

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan peneliti yang dilakukan pada saat observasi dan wawancara, maka peneliti akan menyajikan hasil penelitian, yang akan disajikan pada pembahasan ini dengan ditunjang teori-teori yang sudah ada yang dikemukakan penulis sebagai berikut:

A. Peran BUMDes Sukoraharjo Dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Tas Anyaman

Peran ialah keikutsertaan seseorang atau lembaga dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sedangkan Badan Usaha Milik Desa adalah suatu bisnis usaha desa yang diatur oleh pemerintah dan berbadan hukum yang bermanfaat dalam membantu mensejahterakan masyarakat dan mengembangkan perekonomian desa.¹³⁹ Agar suatu usaha berkembang tentunya dibutuhkan peran suatu lembaga dalam pengembangan usaha. BUMDes Sukoraharjo ini didirikan pada tahun 2016. Modal pendirian BUMDes Sukoraharjo ini bersumber dari dana desa yang kemudian dialokasikan di masing-masing unit usaha. Berikut ini tabel data modal awal pendirian BUMDes Sukoraharjo:

Tabel 5.1
Data Modal BUMDes Sukoraharjo

Tahun	Modal BUMDes
2016	Rp. 44.000.000,-
2017	Rp. 22.000.000,-

¹³⁹ David Prasetyo, *Peran BUMDes Dalam Membangun Desa,...*, hal.70

2018	Rp. 41.000.000,-
2019	Tidak ada penambahan modal
2020	Rp. 43.000.000,-

Sumber: BUMDes Sukoraharjo

Berdasarkan tabel diatas bahwa dana BUMDes Sukoraharjo pada tahun 2020 sudah mencapai Rp. 150.000.000,- yang mana pada tahun 2019 tidak ada penambahan dana karena alokasi dana desa digunakan untuk penanganan Covid-19. Dimana BUMDes Sukoraharjo berperan aktif dalam membantu pengembangan usaha. Sebagaimana pernyataan Soekanto bahwa pembagian peran ada tiga hal yaitu peran aktif, partisipasi dan pasif.¹⁴⁰ Sedangkan pengembangan usaha menurut Mahmud Mach Foedz menyatakan bahwa:

Perkembangan usaha adalah perniagaan yang dilaksanakan oleh segerombol orang atau organisasi guna memperoleh keuntungan dengan menghasilkan dan menjajakan suatu produk baik materi ataupun pelayanan guna mencukupi keperluan pembeli.¹⁴¹

Sedangkan Menurut Allan Affuah dalam buku *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* menyatakan bahwa :

Pengembangan usaha adalah gabungan aktivitas yang dilaksanakan guna menghasilkan produk dengan membangun dan mentransformasi beraneka macam sumber daya menjadi komoditas atau jasa yang diharapkan pembeli.¹⁴²

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu proses untuk memperbaiki strategi usaha atau melakukan perluasan usaha di masa sekarang maupun masa depan.

Pengembangan usaha sangat diperlukan dalam suatu perusahaan guna

¹⁴⁰ Ki Sigit Sapto Nugroho, *Punakawan...*, hal. 55

¹⁴¹ Saryanto, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan...*, hal. 118

¹⁴² *Ibid.*, hal. 119

memperbaiki kinerja perusahaan yang dilakukan dengan cara perluasan usaha, peningkatan mutu, dan jumlah produksi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti pada usaha kerajinan tas anyaman bahwa peran BUMDes Sukoraharjo dalam pengembangan usaha kerajinan tas anyaman dilakukan melalui beberapa upaya sebagai berikut:

1. Modal

kapital usaha adalah sejumlah uang atau barang yang digunakan untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha.¹⁴³ Kapital ialah hal utama dalam melaksanakan suatu bisnis, modal bukan hanya bersumber dari modal pribadi tapi juga dari modal pinjaman sehingga modal sangat diperlukan dalam pendirian dan pengembangan usaha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Puja Rismaya bahwa pemberian modal sangat diperlukan sebagai upaya pengembangan usaha.¹⁴⁴ Tanpa adanya modal usaha bisnis tidak akan berjalan dan berkembang. Banyak sedikitnyadana akan berpengaruh terhadap pengembangan bisnis dalam upaya meningkatkan penghasilan usaha.¹⁴⁵

