

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Sampah pada umumnya menjadi hal yang terbuang dan bahkan menjadi sumber masalah dalam persoalan lingkungan, seperti halnya karung goni yang sering kali kita jumpai terbuang, mengendap dan tersangkut di sungai hingga menyebabkan pendangkalan dan menghambat aliran air sungai. Namun ide kreatif muncul oleh Kang Nunung Ervana merubah goni menjadi sebuah barang yang bernilai jual seperti peci dan tas, sehingga persoalan sampah menjadi berkurang dan produk yang dihasilkan mampu memberikan kemanfaatan bagi masyarakat muslim yang menggunakan peci untuk kehidupan sehari-hari dalam kegiatan peribadatan maupun kegiatan yang lain.<sup>1</sup>

Bisnis yang sukses dengan tingkat penjualan yang tinggi bukan hanya soal menjadikan produk yang baik dan unggul, namun juga tidak lepas dari faktor lain yang menjadi pendukung seperti strategi pemasaran. Dan yang dilakukan Kang Nunung dalam strategi pemasaran produknya menarik untuk kita teliti karena setiap strategi yang dilakukan merupakan langkah yang tepat dengan jenis produk yang beliau jual, yakni produk peci. Peci adalah sebuah penutup kepala yang identik dengan budaya orang Islam di Indonesia, seringkali dipakai dalam proses peribadatan dan kegiatan-kegiatan resmi pemerintahan maupun yang lainnya. Diantara strategi pemasarannya adalah yaitu pada aspek segmentasi ditujukan pada seluruh muslim Indonesia, dengan target utama yaitu kaum Nahdliyyin.

Sejarah berdirinya peci goni sentra pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus diawali dari pemilik yang merupakan reseller produk peci goni milik orang lain yang berasal dari luar kota Kudus. Melihat banyaknya permintaan dan peluang usaha yang bagus, akhirnya pemilik memutuskan mendirikan usaha sendiri dengan merk dan ciri produknya sendiri. Adapun visi dan misi sentra pengrajin peci goni yaitu:<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Dokumentasi Sentra Pengrajin Peci Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yang dikutip peneliti, 2022.

<sup>2</sup> Dokumentasi Sentra Pengrajin Peci Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yang dikutip peneliti, 2022.

1. Memberdayakan masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan pekerjaan.
2. Peci Goni menjadi ikon Negara.

**B. Deskripsi Data Penelitian**

**1. Produksi Peci Goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus**

Produksi peci goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus menggunakan bahan baku karung goni (serabut kelapa), kain furing/laken, busa dan benang. Bahan baku tersebut diperoleh dari pengepul karung goni daerah Desa Klumpit Gebog Kudus. Sedangkan tahapan pembuatan peci goni yaitu tahap pertama memotong pola, menjahit pola, border tulisan dan tahap akhir yaitu *packing*. Bahan baku pelengkap pembuatan peci goni berupa kain furing/laken, pita, benang bordir, kain berjaring dan busa. Biaya tenaga kerja yang dibutuhkan dalam produksi selama 1 bulan kurang lebih Rp. 2.000.000. Desain peci goni dibuat berdasarkan kreasi dari pemiliknya sendiri dan menyesuaikan pesanan. Adapun data produksi tahunan peci goni dan rajut pandan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Data Produksi Tahunan Peci Goni dan Pandan**

Tahun	Peci Goni (Qty)	Peci Pandan (Qty)	Keterangan
2020	25.000	10.000	Jumlah produksi setiap tahun lebih didominasi pada produksi peci goni karena permintaan pasar lebih tinggi pada produk peci goni.
2021	30.000	15.000	
2022	35.000	18.000	

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa produksi peci goni dan peci rajut pandan mengalami peningkatan selama tahun 2020 hingga 2022. Jika pada tahun 2020 produksi peci goni mencapai 25.000 Qty, maka pada tahun 2022 produksi peci goni mencapai 35.000 Qty. Jumlah produksi setiap tahun lebih didominasi pada produksi peci goni karena permintaan pasar lebih tinggi pada produk peci goni . Penjelasan mengenai Produksi Peci Goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan

Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Produksi Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

<b>Keterangan</b>	<b>Penjelasan</b>
Bahan Baku produksi	Karung Goni (serabut kelapa), kain furing/laken, busa dan benang
Sumber bahan baku	Pengepul karung goni daerah Desa Klumpit Gebog Kudus
Tahapan Pembuatan peci goni	memotong pola, kemudian menjahit pola, membordir tulisan dan gambar, dan tahap terakhir <i>packing</i> produk
bahan baku pelengkap peci goni	kain furing/laken, pita, benang bordir, kain berjaring dan busa
biaya tenaga kerja	selama 1 bulan kurang lebih Rp. 2.000.000
desain peci goni	berdasarkan kreasi dari pemilik dan menyesuaikan pesanan. berupa Gusdurian, Bendera Indonesia, model veteran dan lain-lain

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai produksi peci goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus adalah sebagai berikut:

a. Bahan Baku Produksi Peci Goni

Bahan baku utama produksi peci goni adalah serabut kelapa atau kalau orang jawa menyebutnya dengan goni. Yang didalamnya di lapiasi dengan kain furing atau laken, busa dan di jahit dengan benang agar terlihat rapi. Sabut kelapa merupakan limbah padat dari industri minyak kelapa, serta limbah dari makanan yang bersumber dari kelapa yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia. Hampir di seluruh negara penghasil kelapa terbesar telah lama memanfaatkan kulit buah kelapa ini menjadi salah satu andalan komoditas ekspor dengan memproses sabut kelapa (coconut fiber). Supaya sabut kelapa mempunyai nilai tambah daripada hanya sekedar dibuang atau pengganti kayu bakar, maka sabut kelapa dimanfaatkan dalam pembuatan peci goni.

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Bahan baku yang diperlukan dalam pembuatan peci goni yaitu karung goni (serabut kelapa), kain furing/laken, busa dan benang.”<sup>3</sup>

Salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian pada kegiatan produksi adalah pada pengadaan jumlah material atau bahan baku yang dibutuhkan untuk menjalankan rencana produksi. Perencanaan produksi yang sudah disusun untuk menjalankan proses produksi haruslah ditunjang dengan manajemen pengadaan jumlah bahan baku yang baik. Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Peci goni dibuat dari serabut kelapa mas, barang yang jarang dilirik orang untuk di buat peci, jadi unik sebenarnya.”<sup>4</sup>

Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dituntut untuk mengelola semua sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk lebih baik guna meningkatkan produktivitas dan laba optimal serta menghadapi segala tantangan dan hambatan dalam upaya menjalankan kegiatan usaha secara efisien dan efektif.

