
3. penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Mega Septiani tentang “*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Dusun Satu Kecubung Terbanggi Lampung Tengah*”, (2017), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung.¹⁰

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Mega Septiani menunjukkan bahwa dalam pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal terhadap peningkatan ekonomi rumah tangga, terdapat empat tahapan yaitu : tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, tahap pendayaan dan tahap capacity building dan networking (jaringan), jika disesuaikan dengan hasil dari penelitian di lapangan maka ke empat tahapan tersebut sesuai dengan penggemuan sapi yang dilakukan oleh perusahaan, mulai dari pemberian wawasan atau pengetahuan tentang manfaat mengikuti

¹⁰Pratiwi Mega Septiani tentang “*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Dusun Satu Kecubung Terbanggi Lampung Tengah*” (Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung, 2017).

penggemukan sapi dan proses penggemukan sapi. memberikan pelatihan kepada peserta sebelum berlangsungnya penggemukan sapi pelatihannya seperti, cara memberi makan yang benar, mengukur takaran makan sapi. Memberi kebebasan kepada peserta sehingga peserta tidak hanya berpaku pada penggemukan sapi saja, melainkan dapat melakukan aktifitas pekerjaan sehari-hari, seperti bekerja di perusahaan karena pekerjaan itu adalah pekerjaan peserta sebelum mengikuti PIR. Kemudian yang terakhir yaitu pemberian jaringan kepada peserta, adapun jaringan yang dimaksud yaitu, bentuk hubungan antara masyarakat dan perusahaan, peserta dapat menjual sapi yang tidak terdaftar, artinya peserta yang mengikuti PIR dapat dengan mudah menjual sapi yang tidak di daftarkan ke perusahaan dengan mudah.

Sedangkan harga penjualan sapi mengikuti harga sapi pada umumnya dan pembagian hasil penjualan itu dipotong dari banyaknya beberapa peserta mengambil pakan sapi itulah hasil yang di dapat untuk peternak. Jadi peserta mengirim sapi tersebut kepada perusahaan untuk menjual. Perusahaan mengambil hasil dari menjual pakan sapi ke peternak dan jika perusahaan ingin menjual sapi itu kembali maka harga penjualan tersebut di naikkan sedikit dari harga yang dijual dari para peserta itu hasil yang didapat oleh perusahaan. Adapun sapi yang di syarkan oleh perusahaan beratnya sekitar 300 kg dan itu akan di urus oleh peserta selama empat bulan hingga sampai siap panen.

4. penelitian yang dilakukan oleh Tuti Marlina tentang “*Analisis Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Melalui Kerajinan Kayu dalam Pemberdayaan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus di Sanggar Dico Craft Dusun Dadapbong Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul*”, (2017), Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta.¹¹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuti Marlina menunjukkan bahwa Hasil dari pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui industri kerajinan kayu ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, diman sebelum adanya sanggar Dico Craft mayoritas penduduk hanya mengandalkan pekerjaan dari hasil serabutan saja, hingga adanya sanggar Dico Craft dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta mengurangi tingkat pengangguran masyarakat setempat. Maka pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh sanggar Dico Craft terbukti berpengaruh dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, itu terlihat dari terciptanya lapangan pekerjaan dalam mengurangi angka pengangguran di masyarakat, hingga menambah pendapatan ekonomi masyarakat dan juga untuk pemilik.

¹¹Tuti Marlina tentang “*Analisis Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Melalui Kerajinan Kayu dalam Pemberdayaan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus di Sanggar Dico Craft Dusun Dadapbong Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul*” (Skripsi Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2017).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Endang Retnowati tentang “*Pemasaran Kerajinan Besek Di Kabupaten Purworejo*”, (2016), Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo.¹²

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Endang Retnowati menunjukkan bahwa Perkembangan sektor industri di kecamatan Bener bertujuan untuk menumbuh kembangkan industri kecil, industri rumah tangga, meningkatkan peran industri kecil, dan memberdayakan ekonomi kerakyatan, serta memperkuat penguasaan teknologi peralatan dalam upaya pencapaian akses pasar dan penguasaan modal. Produk industri rumah tangga kecamatan Bener didominasi oleh besek sebagai mata pencarian utama maupun sampingan. Hal ini ini cukup berpengaruh pada tingkat pendapatan ekonomi di Kecamatan Bener. Besek bagi masyarakat Kecamatan Bener adalah sumber mata pencaharian yang sudah dilakukan secara turun temurun. Selain itu bagi masyarakat Kecamatan Bener kerajinan Besek merupakan warisan budaya.

Selain itu ada tiga saluran pemasaran besek di daerah penelitian saluran pertama adalah pengrajin langsung menjual besek kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Saluran pemasarn kedua pengrajin di juaol kepada pedagang pengecer kepada pasar tradisional kemudian di jual langsung kepada konsumen. Saluran ke tiga adalah pengrajin besek menjual besek kepada pedagang pengepul kemudian pedagang pengepul

¹²Endang Retnowati tentang “*Pemasaran Kerajinan Besek Di Kabupaten Purworejo*” (Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2016).

menjual kepada pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual kepada konsumen melalui pasar tradisional.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Azwar Anas tentang “*Peranan Sektor Industri Pengolahan Dalam Perekonomian Provinsi Jawa Tengah Dengan Pendekatan Analisis Input Output*”, (2015), Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.¹³

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Azwar Anas menunjukkan bahwa hasil analisis tabel input-output Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 dapat disimpulkan bahwa sektor industri pengolahan memiliki peranan yang cukup penting terhadap perekonomian Provinsi Jawa Tengah. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis keterkaitan bahwa sektor yang memiliki angka keterkaitan ke depan diatas rata-rata (keterkaitan total kedepan yang tinggi) diantaranya adalah sektor pertanian, sektor industri pengolahan dan sektor pertambangan galian. Sedangkan berdasarkan hasil analisis keterkaitan kebelakang menunjukkan bahwa sektor yang memiliki angka keterkaitan angka total kebelakang diatas rata-rata (keterkaitan kebelakang yang tinggi) pada perekonomian Provinsi Jawa Tengah diantaranya adalah sektor listrik, sektor industri pengolahan gas dan air bersih.

¹³Muhammad Azwar Anas tentang “*Peranan Sektor Industri Pengolahan Dalam Perekonomian Provinsi Jawa Tengah Dengan Pendekatan Analisis Input Output*” (Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015).

7. penelitian yang dilakukan oleh Titiek Kurniawati tentang “*Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu di Desa Sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*”, (2015), Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.¹⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Titiek Kurniawati menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan pengrajin bambu di Desa Sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman terbagi menjadi tiga kriteria, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Jumlah pengrajin bambu yang termasuk dalam tingkat kesejahteraan rendah sebanyak 1 orang (1,64%). Sementara itu jumlah pengrajin dengan tingkat kesejahteraan sedang sebanyak 33 orang (54,10%). Dan jumlah pengrajin yang tergolong dalam tingkat kesejahteraan tinggi sebanyak 27 orang (44,26%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara umum taraf hidup pengrajin bambu di Desa sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Tergolong Sejahtera.

Hal ini dapat diperkuat dengan pendapat yang di utaran oleh Bapak Waluyo tentang kecukupan penghasilannya dari usaha kerajinan bambu yang digelutinya. Bagtinya meskipun penghasilannya dari usaha kerajinan bambu cukup untuk kebutuhan kehidupan sehari-hari, akan tetapi tidak banyak yang disisikannya untuk ditabung.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Wuri Aryati tentang “*Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Rumput Aji Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Dusun Tanjung Gunung*

¹⁴Titiek Kurniawati tentang “*Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu di Desa Sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*” (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).

Desa Tanjung Harjo Nanggulan Kulon Progo”, (2015), Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.¹⁵

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wuri Aryanti menunjukkan bahwa dampak dari adanya pemberdayaan masyarakat melalui usaha kerajinan tangan Rumput Aji dengan mengembangkan dan membangun potensi yang ada di wilayah Desa Tanjung Harjo, baik dari potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, dari adanya sentra kerajinan rumput aji ini secara tidak langsung berdampak pada perubahan pola pikir masyarakat terhadap lingkungan yaitu untuk selalu menjaga potensi alam dan melestarikan budaya lokal melalui gotong royong sehingga pada kegiatan tersebut menumbuhkan kebersamaan dan saling berinteraksi dengan masyarakat lainnya.

Sedangkan untuk pemasaran kerajinan tangan rumput aji juga telah menerapkan sistem internet yaitu membuat blog serta memasang iklan di online shop, serta juga melalui pameran kerajinan dengan mewakili provinsinya maupun manca negara sehingga dari kegiatan tersebut tentu berdampak positif untuk kemajuan desanya.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa Sujarwati membahas tentang “*Peran Perempuan Dalam Perekonomian Rumah Tangga di Dusun Pantog Kulon,*

¹⁵Wuri Aryati tentang “*Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Rumput Aji Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Dusun Tanjung Gunung Desa Tanjung Harjo Nanggulan Kulon Progo*” (Skripsi Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).

Banjaroya, Kalibawang, Kulon Progo”, (2013), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.¹⁶

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anisa Sujarwati menyimpulkan bahwa perempuan bekerja tidaklah hanya mementingkan kepentingan dirinya sendiri, mereka bekerja karena tuntutan ekonomi dan tekanan kebutuhan hidup yang terus menerus semakin tinggi. Sehingga masyarakat pedesaan yang kondisi perekonomiannya berada pada titik menengah kebawah seringkali mereka berperan bukan hanya sebagai istri ataupun seorang ibu saja, melainkan juga berperan sebagai pekerja untuk membantu meningkatkan penghasilan suami mereka dalam memakmurkan dan menjaga kestabilan kebutuhan ekonomi keluarganya. Dusun Panthog Kulon mempunyai banyak pekerja perempuan khususnya industri pembuatan gula merah. Dimana dalam sehari para perempuan ini dapat bekerja dua kali sehari, yaitu pagi hari pukul 7 pagi sampai pukul 9 pagi dan pada sore hari pukul 4 sore sampai 7 malam. Penghasilan para perempuan pun juga tidak banyak yaitu 20 ribu sampai 40 ribu dalam sekali produksi gula merah.

Dan pada umumnya para pekerja disini dalam kegiatan produksi melibatkan peran perempuan dalam bekerja hal ini dilakukan dalam rangka untuk menambah penghasilan keluarga mereka.

Peran perempuan bekerja tidak bisa dianggap remeh karena perempuan mempunyai aktifitas lebih dari pada laki-laki. Secara otomatis peran

¹⁶Anisa Sujarwati membahas tentang “*Peran Perempuan Dalam Perekonomian Rumah Tangga di Dusun Pantog Kulon, Banjaroya, Kalibawang, Kulon Progo*” (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013).

perempuan bekerja menjadi ganda ketika pera perempuan di wajjkan melayani suami dan mendidik anak-anak mereka serta menjadi ibu rumah tangga dalam artian bekerja membuat gula merah demi kesejahteraan keluarganya.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Rochana tentang “*Peranan Industri Kerajinan Serat Alam Terhadap Pendapatan Keluarga Dan Penyerapan Tenaga kerja di Desa Tanjung Harjo Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo*”, (2013), Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.¹⁷

Hasil penelitian diatas menyimpulkan bahwa peran industri kerajinan serat terhadap penyerapan tenaga kerja di Desa Tanjung Harjo Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo sebesar 32,04%. Dimana jumlah angkatan kerja yang bekerja di industri kerajinan serat alam sebanyak 672 orang (400 orang tenaga kerja yang bekerja di industri kerajinan serat alam dan mampu melibatkan tenaga kerja keluarga sebanyak 272 orang). Sedangkan jumlah angkatan kerja di desa Tanjung Harjo sebanyak 2097 orang. Sedangkan terhadap pendapatan keluarga dari industri kerajinan serat alam selama 1 bulan sebanyak Rp.385.000.00 dan rata-rata total pendapatan keluarga sebesar Rp 1.112.000.00. jadi peranan industri kerajina serat alam terhadap pendapatan keluarga di Desa Tanjung Harjo kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo sebesar 34,62% dari

¹⁷Rochana tentang “*Peranan Industri Kerajinan Serat Alam Terhadap Pendapatan Keluarga Dan Penyerapan Tenaga kerja di Desa Tanjung Harjo Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo*” (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

hal ini tentu dapat di ketahui bahwasannya kerajinan ini patut untuk di apresiasi dan di kembangkan melihat potensi yang ada dan diperlukannya perhatian khusus oleh pemerintah.

Tabel 1 Persamaan Dan Perbedaan

N0	Nama Peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ahmad Kholilurrahman Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2018.	Analisis strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan volume Penjualan Kue Pia di Industri Pia DC Dusun Pondok Lalang desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember	Sama-sama membahas tentang emasaran	Pada fokus penelitian yang diteliti.
2	Erika Kusuma Yudha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan kali Jaga Yogyakarta, 2017.	Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Desa Rimpak Kecamatan Sapuran Kabupaten Wonosobo.	Sama-sama membahas tentang industri bambu. Dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Rumusan masalah yang diangkat.
3	Pratiwi Mega Septiani Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Raden Intan Lampung, 2017.	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Di Dusun Satu Kecubung Terbanggi Lampung Tengah.	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Rumusan masalah yang diangkat.
4	Tuti Marlina Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2017.	Analisis Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Melalui Kerajinan Kayu dalam Pemberdayaan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus di Sanggar Dico Craft Dusun Dadapbon	Sama-sama menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif.	Pada objek industri yang di teliti.

		Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul.		
5	Endang Retnowati Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2016.	Pemasaran Kerajinan Besek di Kabupaten Purworejo.	Sama-sama membahas tentang industri bambu. Dan menggunakan kualitatif deskriptif.	Proses pengumpulan data menggunakan populasi dan sampel.
6	Muhammad Azwar Anas Jurusan Ekonomi Pembangunan fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015.	Peranan Sektor Industri Pengolahan Dalam Perekonomian Provinsi Jawa Tengah Dengan Pendekatan Analisis Input Output.	Sama-sama membahas tentang industri.	penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.
7	Titiek Kurniawati Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.	Tingkat kesejahteraan Pengrajin Bambu di Desa Sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.	Sama-sama membahas tentang industri.	penelitian menggunakan metode Mix.
8	Wuri Aryanti Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.	Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Rumput Aji Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Dusun Tanjung Gunung Desa Tanjung Harjo Nanggulan Kulon Progo.	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan adanya kesamaan dalam metode pengumpulan data.	Pada objek industri yang di teliti.
9	Anisa Sujarwati Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Univeritas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.	Peran Perempuan Dalam Perekonomian Rumah Tangga di Dusun Pantog Kulon Banjaroya, kalibawang, kulon progo.	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Proses pengumpulan data.
10	Rochana Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi	Peranan Industri Kerajinan Serat Alam Terhadap Pendapatan Keluarga Dan Penyerapan Tenaga	Sama-sama membahas tentang industri.	penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

	Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.	Kerja di Desa Tanjung Harjo Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo.		
--	--------------------------------------	--	--	--

B. KajianTeori

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu ataupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen.

Sedangkan pemasaran menurut American Marketing Association (AMA) merupakan fungsi dari sekelompok orang ataupun organisasi dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan tujuan untuk menguntungkan organisasi serta pihak-pihak yang berkepentingan (satke holder).¹⁸

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberi kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta

¹⁸ Franky Slamet, DKK, *Dasar-Dasar Kewirauhaan Teori dan Praktik* (Jakarta: Indeks, 2018), 79.

mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan konsumen.

Adapun implementasi dari pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktifitas sehari-hari, dari bulan kebulan yang secara efektif melaksanakan suatu rencana pemasaran. Dari kegiatan ini dibutuhkannya suatu program tindakan yang mampu menarik semua orang atau semua aktifitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranana penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

Implementasi yang sukses tergantung dari beberapa kegiatan kunci yaitu:

- a. Pengorganisasian kegiatan pemasaran ,yaitu: proses menciptakan hubungan antarfungsi personalia dan factor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan harus bias mencapai tujuan yang benar,meliputi : pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab, dan pelaporankerja.

Tujuan :setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak over loepingterhadappekerjaan.

- b. Pengarahan kegiatan pemasaran yaitu: usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agar semuan yaitu dapat dilaksanakan dengan baik, meliputi:

- 1) Pemberian perintah secara baik harus ada follow upnya, secara seksama, perlu penjelasan sehingga ada pengertian dan sifatnya konsultatif.
- 2) Motivasi
- 3) kepemimpinan

Dengan pengarahan segala kegiatan yang menyimpang akan terdeteksi dan pimpinan akan dapat memberikan motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang sesuai harapan serta akan terjadinya harmonisasi antara anggota organisasi.

c. Pengkoordinasian kegiatan pemasaran yaitu :

Usaha mengsinkronisasikan dan menyatukan segala kegiatan pemasaran dalam organisasi agar tercapai tujuan efektif dan efisien.

Cara-cara menjalankan koordinasi yang efektif dengan berbagai cara yaitu :

- 1) Diadakannya prosedur yang terang dan jelas dan tentukan tanggal penyelesaian (*dead line*)
- 2) Koordinasi dilakukan secara formal melalui pimpinan staf pembantu, panitia maupun pejabat penghubung tetap dilakukan kontak tidak formal.¹⁹

d. Adapun konsep inti pemasaran di antaranya terdiri dari beberapa hal yaitu:

¹⁹Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 2-5.

- 1) yang pertama permintaan yang mana dengan keinginan dan kebutuhan serta keterbatasan sumber daya alam tersebut sehingga pada akhirnya manusia akan menciptakan permintaan akan produk atau jasa dengan manfaat ataupun nilai guna yang paling memuaskan dan menguntungkan. dengan demikian muncullah istilah permintaan yaitu keinginan manusia akan produk spesifik yang di dukung oleh kemampuan dan ketersediaan untuk membelinya.
- 2) keinginan bentuk kebutuhan manusia yang di hasilkan oleh suatu budaya dan kepribadian individual yang dinamakan oleh keinginan. keinginan di gambarkan dalam bentuk obyek yang akan memuaskan kebutuhan mereka ataupun keinginan adalah hasrat akan penawar kebutuhan yang spesifik. masyarakat yang semakin berkembang keinginannya pun juga semakin luas tetapi adanya keterbatasan dalam hal dana, waktu, tenaga dan ruang sehingga dibutuhkan perusahaan yang bisa memuaskan keinginan sekaligus memenuhi kebutuhan manusia dengan menembus keterbatasan tersebut, paling tidak meminimalisasi keterbatasan sumber daya.
Contohnya : manusia butuh makan tetapi keinginan untuk memuaskan lapar tersebut tergantung dari budayanya dan lingkungan tumbuhnya. Orang Yokya akan memenuhi kebutuhan makanannya dengan gudeg, orang Jepang akan memuaskan keinginannya dengan makanan sukayaki.

3) kebutuhan manusia adalah yang melandasi adanya pemasaran di sebabkan pernyataan dari dasar kehilangan, dan manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan manusia yang kompleks tersebut bukan hanya tentang fisik (makanan, pakaian, perumahan, dll) melainkan juga rasa aman, aktualisasi diri, sosialisasi, penghargaan, kepemilikan semua kebutuhan berasal dari masyarakat konsumen, bila tidak puas konsumen akan mencari produk atau jasa yang akan memuaskan kebutuhannya tersebut.²⁰

2. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.²¹

Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai upaya menyusun prajurit yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menakhlikkan musuh dan memperoleh wilayah baru. Namun istilah tersebut tidak hanya digunakan dalam konteks militer saja, bisnis juga

²⁰ Ibid., 09.

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2001), 3.

menggunakan istilah strategi ini. Dalam konteks bisnis, strategi adalah rencana yang disatukan secara luas dan terintegrasi guna menghubungkan keunggulan taktik perusahaan menghadapi pasar dengan tantangan lingkungan. Taktik ini juga dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.²²

1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah suatu perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan semua faktor yang dapat dikuasai oleh seseorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa.²³ Faktor yang mempengaruhi yaitu: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, packaging, dan public relations.*

Bauran pemasaran memiliki pengertian sebagai kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Bauran pemasaran dibuat dalam satuan unit segmen pasar, sehingga masing-masing segmen memerlukan bauran pemasaran yang berbeda. Dari masing-masing segmen tersebut haruslah saling terintegrasi, dalam arti masing-masing saling berhubungan dan saling mendukung.

²² Lawrence R. Jauch dan Wiliam G., *Bussines Policy and Strategic Manajement* (New York: McDraww-Hill, 1998), 9.

²³ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 76.

Integrasi ini perlu dicapai agar dampak dari bauran pemasaran lebih besar.²⁴

a. *Product (Produk)*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan meliputi: barang fisik, jasa, penginapan, orang atau pribadi, tempat, ataupun organisasi. Secara konseptual, produk merupakan pemahaman subjektif atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut disesuaikan dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.²⁵

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk ialah hasil barang dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan produk ialah alat dari perusahaan untuk mencapainya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.²⁶

²⁴ Suharno & Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 27.

²⁵ Fandy, *Strategi Pemasaran*, 95.

²⁶ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 35.

Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Selain produk utama ada beberapa atribut yang menyertai produk, beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk adalah:

1) Merek (*Branding*)

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari individu atau kelompok penjual, dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil ataupun gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.²⁷

2) Pemberian Label (*Labeling*)

Pemberian label berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicatitkan pada produk. Label memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian dan kinerja produk,

²⁷ Ibid., 36.

serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berkaitan dengan produk.

3) Layanan Pelengkap (*Supplementary Services*)

Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lain, tetapi layanan pelengkapnya memiliki kesamaan. Layanan pelengkap ini dapat diklasifikasikan dalam bentuk: informasi mengenai jadwal penyampaian produk/jasa, harga, intruksi mengenai cara menggunakan produk, pemberitahuan adanya perubahan dan konsultasi pemberian saran, *auditing*, dan konsultasi manajemen/teknis.²⁸

4) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi: daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Management*” (TQM).²⁹ Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.

²⁸ Fandy, *Strategi Pemasaran*, 107.

²⁹ Susatyo, *Basic Marketing*, 36.

b. *Price (Harga)*

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau dengan kata lain bahwa jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dengan manfaat atas menggunakan produk perusahaan.³⁰ Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan.³¹

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.³²

1) Metode Penetapan Harga

Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantara tiga perangkat bertimbangan sebagai berikut:

a) *Cost-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan biaya)

- *Cost Plus Pricing* (penetapan biaya plus). Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling

³⁰ Kementerian Pendidikan Dan Budaya, *Kewirausahaan* (Jakarta, 2013), 229.

³¹ Agustina, *Manajemen Pemasaran*, 102.

³² Susatyo, *Basic Marketing*, 47.

sederhana, dimana metode ini menambahkan standar *mark-up* terhadap biaya produksi.

- *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran).

Suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.

- b) *Value-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan) untuk menetapkan suatu harga.

- c) *Competition-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan)

- *Going-Rate Pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku). Perusahaan mendasarkan harganya pada harga persaingan dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

- *Scaled-Bid Pricing* (penetapan harga penawaran tertutup). Perusahaan menetapkan persaingan dan bukan

berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.³³

2) Tujuan Penetapan Harga

- a) Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Hal ini dilakukan dengan menetapkan harga yang kompetitif agar supaya perusahaan mendulang untung yang maksimal.
- b) Mempertahankan perusahaan dari majin keuntungan yang di dapat perusahaan guna untuk membayar biaya operasional perusahaan. Contoh: untuk gaji/upah karyawan, untuk membayar tagihan listrik, tagihan air bawah tanah, pembelian bahan baku, biaya transportasi, dan lain sebagainya.
- c) Menggapai ROI (*Return on Investment*). Perusahaan pasti menginginkan balik modal dari investasi yang ditanamkan pada perusahaan sehingga penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali.
- d) Menguasai pangsa pasar dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing serta dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran.
- e) Mempertakankan kualitas QUO. Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya pengaturan

³³ Ibid., 49.

harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.³⁴

c. *Place* (Tempat/Distribusi)

Tempat atau saluran distribusi adalah sekumpulan pihak yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mendistribusikan produk atau jasa, sehingga siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Saluran distribusi terdiri dari pihak-pihak perusahaan, penyalur, agen, dan retail hingga kepada konsumen. Mata rantai saluran ini menghubungkan antar pihak-pihak tersebut, sehingga menjadi kesatuan yang saling mempengaruhi.³⁵

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri.³⁶

1) Jenis-jenis Saluran Distribusi

- a) Perantara pedagang. pada dasarnya perantara pedagang (*merchant middlemen*) ini bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Perantara

³⁴ Ibid., 48.

³⁵ Suharno & Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 214.

³⁶ Susatyo, *Basic Marketing*, 50.

pedagang adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer, pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

- b) Perantara agen. Perantara agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.³⁷

2) Fungsi Saluran Distribusi

Saluran distribusi umum memiliki fungsi untuk memindahkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Secara khusus fungsi saluran distribusi telah berkembang menjadi unit yang menjalankan multi tugas, yaitu:

- a. Informasi, yaitu peran saluran distribusi dalam mengumpulkan dan mendistribusikan informasi yang diperoleh baik dari dan kepada pembeli atau pemasar.
- b. Kontak, yaitu peran saluran distribusi sebagai pihak yang melakukan pertemuan dan berkomunikasi dengan calon pelanggan. Fungsi ini penting mengingat peran kontak

³⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 291.

inilah kinerja layanan akan terlihat, dan menentukan kepuasan pelanggan.