Dalam hal ini pihak BUMDes sukoraharjo dalam proses pengembangan usaha dengan memberikan modal usaha pada awal pendirian sejumlah Rp. 15.000.000,- yang digunakan untuk membeli

¹⁴³ Tri Astuty, *Buku Pendoman Umum Pelajar Ekonomi*, (Jakarta: Vicosta Publishing, 2015), hal. 49

¹⁴⁴ Dian Puja Rismaya, *Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) "Mitra Usaha" Dalam Meningkatkan Sektor Usaha Anggota Kub Mulyasari Desa Lohgadi Karanganyam Kebumen...*, hal.64

¹⁴⁵ Kartika Putri, dkk., "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha", *Jurnal Ilmu Administrasi*, Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/106060-ID-none.pdf>, pada 28 Juni 2021

bahan baku berupa plastik untuk membuat tas anyaman. Dan pada tahun kedua Badan Usaha Milik Desa “Sukoraharjo” memberikan tambahan modal sebesar Rp. 5.000.000,- sebagai upaya dalam membantu pengembangan usaha ini. Yang mana modal usaha sangat penting pada saat pendirian usaha. Pemberian modal pada tahun berikutnya tidak diberikan karena omset usaha kerajinan tas anyaman mulai mengalami kenaikan di tahun 2017 omset sejumlah Rp. 225.000,-. Pada tahun 2018 omset mengalami kenaikan yang sangat signifikan menjadi sebesar Rp. 3.276.000,- dengan presentase sebesar 13.56%. Tahun 2019 kenaikan tidak terlalu signifikan menjadi sebesar Rp.4.012.000,- dengan presentase sebesar 0.2247% dan tahun 2020 menjadi sebesar Rp. 4.548.000,- dengan presentase 0.1336%. Tenaga Kerja

Tenaga kerja ialah seseorang yang melaksanakan profesi untuk memproduksi barang atau jasa guna memenuhi keperluan hidup sendiri dan warga.¹⁴⁶ Dimana kelancaran sebuah usaha ditentukan oleh baik dan buruknya tenaga kerja yang digunakan, sebaik apapun usaha itu direncanakan.oleh sebab itu, peran tenaga kerja dalam pertumbuhan suatu usaha sangatlah penting. Tanpa adanya tenaga kerja pasti usaha tidak bisa dijalankan.¹⁴⁷

Peran BUMDes Sukoraharjo dalam pengembangan usaha kerajinan tas anyaman juga membantu perekrutan tenaga kerja atau pengrajin. Dalam hal ini usaha kerajinan tas anyaman merekrut pengrajin tas

¹⁴⁶ Tyas, *Ketenagakerjaan Di Indonesia*, (Semarang: Alprin, 2010), hal. 2

¹⁴⁷ *Ibid.*, hal. 2

anyaman yang sudah memiliki keterampilan dan keahlian dalam bidang penganyaman tas. Selain itu usaha kerajinan tas anyaman juga memilih tenaga kerja yang terlatih, adanya tenaga kerja yang terlatih akan membuat proses pembuatan tas anyaman semakin cepat selesai dan permintaan konsumen akan terpenuhi. Jumlah pengrajin usaha kerajinan tas anyaman untuk saat ini berjumlah 3 orang dan pengelola kerajinan tas anyaman berjumlah 2 orang. Berikut ini tabel data pengrajin dan pengelola:

Tabel 5.2
Data Nama Pengrajin dan Pengelola Kerajinan Tas Anyaman

Nama Pengrajin	Nama Pengelola
Ibu Nurul	Ibu Mujianah
Ibu Eka	Ibu Pipit
Ibu Rokah	-

Sumber: Usaha Kerajinan Tas Anyaman

2. Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku Strategi

Promosi Pemasaran menyatakan bahwa:

Pemasaran ialah suatu proses yang dibuat oleh warga dan perorangan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan dengan melakukan proses pertukaran, menmasarkan dan menciptakan barang yang bernilai bagi orang lain.¹⁴⁸