Bahan baku peci goni pada usaha peci goni Dawe diperoleh pemilik dari pengepul serabut kelapa atau karung goni dari daerah Klumpit Gebog Kudus. Sehingga saat di olah dan di produksi oleh usaha peci goni ini sudah berupa anyaman karung goni yang siap di pola. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Bahan baku peci goni diperoleh dari pengepul karung goni daerah Desa Klumpit Gebog Kudus”<sup>5</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Yang nyetori ada mas, cuman saya tidak paham dari daerah mana.”<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>4</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>5</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>6</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

Perencanaan kebutuhan bahan baku sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan, agar material dan struktur produk yang dibutuhkan oleh suatu produk dapat terpenuhi baik dari jumlah produk yang akan dihasilkan sampai kepada kualitas produk yang diinginkan, serta permintaan oleh pelanggan yang terjadi secara fluktuatif menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi oleh sebuah usaha.

b. Tahapan Pembuatan Peci Goni

Tahapan-tahapan dalam membuat peci goni yang pertama yaitu memotong pola. Pemilik telah memiliki pola-pola yang berbeda untuk ukuran peci yang berbeda pula. Secara umum, proses produksi adalah kegiatan produksi yang menggabungkan dari satu bagian ke bagian yang lain. Artinya, dalam setiap bagian terdapat tahapan yang perlu dilalui baik itu berupa proses menjadi barang

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Tahapan-tahapan dalam membuat peci goni yang pertama yaitu memotong pola, kemudian menjahit pola, membordir tulisan dan gambar, dan tahap terakhir *packing* produk.”<sup>7</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Serabut kelapa diluruskan dan di anyam terlebih dulu mas, baru di bentuk sesuai pola.”<sup>8</sup>

Tahapan produksi dilakukan untuk beberapa tujuan. Tujuan tersebut antara lain sebagai langkah dalam menghasilkan barang ataupun jasa, sebagai langkah untuk bisa mempertahankan kelangsungan usaha dalam berbagai skala, meningkatkan nilai dari barang maupun jasa yang menjadi hasil produksi, menghasilkan keuntungan sesuai budget guna mencapai kesejahteraan sebagaimana yang diharapkan, menghasilkan produk yang mampu memenuhi permintaan pasar. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

---

<sup>7</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>8</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

“Bahan baku pelengkap dalam memproduksi peci goni berupa kain furing/laken, pita, benang bordir, kain berjaring dan busa.”<sup>9</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kalau dilihat dari produknya, sebenarnya bahan bakunya yaitu serabut kelapa yang dianyam dan diberi dalaman berupa kain furing”<sup>10</sup>

c. Biaya Produksi untuk Satu Buah Peci Goni

Selain teknik pembuatan dan kualitas peci goni, ada juga hal lain yang mesti diperhatikan dalam usaha pembuatan peci goni yakni perhitungan setiap biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi tiap unit peci goni sebab biaya produksi merupakan salah satu poin penting dalam sebuah usaha. Banyak pengusaha yang menganggap ketika mereka telah selesai memproduksi produk, tugas mereka sudah selesai produk sudah ada tinggal memikirkan bagaimana produk tersebut laku di pasaran. Masalah harga masih bisa dipikirkan sesuai dengan minat pasar. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Biaya tenaga kerja yang dibutuhkan dalam memproduksi peci goni selama 1 bulan kurang lebih Rp. 2.000.000.”<sup>11</sup>

Masalah yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah berapa biaya yang pantas diberikan kepada para pekerja, baik itu biaya tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tak langsung. Hal ini penting karena biaya tenaga kerja adalah merupakan biaya yang perlu diukur, dikendalikan dan dianalisis secara terus-menerus. Jadi untuk lebih mudah menentukan berapa biaya tenaga kerja langsung maupun biaya tenaga kerja tak langsung yang harus dibayarkan perlu didasarkan dan dibatasi oleh produktivitas dan keahlian para pekerja. Agar suatu perusahaan untuk menghitung tarif biaya tenaga kerja secara tepat sehingga dapat menekan biaya

---

<sup>9</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>10</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>11</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

produksi yang bersumber dari tenaga kerja secara tepat guna serta mampu menetapkan suatu kebijaksanaan yang baik atas biaya tenaga kerja.

Adapun perhitungan harga jual peci goni per satuannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Data Perhitungan Harga Jual Peci Goni**

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	Keterangan
Biaya bahan baku	20.000	Pemilik menetapkan keuntungan sebesar 30% dari harga jual mengingat produk peci goni merupakan produk yang unik yang jarang diproduksi usaha lain.
Biaya pelengkap	5.000	
Biaya Tenaga Kerja	10.000	
Keuntungan	15.000	
Harga Jual	50.000	

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa untuk satu unit peci goni biaya bahan baku yang diperlukan adalah sebesar Rp. 20.000, sedangkan untuk biaya pelengkap bahan baku adalah sebesar Rp. 5.000. Alokasi biaya tenaga kerja untuk setiap satu peci goni adalah Rp. 10.000. Pemilik menetapkan keuntungan sebesar Rp. 15.000. Berdasarkan perhitungan tersebut maka harga jual peci goni satu satuannya rata-rata Rp. 50.000. Pemilik menetapkan keuntungan sebesar 30% dari harga jual mengingat produk peci goni merupakan produk yang unik yang jarang diproduksi usaha lain.

d. Desain Peci Goni Dibuat

Desain peci goni dibuat berdasarkan kreasi dari pemiliknya sendiri dan menyesuaikan pesanan. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Desain peci goni berdasarkan kreasi dari pemilik dan menyesuaikan pesanan.”<sup>12</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

---

<sup>12</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

“Desain peci goni, menurut saya sudah kekinian mas, yaitu mengikuti perkembangan masyarakat saat ini, misalnya ada yang bordirnya logo NU, zahirmania dan lainnya”<sup>13</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Surur selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Desainnya kekinian, sesuai perkembangan sekarang mas, dikasih logo yang di bordir juga”<sup>14</sup>

## 2. Strategi Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Strategi pemasaran berperan sebagai salah satu pengambilan keputusan atau perencanaan penjualan oleh suatu perusahaan yang berupa bauran pemasaran serta dapat meminimalisir operasional. Dalam menyusun rancangan aktifitas menjadikan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menjadi pusat perhatian khusus perusahaan dalam merencanakan aktivitas-aktivitas yang dijadikan target pembelian dengan maksud untuk menaikkan keuntungan. Hal ini menjadi salah satu tolak ukur bagi perusahaan yang mampu memuaskan konsumen, sehingga dapat meningkatkan profit keuntungan. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus adalah sebagai berikut:

### a. Aspek *Product*

Strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dengan memberdayakan aspek *product*. Pada aspek produk, peci goni memiliki kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busa, warnanya lebih coklat pekat serta tahan lama. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Peci goni memiliki kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busanya, warnanya lebih coklat pekat serta tahan lama.”<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>14</sup> Surur, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>15</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.



Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Peci goni yang saya pasarkan pasti memiliki kualitas yang baik dan awet tentunya mas”<sup>16</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Menurut saya, penggunaan peci goni sangat praktis dan efisien, harganya juga sangat terjangkau.”<sup>17</sup>

Untuk jenis keanekaragaman produk terdiri dari peci goni model biasa, peci goni model veteran dan peci goni berjaring (terdapat ventilasi udara). Kegiatan dalam produksi juga harus memperhatikan nilai guna dari produk yang telah diciptakan yang dapat dijadikan ukuran dalam membuat produk dengan memberikan nilai manfaat yang dapat diambil dari produksi tersebut dan produk halal serta tidak membahayakan konsumen. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Terdapat tiga jenis model peci goni yang diproduksi yaitu peci goni model biata, peci goni model veteran dan peci goni model berjaring (terdapat ventilasi udara).”<sup>18</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa produk peci goni yang saya pasarkan beragam, ukuran dan modelnya juga beragam, mulai nomor 5 hingga nomor 10.<sup>19</sup> Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Surur selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Beraneka ragam mas, ada yang logo NU, ada Zahirmania, Syechermania dan lain-lain sesuai kebutuhan.”<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>17</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>18</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>19</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>20</sup> Surur, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

Produk peci goni dikemas menggunakan plastik OPP kemudian dimasukkan di kain furing/laken yang sudah disablon dengan desain merek peci goni. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Produk peci goni dikemas menggunakan plastik OPP kemudian dimasukkan di kain furing/laken yang sudah disablon dengan desain merek peci goni.”<sup>21</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kemasannya cukup baik, sama halnya dengan kemasan peci pada umumnya, yang dimasukkan dalam plastik OPP dan kardus yang rapi.”<sup>22</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya kemasan tidak terlalu tebal, bahkan hanya plastik biasa karena inilah bagusnya peci goni karena dikemas apapun peci goni tidak akan mengubah bentuk serta bahan yang dihasilkan dari goni tersebut.<sup>23</sup>

Desain produk menyesuaikan pesanan dan buat sendiri. Untuk buat sendiri desainnya berupa Gusdurian, Bendera Indonesia, model veteran dan lain-lain. Desain yang menyesuaikan pesanan misalnya logo organisasi atau komunitas. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Desain produk menyesuaikan pesanan dan buat sendiri. Untuk buat sendiri desainnya berupa Gusdurian, Bendera Indonesia, model veteran dan lain-lain. Desain yang menyesuaikan pesanan misalnya logo organisasi atau komunitas.”<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>22</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>23</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>24</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Menurut saya desain peci goninya kekinian mas, mengikuti perkembangan masyarakat saat ini, misalnya ada yang bordirnya logo Zahirmania, logo NU dan lainnya.”<sup>25</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya desain peci goni cukup menarik, *simple* untuk digunakan.<sup>26</sup> Bentuk Produk Peci Goni seperti bentuk peci pada umumnya.<sup>27</sup> Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Bentuk peci goni sama halnya seperti bentuk peci pada umumnya.”<sup>28</sup>

Pada aspek penciptaan *brand*/merek produk peci goni, dirasa produk peci ini sudah banyak dikenal dengan sebutan “peci goni” dan belum ada nama produk yang sama, maka ditetapkan merek “peci goni”. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Dirasa produk peci ini sudah banyak dikenal dengan sebutan “Peci Goni” dan belum ada nama produk yang sama, maka ditetapkan merek “Peci Goni”. Ukuran pecinya seperti pada umumnya.”<sup>29</sup>

Merek peci goni diciptakan melalui pemasaran yang gencar di berbagai media sosial dan *event-event*.<sup>30</sup> Ukuran produk peci goni mulai nomor 5 hingga nomor 10. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

---

<sup>25</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>26</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>27</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>28</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>29</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>30</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

“Ukuran pecinya seperti pada umumnya.”<sup>31</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Produk peci goni yang saya pasarkan beragam, ukuran dan modelnya juga beragam, mulai nomor 5 hingga nomor 10.”<sup>32</sup>

Pelayanan yang diberikan Pemilik Produk Peci Goni sangat memuaskan. Pemilik menyatakan selalu berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, karena konsumen merupakan kunci utama kelangsungan usaha kami.<sup>33</sup> Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Pelayanan yang diberikan pemilik sangat baik, hal tersebut bertujuan untuk pemasaran produk peci goni agar semakin meluas.”<sup>34</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Surur selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasanya:

“Pelayanannya bagus mas, penjualnya ramah-ramah.”<sup>35</sup>

Pemilik Produk Peci Goni memberi kesempatan konsumen untuk memilih peci sesuai kebutuhan konsumen, sekaligus kami memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengecek apakah terdapat jahitan yang kurang rapi, dan konsumen boleh menukarkan produk tersebut.<sup>36</sup> Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

---

<sup>31</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>32</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>33</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>34</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>35</sup> Surur, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>36</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

“Jaminan yang diberikan pemilik sangat maksimal mas, mulai dari jaminan jahitan, dan jaminan pengembalian produk jika ada produk yang rusak.”<sup>37</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya bila ada cacat produk, dalam tempo 1 hari toko siap ganti.<sup>38</sup>

Penjelasan mengenai strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di sentra pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek produk dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

Aspek	Keterangan	Penjelasan
<i>Product</i>	Kualitas Produk	Kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busanya
	Keanekaragaman Produk	Peci goni model biasa, peci goni model veteran dan peci goni model berjaring (terdapat ventilasi udara)
	Kemasan Produk	Produk peci goni dikemas menggunakan plastik OPP
	Desain Produk	Desain produk menyesuaikan pesanan dan buat sendiri
	Bentuk Produk	Bentuk peci pada umumnya
	Penciptaan <i>Brand</i> /Merek	Penciptaan <i>brand</i> “Peci Goni” dan belum ada nama produk yang sama, maka ditetapkan merek “Peci Goni”
	Pelayanan	Pelayanan yang memuaskan bagi konsumen
	Jaminan	Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengecek apakah terdapat jahitan yang kurang rapi, dan konsumen boleh menukarkan produk tersebut