- c. Penyesuaian, yaitu peran saluran distribusi dalam membentuk dan menyesuaikan tawaran tertentu dengan kebutuhan pembeli.
- d. Negosiasi, yaitu fungsi saluran untuk mencapai persetujuan mengenai harga dan syarat lainnya mengenai tawaran sehingga pemindahan kepemilikan dapat dilakukan.
- e. Peran lain, yaitu peran dari anggota saluran distribusi khususnya yang membantu dalam pengiriman, penyimpanan barang, pembiayaan, dan penanggungan resiko.³⁸

d. *Promotion (Promosi)*

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi menjadi salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berkelanjutan. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan

³⁸ Suharno, *Marketing in Practice*, 216.

menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.³⁹

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Promosi dijadikan sebagai acuan dari *marketing mix* yang dapat menciptakan permintaan atas produk.⁴⁰

1) Model Komunikasi Pemasaran

Ada tiga unsur pokok dalam struktur proses komunikasi pemasaran, diantaranya yaitu:

a) Pelaku komunikasi

Terdiri atas pengirim (*sender*) atau komunikator yang menyampaikan pesan dan penerima (*receiver*) atau komunikan pesan. Dalam konteks ini, komunikatornya adalah produsen/perusahaan, sedangkan komunikannya adalah khalayak, seperti pasar pribadi, pasar organisasi, maupun masyarakat umum yang berperan sebagai *initiator*, *influencer*, *decider*, *purchaser*, dan *user*).

b) Material Komunikasi

³⁹ Susatyo, *Basic Marketing*, 56.

⁴⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 264.

Ada beberapa material komunikasi pemasaran yang penting, yaitu :

- Gagasan, yaitu materi pokok yang hendak disampaikan pengirim.
- Pesan (*message*), yakni himpunan berbagai simbol (oral, verbal, atau non-verbal) dari suatu gagasan. Pesan hanya dapat dikomunikasikan melalui suatu media.
- Media, yaitu pembawa (*transporter*) pesan komunikasi. Pilihan komunikasi pemasaran dapat bersifat personal maupun non-personal.
- *Responden*, yaitu reaksi pemahaman atas pesan yang diterima oleh penerima.
- *Feed-back*, yaitu pesan umpan balik dari sebagian atau keseluruhan respon yang dikirim kembali oleh penerima pesan.⁴¹
- Gangguan (*noise*), yaitu segala sesuatu yang dapat menghambat kelancaran proses komunikasi. Paling tidak ada lima macam gangguan yang biasanya menghambat proses komunikasi pemasaran, yaitu gangguan fisik, masalah semantik/bahasa, perbedaan budaya, efek status, dan ketiadaan umpan balik.

⁴¹ Fandy, *Strategi Pemasaran*, 220.

c) Proses Komunikasi

Proses penyampaian pesan (dari pengirim kepada penerima) maupun pengirim kepada respon (dari penerima kepada pengirim) akan memerlukan dua kegiatan, yaitu:

- 1) *Encoding* adalah proses merancang atau mengubah gagasan secara simbolik menjadi suatu pesan untuk disampaikan kepada penerima.
- 2) *Decoding* adalah proses menguraikan atau mengartikan simbol sehingga pesan yang diterima dapat dipahami.⁴²

2) Promotional Mix

Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi adalah:

- a) Periklanan: bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b) *Personal Selling*: presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

⁴² Ibid., 220.

- c) Publisitas: pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa.⁴³
- d) Promosi penjualan: kegiatan pemasaran yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer dengan cara peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

e. *People* (Orang)

Orang adalah individu atau kelompok yang memainkan peranan dalam penyajian produk dan layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Karakteristik dalam orang ini berarti berhubungan dengan pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.⁴⁴

Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai penjual. Oleh karena itu penting kiranya semua kinerja karyawan harus diorientasikan kepada konsumen. Itu berarti perusahaan harus merekrut dan mempertahankan karyawan yang mempunyai *skill*, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

⁴³ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, 350.

⁴⁴ Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2005), 62.

People dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting. Oleh perusahaan aspek *people* ini memegang peranan dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu produk yang ditawarkan terhadap *image* perusahaan yang bersangkutan.⁴⁵

f. *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, dan mekanisme yang berhubungan dengan dimana produk atau jasa dihasilkan serta disampaikan kepada konsumen. Untuk perusahaan barang dan jasa, kerjasama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam membuat dan melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴⁶

Seluruh aktivitas kerja adalah sebuah proses, proses yang melibatkan tugas-tugas dan rutinitas mengenai tata cara pembuatan produk, penetapan harga, pendistribusian barang, dan langkah mengenai pemasaran yang efektif dan efisien.

Proses dapat dibedakan menjadi dua cara yaitu:

⁴⁵ Ibid., 63.

⁴⁶ Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 76.

- 1) Kompleksitas, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
- 2) Keragaman, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahapan proses.⁴⁷

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Situasi yang dimaksud adalah kondisi geografis dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, pencahayaan, dan susunan barang dagangan (produk) serta benda-benda lain yang mengelilingi subyek stimulus. Lingkungan fisik membantu membentuk perasaan dan reaksi yang tepat antara karyawan dan konsumen. Bukti fisik dalam mempengaruhi perilaku pembeli terbagi menjadi tiga aspek, yaitu:

- 1) Sebagai medium yang menimbulkan perhatian untuk membuat lingkungan fisik tersebut menonjol dari bangunan kompetitor dan untuk menarik pelanggan dari segmen sasaran.
- 2) Sebagai medium yang menyampaikan pesan dengan menggunakan syarat-syarat simbolis untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang diinginkan tentang sifat dan kualitas khusus produk tersebut.
- 3) Sebagai medium yang menciptakan efek dengan menggunakan warna, tekstur, suara, aroma, dan desain untuk menciptakan

⁴⁷ Ibid., 77.

atau meningkatkan selera barang, jasa, atau pengalaman tertentu.⁴⁸

h. Packaging (Pengemasan)

Pengemasan adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan merupakan bagian utama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Kemasan juga mempengaruhi pengalaman produk konsumen di kemudian hari.⁴⁹

Kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi produsen. Perusahaan memasukkan bahan dan fitur unik seperti lubang dan bukaan yang dapat disegel kembali merupakan salah satu bentuk inovasi yang memudahkan konsumen.⁵⁰ Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Tujuan penggunaan kemasan yaitu:

- 1) Sebagai pelindung isi (*protection*), misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar/isi, dan sebagainya.
- 2) Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operating*), misalnya supaya tidak tumpah, sebagai alat pemegang, mudah menyempitkannya, dan sebagainya.

⁴⁸ Ibid., 89-90.

⁴⁹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 27.

⁵⁰ Ibid., 28.

- 3) Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*), misalnya untuk diisi kembali atau untuk wadah lain.
- 4) Memberikan daya tarik (*promotion*), yaitu aspek artistik, warna, bentuk, maupun desainnya.
- 5) Sebagai identitas (*image*) produk, misalnya berkesan kokoh/awet, lembut, atau mewah.
- 6) Distribusi (*shipping*), misalnya mudah disusun, dihitung, dan ditangani.
- 7) Informasi (*labeling*), yaitu menyangkut isi, pemakaian dan kualitas.
- 8) Sebagai cermin inovasi produk, berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.⁵¹

i. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Hubungan masyarakat adalah kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi dengan khalayak. Hubungan masyarakat meliputi berbagai program untuk mempromosikan atau melindungi citra atau produk individual perusahaan. Perusahaan tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi juga berhubungan dengan sejumlah besar masyarakat yang berminat.⁵²

Perusahaan yang bijaksana mengambil langkah konkrit untuk mengelola hubungan yang berhasil dengan masyarakat

⁵¹ Fandy, *Strategi Pemasaran*, 106.

⁵² Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 229.

kuncinya. Sebagian besar perusahaan mempunyai departemen hubungan masyarakat yang mengamati sikap masyarakat di dalam organisasi serta mendistribusikan informasi dan komunikasi untuk membangun itikad baik (*goodwill*). Departemen humas terbaik membimbing manajemen puncak untuk menerapkan program yang positif dan menghilangkan praktik yang patut dipertanyakan sehingga publisitas negatif tidak timbul.

Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran yang penting, dimana perusahaan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan peyalur, tetapi juga berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Tugas dari hubungan masyarakat antara lain:

- 1) Mengembangkan citra.
- 2) Mendukung aktivitas komunikasi lainnya.
- 3) Mengatasi permasalahan dan isu yang ada.
- 4) Memperkuat penentuan posisi perusahaan.
- 5) Mempengaruhi publik secara spesifik.
- 6) Mengadakan peluncuran untuk produk baru.⁵³

Untuk strategi pemasaran terdapat 2 cara yang dapat diterapkan yaitu pemasaran secara masal dan pemasaran dengan sasaran, dimana strategi pemasaran itu menitik beratkan pada beberapa pembeli ataupun konsumen yang dituju serta di jadikan sasaran (*target costumer*) dengan

⁵³ Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 181.

cara mengembangkan marketing mix yang lebih memuaskan dan menguntungkan dibandingkan dengan pesaing. Hal ini merupakan penerapan yang logis tentang konsep pemasaran pendekatan yang berorientasi pada pasar ini di sebut pemasaran dengan sasaran (target marketing). Ini berbeda dengan pemasaran massal yang berorientasi pada produksi.

Perlu diketahui bahwasannya pemasaran dengan sasaran itu tidak terbatas pada segmen pasar yang kecil saja, tetapi masing-masing segmen bersifat homogen. Sedangkan dalam pemasaran massal tidak terdapat sasaran yang lebih spesifik. Pada pemasaran massal ini perusahaan beranggapan bahwa setiap orang mempunyai keinginan yang sama dan akan membutuhkan produk yang akan ditawarkan. Jadi, setiap orang dipandang sebagai pembeli potensial.⁵⁴

3. Sistem Penjualan

a) Pengertian Sistem Penjualan Tunai

Aktivitas perusahaan pada umumnya berujung pada kegiatan penjualan. Penjualan merupakan suatu fungsi yang dianggap sebagai ujung tombak dalam suatu perusahaan Karena fungsi itulah perusahaan memperoleh pendapatan.

Sistem penjualan adalah suatu kesatuan proses yang saling mendukung dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan bersama – sama mendapatkan kepuasan dan keuntungan. Sedangkan

⁵⁴ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), 11.

menurut Mulyadi Sistem penjualan tunai adalah sistem yang melibatkan sumber daya dalam suatu organisasi, prosedur, data, serta sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.⁵⁵

Sistem penjualan tunai merupakan sistem yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Setelah uang diterima perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan. Menurut definisi lain penjualan tunai adalah penjualan barang dengan menerima pembayaran kas atau secara tunai dari pelanggan pada saat terjadinya penjualan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Penjualan tunai merupakan penjualan dengan mengambil barang dari supplier dan langsung dikirim ke customer secara pembayaran langsung dengan menggunakan uang tunai. Dan Sistem penjualan tunai adalah sistem serta prosedur yang mengorganisasi formulir, catatan, laporan dan transaksi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan perusahaan yang berasal dari transaksi penjualan tunai atau transaksi lain yang

⁵⁵ <http://eprints.uny.ac.id/9054/3/BAB%20%20-08412141016.pdf>

dapat menambah kas perusahaan dengan menggunakan suatu media agar dapat menyediakan informasi yang dibutuhkan manajemen.⁵⁶

Pada perusahaan yang relatif kecil fungsi pesanan penjualan dan pembuatan faktur biasanya dirangkap oleh pegawai tertentu di bagian pemasaran. Namun pada perusahaan yang relatif besar biasanya bagian order penjualan dan bagian pembuatan faktur dapat dipisah pada bagian-bagian sendiri. Bagian pesanan atau order penjualan bertugas sebagai berikut:

- 1) Mengedit atau melengkapi pesanan pelanggan
- 2) Menentukan tanggal pengiriman, rute pengiriman, alat transportasi yang digunakan, dari gudang mana barang harus dikirim

b) Fungsi- fungsi yang Terkait

Berikut ini merupakan Fungsi yang terkait dengan penjualan tunai yaitu :

1) Fungsi Penjualan

Dalam transaksi penerimaan kas dari penjualan tunai, fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima order dari pembeli, mengisi faktur penjualan tunai , dan menyerahkan faktur tersebut kepada pembeli guna kepentingan pembayaran harga barang ke fungsi kas.

Dalam struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian order penjualan.

⁵⁶ <http://eprints.uny.ac.id/9054/3/BAB%20%20-08412141016.pdf>

2) Fungsi Kas

Dalam transaksi ini penerimaan kas dari penjualan tunai, fungsi ini bertanggung jawab sebagai penerimaan kas dari pembeli. Dalam struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian kas.

3) Fungsi Gudang

Dalam transaksi penerimaan kas dari penjualan tunai, fungsi ini bertanggungjawab untuk menyiapkan barang yang dipesan oleh pembeli, serta menyerahkan barang tersebut kepada fungsi penerimaan. Dalam struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian gudang

4) Fungsi Pengiriman

Dalam transaksi penerimaan kas dari penjualan tunai, fungsi ini bertanggung jawab sebagai pencatat transaksi penjualan dan penerimaan kas serta pembuatan laporan penjualan. Dalam struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian jurnal.

5) Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab sebagai pencatat transaksi penjualan dan penerimaan kas serta membuat laporan penjualan saat transaksi penjualan telah dilaksanakan. Fungsi ini berada di tangan bagian jurnal⁵⁷

Sedangkan menurut Narko membagi menjadi beberapa bagian yaitu:

⁵⁷ <http://eprints.uny.ac.id/9054/3/BAB%20%20-08412141016.pdf>

1) Bagian Penjualan

Dimana bagian ini bertugas untuk menerima pesanan dari pembeli, mengedit pesanan, dan memintakan persetujuan dari bagian keuangan.

2) Bagian Gudang / Pengiriman

Bagian ini bertugas untuk mengirimkan barang yang dibeli atas dasar pesanan dari bagian penjualan.

3) Bagian Penagihan

Bagian ini bertugas membuat faktur dan mendistribusikannya ke pembeli dan ke bagian akuntansi

4) Bagian Akuntansi

Bagian akuntansi bertugas untuk membukukan ke dalam jurnal penjualan dan secara periodik membukukan ke rekening buku besar.

Dari kedua pendapat diatas perbedaanya terletak pada bagian gudang dimana menurut Mulyadi bagian gudang dan pengiriman terpisah sedangkan menurut narko bagian gudang dan bagian pengiriman merupakan suatu kesatuan.

c) Prosedur yang Membentuk Sistem

Prosedur yang membentuk sistem dalam sistem penjualan tunai adalah sebagai berikut :

1) Prosedur Order Penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan membuat faktur penjualan tunai untuk memungkinkan pembeli melakukan pembayaran harga barang ke fungsi kas dan untuk memungkinkan fungsi gudang dan fungsi pengiriman menyiapkan barang yang akan diserahkan kepada pembeli.

2) Prosedur penerimaan kas

Dalam prosedur ini, fungsi kas menerima pembayaran harga barang dari pembeli dan memberikan tanda pembayaran (berupa pita register kas dan cap “Lunas” pada faktur penjualan tunai) kepada pembeli untuk memungkinkan pembeli tersebut melakukan pengambilan barang yang dibelinya dari fungsi pengiriman.

3) Prosedur penyerahan barang

Dalam prosedur ini pengiriman hanya menyerahkan barang kepada pembeli.

4) Prosedur Pencatatan Penjualan Tunai

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi melakukan pencatatan transaksi penjualan tunai dalam jurnal penjualan dan jurnal penerimaan kas.

Disamping itu fungsi akuntansi juga mencatat berkurangnya persediaan barang yang dijual dalam kartu persediaan.

5) Prosedur penyetoran kas ke bank

Sistem pengendalian intern terhadap kas mengharuskan penyetoran dengan segera ke bank semua kas yang diterima pada satu hari. Dalam prosedur ini, fungsi kas menyetorkan kas yang diterima dari penjualan tunai ke bank dalam jumlah penuh.

6) Prosedur pencatatan penerimaan kas

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat penerimaan kas dalam jurnal penerimaan kas berdasar bukti setor bank yang diterima dari bank melalui fungsi kas

7) Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi membuat rekapitulasi harga pokok penjualan berdasarkan data yang dicatat dalam kartu persediaan. Berdasarkan rekapitulasi harga pokok penjualan ini, fungsi akuntansi membuat bukti memorial sebagai dokumen sumber untuk pencatatan harga pokok penjualan ke dalam jurnal umum.⁵⁸

⁵⁸ <http://eprints.uny.ac.id/9054/3/BAB%20%20-08412141016.pdf>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta – fakta yang sudah ada.⁵⁹ Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata – kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶⁰

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin berproses di dalam penelitian ini. Seperti diketahui bahwa penelitian ini memiliki ciri khas penekanan pada prosesnya. Proses berarti melihat bagaimana fakta, realita, gejala dan peristiwa itu terjadi dan dialami secara khusus tentang bagaimana peneliti terlibat didalamnya dan menjadi relasi dengan orang lain. penekanan pada proses ini mengandaikan adanya tahapan yang perlu dilalui dan tidak

⁵⁹M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

⁶⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

langsung jadi.⁶¹ Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat terjun langsung ke lapangan. Hal ini diperlukan untuk mengetahui jenis-jenis risiko dan pengendalian risiko ekspor pada usaha batu piring. Dengan menggunakan metode ini juga, peneliti tentunya dapat berproses dan dapat memahami fenomena – fenomena yang dialami oleh subjek penelitian yang dimana itu semua berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan peneliti. Sehingga diharapkan penelitit dapat menggambarkan secara nyata dan sesuai dengan fakta – fakta yang ada.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Dawuhan Mangli, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember yang mana penduduk desa tersebut sebagian besar berprofesi sebagai kerajinan rotan, pemuda-pemudinya bekerja sebagai pengrajin begitupun juga yang memasuki lanjut usia sedangkan pemuda – pemuda di desa tersebut sebagian merantau. Namun dengan adanya kerajinan rotan masyarakat sekitar dapat terbantu, yang mana pada mulanya masyarakat di daerah ini sekitar 30% bekerja sebagai perantau kini bisa bekerja di sektor usaha kerajinan ini. Kebanyakan dari pekerja di usaha kerajinan rotan ini mayoritas di dominasi oleh kalangan perempuan karena pada asalnya perempuan mempunyai sifat ketelatenan yang tinggi.

Hasil produk dari usaha kerajinan tersebut mampu memasarkan produknya hingga ke Probolinggo, Malang, Lumajang, Bondowoso Situbondo, Bali, Besuki, hingga ke beberapa wilayah di Jawa Tengah. Melihat peluang

⁶¹Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 83.

tersebut kerajinan ini memiliki potensi untuk semakin berkembang mengingat pangsa pasar yang sudah sangat luas. Selain itu di dalam memasarkan produknya tentunya memiliki hambatan-hambatan, utamanya ketika memasarkan produknya ketika memasuki musim hujan dimana para pengrajin tidak dapat memenuhi pasar yang meningkat dikarenakan masih mengandalkan kondisi cuaca, yang kedua dalam pemasaran para pengrajin masih mengandalkan peran tengkulak sebagai perantara atau distribusi. Dan yang ketiga memasuki musim tanam tembakau para pemilik kerajinan ini akan dihadapkan dengan masalah sulitnya mencari pekerja dikarenakan sebagian pekerja sibuk mengurus lahan pertanian mereka. Alasan peneliti memilih usaha kerajinan rotan ini untuk diteliti karena usaha ini dapat melakukan ekspor tanpa bantuan dari perusahaan lain di kabupaten Jember. Serta mampu menciptakan masyarakat yang produktif dan kreatif dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada sehingga memiliki nilai guna dan manfaat serta harga jual yang terjangkau. hal ini mempunyai pengaruh terhadap tingkat pendapatan yang akan diperoleh masyarakat pedesaan khususnya masyarakat desa Dawuhan Mangli. Sehingga peneliti memandang industri kerajinan ini cukup mandiri dan cukup maju meskipun masih terdapat beberapa hambatan yang masih belum ditemukan jalan keluarnya.

C. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive* untuk menentukan informan. *Purposive* adalah suatu teknik penetapan informan dengan cara memilih narasumber diantara populasi sesuai dengan yang

dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian), sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang lebih dikenal sebelumnya.⁶²

Adapun yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah

1. Ibu Kholilah dibagian pemberian warna dasar
2. Iikmah dibagian pengecetan
3. Sumarni di bagian penghalusan pada lidi
4. mbak Kholilah yang membuat kaki-kakinya
5. Abdus Shomad dibagian perakitan
6. Bapak Yasir dibagian pelamiran
7. Ibu Russana bagian lukisan / air bruss yang biasa
8. Bapak Ju merakit sangkar majalengka astro
9. Bapak Sofi sebagai pengepul

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan obeservasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi langsung dan jenis observasi partisipasi moderat. Maksud dari partisipasi moderat adalah dalam observasi ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Peneliti dalam

⁶²Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), 94.

mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.⁶³

Peneliti melakukan pengamatan dengan teknik observasi langsung, yaitu peneliti mengamati seluruh kegiatan yaitu mulai dari proses yang sedang berlangsung yang nantinya menjadi sumber data yang kemudian dapat diolah menjadi bahan analisis.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁴ Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara tak berstruktur, yang dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁶⁵

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden.

⁶³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 227.

⁶⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 186.

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 233 – 234.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁶⁶ Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya apabila didukung oleh adanya dokumentasi.

E. Analisis Data

Kata *analysis* berasal dari bahasa Greek, terdiri dari kata “*ana*” dan “*lysis*”. *Ana* artinya atas (*above*), *lysis* artinya memecahkan atau menghancurkan. Secara difinitif ialah : Agar data bisa dianalisis maka data tersebut harus dipecah dahulu menjadi bagian-bagian kecil, kemudian mengaduknya menjadi bersama untuk memperoleh pemahaman yang baru.

Bila data tidak dianalisis, peneliti akan terjebak impresi (*impression*), institusi pribadi tentang data secara keseluruhan. Dengan menganalisis data ada keuntungan yang dapat ditarik ialah peneliti akan lebih hati-hati dan menggunakan prosedur yang logis dalam menganalisis data. Oleh karena itu, peneliti setelah memecah data menjadi bagian dengan aturan tertentu, misalnya berdasar klasifikasi, konsep, kemudian berusaha untuk mencari bagaimana interaksi diantara klasifikasi dan konsep, sehingga memperoleh

⁶⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedir Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 206.

deskripsi yang baru dan segar (*fresh*).⁶⁷ Yakni dengan menggunakan tiga langkah, yaitu :

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Yaitu proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan dan transparansi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan atau suatu bentuk yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengkoordinasikan data dengan cara sedemikian rupa, sehingga kesimpulan dapat ditarik dan *diverifikasi*.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Merupakan langkah merancang dengan berkesinambungan terhadap deret, kolom-kolom sebuah matrik untuk data kualitatif dan memutuskan jenis dan bentuk data yang harus dimasukkan dalam laporan selama memperoleh data di lapangan.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Peneliti akan menganalisis semua data yang diterima atau yang dapat menjadi sebuah kesimpulan yang pada awalnya longgar, tetap terbuka, dan bisa dipahami oleh pembaca.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh

⁶⁷ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang : UIN Maliki Press Anggota IKAPI, 2008), 353-354.

melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan.⁶⁸

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Triangulasi metode, menurut Patton, terdapat dua strategi, yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber atau metode. Untuk itu, maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

- a. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
- b. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data

⁶⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2011), 178.

- c. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.⁶⁹

G. Tahap–Tahap Peneliti

Untuk mengetahui proses yang dilakukan peneliti hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut :

a. Tahap pra lapangan

Pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran permasalahan mengenai usaha kerajinan rotan dengan mengangkat judul “Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan (Studi Kasus Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono)”.

Adapun tahapan – tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menyusun rencana penelitian
2. Memilih lapangan penelitian
3. Mengurus perizinan
4. Menjajaki dan menilai lapangan
5. Memilih dan memanfaatkan informan
6. Menyiapkan perlengkapan penelitian

⁶⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 132

b. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, mamantau dan meninjau lokasi penelitian di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Peneliti mulai memasuki objek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data – data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut akan segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

c. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, serta definisi istilah dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu “Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan (Studi Kasus Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono)”.

Bab III menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan tahap – tahap penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan data – data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi ini. Pada bab ini membahas tentang bagaimana Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan.

Bab V berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta saran bagi semua pihak yang terkait dengan “Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan (Studi Kasus Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono)”.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Dalam pembahasan skripsi ini yang dimaksud dengan gambaran objek penelitian adalah keterangan atau gambaran umum tentang lokasi objek penelitian dan yang menjadi objek penelitian adalah Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono.

Desa Dawuhan Mangli merupakan sebuah desa yang dikelilingi oleh 4 desa yang mana sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Mengen kecamatan Bondowoso, sebelah timur berbatasan dengan Desa Sumberdanti dan Arjasa Kecamatan Sukowono dan sebelah selatan berbatasan Sukosari Kecamatan Sukowono yang terakhir sebelah barat berbatasan Desa Sukowono Kecamatan Sukowono.