Dimana Pemasaran sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis untuk memenuhi kebutuhan pasar, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya kepada konsumen guna mendapatkan tujuan

¹⁴⁸ Onny Fitriana Sitoru dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2017), hal. 5

perusahaan. Proses pemasaran yang dilakukan oleh Pihak BUMDes Sukoraharjo dalam pengembangan usaha kerajinan tas anyaman melalui:

- a. Dijual pihak BUMDes Sendiri (*Direct Marketing*) dan Melalui Media Sosial

Direct Marketing adalah penjualan secara langsung yang dilakukan oleh penjual kepada calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.¹⁴⁹ Dimana usaha kerajinan tas anyaman ini masih dipasarkan oleh pihak BUMDes Sukoraharjo sendiri melalui sistem pesanan. Walaupun hanya melayani pesanan usaha kerajinan tas anyaman yang memesan produk cukup banyak. Perihal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kasino Martowinangun dan Devita Juniati Sri Lestari menyatakan bahwa promosi dengan menggunakan *direct marketing* dapat membantu peningkatan penjualan sehingga usaha dapat berkembang.¹⁵⁰

Selain melalui *direct marketing* promosi yang dilakukan kerajinan tas anyaman juga melalui media sosial. Dimana media sosial adalah segala bentuk pemasaran yang dipakai untuk menubuhkan pengetahuan, pemahaman, dan pengingatan kembali terhadap suatu bisnis atau produk yang menggunakan alat sosial web seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Line, dan Twitter. Penggunaan media sosial ini

¹⁴⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 135

¹⁵⁰ Kasino Martowinangun dan Devita Juniati Sri Lestari, "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan Di CV Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung", *Co Management*, Vol. 1, No. 2, Juni 2019, hal. 151

bertujuan untuk memperkenalkan produk agar dikenal oleh masyarakat luas, memperluas target pasar, mencari target *consumer* dan menjangkau bisnis.¹⁵¹

b. Mengikuti *Event* Pameran

Event pameran ialah suatu aktivitas yang mempertunjukkan ciptaan seni untuk dikomunikasikan sehingga dikenal oleh warga. Yang mana tujuan mengikuti pameran yaitu untuk memperkenalkan produk kita sehingga dapat menghasilkan profit atau margin bagi si pemilik ciptaan atau bagi penyelenggaranya.¹⁵² Yang mana dengan aktif mengikuti event akan membantu perkembangan produk usaha. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Ade Rahwa bahwa keikutsertaan pengusaha dalam mengikuti event akan membantu memperkenalkan produk, mengembangkan pengusaha lokal dan produk nasional.¹⁵³

Dalam hal ini BUMDes Sukoraharjo dalam membantu pengembangan usaha kerajinan tas anyaman juga mengikuti *event-event* yang pernah ada. *Event-event* yang pernah diikuti yaitu pameran desa dan pameran tingkat kabupaten.

¹⁵¹ Salmiah, dkk., *Online Marketing...*, hal. 11-17

¹⁵² Sa'diyah el Adawiyah, *Manajemen Event*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), hal. 100

¹⁵³ Ade Rahwa, "Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Nasional (Event Tahunan Jakcioth)", *Jurnal of Communication*, Vol. 1, No.2, September 2017, hal.166

B. Pendampingan BUMDes Sukoraharjo Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Kerajinan Tas Anyaman

Kerajinan tas anyaman adalah salah satu kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat Indonesia dengan ciri dan ornamen yang beragam. Usaha kerajinan anyaman tas ini merupakan usaha yang baru ada di desa saya dimana usaha kerajinan tas anyaman ini didirikan pada tahun 2016 yang mana bahan dasar pembuatan kerajinan tas anyaman ini adalah plastik. Pendampingan adalah suatu strategi umum yang dilakukan sebagai upaya untuk mendukung program pengembangan dan kesuksesan usaha.¹⁵⁴ Agar usaha terus berkembang tentunya dibutuhkan pendampingan dalam menetapkan strategi penjualan yang benar.