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

<sup>37</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>38</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

b. Aspek *Price*

Pada aspek harga, produsen telah menetapkan daftar harga untuk peci goni berkisar mulai Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan total biaya produksi dan biaya pasar. Jenis harga peci goni berbeda untuk harga konsumen dan harga reseller atau agen. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Harga peci goni dibandrol mulai dari harga Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000.”<sup>39</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Untuk masing-masing produk peci goni ada daftar harganya sendiri-sendiri mas.”<sup>40</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Surur selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya, ada mas, harganya beragam sesuai jenis dan bordirannya.<sup>41</sup> Dalam melakukan penentuan harga harus memperhatikan keuntungan yang logis dan adil, melakukan persaingan secara sehat dalam mempromosikan barang dan jasa yang sesuai dengan kualitas baik dan harga yang sesuai, serta tidak melakukan penimbunan uang (*ihtikar*) pasar guna untuk menaikkan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Penetapan harga peci goni berdasarkan dari biaya produksi dan penyesuaian harga pasar.”<sup>42</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

---

<sup>39</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>40</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>41</sup> Surur, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>42</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

“Harga jual setahu saya ditetapkan berdasarkan biaya produksi dan ditambah keuntungan yang sesuai mas.”<sup>43</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Beberapa barang ada yang sudah dilabeli harga”<sup>44</sup>

Ada diskon pada pembelian produk peci goni, khususnya untuk para reseller atau agen akan mendapatkan harga khusus. Tetapi jika ada konsumen yang melakukan pembelian dengan jumlah banyak akan mendapatkan diskon juga. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus.<sup>45</sup> Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Bagi reseller seperti saya, terdapat perbedaan harga mas.”<sup>46</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Surur selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Untuk pembelian banyak, ada potongannya mas, tapi kalau pembelian sedikit tidak ada mas.”<sup>47</sup>

Terdapat potongan harga pada pembelian produk peci goni. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Semakin banyak pembelian peci goni tentunya ada potongan harga.”<sup>48</sup>

Ada potongan harga bagi reseller yang telah mampu menjual sejumlah tertentu. Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji

---

<sup>43</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>44</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>45</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>46</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>47</sup> Surur, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>48</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

Dawe Kudus.<sup>49</sup> Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya:

“Kalau sudah masuk toko tidak ada diskon mas.”<sup>50</sup>

Periode pembayaran pada pembelian produk peci goni yaitu cash dan tempo. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Sistemnya dengan titip barang dulu untuk dipasarkan, model pembayaran belakangan setelah ada barang terjual.”<sup>51</sup>

Model pembayaran tempo setelah barang laku terjual, namun tidak semua reseller diberikan waktu untuk pembayaran tempo mas, hanya reseller yang sudah di percaya saja. Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus.<sup>52</sup>

Syarat untuk pembelian produk peci goni non tunai yaitu harus memiliki reputasi yang baik, berdasarkan pembelian sebelumnya. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Tidak ada syaratnya untuk pembelian dengan non tunai.”<sup>53</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa syaratnya harus reseller yang sudah di percaya dan mampu menjual produk dan memenuhi target yang di tentukan *owner* mas.<sup>54</sup>

Penjelasan mengenai strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di sentra pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek harga dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>50</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>51</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>52</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>53</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>54</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.



**Tabel 4.5**  
**Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

<b>Aspek</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Penjelasan</b>
<i>Price</i> / Harga	Daftar Harga	Harga peci goni dibandrol mulai dari harga Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000.
	Penetapan Harga Jual	Penetapan harga peci goni berdasarkan dari biaya produksi dan penyesuaian harga pasar.
	Diskon	Terdapat diskon, khususnya untuk para reseller atau agen akan mendapatkan harga khusus
	Potongan Harga	Ada potongan harga bagi pembelian partai besar.
	Periode Pembayaran	Sistemnya dengan titip barang dulu untuk dipasarkan, model pembayaran belakangan setelah ada barang terjual.
	Syarat Pembelian Non Tunai	Khusus bagi reseller

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

c. Aspek *Promotion* (promosi)

Pada aspek promosi, produsen peci goni melakukan promosi penjualan dengan mengikuti event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Produsen juga memberikan hadiah peci goni kepada tokoh terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat, Bupati Kudus, Pastur dan lain-lain. Produsen peci goni juga melakukan promosi mulut ke mulut relasi teman sesama santri lokal sampai luar negeri. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Promosi kami dengan cara mengikuti event-event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Kami juga memberikan hadiah kepada tokoh terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat, Bupati Kudus, Pastur dan lain-lain. Promosi juga dari mulut ke mulut relasi teman sesama santri lokal sampai luar negeri.”<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Promosinya lewat promosi langsung dan promosi tidak langsung mas, kalau yang langsung itu dengan memberikan peci goni sebagai buah tangan kepada tokoh-tokoh ternama di tanah air.”<sup>56</sup>

Promosi kerajinan peci goni berupa periklanan, keberhasilan dalam setiap perusahaan terhadap cara memasarkan produk tidak terlepas dari kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk dapat menawarkan produknya secara tepat dan benar, salah satunya dengan cara promosi. Kegiatan promosi merupakan suatu perusahaan yang dapat diterapkan dengan baik dengan cara direncanakan, dikendalikan, diarahkan serta dianggarkan yang sesuai dengan kondisi finansial dalam perusahaan dan dengan keberadaannya kegiatan promosi tersebut mengupayakan dalam meningkatkan penjualan atas produk perusahaan, dengan adanya peningkatan dalam penjualan merupakan peningkatan dalam jual beli. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kami memiliki online shop sebagai sarana promosi lainnya.”<sup>57</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Promosi periklanan dilakukan dengan membuat star seller di akun Shopee.”<sup>58</sup>

Hal tersebut berdasarkan pernyataan Saudara Dimas selaku Konsumen Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwasannya, setahu saya menjual peci goni melalui online shop seperti Shopee, Lazada, Bukalapak dan lain-lain.<sup>59</sup> Terdapat tenaga penjualan yang bertugas memasarkan produk peci goni. Hal tersebut berdasarkan

---

<sup>56</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>57</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>58</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>59</sup> Dimas, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 4, transkrip.

pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kami sudah memiliki reseller dan agen di berbagai kota hingga luar negeri.”<sup>60</sup>

