



[Homepage Journal: https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS](https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS)

Strategi Marketing Artshop Galang Shop dalam Menarik Konsumen di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah

Artshop Galang Shop Marketing Strategy in Attracting Consumers in Beleka Village, Praya Timur District, Central Lombok Regency

Yudi Graha^{1*}, Hilman Jayadi²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Haji Abdul Rasyid Lombok Tengah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Haji Abdul Rasyid Lombok Tengah, Yudigraha36@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Haji Abdul Rasyid Lombok Tengah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Haji Abdul Rasyid Lombok Tengah, hilmanjayadi26@gmail.com

***Corresponding Author: E-mail:** Yudigraha36@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 18 Nov, 2024

Revised: 21 Dec, 2024

Accepted: 29 Jan, 2025

Kata Kunci:

Strategi Marketing, Sosial, Industri

Keywords:

Marketing, Social, Industrial

DOI: [10.56338/jks.v8i1.6949](https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6949)

ABSTRAK

Pada perkembangan di bidang industri sebagai bagian dari usaha pembangunan ekonomi jangka panjang untuk menciptakan perekonomian yang lebih kokoh dan seimbang. Salah satu industri kecil yang berkembang saat ini adalah kerajinan rotan. Kerajinan rotan merupakan produk unggulan di Desa Beleka. Kerajinan rotan di Desa Beleka sangat pesat perkembangannya, pengrajin-pengrajin yang dulunya bekerja sebagai karyawan biasa sekarang telah beralih profesi menjadi pimpinan kerajinan rotan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing artshop galang shop dalam menarik konsumen di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang lenih cenderung menggunakan analisis dan leih deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Jenis penelitian ini juga menggunakan 5 langkah pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, analisis, dan validasi data. Hasil penelitian disimpulkan bahwa dari kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap kerajinan rotan telah banyak mendorong industri rotan untuk menawarkan dan memasarkan berbagai jenis kerajinan dengan keunggulan dan daya tarik yang berbeda-beda. Sehingga menimbulkan persaingan di industri kerajinan rotan dalam merebut hati konsumen dan calon konsumen di dalam pangsa pasarnya agar volume pemasaran dapat ditingkatkan atau minimal dipertahankan.

ABSTRACT

On developments in the industrial sector as part of long-term economic development efforts to create a stronger and more balanced economy. One of the small industries currently developing is rattan crafts. Rattan crafts are a superior product in Beleka Village. Rattan crafts in Beleka Village are developing very rapidly, craftsmen who previously worked as ordinary employees have now changed professions to become leaders of rattan crafts. The aim of this research is to determine the marketing strategy of Galang Shop art shop in attracting consumers in Beleka Village, East Praya District, Central Lombok Regency. This type of research uses qualitative research which tends to use analysis and is more descriptive. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. This type of research also uses 5 data collection steps, namely observation, interviews, documentation, analysis and data validation. The results of the research concluded that the increasing public need for rattan crafts has encouraged the rattan industry to offer and market various types of crafts with different advantages and appeals, thereby giving rise to competition in the rattan craft industry in winning the hearts of consumers and potential consumers in the country. market share so that marketing volume can be increased or at least maintained.

PENDAHULUAN

Ekonomi Islam adalah Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam (Abdul Manan, 1997). Sistem Ekonomi Islam merupakan

sistem ekonomi yang berorientasi rahmatan lilalami, Namun dalam perkembangannya, sistem Ekonomi hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada Bank Syar'iah, Baitulmal Bit tamwil dan Asuransi Syari'ah. Padahal ruang lingkup ekonomi itu meliputi sektor riil juga seperti perdagangan, pertanian, maupun industri (Muslich, 2007).

Al-Qur'an tidak banyak dibahas karena hanya mengemukakan prinsip-prinsip dasar saja. Dari prinsip-prinsip dasar tersebut kemudian dikembangkan sistem yang sesuai dan tidak menyimpang. Di dasari alasan yang tepat, Al-Qur'an dan Sunnah banyak sekali membahas bagaimana seharusnya umat islam bersikap sebagai produsen, konsumen dan pemilik modal tetapi hanya membahas sedikit tentang masalah sistem ekonomi. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, yaitu ekonomi menurut pandangan islam harus dapat memberikan kesempatan sebesarbesarnya kepada semua pelaku usaha. Karena itu ekonomi syariah juga merujuk pada hal tersebut.