Strategi pemasaran adalah suatu teknik atau proses untuk menganalisis, perancangan, implementasi, dan pengamatan kegiatan yang mempunyai tujuan untuk menciptakan peralihan dengan pasar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan.¹⁵⁵ Strategi pemasaran dibutuhkan guna mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran dilakukan dengan tujuan untuk memikat perhatian konsumen dalam memakai barang yang ditawarkan. Oleh karenanya, pemasaran membawakan peran penting dalam peningkatan strategi usaha.¹⁵⁶ Selain itu pemasaran dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan mengkomunikasikan produk yang dijual.

¹⁵⁴ Wahyudiono, *Perekayasa Sosial...*, hal.18

¹⁵⁵ Musnaini,dkk., *Manajemen Pemasaran*, (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 3

¹⁵⁶ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makasar: Cv Sah Media, 2019), hal. 1

Usaha kerajinan tas anyaman adalah usaha yang bergerak di bidang pengrajin tas anyaman yang berbahan dasar plastik. Agar usaha kerajinan tas anyaman ini berkembang maka perlu adanya pendampingan dalam strategi pemasaran. Untuk menganalisis pendampingan dalam strategi pemasaran usaha kerajinan tas menggunakan 4 bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi lokasi, strategi harga dan strategi promosi. Menurut teori Kotler dan Keller dalam pemasaran produk diperlukan juga “bauran pemasaran adalah suatu alat yang dipergunakan untuk menggapai sasaran penjualan yang telah ditentukan”.¹⁵⁷ Berikut ini Pendampingan BUMDes Sukoraharjo terhadap strategi pemasaran yang digunakan untuk usaha kerajinan tas anyaman:

1. Strategi Produk

Produk merupakan sesuatu yang bisa diperjualbelikan di pasar guna digunakan, dipunyai dan dipergunakan sampai-sampai dapat memuaskan keperluan dan keinginan. Dimana jenis produk terbagi menjadi dua yaitu barang konsumsi dan industri. Barang konsumsi adalah sesuatu yang dipakai untuk pemakaian akhir yang tidak diperjualbelikan yang meliputi perlengkapan keperluan sehari-hari, perlengkapan belanja, dan perlengkapan khusus. Barang industri adalah sesuatu yang dipakai pada saat proses peningkatan penjualan.¹⁵⁸ Usaha kerajinan tas anyaman ini memproduksi produk konsumsi yang digunakan untuk wadah berbelanja. Usaha kerajinan tas anyaman ini memproduksi berbagai model tas anyaman seperti tas anyaman souvenir, tas anyaman sedang, tas anyaman

¹⁵⁷ Bahri, *Pengantar Kewirausahaan...*, hal. 122

¹⁵⁸ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek*, (Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019), hal.3

besar, tas anyaman buka tutup, tas anyaman kotak, dan tas anyaman jumbo.

Strategi produk dalam pengembangan dapat dilakukan dengan cara peningkatan kualitas produk, adanya fitur produk, desain produk, pemberian merek, label, dan pengemasan. Fitur produk adalah suatu produk yang bisa diperjualbelikan dalam beragam model. Sedangkan desain produk adalah penampilan produk atau model produk.¹⁵⁹

Pendampingan BUMDes Sukoraharjo terhadap Usaha Kerajinan tas anyaman dalam pengembangan produk dengan cara mencari inovasi-inovasi baru pada produk kerajinan tas anyaman serta memberikan kesempatan kepada pengrajin untuk membuat produk dengan desain sendiri. inovasi adalah proses pengembangan atau pemanfaatan untuk menciptakan atau memperbaiki produk maupun proses untuk memberi nilai yang lebih.¹⁶⁰ Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh penerapan inovasi dalam kegiatan usahanya. Semakin banyaknya industri yang sama yang mengakibatkan tingginya persaingan antar pelaku usaha inovasi sangat diperlukan.¹⁶¹ Dengan adanya pendampingan ini membantu usaha kerajinan dalam melakukan inovasi pada usaha kerajinan tas anyaman ini dengan memadukan berbagai warna dalam satu buah tas dan membuat berbagai model. Adanya pilihan berbagai model akan menarik minat pembeli. Dalam hal ini kerajinan tas anyaman memadukan 2-3 warna, perpaduan warna ini juga tergantung dari request pembeli. Dengan adanya