Terdapat tenaga penjualan yang memasarkan mas, misalnya seperti saya yang bertindak sebagai reseller produk peci goni. Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus.<sup>61</sup>

Produsen peci goni juga melakukan promosi mulut ke mulut relasi teman sesama santri lokal sampai luar negeri. Pemasaran secara langsung melakukan *word of mouth*. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Tiap kali ke luar kota selalu bawa buah tangan untuk teman sebagai ajang promosi produk kami.”<sup>62</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Pemasaran secara langsung dengan memberikan peci goni sebagai buah tangan kepada tokoh-tokoh ternama di tanah air.”<sup>63</sup>

Penjelasan mengenai strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di sentra pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek promosi dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

**Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

Aspek	Keterangan	Penjelasan
Promosi	Promosi Penjualan	Mengikuti event-event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Memberikan hadiah kepada tokoh

<sup>60</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>61</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>62</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>63</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

		terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat,
	Periklanan	Menggunakan online shop sebagai sarana promosi lainnya
	Tenaga Penjualan	Memiliki reseller dan agen di berbagai kota hingga luar negeri.
	<i>Word Of Mouth</i>	Tiap kali ke luar kota selalu bawa buah tangan untuk teman sebagai ajang promosi produk

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

d. Aspek *Place* (Distribusi)

Pada aspek distribusi, produsen mendistribusikan produk peci goni menggunakan media pengiriman atau paket. Sedangkan saluran distribusi yang digunakan produsen yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kami mendistribusikan produk peci goni menggunakan media pengiriman atau paket.”<sup>64</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Pendistribusian produk peci goni dengan melalui ekspedisi pengiriman.”<sup>65</sup>

Hal yang dapat diperhatikan dalam melakukan distribusi barang maupun jasa ialah tidak semata-mata hanya untuk mencari keuntungan. Dalam Islam kemaslahatan lebih diprioritaskan dibanding dengan kepentingan pribadi. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Saluran distribusi yang kami gunakan yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Kalau secara langsung yaitu konsumen biasanya langsung beli

<sup>64</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>65</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

kesini. Kalau tidak langsung itu konsumen belinya dari para reseller dan agen kami.”<sup>66</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Saluran distribusi langsung dan tidak langsung, distribusi langsung dengan mengirimkan produk kepada konsumen langsung.”<sup>67</sup>

Hal pertama yang perlu dilakukan adalah menentukan luas wilayah distribusi produk. Menentukan kemana saja akan mendistribusikan produk baru tersebut. Setelah menentukan luas wilayah, maka lakukan pembagian area. Pembagian area distribusi ini dilakukan sesuai dengan target pasar yang dimiliki usaha. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Pendistribusian produk peci goni sudah menyebar di seluruh pulau Jawa, kemudian Kalimantan hingga ke luar negeri.”<sup>68</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya mas, kalau daerah jualan saya.”<sup>69</sup>

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang yang mementingkan segi ekonominya. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha. Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Untuk tahapan memotong bahan di rumah saya mas, kalau untuk menjahit ada tempatnya sendiri.”<sup>70</sup>

---

<sup>66</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>67</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>68</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>69</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Lokasi produksi peci goni di Dawe mas, di kediaman *owner* sendiri.”<sup>71</sup>

Persediaan produk peci goni yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Terkadang kami mengalami kewalahan dalam memproduksi peci goni mas karena permintaan yang meningkat. Tapi, akhir-akhir ini orderan lagi menurun mas.”<sup>72</sup>

Persediaan peci goni di produksi secara bertahap sambil jalan mas, maksude ada pesanan langsung dibuatkan langsung dipasarkan, demikian seterusnya. Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus.<sup>73</sup>

Armada atau transportasi yang dimiliki untuk mendistribusikan Produk Peci Goni menggunakan kendaraan milik pribadi. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Armada atau transportasi yang dipakai untuk mendistribusikan produk peci goni menggunakan kendaraan milik pribadi.”<sup>74</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa kendaraan pribadi dan kendaraan umum mas, tergantung ke daerah mana pengirimannya.<sup>75</sup>

---

<sup>70</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>71</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>72</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>73</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>74</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>75</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

Penjelasan mengenai strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di sentra pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek distribusi dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

Aspek	Keterangan	Penjelasan
<i>Place</i> / Distribusi	Pendistribusian	Menggunakan media pengiriman atau paket.
	Saluran Distribusi	Saluran distribusi langsung dan tidak langsung
	Wilayah Distribusi	Pendistribusian produk peci goni menyebar di seluruh pulau Jawa, kemudian Kalimantan hingga ke luar negeri
	Lokasi Produksi	Di desa Piji Kudus
	Persediaan Produk	Terdapat persediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
	Transportasi Distribusi	Menggunakan kendaraan milik pribadi

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

Setelah melaksanakan strategi Strategi Pemasaran berupa 4 P yaitu mengoptimalkan aspek produk, harga, pemasaran dan distribusi terbukti mampu meningkatkan volume penjualan peci goni sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Realisasi Penjualan Peci Goni Piji Kudus Tahun 2022**

No	Bulan	Target	Realiasi	Persentase Capaian
		Ribuan Rupiah		
1.	Januari	200,000	210,000	105%
2.	Februari	200,000	215,000	108%
3.	Maret	300,000	315,000	105%
4.	April	300,000	320,000	107%
5.	Mei	300,000	335,000	112%
6.	Juni	200,000	220,000	110%
7.	Juli	200,000	230,000	115%
8.	Agustus	200,000	215,000	108%
9.	September	200,000	225,000	113%
10.	Oktober	200,000	231,000	116%
11.	November	200,000	240,000	120%

12.	Desember	200,000	239,000	120%
Rata-Rata				111%

Sumber: Data Dokumentasi Peci Goni Piji Kudus, 2022.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa setelah menerapkan strategi pemasaran dengan mengoptimalkan aspek produk, harga, pemasaran dan distribusi terbukti mampu meningkatkan volume penjualan peci goni dan realisasi penjualan melebihi target yang telah ditetapkan pemilik usaha.