Selain itu, Desa Dawuhan Mangli memiliki jumlah penduduk yang cukup tinggi yaitu berjumlah 3583 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tercatat 1750 (L) dan 1833 (P) sedangkan jumlah kepala keluarga (KK) tercatat sebesar 1183.⁷⁰ Dengan mata pencarian penduduk Dawuhan Mangli menunjukkan bahwa mayoritas penduduknya bermata pencarian sebagai petani dan pengrajin sangkar burung. Hal ini di buktikan dengan tingginya antusias masyarakat untuk menekuni kerajinan rotan ini khususnya di Dusun Krajan Rt 02 Rw 04 sebagai penghasil terbesar untuk kerajinan rotan tersebut, dimana dalam suatu kelompok produksi umumnya terdapat 8-9

⁷⁰ Tanwirul, *Wawancara, Dusun Krajan Desa Dawuhan Mangli*, 20 Agustus 2019

orang yang masing-masing individu memiliki tugas atau pekerjaan masing-masing yang meliputi: pengecatan warna dasar, bagian pembuatan lidi, penglamiran, perakitan, pengecatan ulang sebelum pembuatan motif sangkar, air brush, pembuatan kaki-kaki sangkar. Pada umumnya kerajinan yang di hasilkan dalam perharinya dapat memproduksi sebanyak 75 untuk kerajinan kualitas rendah, 50 untuk kerajinan kualitas sedang, dan untuk yang berkualitas tinggi para pengrajin hanya mampu memproduksi sebanyak 30 kerajinan sangkar saja dalam setiap minggunya. `

1. Sejarah Perkembangan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli

Dawuhan Mangli merupakan salah satu Desa yang masuk ke dalam wilayah Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Dimana nama Desa Dawuhan Mangli menurut penyampaian Bapak Tanwir selaku Sekretaris Desa nama Desa Dawuhan Mangli di ambil dari nama bendungan yang mana orang madura menyebutnya “dhebuen” sedangkan Mangli berasal dari sebuah pohon yang tumbuh besar tepat berada di pinggir sungai yang masih masuk dalam kawasan Desa Dawuhan Mangli.

Desa ini ada sejak tahun 1863 yang mana pada saat itu Desa Dawuhan Mangli pertama kali di pimpin oleh kepala Desa bapak Krija pada tahun 1876. Untuk pemilihan kepala Desa pada saat itu dipilih langsung oleh masyarakat atau orang yang di percaya oleh masyarakat dialah yang menjadi pemimpin. Bapak Krija menjadi kepala Desa selama kurang lebih 35 tahun. Selama beliau memimpin Bapak Krija mempori masyarakat Desa Dawuhan Mangli untuk memnciptakan kerajinan yang

dihasilkan dari sumberdaya alam yang ada di lingkungan sekitar seperti halnya rotan dan bambu hingga menjadi produk kerajinan rotan. Pada saat itu kerajinan rotan yang dihasilkan untuk pertama kalinya adalah sangkar burung yang hanya digunakan khusus untuk burung perkutut saja.⁷¹

Dalam perkembangannya dalam hal pemasaran dari dulu hingga sekarang tidak ada perkembangan yang signifikan terhadap para pengrajin khususnya masyarakat di Desa Dawuhan mangli yang mana para pengrajin masih mengandalkan peran penuh dari para tengkulak seperti halnya yang di ucapkan oleh Bapak Sofi selaku tengkulak yang telah menekuni profesinya kurang lebih 20 tahun lamanya dan beliau merupakan salah satu tengkulak yang bisa dikatakan sukses yang mana dalam setiap minggunya beliau dapat menampung sebanyak 800 unit kerajinan dari berbagai jenis dari yang kualitas rendah, sedang dan bagus. Kebanyakan para pengrajin sekitar lebih memilih untuk menjual langsung kepada saya karena menurut mereka sistem yang seperti ini lebih efisien dan tidak membutuhkan biaya tambahan seperti halnya biaya transport dan jasa kuli pangkul. Adapun wilayah pemasaran meliputi beberapa wilayah di Setapak Kuda, Malang, Bali, Probolinggo dan Madura serta Solo.⁷²

2. Letak Geografis Desa Dawuhan Mangli

Letak geografis Desa Dawuhan Mangli terletak di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Desa Dawuhan Mangli memiliki luas administrasi 273 Ha. Secara astronomi letak Desa Dawuhan Mangli berada

⁷¹Bapak Tanwirul Hayatudin, *wawancara*, Dawuhan Mangli, 23 agustus 2019.

⁷²Bapak Sofi, *wawancara*, Dawuhan Mangli, 25 agustus 20109.

pada 113.839897 Obt dan -8.058754 LS. Desa Dawuhan Mangli terdiri dari 2 Dusun yaitu Dusun Krajan dan Dusun Sumberwadung. Dawuhan mangli terletak paling utara di Kecamatan Sukowono dengan batas-batas wilayah :

- a. Sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Menggen kecamatan Bondowoso.
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Sumberdanti dan Arjasa Kecamatan Sukowono.
- c. Sebelah selatan berbatasan Sukosari Kecamatan Sukowono.
- d. Sebelah barat berbatasan Desa Sukowono Kecamatan Sukowono.⁷³

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian merupakan proses mencari, menemukan dan mendeskripsikan kembali secara terus menerus untuk memvalidkan atau untuk menguji teori-teori yang sudah ada. Melalui prosedur penelitian yang sebelumnya yang sudah dijadikan peneliti. Baik itu laporan hasil observasi (pengamatan) dan perolehan data dan dokumentasi yang peneliti peroleh dilapangan.

Dalam menjalankan Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono, ada beberapa hal yang perlu peneliti teliti dalam kegiatan pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan mangli, antara lain:

⁷³<http://Dawuhanmanglijember.com>

1. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Sangkar Burung Yang Digunakan di Desa Dawuhan Mangli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli, tentang strategi pemasaran produk kerajinan rotan adalah sebagai berikut:

Dalam strategi pemasaran terdapat 2 cara yang dapat diterapkan yaitu pemasaran secara masal dan pemasaran dengan sasaran, dimana strategi pemasaran itu menitik beratkan pada beberapa pembeli ataupun konsumen yang dituju serta dijadikan sasaran (target customer) dengan cara mengembangkan marketing mix yang lebih memuaskan dan menguntungkan dibandingkan dengan pesaing. Hal ini merupakan penerapan yang logis tentang konsep pemasaran pendekatan yang berorientasi pada pasar ini di sebut pemasaran (target marketing). Hal ini berbeda dengan pemasaran masal yang berorientasi pada produksi.

Perlu diketahui bahwasannya dalam kegiatan produksi maupun pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli menerapkan konsep pemasaran dari salah satu dari kedua konsep yang telah disebutkan di atas yang mana konsep pemasaran masal. suatu perusahaan beranggapan bahwa setiap orang mempunyai keinginan yang sama dan akan membutuhkan produk yang akan di tawarkan. Jadi, setiap orang dalam pemasaran ini di pandang sebagai pembeli potensial.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Kholilah selaku pengrajin kerajinan rotan tentang pemasaran yang diterapkannya:

*“dhelem pemasarnah kabanyak an para pengrajin edinnak lebbi mele ajuel langsung ka pak sofi sala settong pengeppul deri tong settongah pengepul se bedeh e disah dhebuen dinnak cong, alasan para pengrajin dinnak ruah cong lebbi mele ajuel langsung ka Pak Sofi karena saberempah banyak epon korong se pon deddih paggun se ebellih. Se ka dhuwek para pengrajin tak usa emok nyareh se melliyah”.*⁷⁴

Terjemahan bahasa Indonesia

”dalam pemasarannya kebanyakan para pengrajin disini lebih memilih di jual langsung kepada Bapak Sofi dari satu dari saah satu pengepul yang ada di Desa Dawuhan Mangli. Alasan para pengrajin disini itu lebih memilih menjual kepada Bapak Sofi karena seberapa banyak sangkar yang sudah jadi tetap dibeli. Dan yang ke dua para pengrajin tidak usah bingung untuk mencari orang yang mau beli.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Russana selaku pemilik usaha kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli, yaitu:

”mun engkok cong dhelem pemasarannah engkok padeh ngandel agi lek sofinah kiyah cong, se pertama lek sofinah iyeh tang penakan dibik sanajjen benni penakan massak mon bedeh se semmak eebegieh ka se jeu kan bedeh ca’ oca’an mun bedeh a apaan tak kerah reng jeu se ngiding kadek pasteh se semmak kadek kan la’ iyeh cong ben pole polanah lek Sofinah riyah pemasarannah tak comah neng Jebeh Temor tapeh napak ka luar jebeh temor termasuk ka Belih, Jebeh Tenga ben Madureh selaennah jiyeh cong pengepul se rajeh se deri luar kota bedeh se nanggek ka lek Sofinah entar langsung kadennak. Aaaaa deddih polanah jiyeh egkok ruah ben para pengrajin se laen ruah amasok agi ka lek Sofinah karena deri reggih la masteh ben lek Sofinah ruah tak banyak acara ben sabben arenah engkok bisa memasok agi kerajian riyak sabanyak 15 deri tello macem jenis cong. Contonah se biasa ruah engkok ben arenah masok agi sabanyak 7 korong sebiasa, se seddeng ruah 5 ben se mapan ruah 3”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

“kalau saya sendiri dalam pemasarannya itu nak sama mengandalkan Paman Sofinya juga nak, karena Paman Sofi itu masih saudara sendiri meskipun tidak ada ikatan saudara

⁷⁴Bapak Kholillah, Wawancara 20 Agustus 2019

*sekalipun kalau ada yang dekat masak mau di kasikkan ke yang lebih jauh adapepatah mengatakan kalau ada apa apa tidak bakalan orang jauh dulu yang tau pasti orang yang terdekat yang tau duluan dan lagi paman Sofinya itu dalam pemasarannya tidak hanya di Jawa Timur saja tetapi sudah sampai keluar Jawa Timur termasuk Bali, Jawa Tengah, dan Madura. Selain itu adapula pengepul besar yang memilih datang langsung ke rumah Paman Sofi. Jadi alasan itulah saya dan para pengrajin lainnya memilih menjual langsung kepada Paman Sofinya karena dari segi harga sudah pasti dan Paman Sofi tidak mempersulit para pengrajin. Dan tiap harinya saya bisa memasok 15 sangkar dari tiga macam jenis contohnya yaitu dari yang biasa itu 7 sangkar, yang sedang 5, sedangkan untuk yang sangkar bagus itu hanya 3 sangkar”.*⁷⁵

Akan tetapi para pengrajin di sini juga memilih menjual langsung produk yang dihasilkannya kepada konsumen ketika konsumen datang sendiri ke tempat produksi untuk membeli dalam skala satuan maupun grosir.

Berikut hasil wawancara dengan bapaik siful selaku pengrajin kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli.

“mon engkok dhibik cong tak pas ajuel kabbi ka pengepul tapeh bik engkok ruah kadeng adinah beberempah miggik korong deri beberempah jenis deri se paleng begus sampek ka se biasa ka angguy nyadiaagi mik bedeh tamuy deteng ka angguy ngobengin, karena seggut polanah banyak tamuy deteng ka tempat dinnak polanah e pengepul gelluen ekerem kadek otাবেh pon deddih ka pengepul se dheri luar. Mun etong bitong ajuel langsung bik ajuel ka pengepul betenah ruah banyak an ajuel dhibik cong. Karena engkok masang reggeh lebbi tenggih katembeng ajuel ka pengepul se dinnak. Deddih engkok se nyedia se gellek ruah perah egebey agejegeh mik bedeh tamuy se can gellek ruah cong. Ben pole bik erngkok ruah ejuel lebet neng facebook. Se alakoh nyabek neng facebook ruah yee tang anak dibik cong. Deggik ruah korongah efoto pas ekabele jek reggenah brempah ben tempatah edinnak. Apah pole satiyah riyah cong oreng banyak se ngobu keteran deddinah reng-oreng banyak se nyareh korongah keteran. Saompamanah satiyah satiyah efoto pas esabek neng facebook kadeng sakejkek enggik ruah bedeh tamuy se entar ka dennak.

⁷⁵Ibu Russana, Wawancara, 23 Agustus 2019

Terjemahan Bahasa Indonesia

“ kalau saya sendiri itu tidak menjual seluruhnya kepada pengepul, tetapi sama saya itu kadang menyisakan beberapa biji sangkar itu dari beberapa jenis, baik yang berkualitas bagus hingga yang kualitasnya biasa saja dikarenakan untuk menyediakan ketika ada konsumen datang untuk membelinya, karena sering kali banyak konsumen datang ketempat produksi di karenakan di pengepul sudah terlebih dahulu di kirim ataupun sudah adanya kesepakatan dengan pengepul yang dari luar. Kalaupun di hitung-hitung menjual secara langsung dengan menjual ke pengepul labanya itu jauh lebih banyak menjual sendiri cong. Karena saya memasang harga lebih tinggi dari pada harga jual kepada pengepul yang ada di sini. Jadi saya hanya menyisakan beberapa kurung untuk berjaga-jaga apabila ada tamu yang datang untuk membeli sangkar ini . dan juga dengan saya itu di jual lewat media online contohnya facebook yang memosting itu anak saya sendiri. Nantik itu sangkarnya di foto terus di upload dan diberi harga beserta lokasi terlebih lagi pada saat ini peminat burung perkutut semakin banyak jadi semakin banyak orang mencari sangkar buar burung perkututnya, misalnya memosting pada saat ini di facebook tidak lama kemudian sudah ada yang mengomentar dan memantaunya.”⁷⁶

Jadi bisa dipahami dari beberapa hasil wawancara yang dilakukan di atas, bahwa dalam proses pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli tidak adanya pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin itu sendiri melainkan pemasaran itu hanya dilakukan oleh para pengepul baik dalam skala kecil maupun besar yang mana para pengepul cenderung menggunakan strategi pemasaran masal. Akan tetapi ada beberapa dari sekian banyak para pengrajin yang sadar akan kelemahan dan keuntungan jika menjual produk tersebut kepada pengepul sehingga melihat peluang tersebut para pengrajin lebih memilih untuk menyetok beberapa dan menjualnya langsung ketika ada konsumen datang sendiri ketempat

⁷⁶Bapak Saiful, *Wawancara*, 25 Agustus 2019

produksi. Dan tidak menutup kemungkinan peran tengkulak di sini akan tergесerkan oleh canggihnya zaman modern pada saat ini.