¹⁵⁹ *Ibid.*, hal. 14

¹⁶⁰ Sisca, dkk., *Manajemen Inovasi*, (t.t.p.: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 4

¹⁶¹ *Ibid.*, hal.21

berbagai pilihan model akan menarik minat pembeli sehingga pembeli dapat membeli produk sesuai dengan keinginannya. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Esthi Kusdarini dan Sapto Heru Yuwanto bahwasannya dalam melakukan manajemen produk melalui redesain kemasan dan penyesuaian harga produk dengan kemampuan ekonomi yang dituju dimnna yang semula produk pentol Bagoos terdiri dari 2 jenis harga menjadi 3 jenis produk yaitu S, M, dan L.¹⁶²

Selain membantu mencarikan inovasi pada usaha kerajinan tas anyaman juga membantu memilih plastik bagus. Pemilihan bahan baku berupa plastik yang bagus sangat diperlukan sebagai upaya dalam menjaga kualitas produk. Mutu produk ialah salah satu sarana utama untuk pemasaran.¹⁶³ Penggunaan bahan yang bagus juga sangat diperlukan supaya para konsumen tidak kecewa ketika membeli tas anyaman. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tas anyaman adalah plastik yang terdiri dari beraneka macam bahan sesuai dengan tingkat mutu bahan yang meliputi bahan kaca A, kaca B, embos polos, dan embos lurik. Selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Desi Permadani bahwasanya mempertahankan mutu produk dengan cara penentuan bahan baku yang bermutu dan melakukan pengecekan ulang dari pembuatan produk.¹⁶⁴

¹⁶² Esthi Kusdarini dan Sapto Heru Yuwanto, "Strategi Produksi Dan Pemasaran Pada Pendampingan Usaha Kuliner Pentol Modern Bagoos Di Temboro Magetan Jawa Timur", *Jurnal Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, Vol. VI, No. 1 2018, hal. 361

¹⁶³ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek...*, hal.3

¹⁶⁴ Desi Permadani, *Startegi Pemasaran Industri Cobek Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Industri Kerajinan Cobek Dusun Mojo Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2021), hal. 104

2. Strategi Lokasi Distribusi

Tempat penjualan adalah suatu kawasan perusahaan berjalan dan penghasil barang atau tempat perusahaan melakukan kegiatan jual beli barang atau jasa untuk menghasilkan keuntungan.¹⁶⁵ Lokasi usaha sangat diperlukan dalam proses penyaluran barang atau jasa. Agar produk yang diperjualbelikan dapat dijangkau oleh pembeli. Tujuan penentuan strategi lokasi untuk memaksimalkan keuntungan usaha, sebagai alat promosi dan sebagai alat komunikasi. Pemilihan lokasi yang strategis sangat mempengaruhi penjualan usaha atau produk. Dalam penentuan lokasi tentunya juga harus mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Dekat dengan daerah industri.
- b. Dekat dengan tempat perkantoran.
- c. Dekat dengan tempat pasar.
- d. Dekat dengan sentral pemerintah.
- e. Dekat dengan pemukiman warga atau penduduk.
- f. Memperhitungkan banyaknya kompetitor yang ada dalam suatu tempat.
- g. Kemudahan dalam sarana dan prasarana.¹⁶⁶

Saluran distribusi atau lokasi usaha itu sendiri terbagi menjadi 4 yaitu:

- a. Penyaluran langsung dari pembuat ke pembeli. Dalam saluran ini tidak adanya perantara.