**Tabel 4.9**

**Data Perbedaan Penjualan Berdasarkan Strategi Pemasaran**

Tahun	Pemasaran Langsung	Pemasaran Online	Keterangan
2020	20.000	5.000	Penjualan online semakin meningkat setiap tahunnya dan prosentasenya melebihi pemasaran secara langsung dengan model menitipkan di toko-toko.
2021	15.000	15.000	
2022	15.000	20.000	

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2020 sebanyak 20.000 peci goni berhasil terjual melalui pemasaran langsung yaitu dengan cara menitipkan produk peci goni di toko-toko baju muslim, souvenir khususnya di lokasi ziarah. Sedangkan untuk pemasaran online sebanyak 5.000 peci berhasil terjual. Namun pada tahun 2022 penjualan peci lebih didominasi pada penjualan online. Hal tersebut dikarenakan semakin aktifnya media sosial dan *ecommers* yang mendorong pemilik untuk lebih aktif mempromosikan produk peci goni di media sosial yang akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pemilik usaha peci goni menerapkan teori strategi pemasaran menurut Tjiptono sehingga mampu meningkatkan volume penjualan. Sesuai dengan pernyataan Tjiptono bahwa strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai ujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-



variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bairan pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.<sup>76</sup>

Owner kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dalam melaksanakan strategi pemasaran lebih menekankan pada perencanaan 4 P (*Product, Price, Promotion, Place*). Pada aspek *product*, peci goni memiliki kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busa, warnanya lebih coklat pekat serta tahan lama. Untuk jenis keanekaragaman produk terdiri dari peci goni model biasa, peci goni model veteran dan peci goni berjaring (terdapat ventilasi udara). Pada aspek *price*, produsen telah menetapkan daftar harga untuk peci goni berkisar mulai Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan total biaya produksi dan biaya pasar. Pada aspek *promotion*, produsen peci goni melakukan promosi penjualan dengan mengikuti event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Produsen juga memberikan hadiah peci goni kepada tokoh terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat, Bupati Kudus, Pastur dan lain-lain. Pada aspek *place*, produsen mendistribusikan produk peci goni menggunakan media pengiriman atau paket. Sedangkan saluran distribusi yang digunakan produsen yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

### **3. Kendala dan Solusi Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus**

Kendala pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat event UMKM terkadang keluar banyak. Solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni. Penjelasan mengenai kendala dan solusi strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di sentra pengrajin Goni dan Pandan

---

<sup>76</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 6.

Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dapat diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Peci Goni Desa Piji Dawe Kudus**

Keterangan	Penjelasan
Kendala	Biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat event UMKM terkadang keluar banyak
Solusi	Menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat <i>feedback</i> biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni.

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik, 2022.

- a. Kendala Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Kendala pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat event UMKM terkadang keluar banyak. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat event UMKM terkadang keluar banyak.”<sup>77</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Fahmi selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Kendalanya selama ini itu pada tahap pengenalan produk mas, karena banyak yang belum tahu produk peci goni ini.”<sup>78</sup>

- b. Solusi Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

---

<sup>77</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>78</sup> Fahmi, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

Solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kang Nunung Ervana selaku Pemilik Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni.”<sup>79</sup>

Setelah dilakukan triangulasi, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Saudara Shokib selaku Reseller Kerajinan Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus bahwa:

“Dengan melakukan sosialisasi secara rutin mas, ke beberapa distributor peci dan ke masyarakat pada umumnya.”<sup>80</sup>

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Produksi Peci Goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Banyak perusahaan rumahan (*home industry*) yang kurang maksimal dalam memperoleh keuntungan karena kurang memperhatikan persediaan dan proses penjadwalan produksi yang tepat. Perusahaan yang tidak melakukan teknik perhitungan yang tepat akan menjumpai penumpukan barang-barang produksi, kekurangan bahan produksi, keterlambatan proses produksi serta kualitas produk yang dihasilkan kurang maksimal. Masalah tersebut terjadi karena perusahaan tidak membuat jadwal produksi (apa yang akan dibuat dan kapan melakukan produksi), tidak memiliki model bagaimana produk akan dibuat, kurang memperhatikan apa yang ada di persediaan, tidak memenuhi pesanan yang harus dilakukan, serta tidak memperhitungkan berapa lama waktu yang diperlukan untuk mendapatkan berbagai komponen. Penumpukan barang-barang dalam gudang yang menimbulkan biaya ekstra atau biaya simpan

---

<sup>79</sup> Kang Nunung Ervana, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>80</sup> Shokib, wawancara oleh penulis, 17 November 2022, wawancara 2, transkrip.

yang tinggi akan berdampak pada mahalannya harga pokok produk dan sedikitnya keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Penumpukan barang dalam gudang dapat dihindari apabila perusahaan melakukan perhitungan-perhitungan yang tepat.<sup>81</sup>

Suatu perusahaan tentu mempunyai tujuan tertentu yang harus dicapai secara maksimal demi kelancaran dan kelangsungan hidupnya. Salah satu parameter yang dapat digunakan untuk menunjukkan keberhasilan tersebut adalah aspek finansial yang dapat dilihat dari kemampuan dalam mencapai laba yang maksimal dengan cara menekan biaya produksi sekecil-kecilnya. Salah satu unsur biaya produksi adalah biaya tenaga kerja yang akan berpengaruh terhadap penentuan harga pokok produksi. Apabila biaya tenaga kerja terlalu kecil, maka harga pokok produksi juga kecil atau menurun. Sebaliknya jika biaya tenaga kerja terlalu besar, maka harga pokok produksi akan naik.<sup>82</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa produksi peci goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus menggunakan bahan baku karung goni (serabut kelapa), kain furing/laken, busa dan benang. Bahan baku tersebut diperoleh dari pengepul karung goni daerah Desa Klumpit Gebog Kudus. Sedangkan tahapan pembuatan peci goni yaitu tahap pertama memotong pola, menjahit pola, border tulisan dan tahap akhir yaitu packing. Bahan baku pelengkap pembuatan peci goni berupa kain furing/laken, pita, benang bordir, kain berjaring dan busa. Biaya tenaga kerja yang dibutuhkan dalam produksi selama 1 bulan kurang lebih Rp. 2.000.000. Desain peci goni dibuat berdasarkan kreasi dari pemiliknya sendiri dan menyesuaikan pesanan.

Biaya tenaga kerja diartikan sebagai suatu balas jasa yang diberikan sebagai pengganti tenaga kerja orang yang menjual tenaganya yang pada umumnya berupa uang atau sesuatu yang dapat dinilai dengan uang. Sedangkan komponen atas biaya tersebut dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu: (a) Biaya gaji, dan (b) Biaya upah. Biaya gaji dan upah dalam perusahaan harus mendapatkan perhatian yang seksama dan teliti, karena hal

---

<sup>81</sup> Yudo Patio Ibrahim, Jaenudin dan Sri Hidajati Ramdani, "Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Meningkatkan Kelancaran Proses Produksi pada CV Bagas Nf Interior", *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen* 4, no. 1 (2019): 2.