2. Peran tengkulak dalam meningkatkan kerajinan Sangkar Burung di Desa Dawuhan Mangli.

Distribusi merupakan suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen hingga ke konsumen.

Adapun fungsi saluran distribusi:

- a. sebagai alat memperlancar keuangan perusahaan.
- b. Sebagai alat komunikasi

Perlu diketahui bahwasannya peran tengkulak dalam kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan produktifitas dan minat para pengrajin untuk menekuni profesi tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan yang ditawarkan oleh para pengepul khususnya dalam penjualan produk kerajinan rotan serta minimnya modal yang dimiliki oleh para pengrajin guna menunjang kegiatan pemasaran dari kerajinan tersebut. Terlebih lagi pengepul di sini tidak membatasi berapa banyak jumlah produk yang dihasilkan dalam perminggunya oleh para pengrajin yang ada di seluruh Desa Dawuhan Mangli dengan berbagai jenis dan ukuran kerajinan yang dihasilkannya. Oleh karena adanya kemudahan yang ditawarkan para pengepul tersebut kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli dapat berkembang sangat pesat bahkan telah menjadi salah satu mata pencaharian utama mereka serta

dapat pula menjadi icon kebanggaan Desa Dawuhan Mangli. Akan tetapi walaupun berdampak positif hal ini juga tentunya memberikan dampak negatif kepada para pengrajin yaitu tidak mandirinya para pengrajin dalam memasarkan produk serta rendahnya tingkat pendapatan atau keuntungan yang diperolehnya jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran sendiri.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan Cak yasir selaku pengrajin tentang peran tengkulak dalam kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli.

“saonggunah peran tengkulak riyah positif mon menurut reng orang se bedeh edinnak soalah bedenah tengkulak edinnak mampu angataseh masalah tentang ajueleh produk. Se dimmah para pengrajin se bedeh dinnak ruah tak emok ben tak posang se ajueleh karanah kare ajuel ka pengepul, tapeh sanontoh se berkembang riyah deri segi ekonominah ye perak pengepul. Mon pengrajinah yee gun paggun se deyyeh deyyeh beih dek. Pokok mon se deri pengrajin dibik ruah yeee gun nyokopen ka belenje re saarenah ben biaya masakola anak jiyeh lah dek”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

*“sesungguhnya peran tengkulak ini sangat positif dan menurut orang-orang yang ada di sini seolah-olah adanya tengkulak di sini mampu mengatasi masalah tentang penjualan produk. Yang mnana pengrajin yanag ada di sini itu tidak bingung yang mau menjual karena tinggal menjual ke pengepul. Tetapi hanya saja yang berkembang di sini da segi ekonominya iya hanya pengepul. Kalau pemgrajin iya hanya seperti ini saja dek. Yang penting kalau yang dari pengrajin sendiri itu anya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan membiayai sekolah anak”.*⁷⁷

Hal serupa juga disampaikan oleh Abdus Somad selaku pengrajin di Desa Dawhan Mangli.

“mun can engkok yee bedenah tengkulak edinnak apojur parapengrajin se endik masalah deri segi modal karena se

⁷⁷Cak Yasir, Wawancara, 25 Agustus 2019.

nyamanah pamasaran riyah yee ngabuto agi biaya lebbi terutamanah transpot deddi mun ajuel langsung ka pengepul tadeh se nyamanah biayanah transpot yee tapeh deyyeh kaontongan se ekaolle perak kop cokop ka belenje bn han bahan se ekabelliyeh ka angguy agerep korong riyah pole, ben pole ebes abes se bisa ekocak agi riyah deri tengkulak en katembeng para pengrajinah”

Terjemahan Bahasa Indonesia

“kalau menurut saya adanya tengkulak disini menguntungkan bagi para pengrajin yang mempunyai keterbatasan dari segi perekonomian karena yang namanya kegiatan pemasaran itu membutuhkan biaya lebih terutama biaya transport jadi kalau menjual langsung ke pengepul tidak ada yang namanya biaya transport karena pengepul datang sendiri kepada pengrajin tetapi dari segi keuntungan yang diperoleh hanya cukup untuk keperluan belanja sehari-hari dan hanya untuk membeli bahan-bahan yang akan dipakai untuk memproduksi sangkar lagi dan juga dilihat-lihat yang bisa dikatakan sukses ialah para pengepul saja dari pada pengrajin”⁷⁸

3. Sistem penjualan yang digunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

Distribusi merupakan suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen hingga ke konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adanya kesamaan antara teori distribusi dengan realita yang ada di lapangan. Yang mana dalam sistem penjualan dari para pengrajin hingga tengkulak di Desa Dawuhan Mangli masih tidak bisa terlepas dari panjangnya bauran pemasaran yang ada dalam kegiatan pemasaran kerajinan tersebut. Akan tetapi walaupun demikian para pengrajin disini masih enggan meninggalkan kebiasaan tersebut walaupun mereka mengetahui

⁷⁸Abdus Somad, *Wawancara*, 23 Agustus 2019.

panjangnya pembauran pemasaran yang ada dan pengendalian harga yang di tetapkan oleh pengepul akan mempengaruhi jumlah keuntungan ataupun profit yang akan diperoleh oleh mereka dalam penjualan produknya. Sehingga seolah-olah produsen meletakkan nasib perusahaan ke tangan perantara. Selain itu tidak sedikit para pengrajin beranggapan bahwa dari adanya peran tengkulak tersebut mempermudah proses penjualan dari produk yang dihasilkan karena akan mengurangi ataupun melepaskan sejumlah pengendalian atas cara kepada siapa produk itu akan di jual.

Adapun hasil wawancara dengan Bapak Sofi selaku pengepul mengenai bagaimana sistem yang akan digunakan oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli, yaitu:

“deyyeh cong, mon engkok nanggek ka reng dinnak ruah tak toman abetesen berempah beih jumlahah korong se ejujeleh mangkenah sa trek ebelliyeh korlah sanggup se agebeyeh. Karenah salaen engkok masok agi dibik ka toko –toko ruah neng Jebeh Temor otabeh eluar Jebeh Temor engkok ruah kare nojjuh, soalah engkok ruah lah endik langgenah, apapole satiyah la benyak para pengepul rajeh se deteng dhibik kadennak saenggeh para pengrajin ruah tak bengal ajuel dibik neng e pasar otabeh ko-toko kareneah mon ajejeh dibik ruah abuto agi modal rajeh apapole gik tak endik tojjuen iyeh engak pelanggan tetap otomatis ruah abutoagi bensin ben nyewa tenaga sopir ka angguy nguirim bereng”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

“begini nak, kalau saya ngulak kepada para pengrajin sekitar tidak pernah membatasi berapa banyak jumlah kerajinan sangkar yang mau di jual walaupun satu truk saya beli asalkan para pengrajin mampu yang mau membuatnya. karena selain saya memasarkan sendiri kepada toko-toko baik di Jawa Timur atau di luar Jawa Timur itu saya tinggal masukkan barang karena saya sudah memiliki pelanggan tetap, apalagi pada saat ini para pengepul besar sudah banyak yang datang sendiri ke rumah saya sehingga para pengrajin tidak berani untuk menjual sendiri di pasar atau ke toko karena kalau memasarkan sendiri itu membutuhkan biaya

lebih besar apalagi masih tidak memiliki pelanggan tetap otomatis membutuhkan biaya transport (bensin) serta karyawan untuk supir bagian pengiriman”⁷⁹.

Hasil wawancara dengan Imam selaku ponakan dari Bapak Sofi yang bertugas menghitung dan mengecek kualitas barang yang di setorkan oleh para pengrajin.

“deyyeh mas, mon lek Sofi riyah mon nanggek bereng ruah esesuai agi bereng kualitas berengah sedimmah mon se biasa ruah ning 45 ebuh sampek 75ebuh, mon se seddeng ruah reggenah 80 ebuh sampek 145 ebuh, mun se paleng begus ruah deri 185 ebuh sampek 300 ebuh. tergantung motif ben okerannah”.

Terjemah Bahasa Indonesia

“begini mas, kalau Lek Sofi ini jika ngulak barang itu di sesuaikan dengan kualitas barang yang mana kualitas biasa Cuma di harga 45 ribu sampai 75 ribu, kalau kualitas sedang di harga 80 ribu sampai 145 ribu, dan untuk yang kualitas bagus itu dari harga 185 sampai 300 ribu tergantung ukiran dan lukisannya.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik onbservasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul Peran Tengkulak Dalam Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono perlu bila di adakan pembahasan temuan.

Yang mana dari analisis data akun dikaji dengan teori yang ada dan mengetahui keterkaitan keduanya guna menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

Pembahasan temuan akan disusun berdasarkan pokok indikator dan sub rumusan masalah seperti pemaparan dalam penyajian data dan analisis.

⁷⁹Bapak Sofi, Wawancara, 25 Agustus 2019

1. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Rotan Yang Digunakan di Desa Dawuhan Mangli.

Dalam strategi pemasaran terdapat 2 cara yang dapat diterapkan yaitu pemasaran secara masal dan pemasaran dengan sasaran, dimana strategi pemasaran itu menitik beratkan pada beberapa pembeli ataupun konsumen yang dituju serta dijadikan sasaran (target customer) dengan cara mengembangkan marketing mix yang lebih memuaskan dan menguntungkan dibandingkan dengan pesaing. Hal ini merupakan penerapan yang logis tentang konsep pemasaran pendekatan yang berorientasi pada pasar ini di sebut pemasaran (target marketing). Hal ini berbeda dengan pemasaran masal yang berorientasi pada produksi.

Tempat atau saluran distribusi adalah sekumpulan pihak yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mendistribusikan produk atau jasa, sehingga siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Saluran distribusi terdiri dari pihak-pihak perusahaan, penyalur, agen, dan retail hingga kepada konsumen. Mata rantai saluran ini menghubungkan antar pihak-pihak tersebut, sehingga menjadi kesatuan yang saling mempengaruhi.⁸⁰

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk

⁸⁰ Suharno & Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 214.

menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri.⁸¹

1) Jenis-jenis Saluran Distribusi

a) Perantara pedagang. pada dasarnya perantara pedagang (*merchant middlemen*) ini bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Perantara pedagang adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer, pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

b) Perantara agen. Perantara agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.⁸²

Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Kholilah selaku pengrajin kerajinan rotan tentang pemasaran yang diterapkannya:

“dhelem pemasarnah kabanyak an para pengrajin edinnak lebbi mele ajuel langsung ka pak sofi sala settong pengeppul deri tong settongah pengepul se bedeh e disah dhebuen dinnak cong, alasan para pengrajin dinnak ruah cong lebbi mele ajuel langsung ka Pak Sofi karena saberempah banyak epon korong se pon deddih paggun se ebellih. Se ka dhuwek para pengrajin tak usa emok nyareh se melliyah”.⁸³

Terjemahan bahasa Indonesia

⁸¹ Susatyo, *Basic Marketing*, 50.

⁸² Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 291.