¹⁶⁵ Miftah dan Ambok Pangiuk, dkk., *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Prespektif Kearifan Lokal*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020), hal. 15

¹⁶⁶ Rochmat Aldy Purnomo, Riawan, dan La Ode Sugianto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press, 2017), hal. 160

- b. Saluran distribusi tradisional yang melibatkan produsen disalurkan ke pedagang besar disalurkan ke pengasong dan terakhir ke konsumen.
- c. Saluran distribusi yang melibatkan agen, dari pembuat langsung ke pemasok, dan pemasok ke pengecer, dari pengasong ke konsumen akhir.
- d. Saluran distribusi yang terakhir adalah dari pembuat ke distributor ke penjual besar ke pedagang eceran dan terakhir ke konsumen.¹⁶⁷

Pendampingan BUMDes Sukoraharjo dalam strategi lokasi bisnis kerajinan tas anyaman desa Sukorejo membantu memilih lokasi yang strategis dengan melakukan pertimbangan berbagai hal seperti mudah dijangkau oleh masyarakat tersedianya sarana dan prasarana, dekat dengan perumahan penduduk, dan dekat dengan rute yang dilalui kendaraan untuk dijadikan tempat usaha. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Risda Pratiwi bahwa pemilihan lokasi yang strategis yaitu lokasi yang mempunyai halaman luas sehingga memudahkan untuk mengeringkan rengginang–rengginang pulut dan adanya sarana dan prasarana yang mencukupi membantu dalam aktifitas pembuatan rengginang pulut.¹⁶⁸

3. Strategi Harga

Harga adalah nilai yang ditetapkan pada suatu produk atau sejumlah nilai yang wajib dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Penetapan nilai akan suatu barang amat berpengaruh terhadap laku tidanya

¹⁶⁷ Rosmulia Sembiring, *Pengantar Bisnis*, (t.t.p.: La Goods Publishing, 2014), hal. 146-147

¹⁶⁸ Risda Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL JAYA Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*, (Medan: Skripsi Diterbitkan, 2018), hal.72

produk yang ditawarkan.¹⁶⁹ Harga menjadi faktor pertimbangan bagi pembeli ketika akan membeli suatu produk. Pendampingan BUMDes Sukoraharjo dalam usaha kerajinan tas anyaman ini menerapkan beberapa strategi harga sebagai berikut:

- a. Mencari informasi yang ada di pasaran untuk penetapan harga yang standar

Adanya informasi harga yang berlaku di pasaran dipergunakan sebagai acuan kerajinan tas anyaman dalam menetapkan harga yang standar tidak mahal dan tidak murah dari harga pasaran serta harga yang cukup terjangkau. Dengan penetapan harga yang terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh seluruh golongan mulai golongan bawah hingga golongan atas. Meskipun usaha kerajinan tas anyaman menetapkan harga yang standar hal ini juga sebanding dengan kualitas bahan baku yang digunakan. Usaha kerajinan tas anyaman ini menetapkan harga dari Rp.7.000-Rp.35.000. Adanya pilihan nilai yang bervariasi akan menarik minat pembeli sesuai dengan isi kantong pembeli. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jusnia Brenda Monica bahwa penetapan harga yang dilakukan pada perusahaan krupuk edos menetapkan harga sama dari harga yang ada di pasaran dengan catatan tetap menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Rochmat Aldy Purnomo, Riawan, dan La Ode Sugianto, *Studi Kelayakan Bisnis...*, hal.159

¹⁷⁰ Jusnia Brenda Monica, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2020), hal.87

b. Adanya Diskon

Diskon adalah pengurangan yang diberikan pedagang kepada konsumen atas produk yang dibelinya atau pengurangan harga dari harga katalog.¹⁷¹ Usaha kerajinan tas anyaman ini menurunkan harga kepada pemesan apabila memesan tas anyaman dalam jumlah skala besar. Pemberian diskon dilakukan untuk peningkatan penjualan produk. Diskon yang diberikan biasanya sekitar Rp. 3.000-Rp.5.000 dari harga nilai katalog. Pemberian diskon biasanya hanya untuk model tas tertentu yang harga lebih mahal.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi sangat diperlukan agar usaha dikenal oleh masyarakat luas supaya usahanya dapat berkembang dengan pesat. Promosi adalah suatu cara untuk menyebarkan informasi, membujuk konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan.¹⁷² Pendampingan BUMDes Sukoraharjo dalam Usaha kerajinan tas anyaman terhadap strategi promosi menggunakan media sebagai berikut:

a. *Word of mouth*

Word of mouth ialah salah satu bauran promosi yang mana proses pemasarannya dilakukan dari mulut ke mulut, karena diinformasikan oleh pembeli atau konsumen secara sukarela karena mereka merasa puas akan pelayanan atau produk yang diberikan.¹⁷³ Pendampingan BUMDes Sukoraharjo terhadap strategi promosi yang dilakukan pada