Tujuan dari ekonomi syariah adalah untuk memberikan keselaraan bagi kehidupan di dunia. Nilai islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi syariah adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai islam guna mencapai falah(Aan Anshori, 2016). Ekonomi islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalannya tanpa meninggalkan sumber hukum teori ekonomi islam.

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai potensi sumber daya alam yang sangat berlimpah. Sumber daya alam yang sangat melimpah ini tentu harus dijadikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian. Potensi Sumber daya alam di Indonesia seperti hutan, laut, minyak bumi, gas alam dan batu bara dan lain sebagainya merupakan suatu asset yang tidak ternilai, namun di era modern saat ini masih banyak masyarakat yang belum mampu mengelola sumber daya yang ada untuk dimanfaatkan. Potensi alam yang begitu melimpah ini tentu bisa dikembangkan dan dimanfaatkan untuk kebutuhan sendiri maupun dijadikan usaha yang memiliki nilai jual tinggi.

Sektor UMKM seharusnya dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia, Pasalnya keragaman budaya, seni dan lain sebagainya menjadi peluang untuk meningkatkan ekonomi di berbagai belahan pulau yang ada di Indonesia. Di Indonesia sendiri sudah banyak daerah yang memiliki sentra kerajinan terlebih lagi di pulau Lombok yang terkenal dengan keeksotisan pulaunya, budaya serta alamnya sehingga indonesia menjadi negara tujuan wisata yang banyak di minati oleh wisatawan mancanegara. Bukan hanya itu, Lombok juga mempunyai berbagai macam tempat untuk para penikmat souvenir, sehingga di sini peran UMKM harus ditunjukkan untuk melihat peluang yang terbuka lebar untuk membangun ekonomi rakyat yang lebih tertata dan rapi (Hidayat, 2014).

Perkembangan di bidang industri sebagai bagian dari usaha pembangunan ekonomi jangka panjang untuk menciptakan struktur perekonomian yang lebih kokoh dan seimbang. Pengembangan struktur industri khususnya industri kecil mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Salah satu industri kecil yang berkembang saat ini adalah kerajinan rotan. Kerajinan rotan merupakan produk unggulan di Desa Beleka. Didalam setiap usaha kita mengenal istilah pemasaran yang merupakan kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga, tempat. Jadi yang dimaksud pemasaran adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang di dalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Phillip Kotler, 1997).

Dilihat dari kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap kerajinan rotan telah banyak mendorong industri rotan untuk menawarkan dan memasarkan berbagai jenis kerajinan dengan

keunggulan dan daya tarik yang berbeda-beda. Sehingga menimbulkan persaingan di industri kerajinan rotan dalam merebut hati konsumen dan calon konsumen di dalam pangsa pasarnya agar volume pemasaran dapat ditingkatkan atau minimal dipertahankan. Kerajinan rotan di Desa Beleka sangat pesat perkembangannya, pengrajin-pengrajin yang dulunya bekerja sebagai karyawan biasa sekarang telah beralih profesi menjadi pimpinan kerajinan rotan mereka masing-masing (Muslich, 2007). Dengan banyaknya usaha kerajinan rotan yang baru tentunya semakin memperketat persaingan antar pengrajin rotan dan berpengaruh kepada sistem pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif (Djam'an Satori, 2014), yaitu mengungkapkan secara deskriptif strategi pemasaran kerajinan rotan di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 20017). Sumber data penelitian ini adalah data primer yaitu informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari masyarakat melalui proses wawancara ataupun observasi. Dan Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada seperti buku-buku, jurnal, skripsi dan sumber lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Basu Swastha strategi pemasaran merupakan kombinasi empat variabel yang mempengaruhi pokok dari sebuah sistem pemasaran, ialah: produk, harga, promosi, dan distribusi(Basu Swastha, 2005). Strategi pemasaran dianggap sebagai sebuah solusi permasalahan dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran memiliki tujuan antara lain ialah bagaimana produk yang ditawarkan disukai, dibutuhkan dan diinginkan, dan dibeli oleh konsumen sehingga dapat merasakan kepuasan kepada konsumen dan ditimbalkan baliknya ialah memberikan keuntungan pada perusahaan.