⁸³ Bapak Kholilah, *Wawancara 20 Agustus 2019*

”dalam pemasarannya kebanyakan para pengrajin disini lebih memilih di jual langsung kepada Bapak Sofi dari satu dari saah satu pengepul yang ada di Desa Dawuhan Mangli. Alasan para pengrajin disini itu lebih memilih menjual kepada Bapak Sofi karena seberapa banyak sangkar yang sudah jadi tetap dibeli. Dan yang ke dua para pengrajin tidak usah bingung untuk mencari orang yang mau beli.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Russana selaku pemilik usaha kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli, yaitu:

”mun engkok cong dhelem pemasarannah engkok padeh ngandel agi lek sofinah kiyah cong, se pertama lek sofinah iyeh tang penakan dibik sanajjen benni penakan massak mon bedeh se semmak eebegieh ka se jeu kan bedeh ca’ oca’an mun bedeh a apaan tak kerah reng jeu se ngiding kadek pasteh se semmak kadek kan la’ iyeh cong ben pole polanah lek Sofinah riyah pemasarannah tak comah neng Jebeh Temor tapeh napak ka luar jebeh temor termasuk ka Belih, Jebeh Tenga ben Madureh selaennah jiyeh cong pengepul se rajeh se deri luar kota bedeh se nanggek ka lek Sofinah entar langsung kadennak. Aaaaa deddih polanah jiyeh egkok ruah ben para pengrajin se laen ruah amasok agi ka lek Sofinah karena deri reggih la masteh ben lek Sofinah ruah tak banyak acara ben sabben arenah engkok bisa memasok agi kerajian riyak sabanyak 15 deri tello macem jenis cong. Contonah se biasa ruah engkok ben arenah masok agi sabanyak 7 korong sebiasa, se seddeng ruah 5 ben se mapan ruah 3”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

“kalau saya sendiri dalam pemasarannya itu nak sama mengandalkan Paman Sofinya juga nak, karena Paman Sofi itu masih saudara sendiri meskipun tidak ada ikatan saudara sekalipun kalau ada yang dekat masak mau di kasikkan ke yang lebih jauh adapepatah mengatakan kalau ada apa apa tidak bakalan orang jauh dulu yang tau pasti orang yang terdekat yang tau duluan dan lagi paman Sofinya itu dalam pemasarannya tidak hanya di Jawa Timur saja tetapi sudah sampai keluar Jawa Timur termasuk Bali, Jawa Tengah, dan Madura. Selain itu adapula pengepul besar yang memilih datang langsung ke rumah Paman Sofi. Jadi alasan itulah saya dan para pengrajin lainnya memilih menjual langsung kepada Paman Sofinya karena dari segi harga sudah pasti dan Paman Sofi tidak mempersulit para pengrajin. Dan tiap harinya saya bisa memasok 15 sangkar dari tiga macam jenis

*contohnya yaitu dari yang biasa itu 7 sangkar, yang sedang 5, sedangkan untuk yang sangkar bagus itu hanya 3 sangkar”.*⁸⁴

Perlu diketahui bahwasannya dalam kegiatan produksi maupun pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli menerapkan konsep pemasaran dari salah satu dari kedua konsep yang telah disebutkan di atas yang mana konsep pemasaran massal suatu perusahaan beranggapan bahwa setiap orang mempunyai keinginan yang sama dan akan membutuhkan produk yang akan di tawarkan. Jadi, setiap orang dalam pemasaran ini di pandang sebagai pembeli potensial.

Dalam proses pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli tidak adanya pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin itu sendiri melainkan pemasaran itu hanya dilakukan oleh para pengepul baik dalam skala kecil maupun besar yang mana para pengepul cenderung menggunakan strategi pemasaran massal. Akan tetapi ada beberapa dari sekian banyak para pengrajin yang sadar akan kelemahan dan keuntungan jika menjual produk tersebut kepada pengepul sehingga melihat peluang tersebut para pengrajin lebih memilih untuk menyetok beberapa dan menjualnya langsung ketika ada konsumen datang sendiri ketempat produksi. Dan tidak menutup kemungkinan peran tengkulak di sini akan tergeserkan oleh canggihnya zaman modern pada saat ini.

⁸⁴Ibu Russana, *Wawancara*, 23 Agustus 2019

2. Peran tengkulak dalam meningkatkan kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli.

Perlu diketahui bahwasannya peran tengkulak dalam kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan produktifitas dan minat para pengrajin untuk menekuni profesi tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan yang ditawarkan oleh para pengepul khususnya dalam penjualan produk kerajinan rotan serta minimnya modal yang dimiliki oleh para pengrajin guna menunjang kegiatan pemasaran dari kerajinan tersebut.

Hal itu berdasarkan apa yang disampaikan oleh Cak yasir selaku pengrajin tentang peran tengkulak dalam kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli.

“saonggunah peran tengkulak riyah positif mon menurut reng orang se bedeh edinnak soalah bedenah tengkulak edinnak mampu angataseh masalah tentang ajueleh produk. Se dimmah para pengrajin se bedeh dinnak ruah tak emok ben tak posang se ajueleh karanah kare ajuel ka pengepul, tapeh sanontoh se berkembang riyah deri segi ekonominah ye perak pengepul. Mon pengrajinah yee gun paggun se deyyeh deyyeh beih dek. Pokok mon se deri pengrajin dibik ruah yeee gun nyokopen ka belenje re saarenah ben biaya masakola anak jiyeh lah dek”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

“sesungguhnya peran tengkulak ini sangat positif dan menurut orang-orang yang ada di sini seolah-olah adanya tengkulak di sini mampu mengatasi masalah tentang penjualan produk. Yang mnana pengrajin yang ada di sini itu tidak bingung yang mau menjual karena tinggal menjual ke pengepul. Tetapi hanya saja yang berkembang di sini da segi ekonominya iya hanya pengepul. Kalau pemgrajin iya hanya seperti ini saja dek. Yang penting kalau yang

*dari pengrajin sendiri itu hanya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan membiayai sekolah anak”.*⁸⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh Abdus Somad selaku pengrajin di Desa Dawhan Mangli.

“mun can engkok yee bedenah tengkulak edinnak apojur parapengrajin se endik masalah deri segi modal karena se nyamanah pemasaran riyah yee ngabuto agi biaya lebbi terutamanah transpot deddi mun ajuel langsung ka pengepul tadeh se nyamanah biyananah transpot yee tapeh deyyeh kaontongan se ekaolle perak kop cokop ka belenje bn han bahan se ekabelliyeh ka anggy agerep korong riyah pole, ben pole ebes abes se bisa ekocak agi riyah deri tengkulak en katembeng para pengrajinah”

Terjemahan Bahasa Indonesia

*“kalau menurut saya adanya tengkulak disini menguntungkan bagi para pengrajin yang mempunyai keterbatasan dari segi perekonomian karena yang namanya kegiatan pemasaran itu membutuhkan biaya lebih terutama biaya transport jadi kalau menjual langsung ke pengepul tidak ada yang namanya biaya transport karena pengepul datang sendiri kepada pengrajin tetapi dari segi keuntungan yang diperoleh hanya cukup untuk keperluan belanja sehari-hari dan hanya untuk membeli bahan-bahan yang akan dipakai untuk memproduksi sangkar lagi dan juga dilihat-lihat yang bisa dikatakan sukses ialah para pengepul saja dari pada pengrajin”.*⁸⁶

Hal ini sesuai dengan Fungsi Saluran Distribusi yang memiliki fungsi untuk memindahkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Secara khusus fungsi saluran distribusi telah berkembang menjadi unit yang menjalankan multi tugas, yaitu:

⁸⁵Cak Yasir, Wawancara, 25 Agustus 2019.

⁸⁶Abdus Somad, Wawancara, 23 Agustus 2019.

- a. Informasi, yaitu peran saluran distribusi dalam mengumpulkan dan mendistribusikan informasi yang diperoleh baik dari dan kepada pembeli atau pemasar.
- b. Kontak, yaitu peran saluran distribusi sebagai pihak yang melakukan pertemuan dan berkomunikasi dengan calon pelanggan. Fungsi ini penting mengingat peran kontak inilah kinerja layanan akan terlihat, dan menentukan kepuasan pelanggan.
- c. Penyesuaian, yaitu peran saluran distribusi dalam membentuk dan menyesuaikan tawaran tertentu dengan kebutuhan pembeli.
- d. Negosiasi, yaitu fungsi saluran untuk mencapai persetujuan mengenai harga dan syarat lainnya mengenai tawaran sehingga pemindahan kepemilikan dapat dilakukan.
- e. Peran lain, yaitu peran dari anggota saluran distribusi khususnya yang membantu dalam pengiriman, penyimpanan barang, pembiayaan, dan penanggungan resiko.⁸⁷

Terlebih lagi pengepul di sini tidak membatasi berapa banyak jumlah produk yang dihasilkan dalam perminggunya oleh para pengrajin yang ada di seluruh Desa Dawuhan Mangli dengan berbagai jenis dan ukuran kerajinan yang dihasilkannya. Oleh karena adanya kemudahan yang ditawarkan para pengepul tersebut kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli dapat berkembang sangat pesat bahkan telah menjadi salah satu mata pencaharian utama mereka serta dapat pula menjadi icon

⁸⁷ Suharno, *Marketing in Practice*, 216.

kebanggaan Desa Dawuhan Mangli. Akan tetapi walaupun berdampak positif hal ini juga tentunya memberikan dampak negatif kepada para pengrajin yaitu tidak mandirinya para pengrajin dalam memasarkan produk serta rendahnya tingkat pendapatan atau keuntungan yang diperolehnya jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran sendiri.

3. Sistem penjualan yang digunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

Sistem penjualan adalah suatu kesatuan proses yang saling mendukung dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan bersama – sama mendapatkan kepuasan dan keuntungan. Sedangkan menurut Mulyadi sistem penjualan tunai adalah sistem yang melibatkan sumber daya dalam suatu organisasi, prosedur,data, serta sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.

Sistem penjualan tunai merupakan sistem yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. setelah uang diterima perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan. Menurut definisi lain penjualan tunai adalah penjualan barang dengan menerima pembayaran kas atau secara tunai dari pelanggan pada saat terjadinya penjualan.

Hal ini sesuai dengan wawancara yang disampaikan oleh Bapak Sofi selaku pengepul mengenai bagaimana sistem yang akan digunakan oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli, yaitu:

“deyyeh cong, mon engkok nanggek ka reng dinnak ruah tak toman abetesen berempah beih jumlahah korong se ejueleh mangkenah sa trek ebelliyeh korlah sanggup se agebeyeh. Karenah salaen engkok masok agi dibik ka toko –toko ruah neng Jebeh Temor otabeh eluar Jebeh Temor engkok ruah kare nojjuh, soalah engkok ruah lah endik langgenah, apapole satiyah la banyak para pengepul rajeh se deteng dhibik kadennak saenggeh para pengrajin ruah tak bengal ajuel dibik neng e pasar otabeh ko-toko kareneah mon ajekeh dibik ruah abuto agi modal rajeh apapole gik tak endik tojjuen iyeh engak pelanggan tetap otomatis ruah abutoagi bensin ben nyewa tenaga sopir ka angguy nguirim bereng”.

Terjemahan Bahasa Indonesia

*“begini nak, kalau saya ngulak kepada para pengrajin sekitar tidak pernah membatasi berapa banyak jumlah kerajinan sangkar yang mau di jual walaupun satu truk saya beli asalkan para pengrajin mampu yang mau membuatnya. karena selain saya memasarkan sendiri kepada toko-toko baik di Jawa Timur atau di luar Jawa Timur itu saya tinggal masukkan barang karena saya sudah memiliki pelanggan tetap, apalagi pada saat ini para pengepul besar sudah banyak yang datang sendiri ke rumah saya sehingga para pengrajin tidak berani untuk menjual sendiri di pasar atau ke toko karena kalau memasarkan sendiri itu membutuhkan biaya lebih besar apalagi masih tidak memiliki pelanggan tetap otomatis membutuhkan biaya transport (bensin) serta karyawan untuk supir bagian pengiriman”.*⁸⁸

Di tambahkan dengan hasil wawancara Imam selaku ponakan dari Bapak Sofi yang bertugas menghitung dan mengecek kualitas barang yang di setorkan oleh para pengrajin.

“deyyeh mas, mon lek Sofi riyah mon nanggek bereng ruah esesuai agi bereng kualitas berengah sedimmah mon se biasa ruah ning 45 ebuh sampek 75ebuh, mon se seddeng ruah reggenah 80 ebuh

⁸⁸Bapak Sofi, Wawancara, 25 Agustus 2019

sampek 145 ebuh, mun se paleng begus ruah deri 185 ebuh sampek 300 ebuh. tergantung motif ben okerannah”.

Terjemah Bahasa Indonesia

“begini mas, kalau Lek Sofi ini jika ngulak barang itu di sesuaikan dengan kualitas barang yang mana kualitas biasa Cuma di harga 45 ribu sampai 75 ribu, kalau kualitas sedang di harga 80 ribu sampai 145 ribu, dan untuk yang kualitas bagus itu dari harga 185 sampai 300 ribu tergantung ukiran dan lukisannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adanya kesamaan antara teori distribusi dengan realita yang ada di lapangan. Yang mana dalam sistem penjualan dari para pengrajin hingga tengkulak di Desa Dawuhan Mangli masih tidak bisa terlepas dari panjangnya bauran pemasaran yang ada dalam kegiatan pemasaran kerajinan tersebut. Akan tetapi walaupun demikian para pengrajin disini masih enggan meninggalkan kebiasaan tersebut walaupun mereka mengetahui panjangnya pembauran pemasaran yang ada dan pengendalian harga yang di tetapkan oleh pengepul akan mempengaruhi jumlah keuntungan ataupun profit yang akan diperoleh oleh mereka dalam penjualan produknya.

Sehingga seolah-olah produsen meletakkan nasib perusahaan ke tangan perantara. Selain itu tidak sedikit para pengrajin beranggapan bahwa dari adanya peran tengkulak tersebut mempermudah proses penjualan dari produk yang dihasilkan karena akan mengurangi ataupun melepaskan sejumlah pengendalian atas cara kepada siapa produk itu akan di jual. Sebab distribusi merupakan suatu gabungan penjualan dan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowonoyang mana kesimpulannya adalah :

1. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Sangkar Burung Yang Digunakan di Desa Dawuhan Mangli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwasannya dalam kegiatan produksi maupun pemasaran kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli menerapkan konsep pemasaran dari salah satu dari kedua konsep yang telah disebutkan di atas yaitu konsep pemasaran masal, yang mana konsep pemasaran masal suatu perusahaan beranggapan bahwa setiap orang mempunyai keinginan yang sama dan akan membutuhkan produk yang akan di tawarkan. Jadi, setiap orang dalam pemasaran ini di pandang sebagai pembeli potensial.