¹⁷¹ Benny Lo, *Sukses Memulai Bisnis Properti*, (Jakarta: Visi Media, 2013), Hal. 110

¹⁷² Tengku Fitri Mustafar, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 148

¹⁷³ Onny Fitriana Sitoru dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran...*, hal.68

usaha kerajinan tas anyaman yaitu membantu menawarkan menggunakan media melalui percakapan. Yang mana awalnya usaha kerajinan tas anyaman menawarkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen. Lalu pada akhirnya konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan melakukan pembelian ulang. Selain itu karena informasi dari konsumen yang sudah pernah membeli produk tas anyaman sehingga konsumen lain berdatangan. Walaupun juga masih menggunakan media *word of mouth* usaha kerajinan tas anyaman sampai sekarang masih ada pesanan.

b. Media Sosial

Selain menggunakan media *word of mouth* juga menggunakan strategi promosi melalui media sosial. Media sosial atau pemasaran secara online adalah suatu alat promosi yang digunakan dengan menggunakan internet.¹⁷⁴ Penggunaan media sosial akan memudahkan para penjual untuk mempromosikan produk dan jasanya secara mudah. Selain itu dengan media sosial pengaksesanya dapat dilakukan dimanapun. Usaha kerajinan tas anyaman dalam menawarkan barangnya melalui pemakaian media sosial seperti Whatsapp serta instagram dengan cara mengupdate story dan membuat story di whatsapp. Media sosial yang digunakan masih media sosial milik pribadi karena usaha kerajinan tas anyaman belum memiliki akun sendiri.

¹⁷⁴ Salmiah, dkk., *Online Marketing...*, hal.5

Keadaan tersebut sesuai juga dengan riset yang dilaksanakan oleh Yulia Anggraini mengatakan bahwa strategi promosi yang digunakan industri kerajinan marmer dilakukan dengan berbagai cara dengan mengikuti pameran, menggunakan kartu nama, melalui mitra kerja dan melalui media sosial. Aktivitas promosi ini pula diharapkan dapat mempertahankan merek dan menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran apabila mengaplikasikan rencana promosi yang tepat.¹⁷⁵

Walaupun pemasaran masih menggunakan media dari mulut ke mulut dan media sosial setiap tahunnya penjualan kerajinan tas anyaman mengalami peningkatan hal ini dibuktikan dengan adanya tabel penjualan kerajinan tas anyaman, sebagai berikut:

Tabel 5.3
Data Penjualan Kerajinan Tas Anyaman

Tahun	Penjualan Tas Anyaman
2017	15 Tas
2018	217 Tas
2019	267 Tas
2020	303 Tas
2021(Sampai Bulan Juli)	500 Tas

Sumber: Usaha Kerajinan Tas Anyaman

Berdasarkan tabel 5.3 diatas bahwa penjualan kerajinan tas anyaman setiap tahunnya mengalami peningkatan walaupun tahun 2017 penjualan kerajinan tas anyaman hanya 15 buah tas dan pada tahun berikutnya

¹⁷⁵ Yulia Anggraini, *Penerapan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Industri Kerajinan Marmer Di Kecamatan Campurdarat Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), hal. 113

mengalami kenaikan yang cukup relevan. Kenaikkan signifikan dirasakan pada tahun 2021 bulan Juli yang mana penjualan mencapai 500 buah tas.