Strategi pemasaran menjadi elemen penting yang mendukung kegiatan usaha kerajinan rotan dalam memasarkan produknya dan masuk ke dalam pasar yang dituju. Dari hasil penelitian mengenai menejemen pemasaran dalam meningkatkan penjualan kerajinan rotan pada Artshop Galang Shop, bahwa perusahaan menerapkan Strategi pemasaran antara lain sebagai berikut:

Strategi Produk

Pemasaran produk yang diterapkan oleh Artshop Galang Shop ialah dengan menyediakan produk kerajinan dengan berbagai jenis kerajinan rotan seperti tas, tempat tisu, meja, kursi. Disisi lain Artshop Galang Shop sangat memperhatikan kualitas kerajinan yang diproduksinya agar memberi kepuasan pada konsumen. Dan oleh sebab itu, guna menjaga mutu produk yang dihasilkan perusahaan menggunakan bahan kerajinan yang berkualitas terbaik.

“Produk yang berupa barang atau jasa yang digunakan mempunyai unsur-unsur yang perlu untuk diperhatikan ialah model, desain, bahan kerajinan, kualitas, keamanan, jaminan keragamaan, merek, pelayanan, kemasan, dan label”.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa segala unsur-unsur dasar pada suatu produk sangat penting dalam pemasarannya. Dengan memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan dan melihat produk apa saja yang paling banyak diminati oleh pembeli atau konsumen, maka produk yang akan dijual dapat masuk kesegmen pasar. Untuk memuaskan konsumen pihak Artshop Galang Shop selalu memperhatikan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan kerajinan yang berkualitas. Dengan mempunyai citra yang baik dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk kerajinan rotan dan mengakibatkan volume penjualan yang meningkat.

Strategi Harga

Dalam menetapkan harga, Artshop Galang Shop memperhatikan banyak hal antar lain bahan kerajinan, jenis produk kerajinan, tingkat kesulitan pembuatan, model produk, desain produk, dan ukuran kerajinan. Adapun harga kerajinan rotan pada Artshop Galang Shop berada pada kisaran harga dimulai dari Rp. 20.000 – Rp. 500.000, tergantung jenis kerajinan yang akan dibeli. Tapi jika konsumen akan membeli dalam jumlah banyak maka pihak Artshop Galang Shop akan memberikan potongan harga atau diskon dan harga bisa disepakati sebelum terjadinya transaksi pembelian. Artshop Galang Shop memperhatikan kondisi pasar apabila pasar sedang ramai, harga kerajinan juga naik, begitu pula sebaliknya apabila kondisi pasar sedang sepi atau menurun maka harga produknya turun. Tjiptono dalam bukunya menjelaskan bahwa guna menetapkan harga produk pada suatu usaha atau perusahaan maka harus mencapai hal-hal berikut(Tjiptono, 2001):

a. Mendapatkan pasar

Pada posisi ini penjualan produk dengan penetapan harga yang rendah ialah upaya untuk mendapatkan pasar.

b. Mencapai kinerja keuangan

Penetapan harga juga berpengaruh terhadap keuangan perusahaan terutama kontribusi laba dan arus kas. Harga yang tinggi tidak mendapatkan posisi pasar yang baik.

c. Penetapan Posisi Produk

Harga juga berpengaruh pada citra produk, dengan harga yang tinggi konsumen cenderung akan beralih pada produk lain.

d. Persaingan

Dalam hal ini menejemen perusahaan agar memantau para pesaing agar tidak mudah masuk ke pasar dengan melakukan penetapan harga. Dari beberapa tujuan diatas peneliti menyimpulkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh Artshop Galang Shop sangat mempengaruhi jalannya usaha. Penetapan harga yang dilakukan dapat berpengaruh pada jumlah penjualan yang berakibat pada jumlah keuntungan yang didapat. Dan selain dari pada itu, penetapan harga mampu memberikan citra yang baik untuk perusahaan dari konsumen sehingga terciptanya suatu hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen.