Selain itu, dalam proses pemasaran kerajinan rotan di Desa Dawuhan Mangli tidak adanya pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin itu sendiri melainkan pemasaran itu hanya dilakukan oleh para pengepul baik dalam skala kecil maupun besar yang mana para pengepul cenderung menggunakan strategi pemasaran masal. Akan tetapi ada beberapa dari sekian banyak para pengrajin yang sadar akan kelemahan

dan keuntungan jika menjual produk tersebut kepada pengepul sehingga melihat peluang tersebut para pengrajin lebih memilih untuk menyetok beberapa dan menjualnya langsung ketika ada konsumen datang sendiri ketempat produksi. Dan tidak menutup kemungkinan peran tengkulak di sini akan tergeseikan oleh canggihnya zaman modern pada saat ini.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri. Untuk itu digunakan pula bauran pemasaran seperti *place, product, promotion, price, people, process, physical evidence, packaging, public realtion*.

2. Peran tengkulak dalam meningkatkan kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwasannya peran tengkulak dalam kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan produktifitas dan minat para pengrajin untuk menekuni profesi tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan yang ditawarkan oleh para pengepul khususnya dalam penjualan produk kerajinan rotan serta minimnya modal yang dimiliki oleh para pengrajin guna menunjang kegiatan pemasaran dari kerajinan tersebut. Terlebih lagi pengepul di sini tidak membatasi

berapa banyak jumlah produk yang dihasilkan dalam perminggunya oleh para pengrajin yang ada di seluruh Desa Dawuhan Mangli dengan berbagai jenis dan ukuran kerajinan yang dihasilkannya.

Adapun peran tengkulak dalam penjualan kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli yaitu Tengkulak sebagai pengumpul yaitu ia berperan mengumpulkan hasil pertanian dari lebih dari satu orang petani yang ada di satu desa atau beberapa desa. Tengkulak sebagai pembeli yaitu ia membeli hasil pertanian dari satu atau lebih petani. Tengkulak sebagai penghubung yaitu ia sebagai perantara atau yang menjembatani transaksi antara petani dengan pembeli yang akan membeli hasil pertanian tersebut.

Tengkulak sebagai pemasar yaitu ia memasarkan hasil pertanian yang dihasilkan oleh petani selaku produsen kepada banyak jejaringnya sebagai konsumen, bahwa tengkulak juga diartikan sebagai kreditor/pemilik modal. Tengkulak sebagai kreditor/pemilik modal yaitu ia memberikan uang atau modal kepada petani yang kemudian petani tersebut harus mengganti uang tersebut dengan cara dicicil.

Akan tetapi walaupun berdampak positif hal ini juga tentunya memberikan dampak negatif kepada para pengrajin yaitu tidak mandirinya para pengrajin dalam memasarkan produk serta rendahnya tingkat pendapatan atau keuntungan yang diperolehnya jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran sendiri.

3. Sistem penjualan yang digunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang mana dalam sistem penjualan dari para pengrajin hingga tengkulak di Desa Dawuhan Mangli masih tidak bisa terlepas dari panjangnya bauran pemasaran yang ada dalam kegiatan pemasaran kerajinan tersebut. Akan tetapi walaupun demikian para pengrajin disini masih enggan meninggalkan kebiasaan tersebut walaupun mereka mengetahui panjangnya pembauran pemasaran yang ada dan pengendalian harga yang di tetapkan oleh pengepul akan mempengaruhi jumlah keuntungan ataupun profit yang akan diperoleh oleh mereka dalam penjualan produknya.

Sehingga seolah-olah produsen meletakkan nasib perusahaan ke tangan perantara. Selain itu tidak sedikit para pengrajin beranggapan bahwa dari adanya peran tengkulak tersebut mempermudah proses penjualan dari produk yang dihasilkan karena akan mengurangi ataupun melepaskan sejumlah pengendalian atas cara kepada siapa produk itu akan di jual.

Sistem penjualan tunai merupakan sistem yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. setelah uang diterima perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan. Menurut definisi lain penjualan tunai adalah penjualan barang

dengan menerima pembayaran kas atau secara tunai dari pelanggan pada saat terjadinya penjualan.

B. Saran

1. Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember di harapkan mampu untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya di Desa Dawuhan Mangli sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengancara mengoptimalkan dan menjaga kestabilan harga jual produk yang dihasilkan serta memangkas panjangnya sistem bauran pemasaran yang ada sehingga akan berimbas kepada profit yang dihasilkan menjadi lebih tinggi jika menjual kepada pengepul.
2. Selain itu dibutuhkannya pelatihan-pelatihan serta penyuluhan guna merubah pola pikir masyarakat pengrajin agar dapat mandiri dalam segi pemasaran produk yang dihasilkannya. Megingat permasalahan yang idhadapi ialah tentang ke tidak berdayaan para pengrajin dalam memasarkan produknya dan minimnya modal yang dimiliki modal oleh para pengrajin sehingga diperliukannya pengsinkronisian baik dari pemerintah desa dengan para pengrajin.
3. Tidak hanya menggunakan sistem penjualan secara tunai, melainkan harus mencoba dengan sistem penjualan kredit, sistem penjualan secara tander, sistem penjualan secara ekspor, sistem penjualan secara grosir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Riski. *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang*. (Vol. 3 No. 2 Summer 2016)
- Anas, Muhammad Azwar tentang . *Peranan Sektor Industri Pengolahan Dalam Perekonomian Provinsi Jawa Tengah Dengan Pendekatan Analisis Input Output*. (Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015).
- Aryati, Wuri tentang. *Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Rumput Aji Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Dusun Tanjung Gunung Desa Tanjung Harjo Nanggulan Kulon Progo*. (Skripsi Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).
- Azizah, Erfrida Nurul. *Peran Positif Tengkulak dalam Pemasaran Buah manggis Petani: Study Jaringan Sosial Tengkulak di Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor*. Indonesian Journal of Sociology and Education Policy.
- Djamil, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Efendi, Yuyun. *Standarisasi Mutu Produksi Sapu Di Desa Gading Sari Kecamatan Pakem Kabupaten Pakem*. (Skripsi Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2018).
- Hapsar, Pradnya Paramita DKK.. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Studi di Pemerintah Kota Batu.. (Vol. 17, No. 2 Summer 2014)*
- Kunut, Agus A, Dkk. *Keanekaragaman Jenis Rotan (Calamus Spp.) Di Kawasan Hutan Lindung Wilayah Kecamatan Dampelas Sojol Kabupaten Donggala*. Warta Rimba, (Vol.2. No.2, summer 2014)
- Kurniawati, Titiiek tentang. *Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu di Desa Sendari Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).
- Marlina, Tuti. *Analisis Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Melalui Kerajinan Kayu dalam Pemberdayaan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus di Sanggar Dico Craft Dusun Dadapbong Kecamatan*

INTERNET

[http://id.wikipedia.org/wiki/kerajinan_htrn.](http://id.wikipedia.org/wiki/kerajinan_htrn)

<http://Dawuhanmanglijember.com>

<http://eprints.uny.ac.id/9054/3/BAB%202%20-08412141016.pdf>



PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohammad Amin
Nim : E20152030
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono” adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber-sumbernya.

Jember, 25 November 2019

Saya yang menyatakan



MOHAMMAD AMIN
NIM. E20152030

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan
Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Sangkar Burung di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono)	1. Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Permintaan b. Keinginan c. Kebutuhan d. Bauran Pemasaran e. Sistem penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Informasi <ul style="list-style-type: none"> a. Pemilik industri kerajinan b. Pekerja c. Tengkulak atau pengepul yang tinggal di desa Pakem Kecamatan Pakem 2. Dokumentasi 3. kepustakaan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pendektan dan jenis penelitian <ul style="list-style-type: none"> a. Pendekatan kualitatif b. Jenis penelitian diskriptif 2. Subjek penelitian <ul style="list-style-type: none"> a. Industri Kerajinan Sangkar Burung Desa Dawuhan Mangli 3. Teknik pengumpulan data <ul style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik analisis data <ul style="list-style-type: none"> a. Deskriptif Kualitatif 5. Teknik keabsahan data <ul style="list-style-type: none"> a. Trianggulasi Data 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi pemasaran produk kerajinan sangkar Burung yang digunakan di Desa Dawuhan Mangli? 2. Bagaimana peran tengkulak berpengaruh kepada perkembangan industri kerajina Sangkar Burung di Desa Dawuhan mangli? 3. Bagaimana sistem penjualan yang digunakan Oleh para tengkulak di Desa Dawuhan Mangli?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/07/2019
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada

Yth. Kepala Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Mohammad Amin

NIM : E20152030

Semester : IX

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

No. Telpon : 085851355431

Dosen Pembimbing : Dr. Moch. Chotib, S.Ag, MM

NIP : 19710727 200212 1 003

Judul Penelitian : Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di
Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten
Jember.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 04 September 2019

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag. M.E.I
NIP 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/07/2019
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada

Yth. Kepala Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Mohammad Amin

NIM : E20152030

Semester : IX

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

No. Telpon : : 085737716671

Dosen Pembimbing : Dr. Moch. Chotib, S.Ag, MM

NIP : 19710727 200212 1 003

Judul Penelitian : Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di
Desa Dawuhan Manglli Kecamatan Sukowono.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 11 Juli 2019
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember



PEMERINTAHAN KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN SUKOWONO
DESA DAWUHAN MANGLI

Jl. Sumberjambe – Dawuhan Mangli – Sukowono – Jember, Kode Pos 68194

SURAT KETERANGAN

NO : 141/327/29. / /2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TANWIRUL HAYATUDIN
Jabatan : Sekertaris Desa

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Mohammad Amin
Jenis kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Agama : Islam
NIM : E20152030
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Asal Kampus : IAIN JEMBER

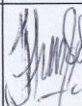



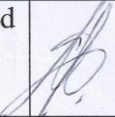
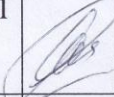



Orang tersebut diatas benar-benar telah selesai melakukan penelitian di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono dengan judul “Peran Tengkulak Dalam Penjualan Kerajinan Rotan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono”

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dawuhan Mangli, 2019
An. KEPALA DESA DAWUHAN MANGLI
Sekertaris Desa


TANWIRUL HAYATUDIN

Jurnal Kegiatan Penelitian

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	Senin, 20 agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan tanwirul selaku sekdes yang ada di Desa Dawuhan Mangli tentang jumlah kependudukan	
2	Senin, 20 agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Kholilah selaku pengrajin tentang pola pemasaran	
3	Rabu, 23 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Tanwir selaku sekdes tentang sejarah para awal kepala desa	
4	Rabu, 23 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Russana tentang jenis-jenis ukuran yang dihasilkan	
5	23 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Abdus Shomad mengenai dampak adanya tengkulak	
6	Jum'at, 25 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Saiful tentang penjualan produk	
7	Minggu, 25 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Sofi tentang pola tentang yang dilakukan selaku pengepul	
8	Selasa, 25 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan cak Yasir mengenai dari adanya tengkulak	
9	Selasa, 25 Agustus 2019	Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Sofi tentang pola pemasaran	

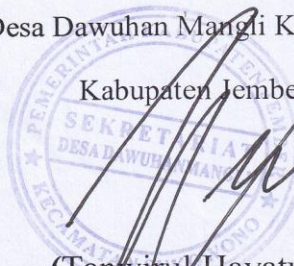
Yang menyatakan,

An. Kepala Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono

Kabupaten Jember


(Tanwirul Hayatudin)

Sekretaris Desa



DOKUMENTASI



Wawancara dengan Mbak Kholillah pembuatan kaki sangkar



Wawancaranya dengan Ibu Kholillah di bagian pewarnaan dasar

IAIN JEMBER



Wawancara dengan Abdus Somad di bagian pengrakitan



Wawancara dengan Cak Yasir di bagian penglamiran

IAIN JEMBER



Barang produksi yang berkualitas biasa dari kerajinan rotan



Wawancara dengan Ibu Rusana di bagian Airbrush

IAIN JEMBER



Wawancara dengan pak Ju di mencontohkan kerajinan yang berkualitas sedang



Waktu pengiriman hasil kerajinan rotan

BIODATA PENULIS



1. BIODATA PRIBADI

Nama : Mohammad Amin
Alamat : Kembang, Bondowoso
Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 19 September 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Belum Kawin

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

a. TK Dharma Bakti : 2000-2002
b. SD Nangkaan : 2002-2007
c. SMPN 5 Bondowoso : 2007-2010
d. MAN Bondowoso : 2012-2015
e. IAIN Jember : 2015-2019

Jember, 25 November 2019

Mohammad Amin
NIM E20152030