C. Kontribusi BUMDes Sukoraharjo Bagi Perekonomian Melalui Kerajinan Tas Anyaman

BUMDes Sukoraharjo adalah suatu badan usaha desa yang menjalankan bisnis desa dijalankan dengan pemerintah, masyarakat dan berbadan hukum. Usaha desa adalah jenis bisnis yang meliputi pelayanan ekonomi desa.¹⁷⁶ Dalam hal ini BUMDes Sukoraharjo mendirikan beberapa unit usaha salah satunya usaha kerajinan tas anyaman. Hal ini sesuai dengan teori usaha desa yang meliputi usaha pelayanan finansial, pelayanan transportasi darat dan air, listrik desa, distribusi bahan kebutuhan pokok ekonomi desa, perniagaan hasil pertanian, peternakan perikanan, dan industri kerajinan masyarakat.¹⁷⁷ Usaha kerajinan tas anyaman adalah usaha desa yang didirikan pada tahun 2016. Tujuan pendirian usaha kerajinan ini adalah membantu perekonomian dan menambah skill ibu-ibu rumah tangga. Pendirian suatu usaha tentunya dapat memberikan dampak yang positif bagi BUMDes Sukoraharjo ialah dapat membantu menambah penerimaan asli desa dan perekonomian desa. Bagi masyarakat desa dapat meningkatkan kesejahteraan sehingga adanya usaha kerajinan tas anyaman memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli tas kerajinan tas anyaman yang digunakan untuk parselan. Sedangkan bagi ibu-ibu Desa Sukorejo (pengrajin) dengan adanya usaha kerajinan tas anyaman yaitu dapat membantu ekonomi

¹⁷⁶ Departemen Pendidikan Nasional Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan (PKSD), *Buku Panduan Pendirian Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*..., hal. 6

¹⁷⁷ *Ibid.*, hal. 6

keluarga, membantu suami mencari penghasilan tambahan, memiliki penghasilan sendiri, dan menambah pengalaman dalam mengrajin tas anyaman.

Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Kasmir dan Jakfar dalam Buku Studi Kelayakan Bisnis menjelaskan bahwa dampak yang dirasakan dengan adanya usaha yaitu:

1. Dapat meningkatkan ekonomi keluarga melalui peningkatan pendapatan keluarga, pengubahan model pendapatan, adanya perubahan model pendapatan rangkap, adanya berbagai macam barang dan jasa bagi masyarakat, dan terbukanya kesempatan kerja.
2. Menaikkan perekonomian pengelola daerah dan daerah dengan meningkatkan kesempatan kerja, memberikan nilai tambah dalam proses manufaktur, peningkatan pendapatan daerah, menambah jenis dan kuantitas kegiatan ekonomi, meningkatkan pusat-pusat ekonomi di daerah tertentu, dan menyediakan fasilitas umum yang dibutuhkan masyarakat.¹⁷⁸

Selain itu kontribusi ekonomi melalui usaha kerajinan ini dapat mengurangi pengangguran masyarakat desa khususnya ibu-ibu rumah tangga. Yang mana ibu-ibu rumah tangga tidak mempunyai kesibukan yang hanya mengurus rumah adanya usaha kerajinan tas anyaman ibu rumah tangga memiliki pekerjaan sampingan karena pengerjaan dapat dilakukan ketika semua pekerjaan rumah sudah selesai dan pengerjaan dapat dilakukan dirumah masing-masing, sehingga ibu-ibu rumah tangga memiliki keahlian

¹⁷⁸ Kasmir dan Jafar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 201-202

atau skill. Adanya keahlian yang dimiliki akan membantu peningkatan ekonomi keluarganya. Hal tersebut juga sesuai dengan manfaat didirikannya BUMDes Sukoraharjo yaitu manfaat komersial yang mampu membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam peningkatan pendapatan dan juga terbukanya pekerjaan bagi warga desa.¹⁷⁹

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tersebut selaras dengan penelitian yang dibuat oleh Sedinadia Putri menjelaskan maka adanya UMKM membawa dampak yang baik ditandai dengan semakin banyak orang yang memiliki pekerjaan atau bahkan memiliki usaha, dapat menambah pendapatan masyarakat sekitar, dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan.¹⁸⁰

¹⁷⁹ David Prasetyo, *Peran BUMDes Dalam Membangun...*, hal. 33

¹⁸⁰ Sedinadia Putri, "Kontribusi UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4, No.2, Juli-Desember 2020. hal. 159