Strategi Promosi

Strategi promosi ialah tindakan perencanaan, implementasi, serta pengendalian komunikasi yang dilakukan oleh organisasi kepada konsumen dan sasaran penjualan. Promosi digunakan dalam rangka memperkenalkan atau memberikan informasi kepada orang-orang tentang produknya. Promosi juga merupakan langkah nyata suatu perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan manfaat dari produk dan berusaha meyakinkan konsumen untuk membelinya, maka dari itu, unsur promosi dalam sebuah bauran pemasaran mempunyai peran penting dalam mengkomunikasikan kepada konsumen.

Adapun jenis promosi yang dilakukan oleh Artshop Galang Shop ialah Personal Selling, ialah penyajian yang dilakukan secara lisan dalam suatu pembicaraan kepada seseorang atau lebih dengan tujuan agar produk yang ditawarkan terealisasinya penjualan. Personal Selling yang dilakukan oleh Artshop Galang Shop dengan cara menawarkan langsung ke pembeli dengan tujuan agar mendapatkan calon konsumen untuk membeli produk yang dijual. Salah satu contoh Personal Selling yang dilakukan oleh pimpinan Artshop Galang Shop ialah memperkenalkan kerajinan rotan yang diproduksi saat

diundang dalam acara-acara yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata, ataupun Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2007 Artshop Galang Shop mengikuti acara pameran kerajinan di beberapa tempat di Jakarta.

Selain itu, Artshop Galang Shop juga memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan kerajinan rotan salah satunya dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, Instagram, dan WhatsApp. Selain media sosial Artshop Galang Shop juga menggunakan media cetak salah satunya ialah koran, dan majalah. Adapun bentuk lain dari promosi yang dilakukan ialah berupa diskon yang diberikan jika konsumen memberi produk kerajinan rotan dalam jumlah yang besar.

Strategi Distribusi

Distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen dalam menyalurkan barang dari produsen sampai ketangan konsumen. Lokasi sangat menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan kedepan, dan penentuan tempat harus memperhatikan beberapa elemen penting seperti cakupan pasar, saluran pemasaran, lokasi dan transportasi yang baik. lokasi yang strategis ialah salah satu unsur pendukung dalam memasarkan produk, yang dimana lokasi dapat memudahkan konsumen untuk datang langsung menuju lokasi produk kerajinan.

Artshop Galang Shop dalam menerapkan saluran distribusi berupaya untuk memudahkan konsumen untuk datang langsung ke tempat produksi. Artshop Galang Shop sendiri berlokasi di Desa Beleka Kecamatan Praya timur dan tempatnya juga mudah ditemukan serta mudah dijangkau oleh kendaraan roda dua atau kendaraan lainnya. Artshop Galang Shop selalu berupaya dalam memasarkan produknya serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produknya dengan melakukan penyaluran kebeberapa daerah seperti Bali, Jakarta, Malaysia dan masih banyak lagi yang lainnya.

Namun demikian, perlu adanya suatu perluasan dalam pendistribusian agar lebih mudah meningkatkan penjualan dan memerlukan lokasi pemasaran sendiri agar pelanggan yang ingin membeli tampa harus pergi ke tempat produksi. Salah satu alternatif yang bisa dilakukan ialah membuka cabang di ibu kota provinsi dan tempat wisata yang ramai akan kunjungan dari wisata asing.

Kendala Artshop Galang Shop dalam menarik konsumen di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah

Perusahaan Artshop Galang Shop adalah perusahaan industri produk kerajinan rotan yang terletak di Desa Beleka Dusun Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah. Dalam menjalankan aktivitas usahanya perusahaan sangat ingin mengembangkan perusahaannya dengan cara pemasarannya, yang dimana tujuannya ialah agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan serta memaksimalkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan harus pintar melihat situasi pemasaran agar bisa meningkatkan volume penjualan. Dalam penerapannya perusahaan harus melakukan penganalisaan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Dengan melakukan hal tersebut perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain dan tentunya tujuan perusahaan akan tercapai. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kendala kerajinan rotan pada Artshop Galang Shop sebagai berikut:

Kondisi dan kemampuan penjual

Jual beli pada dasarnya melibatkan dua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Dimana penjual harus bisa meyakinkan pembeli agar berhasil mendapatkan sasaran penjualan. Kondisi dan kemampuan penjual yang dimaksudkan disini ialah jenis dan karakteristik produk yang ditawarkan, harga produk, dan syarat penjualan. Dimana hal tersebut menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian barang. Dari hasil penelitian yang dilakukan karyawan yang membidangi pemasaran produk pada Artshop Galang Shop sangat memahami karakteristik produk yang mereka jual, mulai dari jenis produk, harga produk, dan tata cara pembayaran pembelian suatu produk. Hal ini mempermudah

pemasaran produk oleh konsumen jika konsumen tersebut berada diluar daerah dan lebih efektif lagi jika seluruh karyawan dapat memahami karakteristik produk yang mereka buat.

Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli dan sasaran dalam penjualan. Dalam hal ini perusahaan haruslah menganalisa kondisi pasar agar produk yang ditawarkan masuk kepasar sesuai dengan segmen yang ditetapkan oleh perusahaan. Adapun kondisi pasar yang dimaksud ialah jenis pasar, segmen pasar, daya beli yang didalamnya serta kebutuhan dan keinginan pasar.

Hasil ini menunjukkan bahwa Artshop Galang Shop sudah menetapkan jenis pasar yang akan dimasuki dan segmen pasar. Adapun jenis pasar yang dimaksud ialah jenis pasar konsumen, yaitu pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi sensiri tidak untuk dijual lagi. Dan dalam menentukan segmen pasar Artshop Galang Shop melihat dari aspek demografi yang dimana melihat konsumen dengan pendapatan yang tinggi dan aspek psikologis yang dimana melihat konsumen dari gaya hidup dan yang lebih mengutamakan kualitas produk.

Artshop Galang Shop juga memperhatikan produk yang di produksi, melihat kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda. Dan yang terakhir ialah daya beli pasar, saat ini penjualan kerajinan rotan mengalami penurunan disebabkan karena faktor daya beli masyarakat turun dan kondisi ini diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian di dunia menurun drastis. Segingga produksi dalam bidang apapun saat ini mengalami penurunan yang secara signifikan mempengaruhi tingkat penjualan produk.

Modal

Modal tidak hanya berfungsi sebagai faktor produksi produk, akan tetapi modal juga berpengaruh pada penjualan produk. Produk akan lebih sulit dijual atau dipasarkan apabila produk yang akan dijual belum dikenal oleh calon konsumen. Terlebih lagi jika calon konsumen berada jauh dari lokasi penjual. Dalam kondisi ini, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu produk yang akan dijual. Untuk melakukan hal itu perusahaan memerlukan sarana seperti alat transportasi, tempat peragaan di dalam atau di luar perusahaan, dan usaha promosi. Hal ini dapat dilakukan apabila perusahaan memiliki modal yang cukup.

Hasil penelitian ditemukan bahwa Artshop Galang Shop memerlukan modal untuk membiayai usaha promosi dan pembelian bahan kerajinan dalam rangka memenuhi target penjualan. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Artshop Galang Shop ialah salah satunya dengan mengikuti pameran atau bazar di balai sidang Jakarta Convention Centre pada tahun 2007 dan memanfaatkan media cetak dalam melakukan usaha promosi, seperti majalah, koran, dan koran.

Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya penjualan ditangani oleh bagian tersendiri yang dimana dipegang oleh orang ahli dalam bidang penjualan. Dan apabila perusahaan tersebut kecil maka penjualan dikerjakan oleh orang yang melakukan fungsi lain selain penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Artshop Galang Shop menunjuk 5 orang karyawan sebagai orang yang membidangi pemasaran produk. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik perusahaan yaitu: semakin lama usaha semakin cepat berkembang, kemudian menambah jumlah karyawan dan semuanya bekerja secara fleksibel, jadi bisa dibilang mereka bisa membuat produk, bisa

memberikan hiasan-hiasan.