<sup>82</sup> Abrar Oemar, "Peran Biaya Tenaga Kerja sebagai Bagian dari Unsur Harga Pokok Produksi", *Jurnal Akuntansi* 2, no. 1 (2018): 1.

tersebut dapat mempengaruhi secara langsung prestasi yang diberikan oleh pekerja kepada perusahaan, juga berpengaruh terhadap semangat kerja para karyawan.<sup>83</sup> Biaya tenaga kerja yang dibutuhkan dalam produksi selama 1 bulan kurang lebih Rp. 2.000.000.

## 2. Strategi Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Strategi pemasaran merupakan rancangan yang menguraikan ekspektasi perusahaan akan berdampak dari segala aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan atas produk atau pasar tertentu, sehingga dalam serangkaian upaya terhadap perusahaan seperti halnya melakukan promosi hasil dari produk yang dapat menarik perhatian para pembeli atau konsumen, dengan harga yang bersaing dan kualitas yang mampu mencukupi selera pembeli.<sup>84</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dengan memberdayakan aspek 4P yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*. Pada aspek produk, peci goni memiliki kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busa, warnanya lebih coklat pekat serta tahan lama. Untuk jenis keanekaragaman produk terdiri dari peci goni model biasa, peci goni model veteran dan peci goni berjaring (terdapat ventilasi udara). Pada aspek harga, produsen telah menetapkan daftar harga untuk peci goni berkisar mulai Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan total biaya produksi dan biaya pasar. Jenis harga peci goni berbeda untuk harga konsumen dan harga reseller atau agen.

Pada aspek promosi, produsen peci goni melakukan promosi penjualan dengan mengikuti event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Produsen juga memberikan hadiah peci goni kepada tokoh terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat, Bupati Kudus, Pastur dan lain-lain. Produsen peci goni juga melakukan promosi mulut

---

<sup>83</sup> Oemar, "Peran Biaya Tenaga Kerja sebagai Bagian dari Unsur Harga Pokok Produksi", 2.

<sup>84</sup> Diana Lestari, Masruchin dan Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan", *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 217.

ke mulut relasi teman sesama santri lokal sampai luar negeri. Pada aspek distribusi, produsen mendistribusikan produk peci goni menggunakan media pengiriman atau paket. Sedangkan saluran distribusi yang digunakan produsen yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

a. Aspek *Product* (Produk)

Strategi produk, meliputi konsep produk yaitu pengertian konsumen terhadap produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Siklus Kehidupan Produk (*Product Life Cycle*) yaitu pengenalan produk, pertumbuhan produk, kedewasaan produk, penurunan produk. Dengan mengetahui pada siklus mana produk perusahaan berada, maka dapat ditentukan strategi yang tepat. Jenis-jenis produk. Agar kita dapat memasarkan suatu produk dengan baik maka kita perlu mengetahui secara mendalam tentang jenis produk tersebut, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk.<sup>85</sup>

Produk adalah segala hal untuk ditawarkan ke pasar guna untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dapat digunakan serta dapat memberikan kepuasan pelanggan dan kebutuhan konsumen. Dalam produk, perusahaan diharuskan dalam memperhatikan aspek *lawfulness* atau dibolehkan secara syariah, halal, serta tidak mengandung hal-hal yang haram dalam menyediakan produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen.<sup>86</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip Riyono, kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>87</sup> Kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas

---

<sup>85</sup> Maliah, "Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Logam Mulia pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palembang", *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 14, no. 2 (2017): 77.

<sup>86</sup> Lestari, dkk, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan", 218.

<sup>87</sup> Riyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang*, vol 8, no 2 (2016): 97.

sebenarnya. Produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>88</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek produk, peci goni memiliki kualitas yang baik karena nyaman dipakai karena ada busa, warnanya lebih coklat pekat serta tahan lama. Untuk jenis keanekaragaman produk terdiri dari peci goni model biasa, peci goni model veteran dan peci goni berjaring (terdapat ventilasi udara).

b. Aspek *Price* (Harga)

Harga merupakan nilai yang diberikan pada suatu komoditas barang atau jasa tertentu. Harga tercipta dari hukum penawaran dan permintaan pasar. Hal ini Islam melarang penguasa untuk mencampur tangankan harga pasar.<sup>89</sup> Pengusaha perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli.<sup>90</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong sebagaimana dikutip Riyono, harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.<sup>91</sup> Didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran.<sup>92</sup> Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Menurut Basu swastha “harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk

---

<sup>88</sup> Segati, “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”, 162-163.

<sup>89</sup> Lestari, dkk, “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan”, 219.

<sup>90</sup> Maliah, “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Logam Mulia pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palembang”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 14, no. 2 (2017): 77.

<sup>91</sup> Riyono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati”, 106.

<sup>92</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 52.

mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar.<sup>93</sup>

Menurut Fandy Tjiptono menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.<sup>94</sup> Menurut Kotler dan Keller, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.<sup>95</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek harga, produsen telah menetapkan daftar harga untuk peci goni berkisar mulai Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan total biaya produksi dan biaya pasar. Jenis harga peci goni berbeda untuk harga konsumen dan harga reseller atau agen.

#### c. Aspek *Promotion* (Promosi)

Promosi bertujuan untuk menginformasikan barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen. Hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan promosi adalah tidak memanipulasi informasi yang telah disampaikan kepada konsumen.<sup>96</sup> Jika ditinjau dari sudut pandang ilmu ekonomi, maka tujuan dari promosi ini adalah menggeser kurva permintaan akan produk perusahaan ke kanan dan membuat permintaan menjadi inelastis (dalam kasus harga naik) dan elastis (dalam kasus harga turun). Tujuan promosi diklasifikasikan sebagai efek dari komunikasi adalah untuk menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*). Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*). Mendorong pemilihan terhadap suatu produk

---

<sup>93</sup> Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPE UGM, 2013), 241.

<sup>94</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi I*, 151.

<sup>95</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 67.

<sup>96</sup> Lestari, dkk, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan", 220.



(*brand attitude*). Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).<sup>97</sup>

Jenis promosi atau *promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Variabel-variabel yang ada di dalam *promotional mix* ada lima, yaitu: Periklanan (*advertising*) segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa. Penjualan Personal (*personal selling*) Presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Promosi penjualan (*sales promotion*) Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Hubungan masyarakat (*public relation*) Membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun "citra perusahaan" yang baik dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan. Pemasaran langsung (*direct marketing*) Komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung.<sup>98</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek promosi, produsen peci goni melakukan promosi penjualan dengan mengikuti event UMKM Expo, lapak online, lapak Ganjar. Produsen juga memberikan hadiah peci goni kepada tokoh terkenal seperti Gus Muwaffiq, Pak Ganjar, Alisa Wahid, Gus Azmi, AHY Demokrat, Bupati Kudus, Pastur dan lain-lain. Produsen peci goni juga melakukan promosi mulut ke mulut relasi teman sesama santri lokal sampai luar negeri.

d. Aspek (*Place*) Distribusi

Berhentinya proses produksi dapat mengakibatkan tidak tercapainya target waktu produksi, sehingga pengiriman barang terhadap konsumen menjadi terlambat yang mana dengan

<sup>97</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 222.

<sup>98</sup> Suparlan dan Hendrawan, "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Pembiayaan Perbankan Syariah", 101.

keterlambatan tersebut akan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Selain itu perencanaan yang tidak matang dan penyimpanan bahan baku yang terlalu sedikit akan mengakibatkan tidak tersedianya kebutuhan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi.<sup>99</sup> Transportasi perlu penanganan yang lebih baik karena akan menyangkut tidak saja cepat atau lambatnya sesuatu produk sampai ke konsumen, tetapi juga menyangkut pelayanan terhadap konsumen itu sendiri. Penetapan lokasi haruslah di tempat yang strategis, dekat pusat perdagangan, dekat fasilitas pemerintahan dan mudah dijangkau dari berbagai arah.<sup>100</sup> Distribusi diartikan sebagai kegiatan pemasaran upaya menyelenggarakan dan mempermudah dalam proses penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga dalam penggunaannya sesuai dengan yang diharapkan.<sup>101</sup>

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi sampai ketangan konsumen. Saluran distribusi sering disebut saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Saluran Distribusi adalah sekumpulan pihak yang saling bergantung yang terlibat dalam proses mendistribusikan produk atau jasa, sehingga siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Perusahaan dalam mendistribusikan hasil produknya, selain memperhatikan hal tersebut diatas juga produsen perlu memperhatikan tahapan-tahapan saluran yang akan digunakan sesuai dengan barang yang dipasarkan.<sup>102</sup>

Saluran distribusi, hal ini menyangkut cara penyebaran suatu produk untuk dapat sampai di tangan konsumen seperti *zero-level channel* atau *three level channel*. Cakupan (*coverage*), hal ini merupakan cakupan wilayah yang terjangkau oleh cara penyampaian suatu produk ke konsumen. Pilihan (*assesments*). Pilihan saluran distribusi ini dapat berbeda-beda

---

<sup>99</sup> Ibrahim, dkk, "Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Meningkatkan Kelancaran Proses Produksi pada CV Bagas Nf Interior", 3.

<sup>100</sup> Muhdi B. Hi. Ibrahim, "Analisis Pengaruh Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada CV. Fajar Baru Jayapura", *Jurnal Future*, Vol. 2 No.1 (2020): 202.

<sup>101</sup> Lestari, dkk, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan", 220.

<sup>102</sup> Muhdi B. Hi. Ibrahim, "Analisis Pengaruh Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada CV. Fajar Baru Jayapura", *Jurnal Future*, Vol. 2 No.1 (2020): 202.

tergantung dari bagaimana caranya agar suatu produk dapat lebih cepat sampai ke konsumen. Lokasi (*place*), faktor ini ditentukan terutama oleh tempat tinggal konsumen yang akan dijangkau oleh sesuatu produk dan juga tempat penyimpanan produk itu sendiri.<sup>103</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus pada aspek distribusi, produsen mendistribusikan produk peci goni menggunakan media pengiriman atau paket. Sedangkan saluran distribusi yang digunakan produsen yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

### **3. Kendala dan Solusi Pemasaran Peci Goni dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus**

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang penting dalam perusahaan. Penjualan dilakukan oleh perusahaan dengan menawarkan produksinya kepada konsumen yang membayar imbalan uang sesuai dengan harga produk tersebut dan atas persetujuan bersama. Kegiatan ini berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap kehidupan suatu perusahaan. Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.<sup>104</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa kendala pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat *event* UMKM terkadang keluar banyak. Solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni.

---

<sup>103</sup> Muhandi B. Hi. Ibrahim, "Analisis Pengaruh Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada CV. Fajar Baru Jayapura", *Jurnal Future*, Vol. 2 No.1 (2020): 202.

<sup>104</sup> Eny Kustiyah dan Irawan, "Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan di Pasar Malam Ngarsopura Surakarta", *Jurnal Paradigma* 12, no. 1 (2017): 6.

- a. Kendala Pemasaran Peci Goni dalam upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan, tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu, kecuali organisasi tersebut harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif dan berskala besar. Konsep itu mengasumsikan bahwa para konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya membeli. Konsep tersebut mengasumsikan bahwa perusahaan memiliki banyak sekali alat penjualan dan promosi yang efektif yang dapat merangsang lebih banyak pembelian.<sup>105</sup>

Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.<sup>106</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa kendala pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat *event* UMKM terkadang keluar banyak.

- b. Solusi Pemasaran Peci Goni dalam upaya Meningkatkan Penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus

Promosi adalah bagian dari muamalah, dan seperti sudah kita ketahui bersama bahwa hukum asal muamalah adalah mubah (dibolehkan), sampai ada sesuatu yang membuatnya menjadi haram. Islam memiliki kaidah yang sangat fair dalam hal ini, yakni sesuatu itu dilarang karena

---

<sup>105</sup> Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 9.

<sup>106</sup> Muhammad Akbar dan Ahsanu Nadia, "Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Tingkat Volume Penjualan Sparepart pada PT. Morita Tjokro Gearindo di Jakarta", *Jurnal Abiwara* 2, no. 2 (2021): 43

dapat membahayakan atau memudhorotkan keenam hal yang penting dalam hidup manusia (agama, jiwa, akal, keturunan, harta dan kehormatan).

Diantara hal yang dapat membahayakan kehidupan manusia dalam hal ini adalah produk-produk yang haram. Barang yang terlarang dalam syariat maka hasil perniagannya pun terlarang, sehingga mempromosikannya juga terlarang. Dengan mempromosikan barang yang terlarang berarti seorang pemasar turut andil dalam membantu kemaksiatan.<sup>107</sup>

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba. Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang/jasa dalam suatu periode akuntansi.<sup>108</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni.

---

<sup>107</sup> Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), 214.

<sup>108</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrad Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 206.