Hal ini berguna dalam melakukan pengawasan dalam bidang pemasaran bila mana target penjualan perusahaan tidak tercapai. Dalam beberapa faktor diatas terlihat sangat jelas faktor utama yang dapat mempengaruhi penurunan penjualan kerajinan rotan saat ini ialah kondisi pasar. Yaitu kondisi pasar yang turun drastis disebabkan oleh wabah penyakit Covid-19 yang mengakibatkan daya beli masyarakat menurun dan pasar pun menjadi sepi. Dan pada akhirnya mempengaruhi segala bentuk produksi dibidang apapun, termasuk produksi kerajinan rotan.

KESIMPULAN

Strategi Marketing Artshop kerajinan rotan dalam menarik Konsumen di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah

Sistem pameran. Sistem pameran merupakan sistem yang digunakan oleh pemilik Artshop kerajinan rotan dalam melakukan penjualan sekaligus pemasaran terhadap produk-produknya.

Sistem penitipan. Selain sistem pameran Artshop kerajinan rotan menggunakan sistem penitipan dengan cara melakukan penitipan produk-produknya pada salah satu Toko yang ada di Bali yakni Toko Souvenir Pandawa GWK.

Penjualan langsung. Penjualan langsung merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif bagi pemilik usaha. Dalam melakukan penjualan langsung biasanya pemilik usaha akan menyewa satu atau dua orang bahkan lebih untuk menjaga galeri penjualannya dan dapat pula pemilik secara langsung melakukan penjualan tersebut.

Evaluasi Produk. Produk menjadi hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk memuaskan kebutuhan.

Harga. Harga menjadi faktor terpenting dalam strategi pemasaran. Hal-hal yang berkaitan dengan harga selalu menjadi hal yang menarik.

Promosi. Strategi promosi merupakan mengkomunikasikan hal-hal yang terkait mengenai produk terhadap konsumen.

Tempat Distribusi (place). Penentuan tempat distribusi yang mudah terjangkau dan memberikan kemudahan bagi para konsumen merupakan strategi pemasaran yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha.

Kendala Artshop Galang Shop dalam menarik konsumen di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah. Artshop kerajinan rotan merupakan salah satu usaha perdagangan yang bergerak dibidang kerajinan tangan. Produk-produk yang dihasilkan oleh Artshop kerajinan rotan terdiri dari berbagai macam jenis. Hal utama yang menjadi tujuan dari usaha Bapak Haryono ialah mampu menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas yang baik sehingga bisa bersaing di Pasaran. Namun, hal tersebut tidak mudah dilakukan melihat persaingan pasar begitu ketat. Untuk itu Artshop kerajinan rotan selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan produk-produk yang dimiliki. Adapun kendala dalam menarik konsumen antara lain:

Modal merupakan sebuah penunjang dalam menentukan keberhasilan dalam proses promosi. Selain modal yang kurang tentu menjadi kendala dalam melakukan proses promosi, ini merupakan salah satu hambatan dalam menarik konsumen untuk membeli barang.

Branding yang kurang kuat. Branding bukan hal mudah yang dapat dibangun dalam sekejap. Diperlukan konsep dan eksekusi yang matang dan rapi untuk membangun citra positif terhadap bisnis sehingga menjadi suatu kendala dalam menarik konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Aan Anshori. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam, 7(1),

5.

Basu Swastha. (2005). Asas-asas Marketing. Liberty.

Djam'an Satori. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Alfabeta.

- Fuad Christin, N. S. P. (2000). Pengantar Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan. (2016). Syariah Maketing. Mizan.
- Johan Arifin. (2019). Etika Bisnis Islami. Walisongo Press.
- Kasmir. (2001). Pemasaran Bank. Kencana.
- Muhammad Syakir Sula. (2007). Amanah Bagi Bangsa: Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah. Masyarakat Ekonomi Syariah.
- Phillip Kotler, G. A. (1997). Dasar-dasar Pemasaran. Prenhallindo.
- Sugiyono. (20017). Metode Penelitian Kualitatif Administrasi dilengkapi dengan metode R&D. Alfabeta.
- Tjiptono. (2001). Strategi Pemasaran. Andi Press.
- Wiliam J Santon. (1994). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga.